

Comerciar

INDUSTRIA, COMERCIO, TURISMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

AÑO XVI | NÚMERO 145 | ABRIL/ MAYO 2018



CAME FEDERAL

EL MISIONERO DÍAZ BELTRÁN ES EL NUEVO PRESIDENTE DE LA ENTIDAD

Franqueo a pagar	Correo Argentino 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.



Seguros para tu Comercio

Tu negocio cubierto desde todos los ángulos.



Seguro de Vida •
Robo e incendio •
Responsabilidad Civil •
Seguro Técnico •

Asesorate 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.gob.ar • Registro 0381

carta al lector

Me ha tocado el honor de ser un presidente de la CAME surgido de una entidad del interior del país. Siento que es un orgullo compartido por todos y cada uno de quienes formamos parte de esta Confederación, porque esta profundización de su perfil federal es una construcción colectiva.

Quiero destacar especialmente la decisión de los dirigentes porteños y bonaerenses que, dejando de lado una tradición que los favorecía, contribuyeron a abrir la puerta grande de la CAME a las Pymes de toda la Argentina.

Aceptamos la responsabilidad de encabezar el nucleamiento más representativo de la pequeña y mediana empresa nacional con la certeza de que, lejos de cualquier personalismo, la Confederación redoblará su aporte a la consolidación del sector que más puestos de trabajo genuinos y sustentables aporta a la economía nacional.

Desde esta CAME renovada, los convoco a seguir transitando el camino que nos lleve a esa Argentina grande, soñada por nuestros próceres y tantas veces postergada, en la que a las Pymes les cabe un rol protagónico.

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
@me

sumario

145

INSTITUCIONAL

Elecciones en CAME | 06



ANÁLISIS

Los mercados, versión 2050 | 12



FINANCIAMIENTO

Servicios disponibles para pymes y emprendedores | 16



ECONOMÍAS REGIONALES

Censo Nacional Agropecuario | 18



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Presencia en la Agenda 2030 | 24



TECNOLOGIA

Cómo posicionar una marca pyme | 28



VIDRIERAS

Pautas para el Día del Padre | 30

CAPACITACIÓN

El formato de las low cost | 32

Retrotraer las tarifas no es la solución para superar la crisis energética

INSTITUCIONAL I

La CAME ratifica el pedido a gobernadores e intendentes para que eliminen impuestos locales, contribuciones municipales, tasas, servicios y fondos especiales o solidarios que abultan las boletas hasta en un 30 por ciento.

Luego de conocerse que la oposición logró dictamen en dos comisiones de la Cámara de Diputados, la CAME considera que volver al viejo esquema tarifario subsidiado no ayudará a resolver la crisis energética.

Además, la entidad ratifica el pedido a gobernadores e intendentes para que eliminen impuestos locales, contribuciones municipales, tasas, servicios y fondos especiales o solidarios, que abultan las boletas hasta en un 30 por ciento. Es necesario recuperar competitividad y rentabilidad, bajando la presión fiscal. El escenario pasado con los servicios fue una

irresponsabilidad que llevó al país a la desinversión en energía. Argentina pasó de ser exportadora a importadora y a padecer cortes del suministro.

La CAME apoya el gradualismo en las subas pero sería importante que fuera considerado un rebalanceo en las facturas de las grandes empresas, ya que las Pymes electro-intensivas pagan en promedio un porcentaje mayor. En este contexto, los productores del sector primario demandan un tratamiento tarifario diferente, además de solicitar financiamiento para poder sustituir la energía eléctrica por energías renovables, como la eólica o la solar. Quienes obligadamente tienen que regar sus sembradíos plantean que las facturas de luz los hacen perder su escasa rentabilidad. La misma situación se replica en otros sectores productivos.

La Confederación propone crear una mesa de riesgo que identifique casos de Pymes con condiciones críticas para darles una pronta respuesta.

La CAME apoya el gradualismo pero sería importante que fuera considerado un rebalanceo en las facturas de las grandes empresas, ya que las Pymes electro-intensivas pagan en promedio un porcentaje mayor.





Elecciones en CAME: Díaz Beltrán es el nuevo presidente del Consejo Directivo

INSTITUCIONAL

El misionero Gerardo Díaz Beltrán, titular de la Federación Económica de su provincia, fue elegido presidente del Consejo Directivo de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), con un mandato de dos años de gestión.

Las tres vicepresidencias también quedaron para el interior del país: Tierra del Fuego, Santa Fe y Jujuy. Así, por primera vez, la entidad consolida su perfil federal.

Con 59 años de edad y 25 como dirigente de CAME, Díaz Beltrán es un ferviente luchador ante la falta de competitividad frente a los países vecinos. El dirigente de Posadas es médico veterinario, productor ganadero, forestal y comerciante.

Con el foco puesto en el federalismo, hasta el momento mantenía además el cargo de secretario de Interior del comité de la CAME y aseguró que seguirá como eje de trabajo apuntar a fortalecer el interior profundo. "Queremos un país federal", dijo.

A su turno, el secretario general reelecto, José A. Bereciartúa, destacó la transición del presidente saliente, Fabián Tarrío, por la apertura al diálogo y la mayor participación que marcó en la entidad y resaltó como momento histórico que los titulares de los sectores sean elegidos por primera vez por el Consejo.

Tarrío declinó la postulación de su reelección, pero por pedido de los consejeros votaron su continuidad al frente del sector Comercio. La conducción de CAME fue elegida por el Consejo Directivo por voto electrónico y secreto, fortaleciendo el carácter democrático institucional. A partir de ahora, el Consejo marcará el rumbo institucional junto al secretario general.

Consejo Directivo

PRESIDENTE

Gerardo Díaz Beltrán

Federación Económica de Misiones (FEM)

VICEPRESIDENTE 1°

Diego Navarro

Cámara de Comercio, Industria y Producción de Río Grande (CCIPRG)

VICEPRESIDENTE 2°

Ricardo Diab

Asociación Empresaria de Rosario (AER)

VICEPRESIDENTE 3°

Ignacio Sadir

Unión Empresaria de Jujuy (UEJ)

SECRETARIO GENERAL

José A. Bereciartúa

Cámara Empresaria de Vicente López (CEVL)

SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN

Alberto Kahale

Federación Económica de la Provincia de Buenos Aires (FEBA)

SECRETARIO DE HACIENDA

José Valdés

Federación de Entidades de Informes Comerciales de la República Argentina (FEEICRA)

PROSECRETARIO DE HACIENDA

Carlos Venier

Unión Industrial de Quilmes (UIQ)

SECRETARIO GREMIAL

Alfredo González

Federación Económica del Chaco (FECHACO)

SECRETARIO DE INTERIOR

Roberto Torres

Unión Industrial de La Pampa (UNILPA)

SECRETARIO DE PRENSA

Pedro Cascales

Cámara Argentina de la Máquina Herramienta (CARMAHE)

SECRETARIO DE CAPACITACIÓN

Martín Trubycz

Cámara Inmobiliaria Argentina (CIA)

SECRETARIO DE RELACIONES INSTITUCIONALES

Fabián Castillo

Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires (FECOBA)

SECRETARIO DE RELACIONES INTERNACIONALES

Guillermo Cabrera

Federación Económica de San Juan (FESJ)

SECRETARIO DE TURISMO

Gregorio Werchow

Federación Económica de Tucumán (FET)

SECRETARIO DE SERVICIOS

Rubén Martos

Federación Comercial de la Provincia de Córdoba (FEDECOM)

VICEPRESIDENTE DEL SECTOR COMERCIAL

Fabián Tarrío

Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto, Cascos Urbanos y Centros Históricos (FCCA)

VICEPRESIDENTE DEL SECTOR INDUSTRIAL

Edgardo Gámbaro

Unión Industrial del Oeste (UIO)

VICEPRESIDENTE DEL SECTOR ECONOMÍAS REGIONALES

Eduardo Rodríguez

Cámara Regional de la Producción y la Agroindustria

VICEPRESIDENTE DEL SECTOR TURISMO

Fabrizio Di Giambattista

Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVT)

Consejo Directivo completo disponible en redcame.org.ar

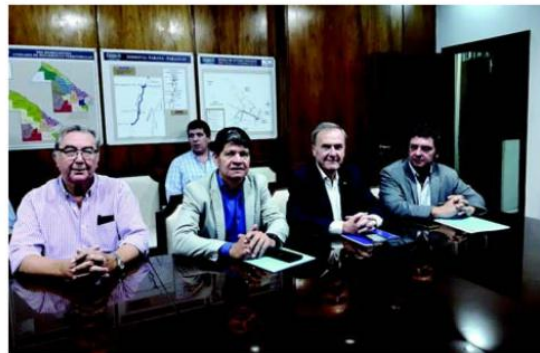
CAME y FECHACO

lograron frenar

proyecto provincial

de aumento a

Ingresos Brutos



Ricardo Zorzón, Alfredo González, José A. Bereciartúa y Sergio López.

INSTITUCIONAL

El gobernador Peppo escuchó el planteo y decidió convocar a una mesa de trabajo para analizar otra salida.

El secretario general de la CAME, José A. Bereciartúa, junto al titular de la Federación Económica de la Provincia del Chaco (FECHACO), Sergio López, el secretario gremial de CAME y vicepresidente regional, Alfredo González, y el presidente de la Cámara Argentina de Supermercados (CAS), Ricardo Zorzón, se reunieron con el gobernador chaqueño, Domingo Peppo, para solicitarle la suspensión del tratamiento del proyecto provincial de aumento de Ingresos Brutos, aduciendo que la medida impactará negativamente en las pequeñas y medianas empresas.

Luego de que los dirigentes le transmitieran al mandatario la difícil situación que atraviesan actualmente las Pymes por la presión fiscal, Peppo decidió frenar el proyecto y formar

junto a CAME y FECHACO una mesa de trabajo para analizar otra salida.

"Peppo entendió que esta medida requería un análisis junto al sector privado. El planteo fue escuchado ya que la iniciativa provincial aumentaba la presión impositiva sobre las Pymes. El proyecto desconocía la Ley Provincial 2520 que adhiere a la Ley Pyme, la cual obliga a las provincias a brindar estabilidad fiscal a las pequeñas y medianas empresas que son las grandes generadoras de empleo privado", aseguró Bereciartúa, quien a su vez le planteó al gobernador evalúen la quita tributaria local de las tarifas.

Participaron también del encuentro el ministro de Hacienda y Finanzas Públicas, Cristian Ocampo, el administrador general de la Administración Tributaria Provincial (ATP) chaqueña, José Valentín Benítez, y el legislador Juan Manuel Pedrini, presidente de la comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados del Chaco.

Propuesta exitosa

En 2012, la CAME fue la primera y única organización del país en proponer la idea de convertir los feriados puente en días no laborables, buscando no afectar a los sectores comercial e industrial e impulsando, al mismo tiempo, la actividad turística. De esta forma, cada empresa puede decidir de qué manera operar con sus empleados, sin estar obligada a pagar un plus salarial en caso que decida abrir sus puertas, permitiendo el ahorro de costos de las Pymes argentinas.

Sobre la base de que se trata de un sector que contribuye a la generación de empleo en todo el país, con el consecuente efecto multiplicador que se genera en toda su cadena de valor, la intervención de la CAME fue fundamental para salvaguardar la economía de las pequeñas y medianas empresas.

Formosa adhirió a la ley ART

INSTITUCIONAL

Ya son once provincias las que luchan para reducir los altos índices de litigiosidad que incrementan los costos laborales.

La CAME celebró la adhesión de Formosa a la Ley 27.348, más conocida como Ley ART, sumándose a otras diez provincias que ya apoyaron los cambios para combatir a la industria del juicio y reducir los altos índices de litigiosidad que incrementan los costos laborales y restan competitividad a las pequeñas y medianas empresas.

La implementación de la Ley de Riesgos del Trabajo no solo se tradujo en una reducción de los niveles de judicialización contra el sistema sino también produjo una rebaja en las alícuotas que cobran las aseguradoras del sistema, que en promedio alcanzó en enero último al 3,14 por ciento de la masa salarial. Este cambio representó una disminución del 10 por ciento respecto del nivel registrado previo a la puesta en marcha de la ley, cuando se ubicaba en el 3,48 por ciento. Según los cálculos, esa reducción representó un ahorro para las empresas de 4800 millones de pesos a un año de su vigencia.

La normativa incorpora a las comisiones

médicas jurisdiccionales como instancia obligatoria y excluyente a las que el trabajador damnificado deberá concurrir con patrocinio letrado, en caso de tener un reclamo relacionado a un accidente laboral o enfermedad profesional.

La experiencia en estas provincias demuestra que el 90 por ciento de los trabajadores que acuden a una comisión médica resuelve su inconveniente en 25 días, mientras que en un juicio tardaría por lo menos dos o tres años para que se les otorgara una indemnización justa.

Cabe destacar que aún no han adherido a esta importante ley las provincias de Santa Cruz, Chubut, Neuquén, La Pampa, Chaco, Santiago del Estero, Catamarca, Misiones, Santa Fe, San Luis, La Rioja, Salta y Tucumán.

La adhesión de las provincias a la Ley ART es considerada por la CAME una herramienta fundamental para dar fin a esta delicada problemática que atenta contra las Pymes argentinas.

La experiencia demuestra que el 90 por ciento de los trabajadores que acuden a una comisión médica resuelve su inconveniente en 25 días, mientras que en un juicio tardaría por lo menos dos o tres años.



500.000 seguidores de CAME en Facebook

INSTITUCIONAL

Consolida su liderazgo absoluto en las redes sociales entre las entidades gremiales empresarias.

Hace algunos años, con visión hacia el futuro y determinación, desde la Secretaría General de la CAME fue creado y consolidado un equipo de trabajo profesional de Comunicación Institucional y Redes Sociales para desarrollar una estrategia digital con el objetivo de compartir e informar las acciones y logros de la entidad y todas las noticias referentes al mundo Pyme.

Hoy, con profunda satisfacción, la CAME agradece a cada uno de los empresarios Pyme y emprendedores, dirigentes de entidades provinciales, regionales y nacionales, y a todas las personas que ayudaron a que esta comunidad haya llegado a los 500 mil

seguidores en Facebook, que la posicionaron como la entidad gremial empresaria líder absoluta en redes sociales.

Este número, que continúa en constante aumento, alienta a seguir brindando un servicio informativo y comunicacional de excelencia, teniendo como objetivo fundamental un fluido contacto con las Pymes de todo el país.

La nueva era digital y el cambio de paradigma comunicacional convoca a la CAME a seguir cada vez más conectados e informados. Por esta razón, el próximo desafío es que las entidades adheridas acompañen a la Confederación en este camino, entendiendo que estas herramientas resultan fundamentales para la transformación del tejido productivo del país.

<https://www.facebook.com/redcame>

<https://twitter.com/redcame>

Este número, que continúa en constante aumento, alienta a seguir brindando un servicio informativo y comunicacional de excelencia





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 DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, Órgano 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

Los mercados, versión 2050

ANÁLISIS I

El liderazgo de los países hoy emergentes, la multiplicación de la clase media en las economías en desarrollo y el crecimiento de la población mundial son algunos de los pronósticos para mediados del siglo.

El envejecimiento de gran parte de la población activa de los países desarrollados, el crecimiento de la población mundial y la multiplicación de la clase media en las economías en vías de desarrollo serán factores determinantes para el mercado a mediados de este siglo.

Los analistas señalan que algunas empresas se beneficiarán con estos cambios, porque aumentará la demanda de fármacos para enfermedades crónicas, serán necesarios cada vez más centros de cuidado de personas mayores y se incrementarán la producción y la venta de aquellos productos que los ayuden en su vida diaria, como audífonos o elementos ortopédicos.

De acuerdo a un informe del semanario británico The Economist sobre la economía en el 2050, se espera que China supere a Estados Unidos como primera potencia mundial en el



2026 y se mantenga así hasta por lo menos mediados de siglo. Las proyecciones señalan que la India, por su parte, escalará hasta ubicarse en la tercera posición mientras que Estados Unidos, Alemania y Reino Unido descenderán ligeramente pero se mantendrán en ese top 10.

Por otra parte, de acuerdo a los datos de las migraciones actuales, se calcula que en el mundo contará con ciudades superpobladas en 2050. Más de la mitad de la población mundial ya vive en ciudades y genera el 80 por ciento del producto bruto del planeta, una tendencia que continuará en alza.

De acuerdo al ritmo de crecimiento actual, se

La tecnología controlará por completo a las personas porque viviremos conectados y no podremos ir a ningún sitio sin que se sepa.

Poderío emergente

Los países emergentes tendrían en sus manos el poderío económico mundial en 2050, tras desplazar de la cima de la pirámide a las naciones que hoy se consideran más desarrolladas, de acuerdo al estudio de una de las consultoras internacionales más importantes del planeta.

El estudio pronostica que la economía mundial podría duplicar su tamaño para 2042, si crece a una tasa anual promedio real de aproximadamente 2,5 por ciento hasta 2050.

El escenario a futuro planteado subraya un crecimiento de las economías del E7 (Brasil, China, India, Indonesia, México, Rusia y Turquía) a una tasa anual promedio de alrededor de 3,5 por ciento en los próximos 34 años, en comparación con apenas un 1,6% para las naciones avanzadas del G7 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, el Reino Unido y los Estados Unidos).

Crecimiento africano

Tres de los diez países más poblados del mundo serán africanos en 2050, con Nigeria a la cabeza, que subirá del séptimo puesto actual al cuarto. La República Democrática del Congo y Etiopía reemplazarán a Rusia y a México como los países número 9 y número 10.

Las proyecciones destacan que el reposicionamiento africano está vinculado directamente a una combinación entre el aumento de las tasas de fertilidad y de la expectativa de vida.

La información da cuenta de que las poblaciones de más de 40 países van a aumentar en más del 100 por ciento en los próximos años. China, por ejemplo, que actualmente tiene 1.300 millones de personas, será superada por la India como el país más poblado dentro de solo cuatro años.

La población mundial subirá de 2.500 millones a 9.800 millones en 2050. Para entonces, Estados Unidos tendrá 398 millones de habitantes y se mantendrá en la tercera posición. Se espera que Nigeria alcance los 397 millones de personas.

El incremento de la población en los países africanos no es sorpresivo. El informe muestra que los diez países con las tasas más altas de fertilidad actualmente están en África. Nigeria, con una tasa de 7,6 niños por mujer, es el líder de la tabla. Sudán del Sur tiene un promedio de 6,9 niños por mujer y está en el segundo lugar. La República Democrática del Congo y Somalia empatan en el tercer lugar con 6,6 bebés por madre.

estima que habrá un 30 por ciento más de personas en el mundo para 2050, lo que supondría pasar de los 7.000 millones de personas actuales a los 9.600 millones, de acuerdo con datos de la Organización Mundial de la Naciones Unidas. Este aumento de 2.600 millones de personas supone añadir otra India y otra China a la Tierra.

La fluidez del tránsito vehicular estará seriamente complicada. Más de 2.000 millones de autos circularán en el mundo en 2050, más que duplicando el número actual, que ronda los 900 millones. La mayor parte de esos vehículos será eléctrica, supuestamente con menor impacto ecológico en el medio ambiente.

Tecnología sensible

En cuanto al impacto de los cambios tecnológicos, el cofundador de Apple, Steve Wozniak, pronostica que las computadoras superarán a los seres humanos e incluso podrían competir con ellos en materia sentimental.

"En cuatro décadas, contaremos con computadoras conscientes, dotadas de sentimientos y también de personalidad. Tu mejor amigo será una computadora, hablarás con ella, te mirará a la cara y sabrá de qué ánimo estás, conocerá tu alma y tu corazón mejor que nadie", anticipó.

En tanto, otros analistas sostienen que la tecnología controlará por completo a las personas porque viviremos conectados y no podremos ir a ningún sitio sin que se sepa. Cada vez se manejarán más y más datos que facilitarán las vidas humanas a la vez que las controlarán mucho más.

El mapa del futuro

La compañía de seguridad informática Kaspersky creó un mapa interactivo, Earth 2050, de lo que podría ser el futuro del planeta.

Las ciudades, objetos y eventos están marcados en el mapa por hexágonos, los amarillos son representaciones gráficas y los blancos indican predicciones sin ilustración. El resultado, la Tierra de 2030, 2040 y 2050 en 360°.

Si se hace zoom en la ciudad de Barcelona, por ejemplo, en la previsión para 2030, se podrá ver que a pesar de los coches eléctricos y la arquitectura futurista, la ciudad todavía es reconocible. Pero si se viaja más adelante hacia el futuro, hasta 2050, los cambios son espectaculares.

Otras zonas del planeta se muestran devastadas. Debido al calentamiento global, la ciudad de Daca, en Bangladés, podría quedar completamente sumergida. De hecho, esta es la previsión de la ONU para esta zona.

En la representación de la Antártida en 2050, el continente ha perdido su estatus de zona protegida y según su creador, Ian Pearson, será un nuevo "Eldorado", de donde se extraerán los últimos recursos disponibles del planeta.



Expo CAPIPE 2018

INDUSTRIA I

La tercera edición de la mega-exposición -que agrupa, en Neuquén, a todo el sector de la producción de hidrocarburos- contó nuevamente con la participación de la CAME. Hubo más de 7.500 visitantes

La CAME participó de Expo CAPIPE Gas & Petróleo 2018, tercera edición de la mega-exposición que fue visitada por más de 7.500 durante sus tres días de actividad en el espacio Duam de la ciudad de Neuquén. La muestra -de la que la Confederación participa cada año- integra a la cadena de valor tecnológica del sector de producción de hidrocarburos. El espacio es punto de encuentro entre empresas productoras y operadoras de la región patagónica con los proveedores que representan la oferta local. El evento se realizó en Neuquén porque esta provincia es el centro estratégico de la producción de gas y petróleo en el país y sede de las principales empresas operadoras y de servicios para esta industria, así como de empresas integrantes de dicha cadena de valor como eslabones claves (metalmecánica, energética, seguridad, insumos y servicios auxiliares).

La exposición tuvo dos espacios en donde se desarrollaron, por un lado, rondas de negocios internacionales y, por otro, encuentros de empresarios nacionales. De esta manera, se promovieron vínculos entre personas con los mismos intereses, con el objetivo de concretar nuevas operaciones comerciales.

El acto de apertura estuvo presidido por el gobernador Omar Gutiérrez quien expresó que las nuevas tecnologías digitales «se incorporan para mejorar la productividad en el sector energético, infraestructura y sistema de transmisión de datos» y precisó que «estamos en una instancia en la cual hemos avanzado muchísimo, pero hay mucho más por avanzar».

Más información: industria@came.org.ar / (011) 5556-5556

El espacio es punto de encuentro entre empresas productoras y operadoras de la región patagónica con los proveedores que representan la oferta local.



La FAPI en el Campus Party Argentina 2018

IPARQUES INDUSTRIALES I

Bajo la consigna «Inspirate, aprendé y emprendé», la convocatoria -referencia mundial en innovación- reunió a los sectores académico y empresarial. La Federación participó de un reto vinculado directamente a su temática.

La Federación Argentina de Parques Industriales (FAPI) participó del Campus Party Argentina 2018, el evento de innovación, creatividad, ciencia y entretenimiento que reúne a los sectores académico y empresarial y público interesado en la temática.

Con más de 60 encuentros en quince países, Campus Party es considerado un referente absoluto a nivel global, que ya superó los 600.000 «campuseros» participantes. Las cuatro jornadas de su versión argentina incluyeron una actividad intensa, con contenidos y experiencias tecnológicas. La convocatoria en Buenos Aires, del 25 al 28 de abril, estuvo enmarcada en el lema «Inspirate, aprendé y emprendé» y fue desarrollada en el predio de Tecnópolis, dividido en tres áreas.

Uno de los sectores fue la Arena, espacio exclusivo para los «campuseros» donde se realizaron disertaciones del más alto nivel, talleres participativos, capacitaciones y desafíos con gran atractivo.

Los otros dos sectores fueron el Camp, lugar en el que vivieron 1.600 jóvenes durante todo el evento, y el Open Campus, de libre acceso para todos, donde se pudo visitar activaciones con las últimas novedades en tecnología.

La FAPI -junto a Personal- participó de los «Retos de Personal Campus Party», con la consigna «Transformación de Parques



Un momento de las cuatro jornadas de actividad intensa en Tecnópolis.



El equipo ganador del reto, al recibir el premio.

Industriales». En ese ámbito, fueron planteadas las principales problemáticas de un Parque Industrial.

El grupo de «campuseros» que eligió el reto debió identificar e investigar una problemática existente a resolver, estimar la oportunidad de mercado que genera, proponer ideas disruptivas para mitigar o resolverla, que dicha idea pueda ser realizable y desarrollar una prueba de concepto teórica y / o prototipo explicando la solución.

El equipo ganador se orientó a la problemática relacionada con el medio ambiente, la reutilización de desechos, la eficiencia energética y la utilización de energías alternativas.

Al respecto, propuso una plataforma que unifique la información de residuos de las industrias y les ofrezca su gestión integral. Al ocuparse de una gran cantidad de residuos y no solo los de una empresa, pueden reducir los costos fijos y tener personal capacitado. Como premio, obtuvieron dos pasajes ida y vuelta desde Buenos Aires a Ciudad de México y estadía en hotel para asistir al Campus Party México 2018.

Servicios del Departamento de Financiamiento de la CAME

I PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO I

Desde el inicio de este año, el Departamento de Programas de Financiamiento y Competitividad Pyme de la CAME -que trabaja bajo la órbita de la Secretaría General- ha recibido más de 300 consultas de pymes y emprendedores de todo el país en busca del crédito que se adapte a sus proyectos de inversión.

Doce proyectos por un monto de casi 10 millones de pesos están en ejecución desde el primer trimestre. En relación al mundo emprendedor, son 34 los proyectos que se encuentran en preparación por más de 4 millones de pesos.

Este servicio es exclusivo y gratuito para asociados a las entidades que pertenecen a la red CAME, razón por la cual es importante el acompañamiento de las organizaciones adheridas, que trabajan de forma conjunta con el Departamento, difundiendo el servicio y acercando formalmente a las pymes para que reciban asesoramiento técnico.

Además, continúa vigente el convenio de "Mecanismo Especial" con el Banco Nación, en tanto canal de atención comercial para pymes de la red CAME que busquen financiar proyectos de inversión, bienes de capital y capital de trabajo.

El objetivo de este mecanismo es obtener una

respuesta a la precalificación crediticia más ágil, sumando un servicio diferencial para que las pymes cuenten con la asistencia directa de un ejecutivo de cuentas y el acompañamiento de CAME.

El Departamento también trabaja asesorando en líneas del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), opciones de financiamiento a través de Nación Leasing. Como herramientas complementarias de financiamiento, se generaron vínculos especiales a través de convenios con las Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR) Acindar Pymes y Garantizar.

Otro de los pilares en materia de financiamiento es el asesoramiento y apoyo que se le brinda a los emprendedores a través de CAME Incuba. Los emprendedores pueden acceder a créditos con tasa de honor 0 por ciento hasta 250 mil pesos, a través del Programa Fondo Semilla y adicionalmente se analizan otras opciones desde la Incubadora para emprendimientos más avanzados. Desde mayo se dará inicio a las charlas online destinadas a mentorizar al personal de las entidades interesadas en potenciar localmente el servicio de acceso al financiamiento. El objetivo es que, desde la entidad, el personal pueda asesorar a pymes y emprendedores en puntos básicos hacia el camino del financiamiento y a través de la metodología de mentoring sea posible lograr una red de trabajo.



Por las entidades

El director del Departamento de Programas de Financiamiento y Competitividad Pyme de CAME, Maximiliano Gabrielli, visitó la Cámara Argentina de Seguridad Electrónica (CASEL). Allí fue recibido por Enrique Greenberg, presidente de la entidad.

La finalidad de este tipo de reuniones es generar vínculos, conocer la situación sectorial en materia de financiamiento y acercar el asesoramiento e información para que las pymes puedan acceder y acercarse a este servicio en financiamiento.

Entidades interesadas: financiamiento@came.org.ar



PymeNación acompaña las actividades de CAME

- Abone sus compras hasta un año después de realizarlas.
- Cuente 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 | Seguinosen   

Censo Nacional Agropecuario

¡ECONOMÍAS REGIONALES!

Roberto Bisang, a cargo del operativo en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec), detalla los aspectos principales de este relevamiento que brindará datos concretos sobre el presente del sector, indispensables para diseñar su futuro.

- ¿Cuáles son los principales datos que surgirán del Censo Nacional Agropecuario 2018?

- En este operativo se intenta relevar los rasgos estructurales de un amplio conjunto de actividades -desde la producción de granos a las diversas ganaderías, pasando por los biocombustibles y otros incipientes desarrollos agroindustriales llevados a cabo dentro de las explotaciones agropecuarias- asentadas sobre una multiplicidad de tecnologías, modelos de negocio y perfiles de productores agropecuarios. Concretamente, los datos están relacionados con la cantidad de explotaciones censadas, el número de hectáreas y la cantidad de trabajadores relevados, la producción, siembra y cosecha agrícola, producción ganadera, superficie cultivada en primera y segunda opción con cereales y oleaginosas, rendimientos de cultivos, regímenes de tenencia de la tierra, entre otras variables. Se trata, sin dudas, de un operativo de amplia magnitud y cobertura territorial.

- ¿Qué continuidad hay en relación a los censos anteriores?

- El Censo Nacional Agropecuario 2018 sigue los lineamientos internacionales y considera con especial cuidado el relevamiento de



indicadores censados en operativos anteriores. No proporciona estadísticas continuas sobre la producción, excepto para el año de referencia del censo, que va desde el 1 de julio de 2017 hasta el 30 de junio del 2018. No obstante, desempeña una función importante en la elaboración de las cuentas nacionales.

- ¿Se van actualizando el tipo de datos relevados y la operatoria para hacerlo?

- Proporcionalmente a los cambios ocurridos y/o en curso de la propia actividad agropecuaria, también el INDEC actualiza su operatoria. Sobre la base de la incorporación de nuevas herramientas informáticas, se plantean modificaciones en la forma de recolección y en el posterior tratamiento de los datos, en aspectos organizativos, en la capacitación de la estructura censal, en el control y en la gestión integral del operativo.

- ¿La difusión de la información será más rápida que en censos anteriores?

- Como resultado de incorporación del avance tecnológico en los procesos de captura, consistencia y en la gestión de los datos (que tendrán el valor agregado de su geo-referenciación), se permitirá disponer de resultados en lapsos relativamente acotados de tiempo, a la vez que mejorará la calidad de la información. La novedad de incorporar un dispositivo móvil permitirá obtener la

información con mayor agilidad sin tener que esperar los tiempos de procesamiento de los datos en función de la carga a la base. Permite a su vez el ahorro de gastos de papel, en el marco del cuidado del medio ambiente como política. El sistema de gestión que acompaña este proceso también permite ver en tiempo real, la cobertura y la carga de la información de modo que garantiza los controles en poco tiempo.

- ¿Qué datos de relevancia se obtendrán en relación al segmento PYME?

- El operativo censal obtiene información del universo de explotaciones rurales. No se realizan relevamientos enfocados explícitamente en el pequeño y mediano productor, aunque contiene herramientas metodológicas que permiten segmentar esta población entre pequeños, medianos y grandes productores agropecuarios.

- ¿A qué año corresponden los últimos datos disponibles?

- La última información completa disponible data de 2002. Existe información adicional al censo que corresponde a dos encuestas agropecuarias, ENA05 (Encuesta Nacional Agropecuaria 2005) y ENA 07 (Encuesta Nacional Agropecuaria 2007). Estas dos encuestas han utilizado como marco de muestreo al censo 2002 y la información se relevó teniendo en cuenta las estructuras productivas a nivel regional.

- ¿Qué grandes cambios se han dado en el campo desde censos anteriores?

- Las nuevas formas de organización de la producción (masivos arrendamientos y subcontratación de servicios), cambios tecnológicos disruptivos (de la siembra directa a las semillas modificadas genéticamente), la reconfiguración de los perfiles empresariales (desde la readecuación de empresas de porte mediano y/o pequeño a las empresas de producción agropecuaria aplicada a los agronegocios) no solo hicieron crecer la

producción agregada en sus distintas variantes, sino que reconfiguraron la localización de las actividades.

- ¿El Censo también abarca a prestadores de servicios, la subcontratación de labores?

- Entre las EAP (explotaciones agropecuarias) es esperable la presencia de productores que, a partir de la posesión de maquinaria agrícola, sean prestadores de servicios agropecuarios. En sentido inverso, el dispositivo censal captura la subcontratación externa de labores (siembra, cuidado y/o cosecha) por parte de la EAP. Es muy probable, entonces, que existan proveedores de servicios agropecuarios que no posean tierras y, como tales, no sean alcanzados por el barrido territorial, pero sean capturados como proveedores de servicios. En función de esto, y para tener una comprensión global del fenómeno que será relevado, se plantea un trabajo complementario sobre este segmento de las ESA (empresas de servicios agropecuarios) a partir de la información que surge del CNA-18.

- ¿Cuánto comenzará y cuándo estará concluido el censo? ¿Cuántos censistas participarán?

- El comienzo del CNA2018 se dará a mediados de septiembre hasta finales de noviembre. La estructura censal asciende a 3432 personas en total, de las cuales 2791 corresponden a censistas distribuidos en el territorio nacional.

Los datos relevados están relacionados con la cantidad de explotaciones, el número de hectáreas, la cantidad de trabajadores, la siembra y la cosecha agrícolas, la producción ganadera y los regímenes de tenencia de la tierra, entre otras variables.



I MUJERES EMPRESARIAS I

Paseo de Compras en Esperanza

Ante una numerosa concurrencia, fue inaugurada la octava edición del Paseo de Compras "Compre acá" organizado por la comisión de Mujeres Empresarias del Centro de Industria, Comercio y Afincados de Esperanza (CICAE), Santa Fe, que preside Jorgelina Pfening. El acto fue encabezado por el presidente de CICAE, Rubén Whor, y autoridades municipales. Hubo más de 70 stands de comercios de la ciudad, que ofrecieron diversidad de productos en todos los rubros.

Participó María de los Ángeles Moyano, secretaria general del sector.



Encuentro provincial en Colonia Caroya

Más de 120 mujeres de diversas localidades participaron del Encuentro Provincial "Mujeres



que inspiran a mujeres", en Colonia Caroya, Córdoba.

En ese marco, disertaron emprendedoras exitosas e innovadoras y se llevó a cabo un recorrido turístico por puntos representativos de la ciudad, industrias y emprendimientos productivos locales.

Además, el licenciado Damián Di Pace brindó una conferencia con la temática "Pensar en grande siendo pequeñas" e "Impuesto rosa". El evento fue coordinado por la vicepresidenta regional Centro, Gisela Santalucía, y acompañaron Beatriz Tourn, presidente, y María de los Ángeles Moyano, secretaria general.

Escritoras- emprendedoras en Lomas de Zamora

El «Encuentro con escritoras, mujeres emprendedoras» fue realizado en la Cámara Regional de Comercio e Industria de Lomas de Zamora (CRCILZ) y coordinado por Blanca Nieves Loria, presidenta de la Comisión de Mujeres. Las autoras Paula Margules y María Esther Bazo Domínguez disertaron sobre su libro «Mujeres de Puerto Madero» y mujeres lomenses recibieron distinciones por su trayectoria en diversas actividades.



Trabajo conjunto con la Fundación Mediapila

Mujeres Empresarias de la CAME estuvo presente en la Fundación Mediapila, institución que se dedica a promover la inclusión laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica, a través de la enseñanza del oficio de la costura y el fortalecimiento de la confianza y autoestima de las alumnas.



Ambas instituciones acordaron trabajar en un intercambio de actividades conjuntas, como la incorporación de técnicas de bordado, charlas, talleres y capacitaciones desde la entidad, con la intención de repicar estas acciones en todo el país.

Más mujeres en la conducción de entidades

Mujeres Empresarias de CAME incentiva la participación del género en espacios protagónicos de la actividad gremial empresaria de todo el país.

Cristina Aranda

Presidenta de la Cámara de Comercio, Industria y Afines de Río Gallegos Santa Cruz



Edith Domínguez

Presidenta de la Sociedad de Comerciantes, Industriales Propietarios y Afines del Partido de Pilar Buenos Aires



Nélida Antúnez

Presidenta de la Cámara de Comercio Industria y Turismo de Tolhuin Tierra del Fuego



Vanesa Araneda

Presidenta de la Cámara de Hotelería, Gastronomía, Comercio, Turismo, Industria y Actividades Afines de El Calafate Santa Cruz



CAME Joven participó de "Emprendedores al Congreso"

¡CAME JOVEN!

Espacio de debate acerca de las próximas políticas públicas para el sector.

La rama juvenil de la CAME participó de "Emprendedores al Congreso", encuentro que destacó la importancia de los emprendedores para el ecosistema privado del país y que ofreció un espacio de debate acerca de las próximas políticas públicas para este sector. La jornada, que tuvo lugar en el Congreso de la Nación, contó con la participación de emprendedores, referentes de organizaciones del ecosistema emprendedor y legisladores de todos los partidos.

En representación del presidente de CAME Joven, Fabián Zarza, estuvo presente el director ejecutivo del sector, Juan Pablo Bazán. También formó parte del evento el titular de FECOBA Joven, Enzo Espósito.



Carmen Castillo (FECOBA Joven), Enzo Espósito, Juan Pablo Bazán, Facundo Garretón (diputado nacional), Ezequiel Calcarami (ASEA), Silvia Torres Carbonel (IAE) y Allessandra Sivieri (Cámara Empresaria de Vicente López)

Cabe destacar que las políticas públicas analizadas fueron la presión impositiva y progresividad de los impuestos, la simplificación de los trámites, la Ley de Emprendedores implementada en las provincias, la Ley de Beneficio de Interés Colectivo (empresas B, o de triple impacto: ambiental, económico y social) y cuestiones de género con un día al año dedicado a la mujer emprendedora.

La idea final fue formalizar una carta de compromiso firmada por los referentes nacionales, emprendedores y representantes de los partidos políticos donde quedaron plasmados los temas a trabajar de cara al futuro.

Encuentro de del Ecosistema Emprendedor

El objetivo de la reunión es encontrar sinergias y caminos conjuntos, así como difundir las novedades de cada organización.

La rama juvenil de la CAME llevó a cabo, en la sede de la entidad, el 2° Encuentro de las

Mesas del Ecosistema Emprendedor, un espacio donde los principales exponentes y organizaciones de este ámbito se reúnen con el objetivo de encontrar sinergias y caminos conjuntos, así como también dar a conocer las novedades de cada una de las organizaciones que forman parte.

En representación de CAME Joven, participó del encuentro el director ejecutivo del sector, Juan Pablo Bazán. También se hizo presente el titular de FECOBA Joven, Enzo Espósito. Las entidades participantes de la Mesa fueron ImagineLab/Aceleradora, FIJE (Federación Interamericana de Jóvenes Emprendedores),

CAME Joven, Ministerio de Producción de la Nación, Club de Emprendedores/Ministerio de Producción de la Nación, ARGENCOM (Cámara de Exportación de Servicios del Conocimiento), Inicia/Comunidad de Emprendedores Asociación Civil, Parabolt/Aceleradora del Grupo Assa, Competencia NAVES/IAE, Sistema B, Usina de Emprendedores/Cámara Argentina de Comercio, ARCAP (Asociación Capital Privado y Fondo Semilla), Asociación Argentina de Marcas y Franquicias, UNAJE (Unión Argentina de Jóvenes Empresarios), EMPREAR/Asociación Civil de Emprendedores, Wayra/Aceleradora de Telefónica, ASEA (Asociación de Emprendedores de Argentina). Cabe destacar que el espíritu de estos encuentros es generar redes conjuntas hacia un



Mesa del Ecosistema Emprendedor reunida en la sede de la CAME.

objetivo marco que es el desarrollo del ecosistema emprendedor, potenciando esfuerzos puntualmente desde la sociedad civil. En este sentido, es importante que se mantenga fiel a lo que las organizaciones, comunidades y grupos de emprendedores proponen, de manera de que estos encuentros puedan continuarse en el tiempo.

Nueva edición del Premio Joven Empresario Argentino

El reconocimiento para emprendedores más representativo a nivel, que distingue a quienes hayan sobresalido en el desarrollo y proyección de su firma.

Llega una nueva edición del Premio Joven Empresario Argentino, el reconocimiento para emprendedores más representativo a nivel federal que organiza CAME

Joven y que tiene como objetivo destacar a aquellos jóvenes que hayan sobresalido en el desarrollo y proyección de su empresa, por incentivar la capacidad competitiva, la innovación, la creación de la riqueza y el fomento del empleo en la sociedad de la República Argentina.

Cabe destacar que desde que se lanzó el galardón, en 2009, CAME ya premió a más de 300 emprendedores.

La importancia que reviste este sector se explica en que el 55 por ciento de las Pymes nacionales es propiedad de empresarios que integran este segmento, según datos suministrados por el Ministerio de Trabajo de la Nación, alcanzando a unas 335.500 firmas. Además, dos de cada tres proyectos que nacen son fundados por menores de 40 años.

El encuentro, que contará con la presencia de jóvenes empresarios representantes de las 24 provincias del país, ya tuvo sus ediciones regionales a lo largo del 2017 y principios del 2018 y en mayo desembarca en San Luis, CABA, Tucumán y Chubut.



El Día de la Tierra nos reclama y une

I RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE I

Por Dr. Eduardo Regondi
Secretario de Responsabilidad Social
y Desarrollo Sustentable de CAME

Establecida por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), este 22 de abril se celebró nuevamente el Día Internacional de la Tierra.

En la declaración promulgada en 2009, el organismo internacional expresa que "para alcanzar un justo equilibrio entre las necesidades económicas, sociales y ambientales de las generaciones presentes y futuras, es necesario promover la armonía con la naturaleza y el planeta"

"Celebramos el Día Internacional de la Madre Tierra para recordar que el planeta y sus ecosistemas nos dan la vida y el sustento. Con este día, asumimos, además, la responsabilidad colectiva de su cuidado", puntualiza.

Se deja a la vista entonces que la ONU hace una invitación a la comunidad internacional, la sociedad civil y a las organizaciones no gubernamentales a crear conciencia sobre el cuidado de nuestro planeta, invitación que tuvo distintas respuestas en todo el planeta. El cuidado ambiental dejó de ser un tema de pocos para pasar a ser una preocupación de todos los habitantes de este mundo, como habitantes y como empresarios. El panorama mundial es preocupante; sin embargo son mayores las esperanzas.

Hay cada vez más conciencia colectiva para ver el paradigma sustentable no como algo antieconómico, sino como la norma que rige en muchos países. La producción y consumo responsable ya no son la excepción porque lo que destruye a las economías actuales es agotar recursos que no se renuevan deforestando y creando desiertos;

COMERCIAR I 24



contaminando los ríos de superficie y subterráneos, poniendo así en riesgo de escasez el agua que consumimos, la cual hace posible la producción agrícola, entre otras cuestiones. Desde CAME, a través de nuestra Secretaria de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, asumimos un compromiso genuino en pos del cuidado del planeta.

En tal sentido, alineamos todas nuestras estrategias a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) priorizando colaborar con todo aquello que ayuda a disminuir las fuentes de contaminación desde lo ambiental y las desigualdades desde lo social y gestionando proyectos consientes y responsables en cada rincón de nuestro país.

En síntesis, ratificamos desde este lugar que el Día de la Tierra nos reclama por su estado actual y nos une en el desafío de lograr un uso eficiente de todos los recursos.

CAME presente en el debate sobre la Agenda 2030

Un encuentro enfocado en visibilizar las acciones de los sectores público y privado y el sector civil para canalizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La Secretaría de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable de la CAME -representada por su coordinadora, Micaela Tommasini- participó de "Making Global Goals Local Business", evento organizado por el Pacto Global de las Naciones Unidas y la Red Argentina del Pacto Global.

El encuentro estuvo enfocado en visibilizar las acciones que se llevan adelante desde los sectores público y privado y la sociedad civil para canalizar los Diez Principios del Pacto Global y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Con la presencia de más de mil participantes durante dos jornadas de trabajo, se reunió a representantes de la ONU, del Gobierno

nacional y personalidades clave de la sociedad civil y, en este contexto, CAME pudo exponer su experiencia participando de la sesión "Cómo liberar el potencial de las Pymes en el marco de los ODS", panel que compartió con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la ONG Cibervoluntarios (España) y representantes del Programa para Ciudadanos de las Naciones Unidas con sede en Nueva York.

Durante la charla, se debatió el rol de cada una de las instituciones en torno a esta temática con el foco puesto principalmente en la importancia que tiene la empresa Pyme a la hora de llevar adelante esta agenda mundial.

Si bien existe una gran capacidad de generar empleos y aumentar la productividad local, las Pymes se encuentran con barreras a la hora de acceder al financiamiento para cambiar sus modelos de negocios, motivo por el cual es imperativo el llamado a la conformación de alianzas duraderas entre diversos actores, para dar solución a los temas que afectan no solo el presente sino el futuro del planeta.



Con la presencia de más de mil participantes durante dos jornadas de trabajo, el evento reunió a representantes de la ONU, del Gobierno nacional y personalidades clave de la sociedad civil.





La exposición del ministro Santos en la cumbre del WTTC.

CAME en la Cumbre del WTTC

I TURISMO I

La 18ª. edición reunió en Buenos Aires a los máximos referentes empresariales del sector de todo el mundo.

La 18ª Cumbre Internacional del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), organizada en Buenos Aires como primera sede latinoamericana de su historia, contó con la presencia de dirigentes y líderes ejecutivos de la hotelería, la aeronavegación, las agencias de viajes y los operadores turísticos, entre otras industrias.

En representación de la CAME, asistió el secretario de Turismo de la entidad, Gregorio

Werchow. El ministro el Turismo de la Nación, Gustavo Santos, calificó al encuentro como "el evento más importante del turismo global a nivel de los CEO de la industria".

Fundado en 1991 por un grupo de directores ejecutivos de empresas del rubro para consolidar el reconocimiento de su aporte a la economía mundial y a la creación de empleo, el WTTC es el único organismo que representa el sector privado en todas partes de la industria turística y de viajes en todo el mundo.

La organización impulsa la asociación de los sectores público y privado para obtener resultados que satisfagan tanto las necesidades económicas de las autoridades locales y regionales y de las comunidades locales como de las empresas.

Encuentro de Municipios

La CAME asistió a la inauguración del 10º Encuentro de Municipios Turísticos, organizado por la Municipalidad cordobesa de Jesús María, con la presencia de autoridades nacionales, provinciales y representantes de la Cámara de Turismo de Córdoba. Con la participación de más de 40 municipios argentinos, se presentaron los objetivos de trabajo de esta iniciativa entre los destinos turísticos del país y las acciones para fortalecer el intercambio de conocimiento y la conformación de la Red Federal de Municipios Turísticos.

La convocatoria del encuentro estuvo centrada en promover las condiciones óptimas de competitividad que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico para mejorar de la calidad de vida de los residentes y visitantes de los destinos.



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.



CRONOGRAMA 2018

JUNIO: 4/6 al 2/7
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

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



Google AdWords: una herramienta clave para posicionar una marca Pyme

TECNOLOGÍA I

Una presencia digital bien resuelta es fundamental, porque el 74 por ciento de los consumidores considera necesario que las empresas tengan un sitio web generador de confianza a la hora de hacer una compra.

Para impulsar el crecimiento de las empresas y posicionar las marcas en la web, Google dispuso, en los últimos años, una serie de herramientas que permiten lograr mayor y mejor presencia digital, teniendo en cuenta que, según un estudio de esta compañía, para el 74 por ciento de los consumidores es fundamental que las firmas tengan un sitio web que genere más confianza al momento de efectuar una compra.

Una de estas herramientas es Google AdWords, plataforma publicitaria que en la actualidad resulta la mejor forma de hacer visible un negocio en el buscador más importante del mundo.

Al buscar algo en Google, éste privilegia ciertos resultados en la búsqueda. AdWords permite llevar a cabo varias estrategias para que un sitio web alcance un número de visitas mucho más elevado, además de tener la oportunidad para darse a conocer a un público más amplio del que se tenía en mente.

Los beneficios de Google AdWords para Pymes son numerosos. Podemos decir que las campañas en este buscador son uno de los métodos más efectivos de publicidad online, ya que se obtiene un mayor retorno de inversión (ROI) por peso invertido.

El sistema de AdWords se ha ido perfeccionando a lo largo del tiempo, llegando a un nivel de segmentación -y, por lo tanto, personalización- que hace que sea una herramienta indispensable para la gran mayoría de Pymes.

Además, la campaña se puede controlar y regular en tiempo real. Y no hay barreras

Las campañas en este buscador son uno de los métodos más efectivos de publicidad online, ya que se obtiene un mayor retorno de inversión (ROI) por peso invertido.



físicas, ya que con esta herramienta es posible llegar a una gran cantidad de público que se encuentre en lugares lejanos a la ciudad de la PYME (siempre y cuando sea un público que interese a la campaña).

Beneficios destacables

Dentro de los beneficios de Google AdWords para Pymes, es posible destacar los siguientes:

- ❑ La segmentación. Esta herramienta permite segmentar los anuncios de múltiples maneras: por ciudades, por países, por días, por horas.
- ❑ Campañas personalizadas. Sea el producto o servicio que fuera, la personalización de los anuncios es fundamental. De esta forma, se evita perder dinero por obtener clics poco relevantes. Además, si Google AdWords detecta que los anuncios son poco relevantes, aplicará una penalización por lo que habrá que pagar más por cada clic y además ubicará a la PYME por debajo de los competidores. El papel de esta herramienta es conseguir visitas de calidad.
- ❑ Control total de la campaña. En AdWords, es posible ver la evolución de la campaña en el momento que se desee. Esto permite hacer los cambios convenientes en cualquier ocasión. Es posible ver las palabras clave más exitosas, los anuncios con mejores resultados.
- ❑ Posibilidad de pagar solo si los usuarios interactúan con el anuncio. Entre los beneficios de Google AdWords para Pymes, éste es el que más suele gustar a los anunciantes. La mayoría de campañas publicitarias tienen un costo fijo independientemente de su éxito o nivel de interacción. Sin embargo, con AdWords cabe la posibilidad de pagar únicamente

cuando un usuario hace clic en el anuncio. El costo por clic varía mucho dependiendo de la calidad de la palabra, el volumen de búsquedas, el número de anunciantes, etc.

El buscador más usado

Cabe destacar que Google es el buscador en Internet más utilizado en el mundo, en donde el 88 por ciento de la gente empieza a buscar un producto o un servicio. El 30 por ciento hace compras frecuentes por Internet, pero el dato más importante es que el 70 por ciento busca, compara y luego termina en un negocio físico para realizar su compra con la decisión casi tomada.

Es interesante tener en cuenta que una Pyme podría empezar con una campaña básica con un presupuesto bajo e ir incrementándolo a medida que van notando que las consultas a través de su sitio se incrementan, o inclusive que aumentan las ventas. Lo importante es tener en cuenta que no se paga por aparecer, sino por cada clic que recibe el anuncio o cada visita relevante que recibe el sitio.

Está claro que para conseguir una campaña de Google AdWords exitosa es imprescindible realizar un buen estudio preliminar de las necesidades de la empresa, analizar la web, conocer cuáles son las palabras clave más buscadas en nuestro sector, diseñar anuncios efectivos. Debe haber un trabajo estratégico previo para el que son necesarias muchas horas de dedicación si queremos que nuestra campaña sea rentable.



Los nuevos padres se apoderan de las vidrieras

VIDRIERAS |



Sale a escena el concepto actual de masculinidad, nuevos códigos que se apartan de los estereotipos.

Las propuestas de vidrieras para el Día del Padre dejaron atrás viejos estereotipos hoy en desuso y se sumaron a la reelaboración del concepto de masculinidad.

Los varones ganaron un espacio para meterse en la cocina, desarrollar su creatividad artística, disfrutar de la cotidianeidad familiar y hasta ocuparse de su cuidado estético sin culpas.

Para armar nuestra vidriera del Día del Padre debemos, en primer lugar, conocer los códigos del «papá» al cual estamos dirigiendo nuestras acciones, sin olvidar que quienes compran los regalos son la mujer y los hijos, juntos o por separado.

La vidriera tiene que comunicar en pocos segundos y en forma convincente el mundo al cual pertenece ese padre. A través de la segmentación del mercado, podemos dirigir la propuesta hacia jóvenes, adultos, adultos mayores, urbano, tiempo libre, deportes.

En segundo lugar, hay que estudiar muy bien los productos seleccionados para exhibir. Una cuestión clave es categorizarlos en premium, básicos, para promocionar, a fin de armar el



COMERCIAR | 30



recorrido visual de oferta y demanda.

Cada mundo tiene elementos que lo identifican. En cada caso, surge una serie de imágenes que se relacionan con el concepto a desarrollar.

Una propuesta aplicable a vidrieras de diversos rubros es armar el guión sobre la base del lazo entre varias generaciones. Otra posibilidad otorga protagonismo al papá capaz de adueñarse de la cocina para preparar una comida deliciosa para toda la familia.

Un papá y sus hobbies –pintura, carpintería, jardinería– son otras opciones que, además de generar atractivo entre los pequeños compradores, también sirven para exhibir un sinnúmero de productos, desde celulares hasta indumentaria, desde relojes hasta computadoras, desde cosméticos hasta instrumentos musicales.

Apenas algunos ejemplos para utilizarlos como disparadores de otras ideas.

**La vidriera tiene que
comunicar en pocos
segundos y en forma
convincente el mundo al cual
pertenece ese padre.**



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.**

»OCA
www.oca.com.ar

El modelo low cost: vuele gratis, pague solo los extras

ICAPACITACIÓN

“Queremos que los viajes en avión sean gratis”. Estas no fueron las declaraciones de algún político populista en plena campaña, sino las de Michael O’Leary, el excéntrico CEO de la aerolínea europea Ryanair, una de las más exitosas en el pujante sector de los vuelos low-cost. Estas palabras causaron un verdadero revuelo en el mercado aeronáutico. Como deben imaginarse, la razón de la propuesta no era simple altruismo sino que existía una oportunidad si se introducían cambios en el modelo de negocios aplicado hasta entonces.

Precios a la carta

En lugar de obtener el grueso de los ingresos por la venta de los pasajes -tal como ocurría tradicionalmente- el CEO de Ryanair proponía un esquema donde el precio del pasaje fuera mínimo (o gratuito) y cada pasajero abonara según los servicios extra recibidos.

En ese escenario, los aeropuertos debían compartir con las aerolíneas los ingresos que recibieran por las compras realizadas en las terminales aéreas. Incluso se planteaban nuevas fuentes de ingresos, tales como publicidad a bordo, comisiones por la reserva de hoteles y alquiler de autos, venta de artículos de free shop y hasta juego y apuestas en el mismo avión. Uno de los cambios sustanciales incluidos en la propuesta consiste en redefinir qué se considera como servicio extra para alguien que adquiere un pasaje de avión. Desde el nuevo enfoque, un servicio complementario (sujeto a cobro) es todo aquello que va más allá de la ocupación de un asiento en un vuelo.

La nueva definición incluye conceptos tan diversos como equipaje, prioridad de embar-



que, refrigerios, comida a bordo, impresión del boarding pass o el derecho a ocupar ciertas ubicaciones preferidas, como las primeras filas o las salidas de emergencia que tienen espacio extra para las piernas.

Rubros polémicos

Hasta se plantearon controvertidas propuestas, como cobrar por utilizar el baño en el vuelo, aplicar un recargo a los pasajeros excedidos de peso que ocuparan más de un asiento y hasta un nuevo modelo de asientos donde los pasajeros viajarían casi parados para ocupar menos espacio. Estas últimas propuestas, cargadas de polémica, al menos por el momento no prosperaron.

En términos generales, las aerolíneas están migrando de un sistema de precios “todo incluido”, donde la compra del pasaje da derecho a variados servicios complementarios, a un sistema “a la carta”, donde se paga en función de los servicios seleccionados por el pasajero. Aunque se trata de un proceso gradual, los reportes de ingresos demuestran que todas las aerolíneas están migrando hacia el modelo de precios “a la carta”. En el caso de las low-cost,

Aunque se trata de un proceso gradual, los reportes de ingresos demuestran que todas las aerolíneas están migrando hacia el modelo de precios «a la carta».

los servicios extra tienen un peso superior al promedio, llegando en algunos casos al 40 por ciento de la facturación total.

El modelo de negocios low cost en el mercado aéreo ha permitido reducir los precios de los pasajes. En lugar de un esquema “todo incluido”, ahora existen tarifas promocionales a precios muy convenientes, pero que requieren que el pasajero renuncie a gran cantidad de servicios y comodidades que pasan a ser consideradas como extras.

Ahorrar implica costos

Paradójicamente, ahorrar implica costos. Así es: aquellos que se vean seducidos por los bajos precios anunciados por las aerolíneas low-cost deben estar dispuestos a asumir costos adicionales (indirectos), en términos de los sacrificios que deben realizar.

Este sistema de precios a la carta permite segmentar, cobrando a cada cliente según el valor atribuido a los servicios adicionales. Así habrá tanto quienes estén dispuestos a viajar con el mínimo equipaje o comer antes de embarcar para ahorrar gastos, o bien aquellos que privilegien la comodidad y estén dispuestos a pagar por adicionales como equipaje o el servicio a bordo.

Por supuesto que la aplicación de este nuevo sistema no es neutral para los clientes (ni para las empresas). Por un lado, perjudica a aquellos que gracias a la tarifa all inclusive aprovechaban el otrora generoso máximo de equipaje permitido o que no dejaban escapar ninguna oportunidad en que una azafata ofrecía comida o alguna bebida. No obstante, beneficia a aquellos dispuestos a resignar algunas comodidades, priorizando el ahorro, para cumplir con el cometido básico del viaje: trasladarse de un lugar a otro.

Uno de los aspectos que los viajeros más preocupados por ahorrar deben resignar es la comodidad en el viaje. Las aerolíneas low-cost colocan mayor cantidad de asientos por avión que las tradicionales. Avianca, por ejemplo, coloca en promedio 150 asientos en sus Airbus



A-320, mientras que su competidor low-cost, Viva Colombia, coloca 180 asientos en el mismo modelo de aeronave.

Un aspecto crítico para lograr los ansiados ahorros en el viaje es cumplir con la estricta política de equipaje de las low-cost. Los cargos por llevar equipaje de volumen o peso superior al máximo permitido representan costos que suelen superar el importe pagado por el propio pasaje.

Los abrigo-maletas

Más allá de seleccionar muy bien qué elementos son prescindibles y así evitar los costos del exceso de equipaje, también han surgido innovadoras soluciones, especialmente para aquellos dispuestos a tolerar ciertas incomodidades a cambio de viajar a precios bajos. Un ejemplo de innovación para viajeros low-cost son los abrigo-maletas. Se trata de una prenda de vestir, tipo abrigo o chaleco, con grandes bolsillos internos que permiten cargar hasta quince kilos de equipaje en su interior. Una vez superada la instancia de control de equipaje de las aerolíneas, esta prenda puede doblarse y se transforma en una práctica maleta.



POR LIC. ARIEL BAÑOS
DOCENTE DE CAMEEDUCATIV@

Humor PYME

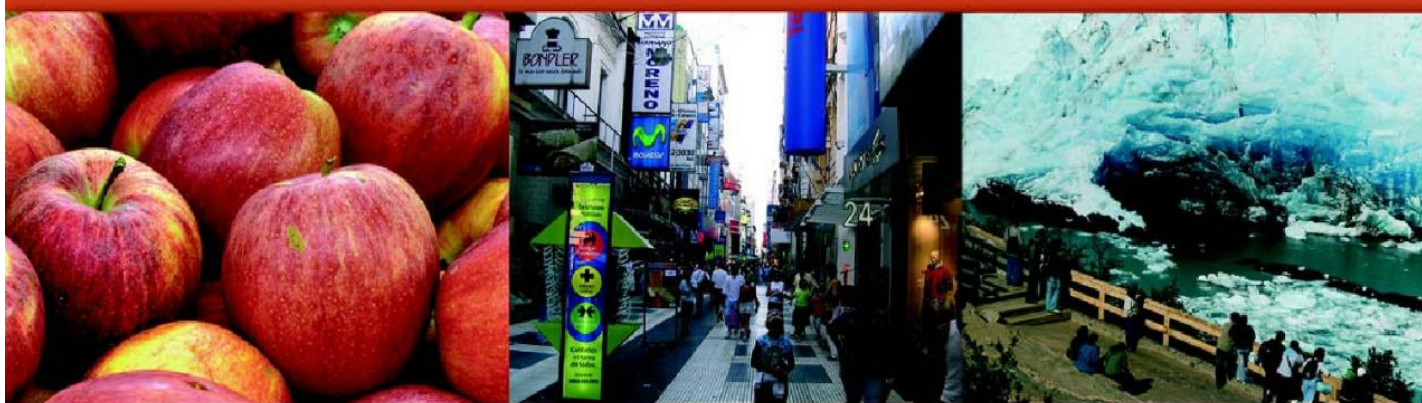


Descubra otra
ARGENTINA



CAMPO, COMERCIO & TURISMO TV

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA
PRODUCCIÓN
DE



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