

Comercial

NRO 154
FEB/MAR 2019

NOTA DESTACADA

MODERNIZACIÓN PARA SOSTENER Y CREAR PUESTOS DE TRABAJO

- >>Producción rural en Tierra del Fuego
- >>Energía renovable: cocinas solares
- >>El precio ideal, según el cliente

FRANQUEO A PAGAR


CUENTA N° 16886

CONFEDERACIÓN
ARGENTINA
DE LA MEDIANA
EMPRESA

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



SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES



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

Informate al
0800-3333-426



Instituto
Asegurador Mercantil

 /Instituto Asegurador Mercantil

 @INSTITUTO_ASEG

www.institutoasegurador.com.ar

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

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

CARTA AL LECTOR



Un tema clave para la Argentina ocupa un espacio destacado de esta edición: los cambios en la normativa laboral que desde la CAME consideramos indispensables para sostener y crear puestos de trabajo genuinos en un escenario complicado.

Estamos convencidos de que, en vez de enredarnos en discusiones que nos llevan a un pasado con muchas más frustraciones que aciertos, tenemos que avanzar hacia un futuro en el que la producción sostenible sea el gran objetivo de todos.

De ese porvenir venturoso largamente ansiado también estamos hablando en este número cuando analizamos cuestiones referidas a la lucha contra el comercio ilegal, a la presión fiscal excesiva, al día a día de los productores rurales del extremo sur patagónico, a las nuevas demandas de recursos humanos, al innegable desembarco de la tecnología en las pymes.

Todas estas problemáticas y tantas otras que abordamos dan cuenta de la diversidad de aspectos en que se asienta la actividad de las pequeñas y las medianas empresas y su aporte categórico a la economía nacional. Las tareas de una entidad como nuestra Confederación se multiplican en una realidad cada vez más compleja y nos enorgullece redoblar el compromiso de asumirlas.

Ya concluyendo el primer trimestre del año, le damos la bienvenida a esta Comercial que renueva su diagramación para mantener su vocación de siempre: ser un canal de comunicación entre la CAME y el país.

Un abrazo federal.

Gerardo Díaz Beltrán



SUMARIO

NRO **154** FEB/MAR .2019

06 INSTITUCIONAL
Sostener y crear
puestos de trabajo

12 ANÁLISIS
Empleos del futuro:
"cuellos nuevos"

14 INDUSTRIA
Balances y
perspectivas

18 ECONOMÍAS REGIONALES
Producción rural
fueguina

24 RESP. SOCIAL Y DES. SUSTENTABLE
Banco de alimentos
en San Juan

28 TECNOLOGÍA
Consejos para la
transformación digital

30 VIDRIERAS
El salto
a las redes

32 CAPACITACIÓN
Precio ideal, según el
cliente

STAFF

DIRECTOR:
Gerardo Díaz Beltrán

DIRECTOR EJECUTIVO:
Fabián Tarrío

EDITOR:
Claudio Casademont
revistacomerciar@came.org.ar

SUSCRIPCIONES:
suscripciones@came.org.ar

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

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

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

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

Comerciar 

CAME CONTRA LA ILEGALIDAD

La CAME anunció la reciente creación de su comisión denominada «CAME contra la ilegalidad», que estará a cargo del vicepresidente Regional NEA y presidente de la Cámara de Pequeñas y Medianas Empresas de Formosa (CAPYMEF), Antonio Fabián Hryniewicz.

Esta comisión tendrá por objetivo interactuar con dirigentes, funcionarios y autoridades competentes de toda la Argentina para generar, entre todos, herramientas concretas que permitan colaborar contra la ilegalidad y la informalidad que en nuestro país está tomando gran dimensión.

«Es importante destacar que, desde la CAME, creemos fundamental brindar un tratamiento federal a este tema que aqueja no solo a las pymes sino a la sociedad en su conjunto, mediante la constitución de esta comisión», señalaron sus autoridades.



Antonio Fabián Hryniewicz, dirigente formoseño a cargo de la nueva comisión.

La entidad creó una comisión dedicada exclusivamente a esta problemática, que estará encabezada por su vicepresidente Regional NEA, Antonio Fabián Hryniewicz.

Todos aquellos dirigentes que quieran participar y/o realizar consultas sobre la comisión, pueden hacerlo de manera abierta, enviando un correo electrónico a:

comisionilegalidad@came.org.ar

El último relevamiento realizado por la CAME en relación a la venta ilegal en la vía pública y en saladitas dio cuenta de que el movimiento por fuera del circuito legal supera los 120 mil millones de pesos al año.

El objetivo es interactuar con dirigentes, funcionarios y autoridades competentes de toda la Argentina para generar herramientas concretas.

Con medio millar de ciudades incluidas en el informe, se detectaron formatos tipo saladitas en casi cien localidades y manteros en el 75 por ciento de los casos. Sólo de IVA, el Estado deja de recaudar unos 25 mil millones de pesos por año.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires resultó el distrito más afectado por la informalidad, con 8.678 vendedores ilegales, 544 menos que un año atrás, una caída positiva atribuible en gran medida al trabajo conjunto que se viene realizando entre las cámaras de comercio y el Gobierno local para eliminar la venta ilegal.

COMERCIAR | Institucional

MODERNIZACIÓN PARA SOSTENER Y CREAR TRABAJO

Directivos de la CAME mantuvieron una reunión con el secretario de Trabajo de la Nación, Lucas Fernández Aparicio, con el objetivo de sostener y crear puestos de trabajo.

«La pyme naturalmente no despide, porque al tener poco personal mantiene una relación familiar y porque el costo es muy alto. Pero, en este contexto, los balances no cierran», sostuvo el presidente de la entidad, Gerardo Díaz Beltrán y pidió cambios en las jornadas laborales con reducción horaria y redistribución de tareas.

Otro de los temas planteados fue la necesidad de generar herramientas que compensen los aportes patronales por zona, reconociendo las diferencias y dificultades del interior profundo.

«Esto es fundamental si se tiene en cuenta que los acuerdos salariales se definen desde una óptica de las ciudades más desarrolladas y para una pyme del interior resulta dificultoso asumir. Hay que entender que son diferentes realidades», dijo Díaz Beltrán. Durante el encuentro en la Secretaría de Trabajo, el presidente de la CAME, Gerardo Díaz Beltrán, y el secretario

general de la entidad, José A. Bereciartúa, manifestaron a Fernández Aparicio: «Somos conscientes del esfuerzo que había que hacer para sacar el país adelante y que iba a ser un año de ajuste, pero la pyme no puede resistir mucho tiempo más».

Con tasas altas, aumento de servicios, combustible y de insumos por la actualización del tipo de cambio y un incremento de la inflación y, en consecuencia, de los costos laborales, las pequeñas y medianas empresas enfrentan un difícil momento con trece meses consecutivos de descenso de las ventas minoristas y ocho meses de la producción industrial.

VOLUNTAD DE DIÁLOGO

«Destacamos la voluntad de diálogo del gobierno que impulsa mesas de trabajo para encontrar soluciones y esperamos que este año se sancione una nueva Ley Pyme que incluya reformas tributarias y laborales», enfatizó el presidente de la CAME.

La decisión del Gobierno de modificar el programa de subsidios que se conocía como Repro, por medio del



Gerardo Díaz Beltrán y José A. Bereciartúa, presidente y secretario general de la CAME.



En una reunión de directivos de la CAME con el secretario de Trabajo de la Nación, fue planteada la necesidad de instrumentar modificaciones en la normativa laboral.

cual ANSES generaba aportes estatales a las empresas en situación de crisis para el pago de salarios, preocupó al sector.

«El Gobierno dejó muy en claro que la estabilidad macroeconómica es un objetivo innegociable en sus políticas. Para los empresarios, eso tuvo un enorme costo: caída en la actividad, pérdida de rentabilidad, descapitalización de nuestras firmas y todas las dificultades que estamos atravesando», dijo Díaz Beltrán.

«Cuando miramos hacia los meses venideros, esperamos que esta estabilidad lograda con tanto sacrificio comience a mostrar sus beneficios», agregó.

«Acompañamos la visión de generar una cultura exportadora como política de Estado para impulsar el trabajo, porque esa es la salida que necesitamos, aunque quedará condicionada a las facilidades para acceder a créditos con tasas razonables y bajar el costo argentino», concluyó el presidente de CAME.

ÚLTIMAS BUENAS NOTICIAS

El presidente de la Nación, Mauricio Macri, anunció el adelantamiento del beneficio para que las economías regionales puedan tener un alivio. “Es una herramienta para fomentar la competitividad y generar más y mejor empleo”, destacó el titular de la CAME, Gerardo Díaz Beltrán.

La Ley 27.430 de Reforma Tributaria estableció un Mínimo No Imponible (MNI) para las contribuciones patronales que se actualizaría sobre la base de las variaciones del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que indicaba que hasta el 31/12/2019 el MNI quedaba



Lucas Fernández Aparicio, secretario de Trabajo de la Nación.

establecido en \$ 4.800, pero que implica que hoy, por ajuste por inflación, sea de \$ 7.003,68.

Por eso, desde abril de 2018 CAME venía pidiendo que se aplique el MNI a \$ 12.000 que estaba previsto recién para el 2022, y que por ajuste por inflación sería actualmente de \$17.509,20. La Mesa de Enlace acompañó esta solicitud. “En CAME venimos trabajando hace muchos años para que las economías regionales y las necesidades de las diferentes regiones sean prioridad en la agenda política”, dijo Díaz Beltrán.

“En CAME venimos trabajando hace muchos años para que las economías regionales y las necesidades de las diferentes regiones sean prioridad en la agenda política”.

Tras el anuncio del Gobierno, el presidente de la CAME insistió sobre la necesidad de una nueva Ley Pyme, “que debe contemplar aspectos diferenciales acordes al sector productivo que invierte pensando en el desarrollo del país, contrario a la especulación financiera impulsada por los bancos”.

COMERCIAR I Institucional

FRENO A LA COMPETENCIA DESLEAL

Reunión en la Secretaría de Comercio Interior para solicitar medidas que beneficien al sector de artefactos para el hogar.

Autoridades de la CAME junto al presidente de la Federación Argentina del Comercio en Artefactos para el Hogar y Afines, José Alfredo Lilino, y representantes de la entidad se reunieron con el secretario de Comercio Interior de la Nación, Ignacio Werner, y con el director nacional de la cartera, Nicolás D'Odorico, para solicitar medidas que beneficien al sector ante situaciones de competencia desleal.

Fabricantes de artículos para el hogar y electrónicos realizan ventas al consumidor final por e-commerce a un precio igual o similar al de los locales.

Entre las inquietudes trazadas, se puso de manifiesto que los fabricantes de artículos para el hogar y electrónicos están realizando ventas al consumidor final a través del e-commerce a un precio igual o levemente superior al que venden los comercios minoristas, generando una clara desigualdad



comercial y perjudicando su rentabilidad que ya viene debilitada por la actual coyuntura.

Ante esto, se solicitó que se pongan en marcha medidas que regulen la situación a fines de salvaguardar el trabajo y el nivel de venta. En este sentido, Werner se comprometió a reunir a las partes involucradas para arribar a soluciones que den respuesta a la problemática planteada.

La Federación Argentina del Comercio en Artefactos para el Hogar y Afines cuenta con 2.200 comercios adheridos que emplean a más de 12 mil trabajadores.

Puerta a puerta

La CAME planteó al ministro de Producción y Trabajo de la Nación, Dante Sica, su preocupación por los cambios en el sistema puerta a puerta para compras por Internet que ampliarían el monto libre de pago de tributos, «una medida que va en detrimento del impulso del consumo interno y el fortalecimiento del comercio y la industria nacional».

SUBA DE TASAS NO AFECTARÁ A LAS PYMES

Tras el reclamo de la CAME, la AFIP hizo un anuncio que brinda alivio al entramado productivo del sector.

Tal como lo había asegurado el titular de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), Leandro Cuccioli, al presidente de la CAME, Gerardo Díaz Beltrán, desde el ente recaudador establecieron que el aumento de las tasas para los planes de financiamiento no afectará a las pymes.

En este sentido, se dispuso que dicha tasa en marzo estará incluso por debajo del 3 por ciento mensual. Se trata de una noticia alentadora, que brinda alivio impositivo al entramado productivo pyme en un contexto recesivo.

Cabe destacar que la decisión se da luego que desde CAME se planteara la preocupación por el posible impacto negativo que un aumento de tasas genera en el sector.

La CAME había enviado una carta al ministro de Hacienda, Nicolás Dujovne, expresando su profunda preocupación ante la Resolución 50/2019, publicada el 7 de febrero en el Boletín Oficial, que estableció el incremento en las tasas de intereses resarcitorios y punitivos que, desde el 1° de abril, alcanzarán mensualmente la suma equivalente a 1,2 y 1,5 veces, respectivamente, la tasa

nominal anual del canal electrónico para depósitos a plazo fijo en pesos a 180 días del Banco de la Nación Argentina.

EMPRESAS ASFIXIADAS

Desde la Confederación se consideró que, en un contexto recesivo en el que la actividad acumula más de un año con descenso de ventas y aumento de costos y servicios, esta actualización de montos por incumplimiento fiscal generaría la posibilidad de que el propio Estado llevara al cierre de pequeñas y medianas empresas asfixiadas por la actual situación económica, mientras que arrastraría a otras tantas a la morosidad o, lo que sería mucho más grave, a la informalidad como único camino posible para subsistir.

La CAME había enviado una carta al ministro de Hacienda, Nicolás Dujovne, expresando su profunda preocupación ante la Resolución publicada.



El encuentro del titular de la AFIP, Leandro Cuccioli, con la CAME.

VISITA ANUAL A ESPAÑA

La novena gira de la CAME por los centros comerciales abiertos de ese país.

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

Visitarán Madrid, Bilbao, Vitoria, San Sebastián, Santander, Gijón, Oviedo y Villaviciosa.

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

Esta experiencia está dirigida principalmente a intendentes locales, funcionarios provinciales y municipales y dirigentes empresarios. La fecha estimada de salida es el 5 de mayo, con regreso pautado para el 17. Las plazas disponibles son limitadas. Contacto: lorsi@came.org.ar

LA RECUPERACIÓN DE OSDEPYM

Agradecimiento por el acompañamiento en el proceso de crecimiento y fortalecimiento institucional.

En un texto con sus firmas, los 563 empleados de OSDEPYM saludaron a sus casi 400.000 afiliados y a su amplia red de prestadores y agradecieron «el acompañamiento recibido en este proceso de crecimiento y fortalecimiento institucional a lo largo de todo el territorio nacional».

Entre otros puntos, destacaron además que «la actual gestión tiene como

La actual gestión tiene como objetivo duplicar la cantidad de afiliados.

objetivo duplicar la cantidad de afiliados en los próximos años, mediante el fortalecimiento de los planes propios, como así también renovando y ampliando las alianzas con las empresas de medicina prepaga, siendo la CAME la aliada estratégica para brindarle a las pymes y a sus familias una cobertura de salud de calidad».

La CAME celebra y comparte el orgullo de los empleados de OSDEPYM por el fuerte, comprometido y ético trabajo que se está realizando para la recuperación de la Obra Social de las Pymes y sus familias.

pilar

LA BASE DE TUS NEGOCIOS

Con el respaldo de



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

PRELANZAMIENTO ENTIDADES

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



Acompañamos a las pymes a competir en la nueva economía.

COMERCIAR | Análisis

EMPLEOS DEL FUTURO: LOS «CUELLOS NUEVOS»

La cuestión del trabajo viene siendo un punto ineludible en cada Foro Económico Mundial que se celebra en Davos, Suiza, tal como ocurrió en su convocatoria del mes pasado.

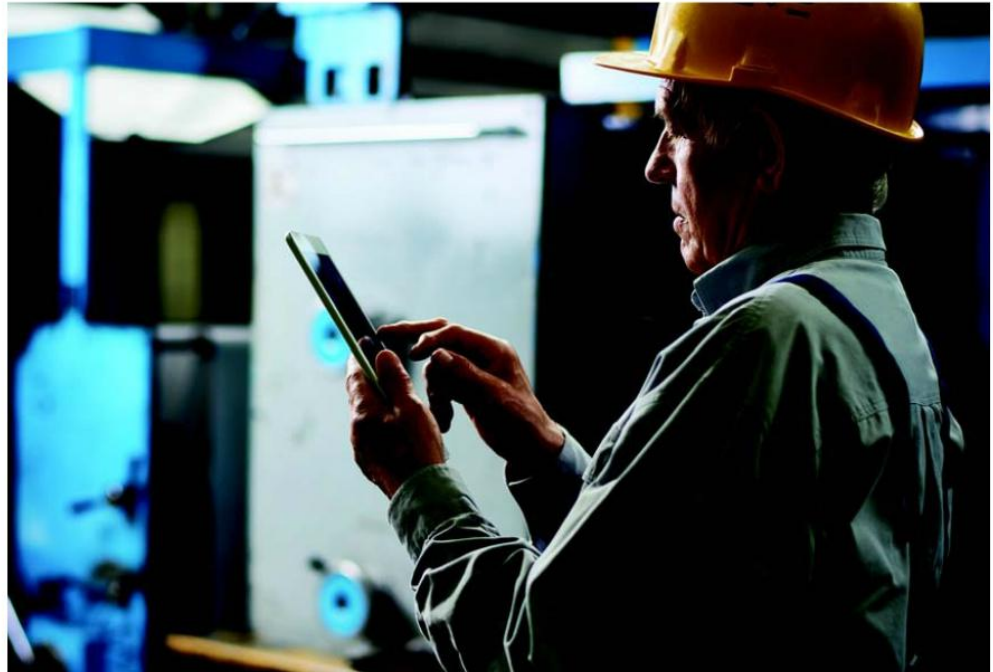
En 2018, más de 500 empresas se encolumnaron detrás de una propuesta oficializada allí, que busca capacitar a un millón de personas antes de 2021 para que resulten "empleables" en una economía digital cada vez más presente.

"Cuando digo que hay una crisis de habilidades, es porque creo realmente que el ciento por ciento de los trabajos cambiarán. Si miramos los trabajos creados en los Estados Unidos en los

últimos diez años, dos tercios son digitales", planteó Ginnie Rometty, CEO de IBM y una de las voceras de esta iniciativa.

Al relatar los resultados que este grupo ya está logrando, la ejecutiva contó que por un lado las compañías están invirtiendo en el "re-skilling" (reconversión de habilidades) de las personas y por el otro toman aprendices para que se inserten en sus compañías, incluyendo a jóvenes que no hicieron carreras típicas de la economía digital.

En este contexto, habló de los trabajadores de "cuello nuevo", que diferencia de los profesionales de "cuello blanco" o los obreros de "cuello azul".



Entre el pasado y el futuro, la reconversión de los puestos de trabajo genera incertidumbre.

Ni «cuellos azules» ni «cuellos blancos». En el Foro Económico Mundial se pronosticó un mañana con buenas remuneraciones para puestos que van a requerir habilidades específicas no tradicionales.

“Las compañías que siempre están tratando de contratar a los graduados de las mejores universidades. Hay que cambiar el paradigma de contratación en las tecnológicas también e incorporar a toda esa parte de la población que siente que la dejaron atrás”, expresó.

En la misma línea se pronunció Bill McDermott, CEO de la multinacional de origen alemán SAP, al contar los resultados de una encuesta que abarcó a 12.000 personas en todo el mundo. “Los consultamos acerca de la cuarta

«Nosotros sabemos que la tecnología es el motor detrás del crecimiento y la innovación, pero no todo el mundo lo sabe».

Revolución Industrial y encontramos un pesimismo extendido. Una gran parte de la población anticipa que el impacto de la tecnología en su vida diaria será negativo”, destacó.

“Nosotros sabemos que es el motor detrás del crecimiento y la innovación, pero no todo el mundo lo sabe. Si para tantas personas hay una preocupación de perder su trabajo ante un robot, estarán más preocupados si la única salida es a través de aprender habilidades digitales”, señaló.

TODOS LOS CUELLOS

«Cuello azul» (blue collar) refiere a ejecutantes de tareas manuales y a obreros. Surge del color del mameluco que suelen usar.

En tanto, el término «cuellos blancos» (white collar) engloba a dirigentes y otros cuadros superiores administrativos y técnicos, vestidos de camisa blanca y corbata.

Un trabajador de «cuello nuevo» (new collar) es quien cuenta con las habilidades técnicas para ocupar un puesto en la industria de la tecnología contemporánea, a través de caminos educativos no tradicionales.

También existe la expresión «cuello verde» (green collar worker) que alude a un trabajador dedicado a los sectores de la economía sostenible.

75 MILLONES MENOS, 133 MILLONES MÁS

La nueva edición del informe del Foro Económico Mundial intentó ser positiva: desaparecerán 75 millones de empleos pero, para compensar, surgirán otros 133 millones de nuevos roles.

El informe «El futuro de los trabajos 2018» estima que 42 habilidades que hasta ahora eran cruciales para el trabajo desaparecerán en los próximos cuatro o cinco años.

COMERCIAR I Industria

BALANCES Y PERSPECTIVAS EN LA INDUSTRIA

Empresas socias de la Cámara Argentina de la Máquina Herramientas y Tecnologías para la producción (CARMAHE) han expresado que el 2018 fue un año difícil, fundamentalmente para las pymes, con bajos rendimientos y poca actividad dentro del mercado interno e internacional. Se ha estimado que el sector industrial cayó un 25 por ciento en total según la comparación interanual.

A pesar del complicado cierre de año, los industriales tiene expectativas para este 2019, confiando en que la economía se podrá reactivar.

Jorge Götttert, presidente de CARMAHE, destacó: «El año 2018 se caracterizó por un primer semestre con actividad en crecimiento, que hasta el comienzo de abril mostraba buenas perspectivas. Al finalizar el semestre las dudas ya eran muchas y los proyectos de inversión se frenaron en gran medida».

SIN CRÉDITO Y CON CARGA IMPOSITIVA

Según el dirigente, para la producción, la caída del sector se debió principalmente «a la falta de perspectivas alentadoras sobre la evolución futura de la economía, la inexistencia de crédito, la fuerte carga impositiva a las empresas y un freno general en el consumo, que generó grandes capa-



De un año complicado, con bajo rendimiento y una caída de la actividad del 25 por ciento, hacia un 2019 con esperanzas de reactivación.

ciudades ociosas en las cadenas de producción.»

A pesar del complicado cierre de año, los industriales tienen expectativas para este 2019, confiando en que la economía se podrá reactivar y, de su mano, se reactive la capacidad de trabajo del sector industrial.

Varias empresas socias de CARMAHE consideran que la actividad mejorará a partir del segundo trimestre. Al respecto, sostienen que esperan los indicadores de marzo, los cuales deberán ser una clara muestra de un momento bisagra para revertir la situación en la cual concluyó el año pasado.

Además se aguarda que se clarifiquen los factores económicos y políticos para las inversiones, siendo éste un factor esencial para la reactivación industrial.

OPTIMISMO PARA LA SEGUNDA MITAD

Con estas consideraciones, el sector se muestra optimista para la segunda mitad del 2019, con la esperanza de volver a recuperar los niveles de trabajo de comienzos del 2018.

Göttert, por su parte, sostiene que en este inicio de año se nota una incipiente inversión del ciclo de caída y considera que quizás estemos en un piso del cual se puede comenzar a crecer nuevamente.

Los socios manifiestan que hay algunas actividades productivas que muestran un incipiente repunte, que aún deberá confirmarse, sobre todo en determinados rubros vinculados a la exportación y a la evolución del mercado de Brasil, que tiene un gran impacto en nuestra industria.

EL CUIDADO DEL CLIENTE

Como estrategias para el arranque de 2019, los industriales del sector reunidos en CARMAHE remarcan la importancia de concentrar esfuerzos en cuidar la atención al cliente, mientras se espera el incremento real de los niveles de rentabilidad. Entre las expectativas de esta reactivación económica e industrial en 2019, los socios de CARMAHE apuntan a la necesidad de lograr la flexibilización de créditos para la inversión productiva.

Hay algunas actividades productivas que muestran un incipiente repunte, que aún deberá confirmarse, sobre todo en las vinculadas a la exportación.

También mencionan que la industria «necesita equiparse con última tecnología para ser competitiva», tanto en abastecer el mercado local como en las posibilidades de colocar manufactura industrial argentina en el mundo, a través de alianzas estratégicas para las cuales las empresas nacionales están muy bien preparadas en recursos profesionales.

Como una expresión de todo lo anteriormente mencionado y apostando a la reactivación del sector, CARMAHE ya cuenta con un 50 por ciento de los espacios reservados para FIMAQ 2020, en Tecnópolis.

COMERCIAR | Parques Industriales

PARQUES ECO-SUSTENTABLES

Una tendencia que nació hace casi medio siglo en Dinamarca, hoy gana espacio en el mundo y en la que la FAPI está acompañando a sus asociados.

Tanto en la Argentina como en la mayor parte del mundo, se están encarando diversas acciones tendientes a incorporar temáticas referidas a la sostenibilidad ambiental a los parques industriales. Así nacen los parques sustentables o eco-parques.

Países como España, Italia, México y Colombia, entre otros, han iniciado trabajos para alinearlos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y para que los parques industriales sean actores importantes en el cuidado del medio ambiente.

En la Argentina se está trabajando tanto en la construcción de nuevos parques industriales con esos criterios como en adecuar los existentes.

El primer proyecto piloto se desarrolló en Kalundborg, Dinamarca, en 1970. En la Argentina también se está trabajando en ese sentido, tanto en cuanto a construir nuevos parques industriales con esos criterios como en adecuar los existentes. En ese contexto, la FAPI

se encuentra analizando diversas posibilidades para acompañar a sus parques asociados.

Economía circular, construcción con criterios de eficiencia energética, utilización de energías alternativas, emisiones al aire, tratamiento de aguas y efluentes, descargas en fuentes hídricas, usos del suelo, reducción de niveles de ruido, disminución en la cantidad de residuos y el deterioro ambiental en general son conceptos que llevan a adoptar estrategias para asegurar el desenvolvimiento industrial resguardando los recursos de las generaciones futuras y promoviendo el desarrollo sostenible.

Al respecto, la FAPI trabaja en conjunto con instituciones como el INTI y el Consejo Regional de Educación (RCE) de las Naciones Unidas. En equipo con esta última institución, ha elaborado un programa para aplicar en parques industriales existentes y a crearse.

El objetivo es acompañar estos procesos generando, por ejemplo, simbiosis industrial para reducir costos de materia prima al utilizar subproductos de otras empresas, entre otros puntos. Más información: fapi@came.org.ar



Diplomaturas 2019

Inicio en abril,
finaliza en noviembre

modalidad
100% distancia
actividad
arancelada

**DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE
RECURSOS HUMANOS PARA PYMES**

**DIPLOMATURA EN
HABILIDADES GERENCIALES**

**DIPLOMATURA EN COMPETENCIAS Y
HABILIDADES DIGITALES**

**DIPLOMATURA PARA
EMPREENDEDORES
-TU MAPA DE RUTA-**

**DIPLOMATURA EN DESARROLLO
INTEGRAL DE FRANQUICIAS**

CUPOS LIMITADOS
importantes beneficios para
inscripciones tempranas

Más información en
www.came-educativa.com.ar



Confederación Argentina de la Mediana Empresa



COMERCIAR | Economías Regionales

GANADERÍA FUEGUINA Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO



Las dos actividades pioneras de Tierra del Fuego han sido la forestal y la ganadera, esta última desarrollada principalmente en la zona norte, en cercanías de Río Grande. A partir de finales del siglo XIX, se introdujeron los primeros ovinos de la raza corriedale (carne y lana) y, en menor escala, bovinos y equinos criollos. A principios del siglo XX, había 1,3 millones de ovinos, 11 mil bovinos y 10 mil equinos.

La cría de ganado ovino y bovino ocupa hoy unas 900.000 hectáreas, distribuida en poco más de 50 establecimientos agropecuarios, situados en la zona norte, de estepa, y la región central (zona de transición el ecotono) y sur-este (ecotono).

Históricamente, el territorio fueguino ha

Hay unos 285.000 ovinos, con precios de carne y lana excepcionales, pero sin capacidad de reactivar la producción en volúmenes importantes.

sido conocido por la calidad de sus corderos, con carne de sabor suave. Las estancias (1000 a 50.000 hectáreas) tienen un sistema extensivo de producción con rotación de pastizales naturales, llamado «veranada-invernada».

EL PERRO ASILVESTRADO

Hace unos 30 años, el perro comenzó a formar parte de este paisaje. Hoy se encuentra en un estado asilvestrado, producto del desmanejo en los centros urbanos. Se ha convertido en una de las limitantes más importantes para el desarrollo y futuro de la actividad pecuaria en la provincia.

Por causa del perro asilvestrado -entre otras razones- el sector ganadero hace unos años comenzó a reconvertir su producción del ovino al bovino, modificando su estructura productiva y social. La zona sur de ecotono y centro está destinada en un 90 por ciento a la producción bovina y la producción ovina se encuentra delimitada del río Grande hacia el norte. En el sur de la provincia han quedado solo los corrales y galpones de esquila. Lamentablemente hoy las existencias ovinas rondan las 285.000 cabezas, con precios de carne y lana excepcionales en los mercados domésticos e internacionales, pero sin la capacidad propia de reactivar la producción en volúmenes suficientemente importantes.

A pesar de esta problemática, es importante destacar el mejoramiento genético ovino que se lleva adelante no solo de la raza corriedale y otros

Fernando Gliubich, presidente de la Asociación Rural de Tierra del Fuego, analiza el pasado, el presente y el futuro de ese sector productivo en la provincia más austral del país.

cruzamientos, sino también de la dohne merino, logrando una excelente calidad de lana fueguina.

La producción bovina, sin embargo, ha incrementado de manera exponencial su stock, con un total aproximado de 60.000 cabezas y un trabajo de mejoramiento genético ininterrumpido desde 1960, con la introducción de los primeros animales de puro pedigree de la raza Hereford. Esta raza representa el 99 por ciento del rodeo.

SOBRE LOS PASTIZALES

El incremento de hieracium pilosella, especie altamente invasiva, constituye otro importante limitante para el desarrollo de la ganadería fueguina. Esta especie avanza rápidamente sobre los pastizales naturales, generando áreas improductivas. La solución para contraatacar este efecto negativo implica necesariamente una tarea de todos los productores, fumigar en forma ordenada y conjunta y, por último, salir de la condición de establecimiento orgánico, lo cual podría causar pérdidas económicas y futuros mercados.

Otro problema es el castor, especie exótica invasora introducida en 1946, con un fuerte impacto negativo sobre los bosques nativos, y el guanaco, competencia frente a la producción ganadera en cuanto a recursos forrajeros y agua.

CAMBIO CLIMÁTICO

La intensidad de los vientos y el paulatino incremento en la temperatura promedio en la región provocan una

señal de alerta. El INTA, CADIC-CONICET, universidades y otros organismos e instituciones público-privadas deben continuar estudiando en conjunto estos fenómenos.

Cabe destacar que el estatus sanitario como zona libre de brucelosis y tuberculosis bovina representa una herramienta estratégica para el desarrollo de la provincia y ofrece la posibilidad de ingresar a aquellos nichos de mercado con producciones orgánicas, criadas a campo con pasturas naturales.

En este sentido, tenemos la responsabilidad de resolver las limitantes productivas mencionadas y seguir trabajando en pos de la genética, la producción de forraje, la intensificación de sistemas de producción de carne, la conectividad digital rural, las rutas, las escuelas rurales.

Si deseamos desarrollar el sector y, en definitiva, la provincia, el desafío es mirar nuestros recursos naturales y el agregado de valor que podemos generar. Allí parece estar la clave de un futuro promisorio para todos los fueguinos.



NÚMEROS CONCRETOS DEL 2018

Como todos los años, el Departamento de Financiamiento y Competitividad de la CAME, que trabaja directamente con la Secretaría General de la entidad, hace un balance de la gestión y comparte un resumen abreviado en números.

«Para obtener todos estos logros, fue muy importante el acompañamiento de nuestras entidades adheridas, que trabajan de forma conjunta con el Departamento», señalaron sus responsables.

En ese marco, las convocó a continuar tomando contacto con el área y «seguir confiando sus proyectos de inversión y nuevos emprendimientos, para que juntos los viabilicemos y potenciemos».

GESTIÓN DE PROYECTOS

- Trabajamos en forma conjunta con más de 70 entidades de la Red CAME
- Recibimos 2.200 consultas
- Gestionamos 587 proyectos de inversión de emprendedores y pymes asesorados por el equipo técnico.
- Se ejecutó financiamiento acreditado por gestión del Departamento por un monto total de casi 43.500.000 pesos.

El resumen de la actividad intensa desarrollada por el Departamento de Financiamiento y Competitividad junto a las entidades adheridas para impulsar proyectos de inversión y nuevos emprendimientos.

CAME INCUBA

- 80 mentores y más de 250 emprendedores en la sede CABA de la Red de Mentores
- Semifinalistas del Concurso Emprendedor del Año
- Más de 450 participantes en los eventos organizados junto al Ministerio de Producción y Trabajo: Mentor Day y Crédito Fiscal para Capacitación
- Trabajo en red con otras secretarías y otros sectores de CAME.
- Fueron organizadas seis videoconferencias sobre Mentoring en financiamiento para entidades en las que participaron 149 representantes de entidades de todo el país.

POTENCIANDO NEGOCIOS

- La segunda edición de «Potenciando negocios de todo el país» fue realizada en diciembre, con más de 200 participantes. El evento contó con auspiciantes institucionales y económicos entre los que se encontraban organismos públicos y privados, bancos y SGR.

CONTACTO:

CAME Incuba
(emprendedores de hasta dos años):
incubadora@came.org.ar
Área MiPymes (empresas con más de dos años de antigüedad):
financiamiento@came.org.ar

JÓVENES EMPRESARIOS CORDOBESES



Los jóvenes empresarios de Córdoba avanzan con la planificación de actividades junto a la Subsecretaría PYME de la provincia. La mesa coordinadora de JEFE se reunió con Tomás Grunhaut, subsecretario PyMe local, para delinear acciones y llevar adelante un trabajo conjunto a fin de potenciar el sector emprendedor cordobés.

Las agendas provinciales de los empresarios nucleados en CAME Joven se mantienen activas en todo el país y abordan diversos temas de interés local y nacional.

REUNIÓN EN NEUQUÉN



El presidente de la CICPROTUR (Cámara de Industria, Comercio, Producción y Turismo de Centenario) y secretario de la Región Patagonia Norte de CAME Joven, Diego Gabriel Gallardo, se reunió en la U9 con jóvenes emprendedoras de la provincia para articular sobre distintas temáticas e iniciativas.

COMERCIAI | Mujeres Empresarias

REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN

Con la participación de la Comisión Directiva y vicepresidentas regionales de Mujeres CAME, se llevó a cabo la primera reunión de trabajo y planificación del año, que Beatriz Tourn, presidenta del sector, inició con palabras de bienvenida. «Es un espacio de construcción permanente, en el que

El orden del día incluyó la optimización de la comunicación interna, la difusión de la agenda de actividades y la planificación del Día de la Mujer.



Encuentro de trabajo y capacitación en la sede de la CAME.

todas podemos realizar aportes y enriquecer las ideas», apuntó. También se realizó una capacitación sobre entrenamiento en competencias comunicacionales, «Principios de oratoria», a cargo de la magister Corina Verminetti.

CON LA SECRETARÍA DE TRABAJO

Mujeres Empresarias de la CAME mantuvo una reunión de trabajo con la directora de Protección e Igualdad Laboral, Cecilia Garau, y la coordinadora de Equidad de Género, Diversidad Sexual e Igualdad de Oportunidades en el Mundo Laboral, Cristina Antúnez, ambas de la Secretaría de Gobierno de Trabajo y Empleo de la Nación. Se planteó la posibilidad de un convenio para implementar el Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos en las provincias en articulación con las



Funcionarias y dirigentes en la Confederación.

entidades y las áreas oficiales de Trabajo locales.

AGENDA PARA RÍO GRANDE

En el marco de la visita del Centro de Desarrollo Económico de la Mujer -dependiente del Ministerio de la Producción de la Nación- a Tierra del Fuego, Marilina Henninger, vicepresidente Regional Patagonia Sur del sector y vicepresidenta 2ª CCIP Río Grande, se reunió con la responsable del CEDEM, Helena Estrada, para establecer una posible agenda de actividades en esa ciudad.



Marilina Henninger y Helena Estrada.

ACCIONES SOLIDARIAS



Mujeres de la Federación Económica de Chaco -a través de la Cámara de Mujeres Empresarias de la provincia- realizaron donaciones para los inundados de Resistencia. Participaron Beatriz Tourn, presidente CAMECH, y Evangelina Arguello, a cargo del sector de RSE de la misma entidad.

EMPRESARIA DEL AÑO



El afiche de la convocatoria.

Mujeres Empresarias de la CAME anuncia que se encuentra abierta la inscripción para la distinción Mujer Empresaria 2018, cuyo objetivo es la motivación de la mujer en el mundo empresarial, reconociendo su trayectoria y proyectos que incentiven la actividad de las pequeñas y medianas empresas.

BANCO DE ALIMENTOS EN SAN JUAN

La CAME firmó –en mayo pasado– un convenio de cooperación junto a la Red Argentina de Bancos de Alimentos (REDBdA) para potenciar el trabajo en conjunto entre las pymes y los Bancos de Alimentos (BdA) locales, que contribuyen a reducir el hambre, mejorar la nutrición y evitar el desperdicio de alimentos.

En el marco de esta acción, la Secretaría de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable de la entidad y representantes de la REDBdA –como Miguel Ángel Siufi, tesorero de la Red y presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Santiago del Estero– realizaron una serie de actividades como visitas a bancos, campañas de difusión y reuniones de trabajo con dirigentes gremiales empresarios.

La Cámara de Comercio e Industria sanjuanina participa de esta fase junto al Rotary Club, la Federación Gaucha y un grupo de voluntarios.

El propósito de esta agenda fue aunar esfuerzos e impulsar la creación de BdA en zonas donde no los hubiera, así como también fortalecer la presencia de los ya existentes.

A partir de este trabajo y luego del interés en el tema presentado por el presidente de la Cámara de Comercio de San Juan, Hermes Rodríguez, los

Quedó consolidada la iniciativa impulsada por la Cámara de Comercio e Industria provincial.



Representantes de la Cámara sanjuanina y de la REDBdA.

representantes de REDBdA viajaron en reiteradas ocasiones a la provincia para reunirse con el grupo promotor de la creación de un BdA, conocer a posibles donantes y organizaciones beneficiarias y concretar una audiencia con el gobernador Sergio Uñac por este tema.

Tras meses de trabajo y gran compromiso, se formalizó la Iniciativa Banco de Alimentos San Juan, adherida a la REDBdA, primera etapa para su creación formal.

La Cámara sanjuanina es una de las entidades que participa de esta fase junto al Rotary Club y la Federación Gaucha locales y un grupo de voluntarios liderado por Nazarena Pujadas y Alejandra Matta.

La iniciativa ya cuenta con un depósito ubicado en el predio de la Feria y Mercado de Abasto Municipal, cedido por el intendente del Departamento Capital, Franco Aranda. Desde allí ya se realizaron varias entregas de donaciones de alimentos aptos para el consumo.



Carolina Truchero en un taller de concientización.

«Concebimos Eco-iD como un estudio de diseño y desarrollo de productos innovadores abastecidos por energías renovables. Pero nos dimos cuenta de que el mercado no estaba informado», cuenta la diseñadora industrial Carolina Truchero.

El paso siguiente fue, entonces, encarar acciones de educación ambiental - charlas y talleres en todo el país- a la par de avanzar con productos propios y para terceros que resuelven problemáticas energéticas a pequeña y gran escala, en entornos rurales y urbanos. La lista incluye un sistema de iluminación solar híbrido con leds/ lumiducto (Premio Capital Semilla 2010/2011), una heladera solar por absorción para el INTA y la Universidad Nacional de General Sarmiento (Premio Innovar 2013/2014), una cocina solar parabólica portátil y desarmable (Premio Proesus 2016), una estación solar de carga para celulares multi-lockers, entre otras propuestas innovadoras.

«Hemos tenido que afrontar un sinfín de adversidades y desarrollar una grandiosa capacidad de adaptación en estos años. Pero siempre logramos rediseñarnos a nosotros mismos, convirtiendo cada crisis en una oportunidad», señala.

La cocina solar, por ejemplo, está contribuyendo a generar pequeños micro-emprendimientos productivos locales («empleo verde») en comu-

ENERGÍA RENOVABLE

Eco-iD -participante del concurso «Poné tu energía para cuidar el ambiente» de CAME- ofrece, entre otros productos, cocinas solares con materiales reciclados y generadores portátiles.



CocinAR, cocina solar parabólica y portátil.

nidades rurales en las que el acceso a la energía es complicado. La iniciativa también llega de la mano de la alimentación saludable, la reducción de desperdicios, el aprovechamiento de materiales.

«Hay cada vez más conciencia sobre estas cuestiones. Pero aún queda mucho trabajo por hacer. Y en eso estamos», concluye.

PURO BENEFICIO

Entre otros impactos favorables, la implementación de cocinas solares evita enfermedades por quemaduras y el consumo de alimentos y aguas contaminadas, así como la inhalación de humo en la cocción doméstica de alimentos. Es una opción que no requiere el esfuerzo de recolección de leña que suele recaer sobre mujeres y niños y combate la tala masiva de árboles.

COMERCIAR | Secretaría Corporativa

RELEVAMIENTO NACIONAL



Diego Navarro, vicepresidente de TEIPESA.

Comenzaron las reuniones presenciales de la segunda etapa de la investigación sobre servicios financieros, transaccionales y de pagos para pymes.

Tecnología e Información para Empresas S.A. (TEIPESA) comenzó las reuniones presenciales de la segunda etapa del Relevamiento Nacional sobre servicios financieros, transaccionales y de pagos para pymes. Este proceso complementará la encuesta nacional donde participaron más de 400 pymes de todo el país.

El primer encuentro se realizó en la Cámara de Comercio, Industria y Producción (CCIP) de la ciudad de Río Grande, Tierra del Fuego. La reunión fue encabezada por Diego Navarro, vicepresidente de TEIPESA.

El objetivo fue conocer la situación de las pymes locales y anticiparles los servicios digitales que están siendo desarrollados.

A la convocatoria asistieron dirigentes y empresarios de Río Grande, Ushuaia y Tolhuin. El objetivo fue conocer la situación de las pymes locales y anticiparles los servicios digitales que

están siendo desarrollados.

Allí, se expuso el resultado de la investigación de los desafíos y oportunidades que plantea la tecnología y se relevó información respecto a los programas transaccionales y financieros que funcionan en la región.

En la agenda de las siguientes reuniones fueron incluidas la Zona Norte del Gran Buenos Aires, Resistencia, Mendoza y Posadas, de acuerdo al carácter federal de la iniciativa.

OBJETIVOS DE TEIPESA

Desde su web, TEIPESA señala que en los últimos años hemos presenciado cómo las formas de comprar, vender, viajar, gestionar, educar, relacionarse han cambiado.

«La velocidad de transformación es cada vez mayor, cuestión por la que nuestra misión es preparar a las pymes para desarrollarse y crecer en un contexto cada vez más competitivo», apuntan sus responsables, que subrayan que cuentan con el respaldo de la CAME para lograr esos objetivos.



BUEN USO DE LAS ALARMAS

Recomendaciones de la Cámara Argentina de Seguridad para sumar efectividad al servicio, que abarcan desde operar correctamente los botones de emergencia hasta dejar a las mascotas en el lugar adecuado.

La Cámara Argentina de Seguridad Electrónica -asociada a la CAME- difundió un material de divulgación sobre el buen uso de los sistemas de alarmas, que resulta de interés para las pymes y sus familias.

Entre otras cuestiones, la entidad plantea la importancia de operar correctamente los botones de emergencia y apunta al respecto que, para comunicarse con el proveedor del servicio de monitoreo hay que utilizar los canales de contacto para los clientes. Asimismo, subraya que el botón de pánico no tiene que estar al alcance de los chicos y que todos los habitantes del domicilio deben conocer el uso correcto del equipo.

Además, recuerda que hay que utilizar siempre el acceso definido en la configuración de las alarmas, para tener el tiempo suficiente para activar/desactivar el sistema antes de salir/entrar del/al domicilio.

Otras recomendaciones son asegurarse de programar el modo presente si hay personas en el domicilio o de activar el modo ausente si no hay nadie y recordar que, en caso de tener que re-

gresar, hay que esperar que el sistema complete el proceso de activación y luego ingresar de la manera habitual, desactivándolo.

El listado incluye avisar al proveedor si se van a realizar pruebas del sistema o modificaciones, así como dejar las ventanas cerradas y las persianas bajas. También es preciso dejar a las mascotas en un ambiente sin sensor de movimiento.

Hay que avisar al proveedor si se van a realizar pruebas del sistema o modificaciones en los equipos y dejar las ventanas cerradas y las persianas bajas.

“Como cliente, podés aportar a la efectividad del servicio de alarmas ayudando a evitar falsos eventos. Utilizá el servicio responsablemente, así el proveedor y las fuerzas de seguridad estarán disponibles para asistir adecuadamente en caso de alarmas reales”, señala la Cámara en su material de difusión.

CINCO CONSEJOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Los expertos señalan que, en el camino hacia la digitalización, hay que avanzar dando pasos cuidadosos pero atreviéndose a incorporarla a los procesos del negocio para aumentar el rendimiento de la empresa.

El nivel de inserción digital, las formas de consumo online, las principales demandas de los usuarios y el papel activo de las redes sociales marcan hoy el ritmo de la pyme.

En ese escenario, cinco consejos que toda pequeña empresa debería tener en cuenta:

Ocho de cada diez internautas utilizan con frecuencia redes sociales, pero menos de la mitad de las pequeñas y medianas empresas cuenta con perfiles activos en ellas.

VENTAJAS DEL FORMATO MÚLTIPLE

-Mejor experiencia de usuario.

La adaptación de la web de la pyme a todos los dispositivos repercute en la opinión de los usuarios y el uso que le darán. Además, mejora tanto la imagen de marca como el tiempo de permanencia en la web.

-Bajan los costos. Al usar la misma plantilla para todas las plataformas, se reduce la inversión en mantenimiento y desarrollo, ya que un sólo cambio repercute en todas las versiones.

-Aumenta la viralidad. Un 70 por ciento de los accesos a las redes sociales se hace a través de dispositivos móviles. Esto significa que si un usuario accede a la web de la pyme a través de un smartphone, seguramente tendrá las aplicaciones sociales abiertas y si quiere compartir algo, es mucho más rápido y natural.



La capacidad de una pyme para adaptarse a la realidad tecnológica actual y sacarle el máximo partido posible es clave para su futuro.

1. LA WEB COMO CERTIFICADO DE EXISTENCIA.

La presencia online hoy representa la diferencia entre existir o no hacerlo. Aunque puede resultar evidente a estas alturas, no hay que pasar por alto que por lo menos un tercio de pymes en el mundo sigue sin dar el salto a la web.

2. PENSAR EN CHICO.

Más del 80 por ciento de las conexiones que se llevan a cabo al día se hacen desde un smartphone. Disponer de una web con tecnología «responsive» puede suponer la llave que abra la puerta hacia nuevos clientes.

3. ADAPTARSE O MORIR.

El 95 por ciento de los consumidores consulta Internet para contrastar información, precio, ofertas y opiniones. Cada negocio debe disponer de un tipo de web cuyo diseño satisfaga sus necesidades y muestre la amplitud de su catálogo. No obstante, ir adaptándose a las demandas de los visitantes es una estrategia clave para potenciar la oferta.

4. FORMAR PARTE DEL ECOSISTEMA DIGITAL.

Ocho de cada diez internautas utilizan con frecuencia redes sociales, pero menos de la mitad de las pequeñas y medianas empresas cuenta con perfiles activos en ellas. De esta cifra, sólo un cuarto realiza actualizaciones diarias de su cuenta. La nueva realidad transita por estos

DISEÑO ADAPTABLE

El diseño web adaptable (responsive web design en inglés) es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visitarlas, se trate de tablets, teléfonos inteligentes, libros electrónicos, computadoras portátiles, PC tradicionales.

canales y estar presente en ellos significa que el negocio se posicione en el imaginario de los potenciales clientes.

5. SUMAR ANTES QUE PUBLICITAR.

Contar con perfiles activos en las redes sociales es un primer paso importante hacia la digitalización, pero el uso que se hace de ellas será lo que condicione en última instancia la imagen pública del negocio. Nueve de cada diez cuentas relativas a empresas dedican sus espacios en las redes sociales a la promoción.

Es necesario entender que las redes son un espacio de saturación donde las informaciones se diluyen y son los propios usuarios los que separan en milésimas de segundo entre los temas que consideran de interés y aquello que les resulta irrelevante. Antes que hacer gala de los productos o servicios de la pyme, es preferible mostrar la experiencia de la empresa y sus trabajadores y situarse a la vanguardia del sector en la generación de contenidos.

COMERCIAR I Vidrieras

DE LAS VIDRIERAS A LAS REDES

La arquitecta Titina Castro, docente de CAMEeducativ@, analiza una tendencia que multiplica las miradas de clientes y potenciales clientes de manera exponencial y se extiende en todo el mundo.

La nueva tendencia global que propone las vidrieras como contenidos para redes está generando una serie de cambios e innovaciones para adaptarse a estas épocas digitales. Las vidrieras nunca dejaron de ser importantes como comunicadoras pero en estos tiempos se ven potenciadas a partir de aplicaciones que pueden mostrarlas en forma exponencial.

Estos cambios requieren de nuevas estructuras, tanto en el diseño como en la producción.

Estos cambios requieren de nuevas estructuras, tanto en el diseño como en la producción. Las grandes marcas tercerizan en equipos especialmente capacitados para dar respuesta a estos requerimientos, cuyo costo se ve amortizado por la difusión en redes, que significa publicidad.

VENTAJAS DE CONTRATAR DISEÑADORES PROFESIONALES

- Convertir la vidriera en una herramienta contundente para incrementar las ventas.
- Potenciar la identidad de su tienda y generar nuevos clientes.
- Fidelizar a los clientes con experiencias diferentes.
- Ampliar la red de contactos, aliándose a otras personas de su comunidad.



La vidriera Ralph Lauren, una de las premiadas en los WindowsWear Awards.

Estos equipos se manejan a partir de un abono mensual, que abarca entrevistas previas, propuestas y montaje de las vidrieras. La inversión resulta fácilmente recuperable, teniendo en cuenta la relación costo/beneficio.

GRANDES MARCAS, GRANDES VIDRIERAS

El crecimiento de la tendencia de «vidrieras experienciales» dio lugar al gran show global de vidrieras WindowsWearAwards, cuya premiación es transmitida vía streaming desde Nueva York cada año. Para la última entrega de premios, la compañía organizadora seleccionó unas 25.000 vitrinas entre las mejores del planeta. La mayoría es resultado de una fuerte inversión. instagram:@windowswearAWARDS



PLATAFORMA DE ENVÍOS OCA

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



INGRESÁ

A la Plataforma desde www.oca.com.ar y comenzá a disfrutar de los beneficios.



Regístrate



Cargá los datos



Confirmá tu envío



Envíalo



Las buenas noticias llegan.

PRECIO IDEAL, SEGÚN EL RESULTADO PARA EL CLIENTE

Un desafío permanente para quienes trabajamos en la definición de precios es identificar qué valor tienen los productos vendidos para cada cliente. El precio —y esta es una cuestión que se discute cada vez menos— debería estar relacionado con el valor para cada cliente.

El costo, por su parte, solo define el piso de los precios y permite calcular la rentabilidad de la venta. El enfoque de definición de precios que utiliza como guía principal el valor para el cliente toma el nombre de Value Pricing.

La tecnología y también la creatividad han posibilitado la expansión de estas formas de cobrar de acuerdo al resultado o el valor que recibe cada cliente.

LA MEJOR MÉTRICA

Ahora bien, ¿cuál es la métrica que mejor describe (en la jerga, «trackea») este valor que recibe cada cliente? No existen respuestas universales pero sí ejemplos muy interesantes que demuestran que hay mucho terreno para innovar en materia de precios.

Si bien no es un esquema aplicable en todas las situaciones, la tecnología y también la creatividad han posibilitado la expansión de estas formas de cobrar de acuerdo al resultado o el valor que recibe cada cliente.

-PAY PER LAUGH, LAS SONRISAS NO SON GRATIS.

En 2014, la compañía catalana de teatro Teatreneu implementó un sistema para cobrar al público de sus comedias una entrada asociada al número de risas generadas.

A través de un software de reconocimiento facial, ubicado en una pantalla frente a cada espectador, se detectaba cada sonrisa, que sumaba treinta centavos de euro a la cuenta final.

Para evitar sorpresas desagradables al final de una función muy divertida, se estableció un precio límite, a partir del cual las sonrisas adicionales no eran cobradas. El sistema fue desarrollado por la agencia Glassworks Barcelona y recibió numerosos premios internacionales, incluido un León de Oro en Cannes.

-PAY PER CLICK, PAGAR POR LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES.

¿Cuánto más hemos vendido gracias a un anuncio publicado en la edición



Pay Per Laugh. Una cámara/pantalla en cada butaca y el precio de la entrada según las sonrisas del espectador.

Un análisis -a cargo del licenciado Ariel Baños, docente de CAMEducativ@- sobre las posibilidades concretas de establecer un esquema objetivo que conforme a ambas partes.

Las empresas deberían identificar y monitorear aquellas métricas que mejor reflejen el valor que reciben sus clientes. Esta información será clave para definir un precio alineado con los resultados.

impresa de un periódico de circulación nacional? Hoy, la mayor parte de la publicidad en Internet se basa en cobrar según alguna medida del interés generado en los potenciales clientes, por ejemplo, la cantidad de clics (visitas) que recibe un aviso.

Existen también variantes como el precio por impresión -cuando se cobra por cada visualización del aviso- o Pay Per Action, cuando el precio está ligado a alguna acción específica además de un clic, como la registración en una base de datos.

-PAY PER RESULT, EN SERVICIOS PROFESIONALES.

Algunos contratistas de la construcción establecen su precio relacionándolo con una fecha de finalización de obra y definen un esquema de descuentos adicionales en caso de que ocurran retrasos.

Por ejemplo, si la entrega del trabajo finalizado se demora en una semana, el cliente tiene derecho a un 5 por ciento de descuento adicional. Si el cliente valora mucho la puntualidad, este es un esquema de precios vinculado estrechamente a los resultados esperados.

Otro ejemplo tiene que ver con los pactos de cuota litis, por los cuales los abogados acuerdan con sus clientes cobrar un porcentaje del resultado económico obtenido a partir de la acción judicial.

LAS LIMITACIONES

El principal desafío que limita la aplicación masiva de este tipo de esquemas está relacionado con aquellas situaciones donde no se puede medir objetivamente la contribución de un cierto producto o servicio a los resultados obtenidos por el cliente.

Por ejemplo, si una empresa contratara a un consultor para incrementar sus ventas y acordara pagarle un porcentaje del incremento logrado, ¿cómo se vincularían objetivamente los resultados comerciales a la acción del consultor? Por ejemplo, ¿qué ocurriría si las ventas crecen porque el competidor principal se ha quedado sin stock de mercaderías?

En definitiva, si bien en algunos casos existen limitaciones, pensar en resultados al momento de definir los precios por cobrar será un gran paso adelante tanto para los clientes como para las empresas.

Cobrar de acuerdo a los resultados obtenidos no es una modalidad aplicable a todas las situaciones. Deben existir vínculos claros y objetivos entre la acción del proveedor y los resultados obtenidos por el cliente.

COMERCIARIO I Humor



Descubra otra
ARGENTINA



CAMPO, COMERCIO & TURISMO TV

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA
PRODUCCIÓN
DE **came**

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

VIAJAR ESTÁ BUENÍSIMO.

VIAJAR CUIDADO ¡MUCHO MEJOR!



CORIS
asistencia al viajero

OSDEPYM
La Obra Social Empresaria

Viajar tranquilos es lo que todos queremos.

Por eso si sos afiliado del **Plan P4000**, OSDEPYM en alianza con Coris te ofrece la mayor seguridad y tranquilidad en cada viaje, en cualquier lugar del mundo. (*)

Porque tenemos el mejor plan, cuidarte toda la vida.

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

Informate sobre este beneficio: 0800-288-8432

osdepym.com.ar/   

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