

Comercial

INDUSTRIA, COMERCIO, TURISMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

AÑO IX | NÚMERO 65 | DICIEMBRE 2010

Informe
Pyme

CAME

CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA: 1.371 FEDERACIONES, CÁMARAS, CENTROS Y UNIONES INDUSTRIALES Y COMERCIALES, TURISMO Y PRODUCCIÓN DE TODO EL PAÍS QUE AGRUPAN A MÁS DE 400.000 EMPRESAS Y DAN TRABAJO A 1.300.000 PERSONAS.



EL PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN, OSVALDO CORNIDE

ENCUENTRO FEDERAL

Dirigentes de todo el país en
almuerzo de camaradería que cerró
un año de trabajo intenso.



DESARROLLO SOCIAL 2010

Acciones de responsabilidad
social empresaria
impulsadas desde
la CAME

CAME
Argentina
CABA
Francisco J. Puglisi
Cuenta N° 16836

PymeNación, un crédito al instante



PymeNación es la nueva tarjeta de crédito del Banco Nación para contribuir con el crecimiento y evolución de su empresa.

- Pago hasta un año de plazo.
- Financiación a través del pago mínimo.
- Mayor poder de negociación.
- Un crédito flexible para el usuario.
- Contado para el proveedor.
- Cancelación anticipada.

14,00%
TNA*

Únase al sistema PymeNación y disfrute de la mejor financiación.

0810-666-4444

Lunes a viernes de 8:00 a 20:00

www.bna.com.ar

 PYMENación

 BANCO DE LA
NACION ARGENTINA

16,59%
CFT

*TASA NOMINAL ANUAL (TNA) VARIABLE: 14,00%. TASA EFECTIVA ANUAL (TEA): 14,94%. COSTO FINANCIERO TOTAL (CFT): 16,59% TNA. EL CFT FUE CALCULADO SOBRE UN SALDO DE \$10.000 EN 12 CUOTAS MENSUALES. NO INCLUYE SEGURO DE VIDA. SE CONSIDERÓ EL IVA COMO CRÉDITO FISCAL PARA EL CLIENTE, POR LO CUAL NO SE INCLUYE COMO UN COMPONENTE DEL CFT. PARA ACCEDER AL SISTEMA PYMENACIÓN LA EMPRESA DEBE ESTAR CALIFICADA CREDITICIAMENTE Y CONTAR CON UNA CUENTA CORRIENTE EN EL BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA.

CARTA AL LECTOR

Compartimos con Usted el último número del año de nuestra revista, que en 2010 ha dado cuenta de una actividad incesante emprendida desde la Confederación Argentina de la Mediana Empresa para consolidar el accionar de las pymes.

Dedicamos las primeras páginas al encuentro que reunió a dirigentes de todo el país en un almuerzo de camaradería porque consideramos importante resaltar ese espíritu fraterno que nos permite debatir y consensuar para avanzar hacia un objetivo común.

En ese marco es que, por ejemplo, el área de Economías Regionales de la entidad acaba de celebrar una nueva jornada nacional con la participación de representantes de los diversos rubros de la producción primaria, quienes coincidieron en destacar el espacio que la CAME les brinda para que sus voces se hagan oír en los centros de decisión.

Con ese mismo criterio federal, lanzamos una promoción destinada a beneficiar al comercio pyme de toda la Argentina, para que pueda competir en un escenario de equilibrio con las grandes superficies, y convocamos a los industriales del NOA, para analizar su problemática y elaborar propuestas.

En esta edición también nos ocupamos de resumir la tarea realizada por la Secretaría de Desarrollo Social de la Confederación desde su reciente creación a partir del concepto de Responsabilidad Social Empresaria, que cada vez cuenta con más adhesiones.

La capacitación permanente, la labor sostenida de nuestros Jóvenes Empresarios y el dinámico accionar de las Mujeres CAME completan un recorrido que refleja, de manera acotada, un batallar constante.

Sobre el final, nos permitimos expresar nuestro firme deseo de un año nuevo productivo para el quehacer nacional y lo invitamos a reencontrarnos en el 2011.

Atentamente,

Oswaldo Cornide



Comerciar

Año IX | N° 65
Diciembre 2010

DIRECTOR
Osvaldo Cornide

DIRECTOR EJECUTIVO
Fabian Tarín

CONSEJO EDITORIAL
Francisco Matilla | Oscar Antonione | Jorge Bzel

EDITOR
Claudia Casademont | revistacomerciar@came.org.ar

SUSCRIPCIONES
suscripciones@came.org.ar

PRODUCCIÓN GRÁFICA INTEGRAL

IMPRESIÓN

IMAGEN | DISEÑO | COMUNICACIÓN

Tel / Fax: 4807 0231
comunicacion@entelnet.ar

Informe Pyme es una publicación de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) | Florida 1136 | Piso 1 | 1005 Capital Federal |
Tel: 5556-5556 | Fax: (011) 5556-5502 | www.redcame.org.ar
info@came.org.ar | Dirección Nacional del Derecho de Autor: 295074



CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA

1.371 FEDERACIONES, CÁMARAS, CENTROS Y UNIONES INDUSTRIALES Y COMERCIALES, TURISMO Y PRODUCCIÓN DE TODO EL PAÍS
QUE AGRUPAN A MÁS DE 400.000 EMPRESAS Y DAN TRABAJO A 1.300.000 PERSONAS.

came



ALMUERZO DE
CAMARADERÍA

6

ECONOMÍAS
REGIONALES:
JORNADA
NACIONAL



SUMARIO
65

10



CLAVES
PARA CENTROS
REGIONALES

18



16. >> COMERCIO PYME: PROMOCIÓN FEDERAL. | **24.** >> RAMA INDUSTRIAL: CONVOCATORIA EN EL NOA. | **26.** >> CAPACITACION: APROVECHAR LAS REDES SOCIALES. | **28.** >> JOVENES EMPRESARIOS: ACCIÓN PERMANENTE. | **30.** >> MUJERES CAME: AGENDA DINÁMICA. |

Almuerzo de camaradería para cerrar un año de trabajo intenso

Confraternidad en un encuentro federal, encabezado por el presidente de la CAME, que reunió a cientos de dirigentes de todo el país.

➔ Ante más de 800 dirigentes de todo el país, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) y la Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires (FECOBA) celebraron el almuerzo de camaradería 2010, en el Salón Blanco del Golden Center de Parque Norte.

La apertura del encuentro estuvo a cargo del presidente de CAME y FECOBA, Osvaldo Cornide, quien destacó la representatividad de las ramas de Industria y Construcción, Comercio y Turismo, Mujeres, Economías Regionales y Jóvenes Empresarios de la Confederación así como también el carácter federalista de la entidad. Además, agradeció a los dirigentes empresarios el constante acompañamiento.

Luego, la Secretaría de Desarrollo Social (SDS) proyectó una serie de videos de las organizaciones e instituciones modelo de la Sociedad Civil que recibirán lo recaudado en el almuerzo de la CAME: Fundación Huertaniño, Fun-



dación Impulsar, Emprendimientos de Tecnologías para la Vida, Hospital Oftalmológico Dr. Pedro Lagleyze e Instituto Nuestra Señora de Fátima.

En el marco del encuentro, los dirigentes interactuaron con sus pares de todo el país, haciendo un balance de las

gestiones realizadas durante el año que culmina.

Como cierre del evento, los asistentes pudieron disfrutar de un show musical a cargo de Cecilia Milone y Juan Darthés, protagonistas de "Arráncame la vida". ➔



Todo es posible si elegimos creer

Fuerza Productiva, créditos para Pymes en crecimiento. Mudanzas a parques industriales - **Plan de Ahorro de Energía**, para adquirir tecnología de menor consumo - **Plazo Fijo + Para tus ahorros**, para que tus ahorros crezcan en un lugar seguro - **PC para conectarnos**, más acceso a la tecnología - **Tarjeta Docente**, con más beneficios para los docentes de la provincia - **Préstamos Personales + Para vos**, para concretar tus propios proyectos - **Tarjeta Alimentos**, para una mayor inclusión social - **Fuerza Solidaria**, respaldando cooperativas de trabajo y microemprendimientos, **Procomex**, productos especialmente diseñados para la operatoria internacional, **Capital de Trabajo**, para todo lo que tu empresa necesita.

Banco Provincia

Un experto de tu lado



Para mayor información acercate a nuestras sucursales o ingresá a nuestra web www.bancoprovincia.com.ar.
Banco de la Provincia de Buenos Aires, CUIT 33-99924210-9, San Martín 137, C.A.B.A.



ENTIDADES PRESENTES

Asociación Amigos Av. San Martín y Adyacencias / Asociación Comerciantes, Industriales y Profesionales de Chacarita y Colegiales/ AMIA / Asociación Amigos Av. Corrientes, Peatonal Lavalle y Obelisco / Asociación Amigos Av. de Mayo / Asociación Amigos Av. Montes de Oca / Asociación Amigos Calle Florida / Asociación Amigos Barrio Palermo Viejo y Adyacencias / Asociación Argentina de Agencias Viajes y Turismo (AAAVYT) / Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF) / Asociación Centro de Comerciantes Av. Alberdi y Adyacencias / Asociación Civil Colegiales / Asociación Comercial e Industrial de Morón (ACIM) / Asociación Comerciantes Av. Belgrano / Asociación Comerciantes Av. Callao / Asociación Comerciantes Av. Entre Ríos / Asociación Comerciantes Av. Independencia / Asociación Comerciantes Av. Iriarte / Asociación Comerciantes Av. Warnes / Asociación Comerciantes de Las Cañitas / Asociación Comerciantes Villa Urquiza / Asociación Comerciantes de Almagro / Asociación Comerciantes de Materiales para la Construcción / Asociación Comerciantes Primera Junta / Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Buenos Aires (Aviabue) / Asociación Anticuarios y Amigos de San Telmo / Asociación Comerciantes de Boedo / Asociación Comerciantes y Vecinos de Lugano y Riachuelo / Asociación Comerciantes, Industriales y Profesionales de Monte Castro / Asociación de Comerciantes, Profesionales e Industriales de Floresta Norte y Vélez Sarsfield / Asociación de Fabricantes de Porcelanas, Lozas y Afines (AFAPOLA) / Asociación De Farmacias Argentinas / Asociación de Gestores Administrativos de Capital Federal / Asociación de Industriales de la Provincia de Buenos Aires (ADIBA) / Asociación de Jóvenes Empresarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Asociación de la Prensa Técnica y Especializada Argentina (APTA) / Asociación de Productores, Empacadores y Exportadores de Ajos, Cebollas y Afines de Mendoza / Asociación de Profesionales de Relaciones Públicas de Beneficios Recíprocos Capital Federal / Asociación de Propietarios de Automotores Beneficios Recíprocos (Aproa) / Asociación Distribuidores de Golosinas y Afines / Asociación Empresaria de Rosario (AER) / Asociación Empresarios de Cinematógrafos / Asociación Fabricantes Artesanales de Helados y Afines / Asociación Parque Industrial Salta (APIS) / Asociación Propietarios Carniceros de Capital Federal / Cámara Argentina de Comerciantes Máquinas para Coser / Cámara Argentina de Distribuidores de Hierros y Afines / Cámara Argentina de Distribuidores de Materiales Eléctricos / Cámara Argentina de Distribuidores y Servicios y Autoservicios Mayoristas (CADAM) / Cámara Argentina de Empresarios Gráficos y Afines / Cámara Argentina de Empresas De Seguridad e Investigación / Cámara Argentina de Equipamiento Radiológico (CADER) / Cámara Argentina de Fantasías Regalos y Afines / Cámara Argentina de Importadores y Exportadores de Plantas, Flores y Afines / Cámara Argentina de Joyerías, Relojerías y Afines / Cámara Argentina de la Industria del Letrero Luminoso / Cámara Argentina de la Máquina Herramienta (CARMAHE) / Cámara Argentina de la Moda / Cámara Argentina de Máquinas de Oficina Comerciales y Afines / Cámara Argentina de Representantes y Fabricantes de Anilinas, Auxiliares y Pigmentos (CARFA) / Cámara Argentina de Seguridad Electrónica (CASEL) / Cámara Argentina de Supermercados (CAS) / Cámara Argentina de Tintorerías y Ayuda Mutual / Cámara Argentina del Mármol (CAMARMOL) / Cámara Argentina Empresarial del Flete y Miniflete / Cámara Comercial e Industrial de Bolívar / Cámara Comercial e Industrial de Tigre (CACIT) / Cámara Comerciantes de Música, Instrumentos Musicales, Audio e Iluminación / Cámara de Comerciantes en Artefactos para el Hogar y Electrónica de Córdoba / Cámara de Comerciantes Mayoristas e Industriales de la República Argentina / Cámara de Comerciantes Mayoristas e Industriales de la República Argentina (CADMIRA) / Cámara de Comerciantes, Industriales, Profesionales y de Servicios de Virrey del Pino (CACIP) / Cámara de Comercio de 28 de Noviembre / Cámara de Comercio de Villa Crespo / Cámara de Comercio e Industria de Bernal / Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco / Cámara de Comercio e Industria de Eldorado (CACIEL) / Cámara de Comercio e Industria de La Matanza / Cámara de Comercio e Industria de La Plata / Cámara de Comercio e Industria de Lomas de Zamora / Cámara de Comercio e Industria de Monte Chingolo / Cámara de Comercio e Industria de Salta / Cámara de Comercio e Industria de San Justo - Santa Fe / Cámara de Comercio e Industria de San Miguel (CCISM) / Cámara de Comercio e Industria de Santiago del Estero / Cámara de Comercio Industria y Producción de la República Argentina / Cámara de Comercio, Agro e Industria de Pocito (CCAIP) / Cámara de Comercio, Industria y Afines de Río Gallegos (CCIARG) / Cámara de Comercio, Industria y Producción de Comodoro Rivadavia (CACIPCR) / Cámara de Comercio, Industria y Producción de La Pampa / Cámara de Comercio, Industria y Producción de Pehuajó (CCIPP) / Cámara de Comercio, Industria y Producción de Río Grande (CCIPRG) / Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Montserrat / Cámara de Comercio, Industria, Bienes Raíces, Productores y Profesionales de Luis Guillén / Cámara de Comercio, Industria, Profesionales y Prestadores de Servicios de Villa Puyrredón / Cámara de Comercio, Industria, Turismo y Afines de Junín de los Andes / Cámara de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de Parque de Los Patricios / Cámara de Comercio, Industria, Turismo,



Servicios y Producción de San Carlos de Bariloche / Cámara de Comercio, Turismo, Industria y Afines de El Calafate - (CCTIYA) / Cámara de Empresas de Mensajería por Moto y Afines / Cámara de Fabricantes de Bolsas / Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicerías y Afines de Argentina (CAFYDMA) / Cámara de Ferreterías y Afines de la República Argentina / Cámara de Hoteles y Afines / Cámara de Industria Comercio y Producción de Chubut / Cámara de Industria y Comercio de Formosa / Cámara de Industria y Comercio de Matanza (CICM) / Cámara de Industria, Comercio y Producción de Puerto Madryn (CAMAD) / Cámara de Industriales de la Moto (CIMO) / Cámara de Jóvenes Empresarios de Jujuy / Cámara de la Industria de Artículos de Librería (CIAL) / Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Formosa (CAPYMEF) / Cámara de Laboratorios Medicinales Veterinarios (CLAMEVET) / Cámara de Logística, Marketing y Comercio Internacional / Cámara de Microempresarios de Lanús / Cámara de Mujeres Empresarias del Chaco / Cámara de Pequeñas y Medianas Empresas de Formosa (CAPYMEF) / Cámara de Perfumerías de Argentina / Cámara de San Fernando de Industria Comercio y Servicios (CASAFCO) / Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba / Cámara del Comercio y la Industria de Merlo (CACIM) / Cámara del Comercio y la Industria del Partido de Almirante Brown (CACINAB) / Cámara del Confort y del Comercio en Artefactos para el Hogar / Cámara Económica Mercedina (CEM) / Cámara El Talar / Cámara Empresaria de Vicente López (CEVL) / Cámara Empresarial de la Provincia de San Luis / Cámara Industrial Fotográfica Argentina / Cámara Inmobiliaria Argentina / Cámara Inmobiliaria Argentina (CIA) / Cámara Regional de Comercio e Industria de Lomas de Zamora / Cámara Regional de Comercio e Industria de Oberá (CRIPCO) / Centro Comercial e Industrial de Berazategui / Centro Comercial e Industrial de Nueva Pompeya / Centro Comercial de San Juan (CCSJS) / Centro Comercial de Santa Fe / Centro Comercial e Industrial de Avellaneda (CCIA) / Centro Comercial e Industrial de Berazategui / Centro Comercial e Industrial de La Banda / Centro Comercial e Industrial de La Rioja (CCILAR) / Centro Comercial e Industrial de Lanús (CCIL) / Centro Comercial e Industrial de Reconquista / Centro Comercial Villa del Rosario / Centro Comercial, Industrial y Anexos de Cruz del Eje / Centro Comercial, Industrial y de la Producción de Concepción del Uruguay (CECOM) / Centro de Comerciantes, Vecinos, Instituciones y Profesionales de Liniers / Centro de Comercio e Industria de Baradero / Centro de Comercio, Propiedad e Industria de Tres Algarrobos / Centro de Estudios para la Planificación y el Desarrollo / Centro de Fabricantes de Pastas Frescas de Capital Federal / Centro de Industria y Comercio de San Carlos Centro - Santa Fe / Centro de Informes Comerciales de Resistencia (CICRE) / Centro Pyme Bernal - Don Bosco / Centro Unión Comercial e Industrial de Bragado / Comisión para el Desarrollo de la Mujer Empresaria de Salta / Confederación de Pymes Constructoras de la República Argentina (CPC) / Confederación Económica de Misiones (CEM) / Consejo de Mujeres Israelitas Argentinas / Cooperativa de Trabajo Integrar Ltda. / Corporación del Comercio, Industria y Servicios de Bahía Blanca (CCIS) / Corporación Empresarial de Buenos Aires / Corporación Industrial, Comercial y Agropecuaria Regional de General Pico - La Pampa (CICAR) / Escuela para Dirigentes / Federación Argentina de Comerciantes en Artefactos para el Hogar y Afines / Federación Argentina de Jóvenes Empresarios (FEDAJE) / Federación Argentina de Librerías, Papelerías y Afines (FALPA) / Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA) / Federación Argentina del Neumático / Federación Comercial de la Provincia de Córdoba / Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina (FEDECATUR) / Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto, Cascos Urbanos y Centros Históricos / Federación de Empresarios De Combustibles de la República Argentina / Federación de Entidades Empresarias de Informes Comerciales de la República Argentina / Federación de Entidades Empresarias de Río Negro (FEERN) / Federación del Comercio y la Industria de la Ciudad de Buenos Aires (FECOBA) / Federación Económica de Entre Ríos (FEDER) / Federación Económica de la Provincia de Buenos Aires (FEBA) / Federación Económica de Mendoza (FEM) / Federación Económica de San Juan (FESJ) / Federación Económica de Santa Cruz / Federación Económica de Tucumán (FET) / Federación Empresarial Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) / Federación Productores de Fruta de Río Negro y Neuquén (FPF de RN y NQN) / Fundación Huerta Niño / Fundación Impulsar / Generación de Emprendedores del Nordeste Argentino (GEN) / Instituto Asegurador Mercantil / Instituto de Jóvenes Empresarios de la Federación Económica de Chaco / Liga del Comercio y la Industria de San Martín (LCISM) / Movimiento Argentino para la Producción Orgánica (MAPO) / Primer Centro de Comerciantes, Vecinos, Instituciones y Profesionales de Liniers / Programa de Fortalecimiento al Comercio Minorista (PROCOM) / Sociedad de Comerciantes, Industriales, Propietarios y Afines del Partido de Pilar (SCIPA) / Unidos por el Barrio San José de Flores / Unión Argentina de Videodistribuidores (UAV) / Unión Comercial de Catamarca / Unión Comerciantes, Industriales, Profesionales y de Turismo de La Boca / Unión Comercio, Industria y Producción de Mar del Plata / Unión de Comerciantes, Profesionales e Industriales de Villa del Parque / Unión de Microempresarios de Malvinas Argentinas (UMMA) / Unión del Comercio, la Industria y el Agro de Punta Alta / Unión Empresaria de Tigre / Unión Empresarial del Partido de Moreno (UEM) / Unión Empresarios de Jujuy (UEJ) / Unión Industrial de La Pampa (UNILPA) / Unión Industrial de Palpalá / Unión Industrial de Santiago del Estero / Unión Industrial del Conurbano Norte (UICON) / Unión Industrial del Oeste (UIO) / Unión Kiosqueros de la República Argentina

Jornada Nacional con más de 200 productores

Representantes de diversos sectores de todo el país participaron del encuentro en el que fue destacado el accionar de la CAME en la gestión de soluciones para la problemática de cada rubro.



Apertura. El presidente de CAME, Osvaldo Cornide, junto a la secretaria de Desarrollo Rural, Carla Campos Bilbao, y Raúl Robín, al frente del área de Economías Regionales de la entidad.

→ La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) congregó a más de 200 productores primarios representantes de 140 entidades del sector agropecuario para celebrar la Jornada Nacional de Economías Regionales realizada en el teatro Piazzolla de la ciudad de Buenos Aires.

El encuentro fue presidido por el titular de la entidad, Osvaldo Cornide, y contó con la presencia de Carla Campos Bilbao, secretaria de Desarrollo Rural de la Nación. Raúl Robín, al frente del área de Economías Regionales, encabezó las deliberaciones.

Loa dirigentes empresarios que partici-

paron de la Jornada representaron, entre otros sectores, a arroceros (Entre Ríos y Corrientes), cañeros (Santa Fe), apicultores (Salta-Formosa-Chaco-Corrientes-Santiago del Estero), productores de arándanos (Tucumán), tabacaleros (Misiones-Catamarca-Corrientes-Tucumán-Chaco),

productores de fruta fina (Neuquén), productores de pasas de uvas (San Juan), vitivinicultores (La Rioja-Mendoza-San Juan), criaderos de chinchillas (Tucumán-Jujuy-La Pampa), criaderos de ovinos y conejos (Salta), fruti-horticultores (La Rioja), olivicultores (La Rioja-Mendoza), productores de porcinos (Tucumán), entre otros.

En ese contexto, la secretaria Campos Bilbao anunció que, el año próximo, el organismo a su cargo "apostará a promover la producción primaria con valor agregado, no sólo porque rompe la lógica de la concentración sino porque también genera una nueva estrategia de desarrollo

territorial y puestos de trabajo".

"En el 2011, nos proponemos trabajar con los 250 mil productores vinculados a la actividad de manera de crear nuevos empleos y fomentar el desarrollo económico en todo el país", subrayó la funcionaria.

"Garantizar la equidad"

Por su parte, Cornide resaltó la importancia de que "todos los sectores se vayan organizando a fin de garantizar la equidad y el acceso al crédito, de forma que no se convierta en el monopolio de los grandes rubros".

Además, recordó en ese escenario que hace un año se conformó la rama de Economías Regionales de la entidad con el objeto de "ocupar un espacio que estaba ausente" y desde donde gestionar soluciones para el sector de la producción primaria.

"Hace un año comprendimos que un nutrido sector de empresas vinculadas a la producción económica primaria no estaba amparado y comprendido dentro de las estructuras institucionales de las corporaciones tradicionales del agro", expresó Cornide en ese ámbito. En tal sentido, detalló que "quinteros, productores hortícolas, algodoneros, forestales, tabacaleros, avícolas, fruticultores y viñateros, entre otros, formaban



Izq.: El teatro Piazzolla, en el centro porteño, sirvió de escenario para la convocatoria. Der.: El diputado Heller, en su exposición sobre la reforma financiera.



Panel de especialistas sobre legislación del trabajo agrario. Francisco Matilla, Ignacio de Jáuregui, Ernesto Peñafort y Alejandro Alderete Soria.

parte de una larga lista de productores pymes agropecuarios que no tenían un espacio para hacerse escuchar y poder afrontar una serie de problemas comunes".

"Resulta difícil comprender cómo este sector de productores agropecuarios que concentra la mayor mano de obra rural del país no haya podido encontrar respuestas a sus problemas desde los gremios corporativos que representaron al campo. Así es que decidimos que CAME abriera sus puertas a las pymes agropecuarias y generar un medio institucional para canalizar sus problemas", puntualizó.

A modo de reseña del camino transitado desde entonces, Cornide planteó que la Comisión de Economías Regionales ha logrado resultados significativos en estos meses, "tanto en la concreción de reclamos puntuales así como en la construcción de una matriz que comprenda y resuelva la problemática particular de los productores pymes agropecuarios".

"Sabemos que la puerta que hemos abierto ha generado entusiasmo y una gran expectativa para un sector muy importante de la economía, ignorado hasta hoy. Y también sabemos que que-

da mucho por hacer. Hay que resolver cientos de problemas puntuales, generar políticas de mediano y largo plazo, contar con régimen laborales, financieros e industriales acordes con la problemática del sector. Venimos llevando una batalla de más de medio siglo en la defensa de las pymes. No

somos fáciles de desalentar. Más bien, todo lo contrario", concluyó.

"Espíritu federalista"

En tanto, Robín repasó los logros del área tras un año de talleres, seminarios, encuentros y congresos en todo el territorio nacional, al tiempo que invitó a los productores a seguir apostando por mejorar la actividad y la representación dentro de CAME.

"De cara al futuro, nos quedan grandes tareas por hacer. La promulgación de una ley especial para las Economías Regionales, una regulación eficaz para el trabajo temporario y regímenes adecuados a los productores agropecuarios pymes que permitan accesibles encuadres financieros e impositivos, proyectos de inversión, normativas laborales y protección del medio ambiente. Temas prioritarios que, de ningún modo, agotan nuestra agenda", subrayó.

Al respecto, destacó que "cada semana se afilian nuevas sociedades y ya llegamos a los dos centenares de agrupamientos de todo el país y de los sectores más

diversos. Esta realidad no hace más que revitalizar el espíritu federalista de nuestra entidad madre, que quiere ser un vehículo de los pequeños y medianos empresarios y, en el caso particular de nuestro sector, en la conciencia de la trascendencia que las pymes tienen en las Economías Regionales, verdaderos protagonistas del crecimiento, que habían sido olvidados".

La jornada incluyó, entre otras actividades, un panel sobre Proyecto de Ley de Trabajo Agrario, con la participación de destacados expertos en la materia, y una exposición del diputado Carlos Heller sobre la reforma de la ley de entidades financieras, seguidas con gran interés por parte de los presentes.

Convenio

Tras la inauguración del encuentro, la Universidad Nacional de Mar del Plata y CAME firmaron un Convenio Marco de Cooperación destinado a impulsar el desarrollo de las actividades productivas. Por la casa de estudios suscribieron el documento su vicerector, Raúl Conde; la decana de la Facultad de Ciencias Agrarias, Virginia Hamdan, y el decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Daniel Pérez, en tanto que por CAME lo hizo su presidente, Osvaldo Cornide.



La firma del convenio entre CAME y la Universidad Nacional de Mar del Plata.



PymeNación, un crédito al instante

PymeNación es la nueva tarjeta de crédito del Banco Nación para contribuir con el crecimiento y evolución de su empresa.

0810-666-4444
Lunes a viernes de 8:00 a 20:00
www.bna.com.ar

PYME Nación

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA



Testimonios productivos



Juan Perlo

Asociación de Productores Hortícolas de Córdoba

-¿Qué tema preocupa hoy especialmente a su sector?

-La cuestión del régimen laboral es fundamental. La Comisión Nacional de Trabajo Agrario es un círculo cerrado, por ley, y si no se ponen en marcha los cambios necesarios desde el punto de vista legislativo, se hace muy difícil avanzar a través de los ministerios correspondientes. Vamos a seguir con esto, aportando a la CAME los proyectos con los que venimos trabajando en Córdoba desde hace cuatro o cinco años, que son absolutamente realizables.

-¿Cómo resultó el año?

- Bueno, bueno. Destacamos que, tras un par de años de trabajo, hemos presentado un proyecto a la ADEC (Agencia de Desarrollo Económico de Córdoba), público-privada y similar a las que existen en todas las provincias, para una reconversión del cinturón verde de Córdoba, aprobada por el BID y por 3,5 millones de dólares. Son 800 mil dólares para la capacitación del componente frutihortícola. Por primera vez, se financia un proyecto de corredor hortícola-turístico, como el corredor de los vinos en Cuyo. Ya hay diez técnicos capacitados que están formando unos diez o doce grupos que suman un total de unos 150 productores capacitados a lo largo de tres años.

-¿Qué perspectivas presenta el 2011?

-Ya estamos trabajando en otros proyectos, como la revalorización de la basura de los mercados y la promoción del consumo de fruta y verdura, que consideramos que pueden ser tomados por otros productores del país, a partir de estos intercambios de experiencias impulsados por la CAME. En el marco de un sector decaído por la falta de precios, en los últimos seis años nos hemos dado cuenta de que el ímpetu hay que ponerlo en la promoción del consumo. Si hay promoción del consumo, la gente consume más, compra más en los mercados y los mercados le piden más al productor. Es un cambio de mentalidad en relación a lo que pensábamos ocho años atrás.



Jorge Ordóñez

Cámara de Comercio, Industria y Producción de Chos Malal / Neuquén



-¿Qué tema preocupa hoy especialmente a su sector?

-Estamos especialmente dedicados a la cría de chivo. Este año se registró la marca "chivito criollo del norte neuquino", una cuestión muy importante. Pero tenemos serios problemas, como todo el mundo: financiamiento, falta de personal rural y comercialización. Teníamos un matadero en la localidad habilitado por SENASA para el tránsito federal pero este año, hasta ahora, no contamos con esa habilitación. Hay un proyecto de un matadero nuevo pero falta financiamiento. Veremos que pasa.

-¿Cómo resultó el año?

-Vino muy bueno en cuanto a que conseguimos la marca registrada. Es el primer alimento en Argentina que tiene denominación de origen, eso es muy importante, porque agrega valor. A la vez, tenemos el problema de la comercialización. Es el tema a resolver.

-¿Qué perspectivas presenta el 2011?

-El 2011 pinta según se pueda resolver este problema de la comercialización. Recién con este tema resuelto podremos hablar de un panorama positivo. Somos optimistas.



Juan Antonio Rodríguez

Productor cítrico, Federación Económica de Tucumán

-¿Qué tema preocupa hoy especialmente a su sector?

-Nos preocupa mucho la denominada enfermedad del dragón amarillo (huanglongbing, en chino), que ataca los cítricos y ya está presente en Brasil, donde han tenido que erradicar más de 3 millones de plantas por esta cuestión. Viene de Oriente pero está presente en la región desde hace pocos años. Acarrea un grave riesgo, porque puede llegar a diezmar toda la producción. Ya en el último encuentro de Economías Regionales organizado en Misiones, sacamos la recomendación para que, a través de los municipios y las escuelas primarias, se haga conocer el peligro que significa esta enfermedad. Los organismos nacionales y provinciales involucrados en el tema están muy atentos, al igual que los productores. Pero es importante que toda la población esté informada, porque muchas veces la enfermedad puede ingresar no por las plantas destina-

das a la producción sino en aquellas de destino doméstico. Hay que controlar todos los viveros. Desde la CAME impulsamos acciones en todo el país.

-¿Cómo resultó el año?

-El 2010 fue un año en el que se reflejó las fuertes heladas y sequías que se dieron en el 2009. La producción, según las regiones, fue inferior en un 30 y en un 40 por ciento a lo que se venía produciendo.

-¿Qué perspectivas presenta el 2011?

-Ha empezado un nuevo ciclo con lluvias más frecuentes y anticipadas con respecto al año pasado. Esperamos que la producción sea absolutamente normal. Nuestro sector exporta más de 80 países, con niveles sostenidos en los últimos años y porcentajes muy altos, especialmente en limones y pomelos. Cada vez que estamos por iniciar una nueva temporada, los productores, por naturaleza, somos optimistas. Así que, con mucha fe, esperamos que el 2011 sea mucho mejor que el 2010.



Tomás Medrano

Productores de Especies
de Valles Calchaquies de Salta



-¿Qué tema preocupa hoy especialmente a su sector?

-El tema fundamental, el de siempre, es la comercialización. Nuestro objetivo es llegar directamente a la industria que fracciona en los centros de gran concentración urbana, sin la presencia de los intermediarios que encarecen y hasta ponen en riesgo la calidad, a partir de la adulteración.

-¿Cómo resultó el año?

-El año que cerró fue bastante malo para el sector pimentonero porque conservamos el mismo precio desde el 2008. Pero ahora, con gestiones de CAME, se nos están abriendo las puertas y hay sectores de industriales que ya están conversando directamente con el sector productivo. Estas conversaciones, por sí solas, ya hicieron subir los precios.

-¿Qué perspectivas presenta el 2011?

-Confiamos en que se van a recomponer los precios. Hay un mercado interno fuerte. Si sabemos hacer las cosas, tenemos esperanzas. La Secretaría de Comercio de la Nación está haciendo algunas gestiones para que, en el caso de la importación, entren especias pero de la misma calidad que las nuestras. Hasta hace muy poco entraba el anís de Egipto de una calidad malísima pero, sin embargo, lograba ponernos el precio tope.

El desafío de los emergentes



Por Mariano de Miguel / Economista

➔ Un hecho que se destaca en medio de la dinámica económica internacional es el protagónico rol desempeñado por las economías emergentes en la evolución del Producto Bruto Mundial.

Son precisamente estas economías de desarrollo relativamente menor las que dan cuenta de un significativo cambio en la configuración económica global.

Los analistas se debaten al respecto de la significación de este cambio: ¿Estamos presenciando la transición hacia una economía-mundo cualitativamente diferente o sencillamente vivimos una coyuntura que de ninguna manera cambiará la estructura y las coordenadas del poder económico, tal como actualmente se distribuye entre las naciones y regiones que conforman el concierto internacional?

Claramente no es indiferente la respuesta a estas preguntas ni la decisión sobre cuál de las dos preguntas se aproxima más a las exigencias de la realidad. Pero lo cierto es que no podemos saberlo con certeza, ni mucho menos, fuera del diseño de algunos escenarios posibles, y de la ponderación de sus respectivas probabilidades.

Pronosticar el futuro de los acontecimientos económicos es siempre complejo y su intento suele resultar infructuoso, aún bajo la regencia de condiciones de relativa estabilidad. Más aún, se torna una tarea prácticamente imposible cuando se atraviesa una crisis, porque las crisis, entre sus atributos, poseen el de desintegrar, al menos transitoriamente, la función histórica de aquellas variables cuyo pronóstico nos interesa para proyectar los acontecimientos referidos.

Por ello, lo prudente para las economías que emergen exitosamente de este contexto internacional, quizás sea trabajar

con la poca pero única certeza que da el corto plazo, pensando en la defensa de intereses y objetivos, que por definición son de largo plazo, aunque su realización dependa de una sucesión de "batallas cotidianas".

Si algo parece claro cuando se observa la evolución económica del capitalismo industrial en los últimos doscientos años de vida de la humanidad, es que la clave del proceso ha pasado por dónde y cómo se agrega el valor.

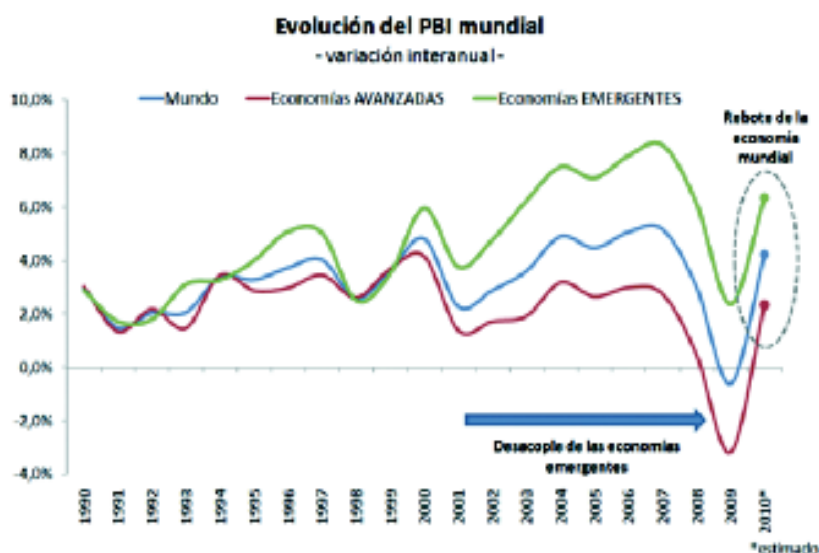
Así, el desafío para los actuales tractores de la económica mundial pasa por aprovechar el escenario internacional favorable, a los efectos de desenvolver el potencial de sus fuerzas productivas, diseñando las políticas y fomentando los sectores que más contribuyan a la tarea de maximizar el valor que agregan a su producción de bienes y servicios.

En esa travesía por consolidar el peso relativo mundial de las economías emergentes, resulta imperioso que las mismas

acrecienten el poder de sus mercados, centralizando cada vez más la generación, la distribución y la acumulación reproductiva de sus excedentes económicos.

Esto resultará una tarea imposible si no logran evitar, entre otros, dos escollos muy peligrosos: el de la inserción internacional, sobre la base de la re-primarización de su producción de bienes y servicios, y el de las ganancias de competitividad, sobre la base de la baratura de sus recursos y no sobre la base del incremento de la productividad de los mismos.

Naturalmente, las economías emergentes no son homogéneas. Y sus potencialidades de crecimiento y desarrollo, al igual que los grados de libertad que manejan, son muy diferentes, por razones particulares, tanto objetivas como subjetivas, de cada formación histórico-social. Pero todas comparten, en mayor o menor grado, una realidad periférica que les impone el mismo mandato: escapar al atraso económico y prosperar socialmente.





Instituto Asegurador Mercantil

No hay nada mejor
que una empresa segura



Estamos Seguros.

www.institutoasegurador.com.ar

Instituto Asegurador Mercantil
Av. Belgrano 774 - C.A. de Buenos Aires - Tel/Fax: 5555.8500

Promoción federal FIN DE AÑO

Una iniciativa de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) ante la Asociación de Tarjetas de Crédito y Compra (ATACYC) permitirá que pequeños y medianos comerciantes de más de una veintena de ciudades en todo el país puedan ofrecer planes de pago en doce cuotas sin interés con las principales tarjetas.



El secretario general de CAME, José A. Bereciartúa, encabezó la presentación de la promoción federal de Fin de Año. Representantes empresariales de más de una veintena de ciudades de todo el país participaron de la reunión.

➔ Pequeños y medianos comercios de más de veinte localidades distribuidas por todo el país podrán contar con una herramienta fundamental para competir con las grandes superficies en la actividad generada por las fiestas de Navidad, Año Nuevo y Reyes. Se trata de la posibilidad de ofrecer a sus clientes el financiamiento de su compra en doce cuotas sin interés con las principales tarjetas de crédito emitidas por todos los bancos.

Vigente del viernes 17 de diciembre al viernes 7 de enero, la promoción es considerada una de las más grandes que se realiza en la Argentina y surge de una negociación encarada por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa ante ATACYC, la entidad que nuclea a

las tarjetas de crédito y de compra.

Entre los beneficios para los comerciantes que se sumen a la promoción es destacable el sistema de adhesión automática, ya que no deberán realizar trámite alguno si ya están habilitados para operar en doce cuotas sin intereses en las marcas incluidas.

Entre las localidades en que regirá la promoción, figuran Tartagal (Salta), Formosa, Santiago del Estero, Santa Fe, Goya (Corrientes), Catriel (Río Negro), Comodoro Rivadavia (Chubut), El Calafate (Santa Cruz), Cerrito (Entre Ríos), San Juan, Chamilal (La Rioja), Río Grande (Tierra del Fuego), General Pico (La Pampa), San Fernando del Valle de Catamar-

ca, El Dorado (Misiones), San Salvador de Jujuy, Arroyito (Córdoba), San Martín de los Andes (Neuquén), Municipio de Tigre (Provincia de Buenos Aires) y San Bernardo (Chaco).

Durante el lanzamiento de la promoción, los representantes de las entidades empresarias de esas localidades subrayaron la importancia de la iniciativa, impulsada para generar un escenario de mayor equilibrio entre el comercio pyme y las grandes superficies comerciales, que ofrecen planes de pagos en cuotas inusualmente accesibles para las firmas que facturan cifras menores.

La promoción no sólo beneficia directamente a los comerciantes de cada localidad sino que, además, representa una ventaja para toda la población, que podrá realizar las compras de fin de año en todos los rubros en inmejorables condiciones de financiamiento.

Promociones similares ya fueron instrumentadas en diversos puntos del país para fechas especialmente significativas para la actividad comercial, como la vuelta a clases, el Día del Padre, el Día del Niño y el Día de la Madre, también como resultado de una propuesta impulsada por la CAME ante ATACYC.

Diego Navarro

Cámara de Comercio, Industria y Producción de Río Grande / Tierra del Fuego

"Las expectativas en relación a esta promoción son excelentes. Es un verdadero estímulo para el comercio en la ciudad. Genera una efervescencia que incluso va más allá de este sistema promocional en particular, porque activa las ventas en general".



María Cristina Mac Dougall
Unión Empresarios de Jujuy

"Ya tuvimos una experiencia con la promoción del Día de la Madre, con muy buen resultado, y esperamos superarla en esta ocasión, sumando nuevas ideas. Más allá de las ventas, es una iniciativa muy importante para la revitalización de nuestra entidad".

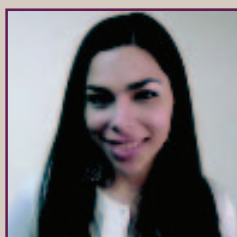


Hernán Moro
Centro Comercial e Industrial de Arroyito / Córdoba

"Tenemos grandes expectativas. Es una iniciativa que, además de beneficiar a toda la comunidad, le viene muy bien a nuestra entidad, muy convocante, como todas las actividades de capacitación que venimos desarrollando con el apoyo de la CAME".

Verónica Vitali
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de San Martín de los Andes / Neuquén

"Es una muy buena promoción, especialmente porque abarca todos los rubros del comercio. Es muy importante para nuestra zona que incluya el turismo y la construcción, dos pilares para la economía de nuestra ciudad y alrededores".



Susana Godoy
Federación Económica de Tucumán

"Es nuestra primera experiencia en una promoción de estas características. Sabemos que hay que trabajar mucho pero con muy buen resultado. La buena repercusión es doble: desde el punto de vista estrictamente comercial y también a nivel institucional".

Mariana Crosta
Centros Comerciales de Tigre / Provincia de Buenos Aires

"Los comerciantes están ávidos de contar con este tipo de promociones, tan movilizadoras de la actividad. Para nosotros, representa ingresos potenciales de 200 millones de pesos. El beneficio trasciende lo comercial, alcanza a la comunidad toda".





Claves para los Centros Comerciales

Encuentro en Santa Fe convocó a directivos y gerentes de todo el país.



Izq.: Expositores. Jon Aldeiturriaga, gerente del Casco Viejo de Bilbao, flanqueado por Adrián Lomello y Oscar Antonione, de CAME. Der.: Firma del convenio. Juan José Bertero, ministro de la Producción, y Fabián Tarrío, titular de la Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto, Cascos Urbanos y Centros Históricos.

→ El Tercer Encuentro Nacional de Gerentes de Centros Comerciales Abiertos fue celebrado en la ciudad de Santa Fe, bajo el lema "Claves para una Gestión Exitosa".

Gran interés generó el intercambio de experiencias vinculadas a las distintas acciones que se vienen realizando en diversos puntos del país en relación a este tipo de iniciativas, tales como Ushuaia (Tierra del Fuego) y Resistencia (Chaco).

La disertación participativa de Jon Aldeiturriaga, gerente del Casco Viejo de Bilbao (España), fue considerada enriquecedora, dinámica y de gran utilidad por parte de los directivos y gerentes de Centros Comerciales que participaron del encuentro.

En ese contexto, se firmó un Convenio con la provincia de Santa Fe, que contempla la activa participación del Gobierno provincial, del Municipio, de las

cámaras empresarias y de los comercios minoristas de calles y avenidas.

Se encontraban presentes representantes de las siguientes ciudades: Córdoba, Santa Fe, Paraná, Corrientes, Junín, Ushuaia, Pocito, San Justo, Resistencia, Salta, Laguna Paiva, Monteros, Sunchales, Buenos Aires, Tigre, Palermo, Rafaela, Río Tercero, Villa Gobernador Gálvez, Rosario y La Banda.

■ Proyecto de Intercámaras en el Congreso ■

Avanza la iniciativa para regular grandes superficies.

Con la asistencia de dirigentes de diversos puntos del país, representantes de federaciones y entidades específicas, se concretó la primera reunión explicativa sobre el proyecto de Ley de Regulación de Grandes Superficies Comerciales, en el Senado de la Nación.

Dicho proyecto fue elaborado por la Comisión Nacional Intercámaras, coordinada por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), y logró estado parlamentario a través del senador Roberto Basualdo.

Representantes de la Comisión de Industria y Comercio del Senado y de la Comisión de Derechos y Garantías escucharon con atención a los miembros de la Intercámaras en su exposición de los fundamentos del proyecto en cuestión.

Luego de un intenso intercambio de opiniones, se convino en presentar, a través de estas comisiones del Senado, todos los datos que abundan en la descripción de los inconvenientes que provocan las grandes superficies comerciales y sus modelos de comercialización.

Voluntariado corporativo



Izq.: Primer día de trabajo... Der.: La segunda jornada.

➔ Un grupo de voluntarios de CAME conformó una cuadrilla integrada por directivos y colaboradores que, el mes pasado, construyó una vivienda de emergencia para una familia en situación de hacinamiento en el Barrio Nicole del partido bonaerense de La Matanza.

La tarea fue realizada en el marco de un Programa de Voluntariado Corporativo que lleva adelante la organización Un Techo Para Mi País, entidad con presencia en diecisiete países de América Latina y que trabaja en cinco provincias de la República Argentina. CAME financió la construcción de esta casa y también de otra, que será levantada durante jornadas de construcción masiva.

El trabajo en equipo permite establecer fuertes lazos entre sus miembros y un vínculo conmovedor con la familia beneficiada. A su vez, la vivencia de la construcción en un asentamiento urbano marginal permite conocer más de cerca las dificultades reales que tienen miles de argentinos para vivir, despertando así una fuerte conciencia de solidaridad.

El compromiso, el desafío y la responsabilidad de construir una vivienda, así como la autorrealización que otorga



La familia y los voluntarios, en la casa.

a los empleados de la organización o la empresa el poder actuar sobre la realidad de su comunidad, son algunos de los factores motivacionales que se hacen presentes en la construcción y hacen de ella una experiencia difícil de olvidar.

Los siete voluntarios de CAME quedamos profundamente conmovidos por la posibilidad de ofrecer a una familia una vivienda digna así como por la relación tan estrecha y especial que se estableció con sus inte-

grantes y por la potencialidad y la fraternidad que generó el trabajo en equipo durante dos extenuantes pero felices jornadas.

Quince días después de las dos jornadas dedicadas a la construcción de la casa, los voluntarios fuimos a pintarla, haciéndonos cargo de manera personal de la compra de los materiales, y a compartir un almuerzo con la familia. Además, le entregamos vajilla donada por la empresa Ancers.

Relaciones con la COMUNIDAD

→ La Secretaría de Desarrollo Social realizó durante 2010 una serie de actividades de cooperación para el desarrollo de la comunidad.

Con motivo del almuerzo de camaradería de fin de año, la SDS delineó una estrategia de cooperación con cinco instituciones y ONGs modelo de nuestro país.

Buscamos generar un fuerte impacto en temáticas variadas, como salud, educación para el trabajo, apoyo a emprendedores, acceso al agua potable en comunidades aborígenes y seguridad alimentaria.

■ Salud y educación para el trabajo

De esta manera, FECOBA cumplió el objetivo de recaudar entre sus entidades los fondos suficientes para donar un equipo de criocirugía y estilote de retina al Hospital Oftalmológico Dr. Pedro Lagleyze, que realiza 2.600 cirugías anuales y atiende patologías oftalmológicas complejas en cerca de 200.000 pacientes de todo el país.

Asimismo, adquirirá un banco para el estudio de los transformadores monofásicos y trifásicos que se donará al Instituto Técnico "Nuestra Señora de Fátima". Se trata de un equipo de alto rendimiento para el estudio experimental de los transformadores en los laboratorios de electromecánica o de electricidad.

Este equipo permite la realización de numerosos y variados ensayos relacionados con las características y funcionamiento de diversos tipos de transformadores, bajo diferentes condiciones de trabajo proporcionadas por elementos que generan carga resistiva, capacitiva e inductiva.

■ Apoyo financiero

En el trabajo con el interior de nuestro país, CAME, con la colaboración de entidades adheridas, asumió el compromiso de dar apoyo financiero a dos emprendedores de Tucumán y dos de Salta, en el Programa de Apoyo a Jóvenes Emprendedores de la Fundación Impulsar.

El Programa ayuda a jóvenes de entre 18 y 35 años sin recursos económicos y con escasa experiencia a poner en marcha su propio proyecto productivo o de servicios.

Luego de una selección basada en la factibilidad del proyecto y en las aptitudes del joven para llevarlo a cabo, la Fundación Impulsar lo guía para el desarrollo de su plan de negocios, le brinda los medios económicos para iniciarlo y le asigna un mentor que lo orienta y acompaña durante el primer año de gestión del micro emprendimiento.

El joven deberá devolver el préstamo que recibió, a lo largo de los primeros dos años y medio, sin garantías ni intereses.

Hasta el día de hoy, ha contribuido a iniciar más de 800 micro emprendimientos a lo largo de Salta, Mendoza, Córdoba, Tucumán, Buenos Aires y Misiones.

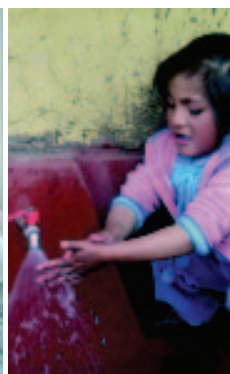
■ Agua y alimentos

Además, CAME a través de su Secretaría de Desarrollo Social, se comprometió a financiar diez bombas de agua (bomba de soga jirafa) que, gracias al trabajo de Emprendimientos de Tecnologías para la Vida, hará llegar agua suficiente y corriente a familias mapuches en Anecón Grande, Río Negro, y la Comunidad Aymará de Maimará, en la Puna Jujeño-Salteña.

Por último, financiaremos la construcción de una huerta orgánica en la localidad de Colonia San José, Formosa, mediante el trabajo mancomundo entre Fundación Huertaniño, el INTA y los docentes, alumnos y padres de la escuela N° 327.

Gracias a esta iniciativa, los alumnos, que hoy viven en riesgo de desnutrición, tendrán en el comedor de su escuela una variedad de alimentos anteriormente inalcanzables, indispensables para su sano crecimiento y desarrollo.

Asimismo, toda la comunidad aprenderá la siembra y la cosecha y, lo más importante de todo, los niños en edad temprana perderán el miedo a morir de hambre.



Capacitación en marcha



■ Curso RSE Dirigentes

La Secretaría de Desarrollo Social de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) realizó el cierre del curso especial de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para pymes.

El curso consistió en tres encuentros semanales enfocados, principalmente, a

difundir la idea de que hoy la actividad empresaria debe incorporar las variables social y ambiental a la económico-financiera.

En ese contexto, se encaró la RSE como modelo de gestión, teniendo en cuenta potencialidades, limitantes y motivacio-

nes de las PYMES así como también las distintas dimensiones que comprende la RSE y la importancia de la cadena de valor.

Al finalizar el encuentro, se entregaron los certificados de asistencia y se ofreció un vino de honor a los participantes.

■ Emprendedoras del Bicentenario

La Secretaría de Desarrollo Social y Mujeres CAME informan que, durante el Plenario Federal en el marco del Primer Foro de Valores, fueron anunciados los cinco proyectos ganadores del Premio

Emprendedoras del Bicentenario:

Paulina Ayala

Resistencia-Chaco

"Marroquinería Paulina"

María Rosa Balderrama

Las Talitas- Tucumán

"Libros didácticos en goma eva"

Rosalía Levay

Villa Angela-Chaco

"Vino orgánico Levay Hermanos"

Con el compromiso de emplear a personas de la comunidad Mocoví

Carina Rojas

Formosa-Formosa

"Dreams"

Confección de ropa interior en taller grandes y extra-grandes con diseño. Reutilizando retazos textiles de la ciudad de Formosa.

Nora Trossero

Luis Palacios- Santa Fe

"Elaboración de dulce de leche y ricota de leche de cabra"

Comercialización de productos de Agricultura Familiar

Felicitamos a todas las participantes e informamos que van a acceder gratuitamente a dos cursos a distancia dictados por CAME Educativa, que les otorgarán las herramientas de planificación y comercialización esenciales para que un emprendimiento prospere.



María Cornide (Secretaría de Desarrollo Social) y Elina Stewart (Mujeres CAME) junto a una de las ganadoras.

PymeNación, un crédito al instante

- Un crédito flexible para el usuario.
- Contado para el proveedor.
- Financiación a través del pago mínimo.
- Pago hasta un año de plazo.

0810-666-4444

Lunes a viernes de 8:00 a 20:00

www.bna.com.ar

PYME^{nación}

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA



Primer año de gestión y estrategia 2011

Uno suma, juntos multiplicamos

→ En 2010, y coincidentemente con la creación de la Secretaría de Desarrollo Social, la Confederación Económica de la Mediana Empresa ha asumido un nuevo desafío: participar activamente en toda acción y programa destinados a fomentar el desarrollo social y el comercio socialmente responsable.

La SDS está enteramente dedicada a crear alianzas y programas de cooperación con instituciones de la sociedad civil que contribuyan a transformar el entorno social, volviéndolo más inclusivo, equitativo y sustentable.

Contribuye al desarrollo social de comunidades, municipios, provincias y regiones de la Argentina generando alianzas y programas de cooperación con instituciones de la sociedad civil abocadas a modificar el entorno social en pro de la equidad, la inclusión y el desarrollo sustentable y fomentando entre sus socios la Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Con estos objetivos como norte, hemos trabajado con la Fundación Los Piletones de Margarita Barrientos, hemos organizado un festival de lectura para 4000 niños en Gobernador Crespo (Santa Fe), hemos donado juguetes al Hospital Garrahan, hemos aportado al Hospital Gutiérrez los insumos necesarios para salvar a un niño de perder la vista a causa de un glaucoma, hemos difundido la Responsabilidad Social Empresaria en Tierra del Fuego, nuestra provincia más austral, y también entre los miembros del Comité de Presidencia y principales dirigentes del Interior del país.

Además, hemos aportado 300 kilos mensuales de material reciclable a la Cooperativa del Oeste, para su venta y reciclado, cuidando el medio ambien-

te y aportando un ingreso a las familias que componen la cooperativa. Hemos podido cerrar el año gracias al apoyo de muchos de ustedes, con una estrategia de cooperación fuerte con cinco instituciones y organizaciones modelo de nuestro país dedicadas a las temáticas sociales más diversas (ver página 20). Y premiando a cinco emprendedoras (ver página 21).

Es nuestro deseo que el 2011 tenga un fuerte componente de difusión de la RSE entre las entidades del interior del país, para que puedan diseñar, y en algunos casos seguir propiciando, estrategias propias con las comunidades de las cuales forman parte, generando conciencia a lo largo y lo ancho del país.

Asimismo, les anunciamos que adoptaremos los criterios de la arquitectura sustentable para la obra de las nuevas oficinas de CAME, que luego serán replicadas en la actual sede de la entidad.

Por medio de todas estas acciones y muchas otras, buscamos que el empre-

sariado pyme se comprometa cada día más con la cuestión social, ya que no puede haber empresas exitosas en sociedades fracasadas. Debemos incorporar las variables ambiental y social a la tradicional variable económico-financiera.

Las pymes cargan con las limitaciones propias del sector pero tienen un potencial incalculable en materia de cercanía con los empleados, compromiso con la generación de empleos dignos, conciencia de los impactos positivos y negativos que su actividad provoca en la comunidad y un sentido de responsabilidad y solidaridad con otros actores sociales- en especial los menos favorecidos- digno de ser difundido y celebrado.

Desde este terreno fértil es que comenzamos y continuaremos construyendo un empresariado responsable y una sociedad más justa e inclusiva.

María E. Cornide
Secretaria de Desarrollo
Social de CAME →



MÁS CRECE OCA,
MÁS SE ACHICAN TUS DISTANCIAS.

OCA 2010:

El Correo Privado más grande de Latinoamérica.

Más de 150 Sucursales en todo el país.

Plantas especializadas estratégicamente ubicadas.

Seguridad, agilidad y rapidez en los envíos.



0800-999-7700 - www.oca.com.ar

EL PAÍS TE QUEDA CERCA.

Industriales del NOA reunidos en SALTA

Representantes de todas las provincias de la región analizaron la problemática del sector y elaboraron un documento final con las conclusiones del Encuentro, que convocó a 250 participantes.



La apertura del Encuentro, encabezada por funcionarios provinciales y dirigentes regionales.

→ El Encuentro Regional de Dirigentes Industriales del NOA fue realizado en las instalaciones del Parque Industrial Salta, con la presencia de 250 industriales de todas las provincias de la región.

La necesidad de brindar valor agregado a las materias primas, el reclamo de que las pequeñas y medianas industrias queden excluidas de una ley que plante la distribución de ganancias entre los trabajadores, el requerimiento de un sistema de financiamiento apropiado para el sector y la promoción de las inversiones fueron algunos de los ejes desarrollados en las conclusiones.

La apertura del Encuentro fue encabezada por el ministro de Desarrollo Económico de la provincia anfitriona, Julio César Loutaif; el ministro de Producción de Santiago del Estero, Luis Fernando Gelid; el intendente interino de la ciudad de Salta, Julio César Álvarez; el secretario de APIS, Alberto Antonini, y el presidente de la Rama Industrial de la CAME, Roberto Maceri.

El acto también contó con la presencia de Fredy Abud, presidente de APIS; Carlos Venier, secretario gremial de CAME, y Eduar-

► Entidades presentes ◀

- Asociación de Fabricantes de Insumos para la Construcción (AFINCO) - Tucumán
- Asociación de PYMES de Catamarca
- Asociación Parque Industrial de Salta (APIS)
- Cámara de Comercio e Industria de Frías - Santiago del Estero
- Cámara de Comercio e Industria de Salta
- Cámara de Comercio e Industria de Santiago del Estero
- Cámara de Comercio Exterior de Salta
- Cámara de Empresarios de San Pedro - Jujuy
- Cámara de Industriales Metalúrgicos de Tucumán
- Cámara de PYMES de San Martín - Salta
- Cámara Salteña de la Construcción
- Federación Argentina de Jóvenes Empresarios (FEDAJE)
- Federación Económica de Tucumán (FET)
- Federación PYMES Constructoras del NEA
- Parque Industrial de Orán - Salta
- Parque Industrial de Tartagal - Salta
- Parque Industrial General Mosconi - Salta
- Parque Industrial Güemes - Salta
- Unión Comercial e Industrial de Catamarca
- Unión de Empresarios de Jujuy
- Unión Industrial de Palpalá - Jujuy
- Unión Industrial de Santiago del Estero

do Regondi y Sandra Nicolás, miembros de la Rama Industrial de la Confederación.

Durante la jornada, Victoria Giarrizo y Pablo Mendelevich expusieron sobre la situación actual y las perspectivas del escenario económico y político, respectivamente.

En el marco del encuentro, el coordinador región NOA del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), Juan Luis Serra, realizó una disertación bajo el lema "INTI y su papel en el Desarrollo Regional". Asimismo, se presentó la Tarjeta PYME del Banco de la Nación Argentina.

Posteriormente, los representantes de cada región (Alejandro Marcani-Jujuy, Daniel Zózzoli-Salta, Raúl Robín-Tucumán, César Mohaded-Catamarca y Luis Pérez Albert-Santiago del Estero) expusieron las problemáticas industriales específicas del sector, enumerando cuestiones a resolver y proponiendo soluciones posibles para esos temas.

Ganancias y Valor Agregado

Los industriales asistentes al Encuentro



Fredy Abud, presidente de la entidad anfitriona.



Alejandro Marcani, (Jujuy).



Luis Pérez Albert, (Santiago del Estero).



Daniel Zózzoli, (Salta).

señalaron que "resulta inaceptable para las pequeñas y medianas industrias que la reglamentación del mandato constitucional de participación de los trabajadores en las ganancias de las empresas conlleve a la revisión de la documentación contable de las organizaciones y que no se tengan en cuenta contraprestaciones en materia de productividad por parte de los trabajadores".

Asimismo, reclamaron que "se consideren en la participación los actuales pagos que las empresas realizan a sus trabajadores como premios de producción, bonificaciones especiales por diversos conceptos relacionados con la productividad, todos de base no convencional".

Por otra parte, reclamaron que, en caso de instrumentarse una ley de estas características, "todas las pequeñas y me-

dianas empresas, sin excepción, queden excluidas de su aplicación".

En las conclusiones también fue planteada la necesidad de brindar valor agregado a las materias primas que se extraen en cada región, con el objeto de generar un esperado desarrollo local.

"Con ese objetivo, se hace indispensable contar con adecuados regímenes de incentivos nacionales, dado lo limitado de los que se establecen provincialmente", se subrayó.

Además, fue expresado que "la transformación local de las materias primas también requiere obras de infraestructura básica (energía, caminos, redes de agua y gas) y mejoras sustantivas en las ya existentes que permitan la instalación de industrias".

Financiamiento e inversiones

En materia de financiamiento, los dirigentes reunidos en Salta señalaron que "se requiere un sistema apropiado y específico para las pequeñas y medianas industrias, que contemple, de modo realista, las condiciones generales de acceso, los sistemas de garantías, los plazos y montos así como también los tiempos y circuitos administrativos para su aprobación y monetización".

"Los actuales programas, si bien son auspiciosos, no responden acabadamente a la realidad de las pymes y exigen garantías reales de difícil y limitada implementación".

Entre otros puntos, las conclusiones también advierten sobre la necesidad de "adecuados y equilibrados programas nacionales de incentivos a las inversiones, que permitan tanto la radicación de nuevas industrias como la ampliación y mejora de las existentes, con el fin de crear las condiciones para mejorar la estructura del empleo y el valor agregado a las materias primas locales".

Por último, entre otros planteos, fue enfatizada la necesidad de redefinir las cargas laborales sobre las remuneraciones de las pymes, el impacto negativo que el impuesto al cheque tiene sobre las empresas, la importancia de revalorizar y restituir el transporte ferroviario y el rol fundamental de las entidades empresarias, favoreciendo el crecimiento y desarrollo de los sectores y regiones.



Representantes de todas las provincias del NOA reunidos en las instalaciones del Parque Industrial de Salta.

¿Podemos hacer dinero con las redes sociales?

Twitter recibe 108 millones de visitas mensuales. Los canales de comunicación online ofrecen simultáneamente una gran y diversificada audiencia a un bajo costo. Muchas empresas consideran positivo el hecho de no aparecer en Internet. Este planteo es inocente, dado que la gente habla de ellas, las critica o las recomienda.

→ Las redes sociales se han convertido en una herramienta de marketing, cuyo fin último es generar beneficios. No siempre significa "dinero instantáneo", aunque indudablemente los beneficios se convertirán en dinero.

Actualmente hay más de 1.300 millones de personas conectadas a Internet en todo el mundo, nada menos que 32, 5 veces la población de la Argentina. Hay 190 millones de servidores web y más de 12.000 millones de sitios. Estamos frente a una realidad social y económica en la que podemos participar.

En Latinoamérica, hay más de 170 millones de internautas, mientras que en la Argentina casi la mitad de la población navega en la Web, situación que la ubica como el país con mayor penetración de Internet en la región, detrás de Chile.

De esos 20 millones de habitantes de la Argentina que navegan, la mitad es usuaria de Facebook y el 40 por ciento tiene Twitter. La necesidad de las empresas de tener una estrategia de comunicación online es evidente.

La web 2.0 consiste en hacer aplicaciones que permitan a los navegantes construir parte del contenido. En ese marco, es posible distinguir dos categorías de recursos web 2.0 para socializar:

Blog. Sitios web donde cada usuario puede agregar sus textos, imágenes, sugerir videos, y hacer comentarios a los recursos de sus contactos. El principal referente es www.facebook.com en la actualidad empleado principalmente por estudiantes. www.linkedin.com y www.xing.com son redes sociales de contactos profesionales. www.flickr.com

y www.youtube.com nos permiten compartir imágenes y videos.

Microblogging. <http://twitter.com/> encabeza este grupo. Permite enviar y leer entradas pequeñas de hasta 140 caracteres desde el sitio web, con celulares mediante SMS, programas de mensajería instantánea (chats) o desde aplicativos de terceros, como algunas marcas de celulares y otros sitios de redes sociales. Aumentó rápidamente su popularidad porque fue adoptado por artistas, políticos y referentes en diferentes áreas para hacer "comentarios breves".

Beneficios para una pyme

Tengamos en cuenta que la popularización de la informática hizo accesible a pequeñas y medianas empresas la misma funcionalidad y alcance que las grandes marcas. Analicemos el potencial que tenemos disponible:

-Publicidad gratis. Tenemos alojamiento web, podemos ingresar textos, imágenes, videos; actualizar el contenido, probar diferentes opciones, observando las respuestas que obtenemos, y mantenernos en contacto en forma directa con los navegantes, sin costo alguno. Para lograr una mejor ubicación, es posible contratar publicidad dentro de cada red social.

-Posicionamiento en buscadores. Tengamos en cuenta que automáticamente estaremos en los principales puestos de los buscadores, ya que la pertenencia a una red social aporta un flujo de "clics" que hace subir la calificación de su nombre de usuario relacionando las redes sociales con su sitio web. Por tal motivo, es muy importante que

se elija con cuidado las palabras claves a colocar en el perfil al crear el usuario en una red social.

Los usuarios de Twitter, Facebook y MySpace son mejor posicionados en los resultados de los buscadores.

-Clientes potenciales. Surgirán de la interacción con diferentes círculos de amigos o afinidad. Independientemente de que nos compren, estamos generando una referencia a nuestra marca o empresa, posicionando de esta manera nuestra pyme.

Tengamos en cuenta que cinco de cada diez personas que consultan, a través de Internet, información sobre productos y/o servicios terminan realizando la compra mediante comercio electrónico o comprando en forma tradicional.

-Perfil corporativo. Con la información que coloquemos en nuestro perfil, seremos "encontrados" en los buscadores. Es conveniente ser homogéneo con la publicidad offline. Podemos agregar el logo, emplear los colores y slogan que nos identifiquen o por los que deseamos ser recordados.

-Atención y servicio al cliente. Pensemos en un servicio de pre-venta y/o post-venta disponible las 24 horas del día sin que nos genere ningún costo de mantenimiento. Podemos reunir información con recomendaciones de uso, cuidado de productos, manuales, resolución de preguntas frecuentes, formas de contacto y requisitos de las garantías y hasta una mesa de ayuda virtual con un horario de atención en vivo. Es un atractivo que ofrece seguridad y confianza al potencial cliente.

-Herramienta de fidelización. Actualmen-



te existe una gran cantidad de programas con suma de puntos, descuentos, canje por premios, exclusividad en áreas vip, entre otros. Mediante la web 2.0, identificamos dos grupos de técnicas:

Promociones mediante ofertas, remates, ventas "eventistas" o una cantidad limitada, ventas nocturnas, días con promociones especiales, etcétera. Permite una gran flexibilidad en el armado, ya que es posible hacerlo en muy poco tiempo en los entornos web 2.0.

Consejo y lealtad. La escena de nuestras madres pidiendo la recomendación del verdulero sobre "el melón a punto" o del carnicero en el corte "especial", generando en compras sucesivas la confianza y fidelidad. Siguiendo con esta idea, en un entorno virtual podemos ofrecer información de utilidad al cliente (estadísticas, dar soluciones, recomendar productos o servicios para cada situación que podamos generalizar).

Inteligencia de mercado. Recopilación de información a partir de "lo que nos dicen", "lo que dicen de nosotros

en otros espacios" o "lo que dicen de nuestra competencia". Este monitoreo nos posibilitará identificar nichos y oportunidades para planear estrategias y tomar decisiones.

-Herramienta de recursos humanos. En <http://ar.linkedin.com>, disponemos de una red de contactos profesionales donde encontrar personal, asesores, consultores y hasta socios para realizar negocios en forma conjunta.

-Relaciones públicas y marketing viral ("boca a boca"). La recomendación al grupo de amigos y los comentarios en nuestro espacio agradeciendo información que brindemos, serán visualizados automáticamente por todo el grupo que tenga esa persona.

Algunas desventajas de las redes sociales que es conveniente que tengamos en cuenta para estar preparados:

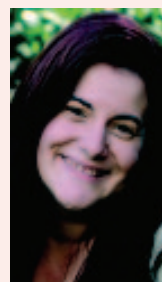
-Las malas experiencias de los clientes también son comentadas. Es conveniente emplear técnicas de atención de quejas y reclamos. Algunas personas eliminan los comentarios negativos, situa-

ción que genera desconfianza en los navegantes.

-Hay una pérdida de la privacidad. Por tal motivo, hay que diferenciar el uso de la red social en forma personal del que hagamos como representante de nuestra pyme.

-Robo de identidad y difamación. La recomendación es colocar todos los logos, referencias físicas como teléfono, dirección, horarios de atención, sitio web y cualquier otro elemento que permita al navegante comprobar nuestra existencia.

En síntesis, podemos resumir a las redes sociales como "clientes que hablan con clientes de nosotros".



Por la Ing. Lorena Carballo
<http://twitter.com/carballolore>

PymeNación, un crédito al instante

Únase al sistema PymeNación
y disfrute de la mejor financiación.

0810-666-4444
Lunes a viernes de 8:00 a 20:00
www.bna.com.ar

PYME Nación

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA



EMPRENDER Mendoza 2010



El presidente de la FEDAJE, Mauro González, y el gobernador Jaque (segundo y tercero desde la izquierda), junto a organizadores y participantes el encuentro.

El encuentro contó con la participación de prestigiosos expositores nacionales e internacionales. Más de 1.500 jóvenes respondieron a la convocatoria. El presidente de la FEDAJE, Mauro González, instó a los asistentes a contagiar el espíritu de la cultura emprendedora a otros mendocinos.

➔ Más de 1.500 jóvenes empresarios y emprendedores participaron del encuentro Emprender Mendoza 2010, cuyo acto de apertura fue encabezado por el gobernador Celso Jaque y las autoridades de la Federación Argentina de Jóvenes Empresarios (FEDAJE).

En ese contexto, Jaque destacó que está trabajando en la construcción de una estructura para albergar la primera incubadora de industrias culturales. Precisó, además, que todos los departamentos contarán con su incubadora de empresas en el corto plazo, lo cual acompañará el crecimiento de proyectos locales. Por su parte, el presidente de FEDAJE, Mauro González, destacó el crecimiento de la cultura emprendedora e instó a los asistentes a "contagiar ese espíritu a otros mendocinos".

El foro fue organizado por el Ministerio de Producción y acompañado por los Jóvenes Empresarios de Mendoza. Incluyó la participación de prestigiosos expositores nacionales e internacionales, que presentaron sus conocimientos y ex-

periencias en la temática de fortalecimiento de actitudes emprendedoras.

También estuvieron presentes Horacio Pagano, vicepresidente Región Centro de FEDAJE; Maximiliano Gabrielli, presidente de CJE de Mendoza, y Marta Martínez, vicepresidente de ese nucleamiento.

Los motivadores de las jornadas fueron José Manuel Pérez Díaz, Bernardo Stamateas, Gabriel Hidalgo, Ramón Sabela, Guillermo Echevarría y "Cacho" Vigil. Pérez Díaz diseñó un proyecto formativo denominado Cadena de Formación de Emprendedores, en el Principado de Asturias (España). Esa cadena tiene su primer eslabón en la educación primaria y el último, en la consolidación de la empresa. El objetivo de su proyecto formativo es motivar, formar, orientar y apoyar a los futuros emprendedores en todos los campos y no sólo en el de creación de empresas.

Licenciado en teología y en psicología, Stamateas es un destacado conferencista en todo el mundo. Sus charlas y libros apuntan al desarrollo de las potencialidades y crecimiento personal y espiritual.



"Cacho" Vigil, la experiencia de un entrenador aplicada al emprendedorismo.

"Resultados Extraordinario", "Fracasos Exitosos", el best seller "Gente Tóxica" y "Autoboicot", su último libro, son algunos de los títulos que conforman su obra. Hidalgo es gerente de operaciones de OCTANTIS, la incubadora de empresas más importante de Chile.

Sabela, sobreviviente de la Tragedia de los Andes y empresario, es protagonista de una de las historias más importantes de supervivencia del ser humano y un ejemplo de cómo enfrentar con confianza las adversidades de la vida.

Echevarría es entrenador de equipos gerenciales en Argentina, Chile, Uruguay, Venezuela, Portugal, Italia y España. Durante varios años fue capacitador en habilidades de liderazgo y negociación en la Escuela Argentina de Negocios. Profesor de educación física y jugador de hockey sobre césped, Vigil fue convocado en 1997 como director técnico de la Selección Nacional Femenina de Jockey, "Las Leonas".



Más de 1.500 asistentes al encuentro en Mendoza.

EMPRENDER Chubut 2010

La reunión sirvió de marco para subrayar la importancia de promover la innovación y la necesidad de lograr beneficios fiscales para jóvenes empresarios.

Ante más de 300 jóvenes emprendedores y empresarios, se llevó a cabo el Emprender Chubut 2010, organizado por la Comisión de Jóvenes Empresarios de Comodoro Rivadavia y la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Comodoro Rivadavia (CACIPCR), en conjunto con la Federación Argentina de Jóvenes Empresarios (FEDAJE) y la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). El encuentro tuvo lugar en el complejo Ele Multiespacios de la localidad de Comodoro Rivadavia.

El acto de apertura estuvo presidido por el ministro de Comercio Exterior, Turismo e Inversiones de Chubut, Eduardo Arzani; el intendente de Comodoro Rivadavia, Martín Buzzi; el secretario general de la FEDAJE, Nicolás Morelli; el presidente de CACIPCR, Roberto Saffirio, y Carlos Domínguez, referente de la Comisión de Jóvenes Empresarios de Comodoro Rivadavia.

Durante la apertura, Buzzi aseguró que es de vital importancia promover la innovación y el desarrollo en las nuevas empresas por parte de los jóvenes.

En tanto, Morelli expresó la necesidad de lograr beneficios fiscales para jóvenes empresarios y afirmó que, en tal sentido, se precisa el apoyo de las autoridades en todos los niveles de gobierno.

En la jornada fueron expuestos casos de éxito como Riding Patagonia y Revista Noche Polar, para interiorizarse sobre cómo emprender innovando, y



Apertura del encuentro en Comodoro Rivadavia.



Los participantes siguieron con atención las exposiciones de los diversos oradores.

fueron brindadas herramientas para desarrollarse desde la Fundación Mundos E - Centro de Emprendedores

de la Universidad Siglo XXI de Córdoba y desde la Agencia Comodoro Conocimiento, entre otros oradores.

LA INICIATIVA CONSTANTE

de Mujeres CAME

Un repaso de algunas de las actividades desarrolladas por el área femenina de la entidad durante las últimas semanas, con el objetivo de impulsar el empoderamiento del género en el mundo empresarial.

➔ Plenario de Hurlingham

Con la participación de un centenar de asistentes, el área Mujeres de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa realizó, en Hurlingham, el penúltimo plenario del sector correspondiente a este año.

La convocatoria, desarrollada en el marco de la Expo Industrial de ese distrito del centro-oeste del conurbano bonaerense, fue encabezada por Elina Stewart, presidente de la rama femenina de CAME.

La reunión contó con representantes de

todas las regiones del país, en un escenario propicio para el intercambio de experiencias y el análisis de la problemática de género.

En ese contexto, Stewart enunció, entre otras cuestiones, las pautas a seguir para la organización del próximo plenario del área, agendado para diciembre, en el que también fue desarrollado el Primer Foro de Valores, que sesionó bajo la consigna "Desafíos de una nueva era, la mujer como restauradora del ser antes que el tener".



El penúltimo plenario del año, encabezado por Elina Stewart.

→ Sensibilización en San Juan

Más de un centenar de asistentes participó de la Jornada de Sensibilización de Mujeres convocada por Ana María Goldin de Malinov y su equipo de trabajo en el Centro Comercial de la Ciudad de San Juan.

En representación de Elina Stewart, pre-

sidente de Mujeres CAME, la secretaria adjunta, Liliana Castro, encabezó el encuentro destinado a fomentar, capacitar y promover a la mujer como emprendedora.

Concurrida jornada sanjuanina de sensibilización.



Capacitación en Santa Cruz

La delegada regional de Mujeres CAME, Adriana Errecalde, asistió al Seminario de Capacitación en Prevención y Asistencia a Mujeres Víctimas de Violencia realizado en el auditorio de la filial Río Gallegos de LALCEC.

La actividad contó con la participación de representantes de distintas instituciones de la provincia, docentes y profesionales de la salud, en el marco del convenio de cooperación entre el Consejo Nacional de las Mujeres y la Subsecretaría de la Mujer santacruceña y en conmemoración del Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer.



Adriana Errecalde, delegada regional.



Celebración en Tucumán



La ciudad de Concepción conmemoró las ocho décadas del Centro.

Representantes de Mujeres CAME asistieron a la celebración del 80º aniversario del Centro de Defensa Comercial del Sur, en la ciudad tucumana de Concepción.



Presentación en Chaco

La Cámara de Mujeres del Chaco (CAMECH), presidida por Beatriz Tourn de Apud, convocó a empresarias del interior de esa provincia para una jornada de encuentro en las instalaciones de un spa de campo de la zona.

Creada en octubre de 2009 con el propósito de fomentar y apoyar los sectores comercial, turístico, industrial, productivo y de servicios de Chaco, la Cámara desarrolla una tarea de articulación con instituciones gremiales y gubernamentales.

Durante el encuentro, la presidenta de la entidad reiteró la invitación "a toda mujer que quiera sumarse al proyecto de trabajar todas juntas para crecer y crear un mundo mejor".



Mujeres chaqueñas, siempre en acción.

Una misión para nada imposible

Devolución de saldos a favor de Ingresos Brutos por parte de ARBA.



Recuperación de fondos sin temor a que se disparen "inspecciones integrales".

➔ Muchas empresas tienen hoy una importante acumulación de saldos a favor del Impuesto sobre los Ingresos Brutos de la Provincia de Buenos Aires, originados por la aplicación en los últimos años de múltiples regímenes de percepción y retención, en particular sobre acreditaciones bancarias.

Esta situación provoca graves perjuicios económicos y financieros, en cuanto tales saldos exceden en muchos casos la obligación tributaria que se devenga en dicha jurisdicción y, por ende, la imposibilidad de ser absorbidos por ésta.

Esta situación llevó a la Comisión Arbitral, autoridad de aplicación de las normas del Convenio Multilateral, a manifestarle su preocupación a la Provincia de Buenos Aires mediante el envío de la Nota 144, el pasado 18 de marzo de 2010, en la que instó a ARBA a proceder a la inmediata devolución de las sumas retenidas a contribuyentes de extraña

jurisdicción, esto es indebidamente.

Esto es así, claro está, porque tanto las retenciones como las percepciones, al tratarse de pagos a cuenta del gravamen del período, jamás pueden exceder el importe real que debe pagar un contribuyente luego del acaecimiento del hecho imponible. En caso contrario, se produce un enriquecimiento sin causa del fisco provincial que no tiene sustento legal.

Desde otra perspectiva, la mecánica en cuestión instituye una suerte de empréstito forzoso, ya que el importe ingresado no puede aplicarse a obligaciones futuras en el impuesto.

La Ley ha contemplado esta situación y su remedio a través de la acción de repetición, cuyo propósito es precisamente obtener la devolución de los importes ingresados en forma indebida, a cuyo efecto es necesario cumplir con los re-

quisitos y seguir los procedimientos que allí se enuncian.

Para muchas pymes, este procedimiento se cree engorroso y que dispara "inspecciones integrales", que muchas veces hacen retroceder al empresario en su decisión de emprender la tarea de recuperar sus fondos indebidamente retenidos, aún cuando éstas, de existir, suelen limitarse al análisis principalmente de la composición de los ingresos y gastos.

Pero los fondos, aunque con demora, son finalmente recuperados. Falta sólo tener el asesoramiento profesional apropiado y la tenacidad suficiente para lograr el objetivo buscado.



Dr. César R. Litvin

Socio del Estudio Lisicki, Litvin y Asociados

clitvin@llyasoc.com.ar

Feliz Navidad: alta temporada en ventas

Y por fin llegamos. Otra vez los adornos y árboles de Navidad en los canastos, listos para ser utilizados en el armado de las vidrieras de todos los rubros.

Una rápida recorrida por nuestro proveedores habituales, una mirada a las fotos de otros años, una búsqueda express en Internet y el pensamiento va tomando forma: ¡otra vez sopa!

Según lo que venimos trabajando a lo largo del año, la vidriera debe seducir, atraer, sorprender, cuestiones que parecen misión imposible al hablar de vidrieras de Navidad. Se repiten una y otra vez los mismos conceptos.

Lograr captar el ojo de grandes y chicos, sin caer en el "adorno" es un desafío.

Sin embargo, y en franca minoría, algunas marcas apelan a los iconos clásicos, pero transformados a partir de nuevos materiales y la luz, creando ambientes diferentes con costos más que razonables.

Un Papá Noel humanizado, integrado a la rutina diaria y no ya presentado como un extraterrestre de quien no se sabe bien su origen, aparece en gráficas y rodeado de mapas, computadoras, buscando un camino o contando un guión.

Conceptos

Las marcas líderes del mercado local apelan, en general, a vidrieras que reafirman su imagen de marca.

En algunos casos de vidrieras para ropa de niños, los renos y su familia reproducen la noche de Navidad. En otros, los duendes cosen un enorme traje de Papá Noel.

Al hablar de vidrieras para adultos, el

armado dependerá del rubro y, sobre todo, del target y estilo del comercio. La vidriera de Navidad no debe olvidar a quién está dirigida y cuáles son sus preferencias.

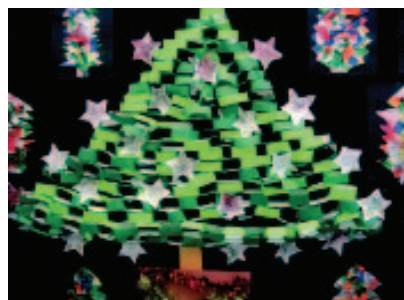
Una vidriera de joyería debe presentar sus propuestas acorde a la imagen de marca de un producto de alta gama, que exige presentaciones más formales.

En cambio, una vidriera de ropa casual puede apelar a la comercialización de los productos de forma más desestructurada.

En cualquiera de las opciones, lo que debemos tener en cuenta es el factor sorpresa, que estimula los sentidos y es el mejor aliado de la venta.

Consejos al paso

1. Evitar la repetición de los conceptos.
2. Apelar al factor sorpresa.
3. Jugar con un Papá Noel "cotidiano"
4. Tener presente el target.
5. Reformular íconos con nuevos materiales.

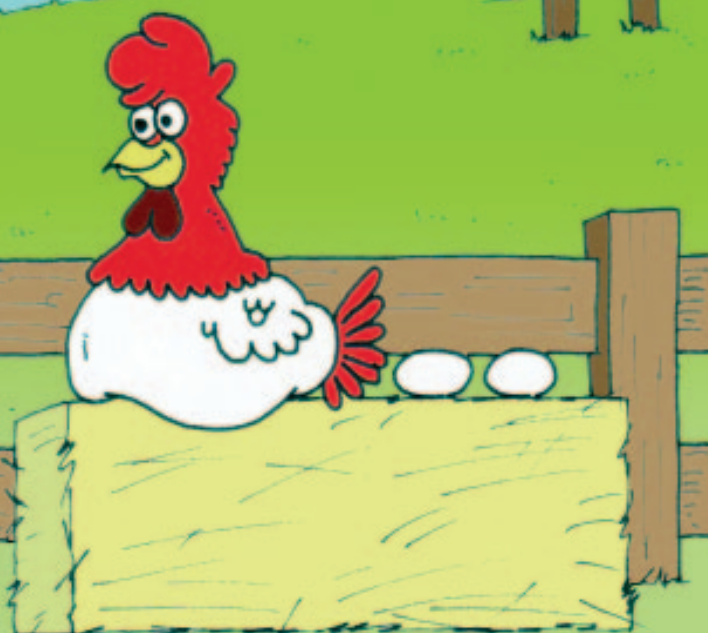


Nuevos materiales para modernizar un ícono navideño.



Por la Arq. Titina Castro
(Consultora docente de CAME)
Más información:
www.disenioexpress.com
titinavidrieras@came.org.ar

VARIOS PRODUCTORES AVICOLAS PYMES
DE LA REGION NOS JUNTAMOS PARA TRABAJAR
EN UNA ESTRATEGIA EN COMUN. PERO PRIMERO
TENEMOS QUE DEFINIR UN TEMA DETERMINANTE:
¿QUIEN NACIO PRIMERO?, ¿EL HUEVO O LA
GALLINA?



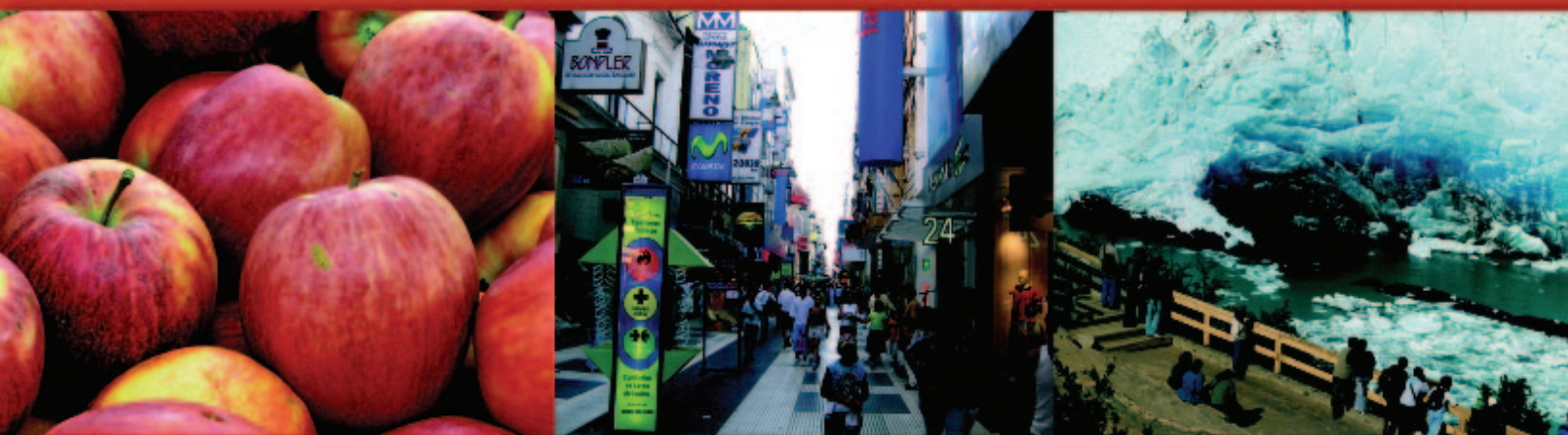
FECHU

Descubra otra
ARGENTINA



CAMPO, COMERCIO & TURISMO TV

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA
PRODUCCIÓN
DE



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

Plan de Salud
PYME

Si no tenés A.R.T.

te damos una **solución**



*Subsidio por Accidentes Personales
en el Ejercicio de la Profesión*



- Edad límite de incorporación (64 años y 11 meses).
- Pago del subsidio dentro de los 15 días de establecida la incapacidad o validado el período de internación.
- Se contemplan los accidentes como consecuencia del ejercicio de la profesión.

Osdepym Central: Reconquista 458, 2° piso - C1003ABJ - CABA