

NOTA DESTACADA

LAS PYMES, ALIADAS CLAVE EN LA RECUPERACIÓN PRODUCTIVA ARGENTINA

- >> Foro Internacional Ciudad, Comercio y Turismo
- >> Auxilio a las pymes en el Cono Sur
- >> Estrategia empresarial para sobrevivir a la pandemia

¿LO VAS A DEJAR PASAR? ¡Subite!



Enfocate en lo que sabes hacer, PILAR CAME te dará las herramientas para que puedas evolucionar junto a tu negocio y entrar en la economía digital.



★ Los servicios que tu comercio necesita:

Riesgo comercial, pagos, capacitación, factura electrónica, control tarjetas, tiendas, comercio exterior y tu negocio en google.

★ Fácil y Sencillo

★ Descargá la APP

www.pilarcame.com.ar/app.html



TEIPESA

Tecnología e Información para Empresas S.A.
www.teipesa.com.ar | info@teipesa.com.ar



pilar
LA BASE DE TUS NEGOCIOS

Con el respaldo de



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

+54 9 11 2669-4626

011 5275-6829

comercial@teipesa.com.ar

www.pilarcame.com.ar

CARTA AL LECTOR



Publicamos esta nueva edición digital de la revista en un contexto difícil para las pymes: seis de cada diez tuvieron que endeudarse para sobrellevar el impacto económico de la pandemia y casi la mitad no está en condiciones de hacer frente a las deudas contraídas en los plazos originalmente acordados.

En este escenario tan complicado, el presidente Alberto Fernández señaló que las pequeñas y medianas empresas son sus principales aliadas en la tarea de llevar adelante una agenda de producción, trabajo argentino y consumo interno. La CAME, desde siempre, viene subrayando el rol central de nuestro sector para poner el país en marcha.

Es cierto que no alcanzan las palabras para avanzar hacia los objetivos pero también que es necesario explicitar ciertos conceptos clave como punto de partida para lograrlos. Hay tanto por hacer

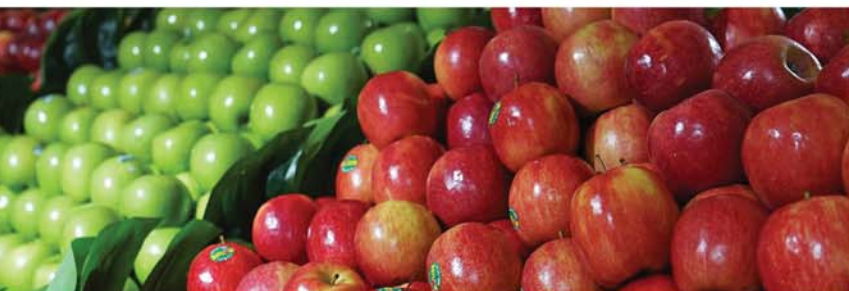
que resulta indispensable que cada argentino considere a sus conciudadanos como aliados y no como rivales.

Son tiempos de esfuerzo, de responsabilidad, de creatividad, de generosidad, de honradez. No hay margen para pensar que la solución a una de las más graves crisis de las muchas que atravesó nuestra nación pueda surgir desde una perspectiva mezquina, especuladora, individualista.

Con la responsabilidad que asumimos como representantes del sector que significa el 44 por ciento del PBI nacional y moviliza el 70 por ciento del empleo privado, redoblamos nuestro compromiso con el país.

Un abrazo federal.

Gerardo Díaz Beltrán



SUMARIO

NRO 168 AGOSTO

06 INSTITUCIONAL
Seis de cada diez pymes endeudadas

10 FORO
Ciudad, comercio y turismo

14 TURISMO
Circular, regenerativo y pospandemia

20 ANÁLISIS
El auxilio a las pymes en la región

24 COMERCIO EXTERIOR
Una mirada sobre presente y futuro

28 TECNOLOGÍA
Ciencia aplicada en ámbitos comerciales

30 RONDAS DE NEGOCIOS
Exitoso encuentro virtual

32 CAPACITACIÓN
Estrategias para sobrevivir a la pandemia

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

Revista **Comerciar** 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**

EL IMPACTO EN LAS PYMES DEL ACUERDO PARA EL PAGO DE LA DEUDA

Un paso fundamental para brindar un marco de certidumbre que permita enfocarse en la agenda de la recuperación productiva del país.

El Gobierno nacional ha dado un paso fundamental con la resolución del frente externo para brindar un marco de certidumbre y previsibilidad que permita enfocarse de lleno en la agenda de la recuperación productiva de nuestro país.

El presidente Alberto Fernández dijo que las pymes son sus principales aliadas y la CAME está convencida al respecto. La agenda de las pequeñas y medianas empresas es la agenda de la producción, el trabajo argentino y el consumo interno.

Desde la CAME siempre se ha señalado que, como subraya el papa Francisco, la unidad es superior al conflicto y estar unidos frente al afuera y la unidad de adentro van a permitir la reconstrucción, la recuperación, el rebote y el despegue, cuando las pymes serán un actor central.

En tal sentido, el acuerdo con los deudores para el pago de la deuda era esencial para poder empezar un pro-

ceso de recuperación económica que dé previsibilidad a los inversores.

El acuerdo permitirá avanzar también con el FMI, para que Argentina pueda acceder a créditos internacionales y a una baja del costo de financiamiento externo, que van a repercutir favorablemente en toda la economía, con un plazo de pago acorde a las posibilidades del país.

Para las pymes exportadoras, este avance con los bonistas privados significa que no se les cerrarán los mercados y podrán abrir nuevos. Por eso, para Argentina es muy importante que al finalizar la pandemia el tema de la deuda esté resuelto.

Tras este gran acuerdo, el próximo paso es la reactivación productiva. En ese sentido, una carga impositiva diferencial por regiones para incentivar al interior profundo podría ser la clave, porque tiene ciertas ventajas contra el Covid-19 respecto a las grandes ciudades.



Presidente Fernández y ministro Guzmán. Después del acuerdo, la reactivación productiva como próximo paso .

El presidente Fernández dijo que las pymes son sus principales aliadas. La agenda de las pymes es la de la producción, el trabajo argentino y el consumo interno.

SEIS DE CADA DIEZ PYMES TUVIERON QUE ENDEUDARSE POR EL EFECTO DE LA PANDEMIA

El 47,4 por ciento de las empresas se endeudó en el sistema no bancario, única vía de financiamiento para el 85,7 por ciento de este subconjunto de pymes.

Más de 800 pequeñas y medianas empresas de todo el país encuestadas por la CAME para dimensionar los efectos de la pandemia en el sector pusieron el foco en tres dimensiones: el endeudamiento financiero, la capacidad para hacer frente al pago de salarios y el nivel de empleo y el endeudamiento operativo.

Producto de la actual coyuntura económica, la mayoría de las pymes se encuentra en una situación de creciente endeudamiento. Los resultados indican que, a raíz de la pandemia, el 59,4 por ciento debió tomar nuevos créditos para poder sostenerse, que representaron en promedio cerca del 28 por ciento de la facturación correspondiente al 2019.

El 47,4 por ciento de las empresas se endeudó en el sistema no bancario, única vía de financiamiento para el 85,7

El 46 por ciento de las empresas dijo no estar en condiciones de hacer frente a las deudas contraídas en los plazos originalmente acordados.

Perspectiva regional

Al replicar el análisis en perspectiva regional surge que, a excepción del pago de salarios, en todas las restantes variables clave, el porcentaje de empresas que acumuló pasivos supera el 50 por ciento en todas las regiones del país.

Si se considera el promedio de cada uno de dichos indicadores, Cuyo aparece como la zona geográfica más afectada y la Región Centro (Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos) como la de mejor situación relativa.

por ciento de este subconjunto de pymes. Por su parte, un 46,3 por ciento que incrementó su deuda lo hizo a través de las líneas crediticias a tasa preferencial dispuestas por el Gobierno nacional, como los créditos al 24% y Pymes Plus. No obstante, casi el 13 por ciento debió complementar esos fondos con otras fuentes de financiamiento adicionales.

Por otra parte, el 46 por ciento de las empresas dijo no estar en condiciones de hacer frente a las deudas contraídas en los plazos originalmente acordados. Incluso, alrededor del 62 por ciento estima que, independientemente



te de las condiciones de acceso a los créditos tomados, les demandará más de un año poder desendeudarse.

En cuanto a la capacidad para hacer frente al pago de salarios y sostener el nivel de empleo, el 72,6 por ciento de las pymes empleadoras encuestadas indicó haber podido pagar en tiempo y forma los salarios correspondientes a junio y casi un 40 por ciento lo hizo con diferentes tipos de asistencias (Programa ATP, Línea al 24% u otras). A la vez, el 27,4 por ciento manifestó que le fue imposible hacer frente a dicha obligación (dentro de este subconjunto, el 79,3 por ciento manifiesta tener esta problemática desde la irrupción de la pandemia), mientras que un 28,6 por ciento aseguró que debió desvincular o suspender personal a raíz de la coyuntura.

Uno de los resultados arrojados en este punto es que las pymes empleadoras indicaron haber tenido dificultades para pagar el medio aguinaldo, algo supe-

rior a aquellas con problemas para afrontar el pago de salarios. En el caso del SAC, el 38,4 por ciento del total no pudo hacer frente a dicha obligación y, entre quienes lo hicieron, casi el 20 por ciento debió abonarlo en más de una cuota.

Finalmente, respecto de la última dimensión analizada, el endeudamiento operativo, los resultados indican que más del 70 por ciento de las pymes encuestadas adeuda total o parcialmente impuestos nacionales, ratio que desciende levemente (69,4 por ciento) cuando la consulta se realiza sobre impuestos de origen provincial y/o municipal. Por su parte, casi el 60 por ciento tiene deudas con sus proveedores, mientras que entre aquellas empresas que alquilan, la proporción que acumula pasivos por dicho concepto alcanza el 42,8 por ciento.

Informe completo disponible en <https://redcame.org.ar/>

EL IPOD CUMPLIÓ CINCO AÑOS Y LA BRECHA DE PRECIOS NO SE ACORTA



El indicador elaborado por Economías Regionales de la CAME revela prácticas abusivas que multiplican la diferencia entre cuánto recibe el productor y cuánto paga el consumidor.

Se cumplen cinco años de la primera publicación del Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD), indicador elaborado por el sector de Economías Regionales de CAME que permite visibilizar la falta de transparencia en las cadenas de valor.

Aunque el IPOD contribuyó a generar conciencia, tanto en los consumidores como en el Gobierno nacional, sobre las prácticas abusivas por parte de los formadores de precios, aún no se ha logrado achicar la brecha de precios campo-góndola.

En este contexto, la brecha de precios entre lo que pagó el consumidor y lo que recibió el productor por los productos agropecuarios en el campo volvió a subir en julio, al ubicarse 6,1 por ciento arriba de junio. La suba fue impulsada por fuertes aumentos en las brechas de la zanahoria, el zapallito y la cebolla.

Los datos surgen de los precios diarios online de los principales supermer-

cados del país, más de 700 precios de verdulerías y mercados para cada producto y precios de origen de las principales zonas productoras que releva un equipo de 35 encuestadores.

Las distorsiones que suelen multiplicar por varias veces el precio de origen de muchos productos agropecuarios en el recorrido desde que salen del campo y hasta que llegan al consumidor son muy dispares según producto, región, y tipo de comercio, y época del año.

En general, las diferencias están determinadas por un conjunto de comportamientos. Algunos son especulativos de partes de diferentes actores del mercado, básicamente de las grandes cadenas de supermercados que se abusan de su posición dominante en el mercado. Otros son factores comunes como la estacionalidad, que afectan a determinados productos en algunas épocas del año o los costos de almacenamiento y transporte.

Aunque el IPOD contribuyó a generar conciencia sobre las prácticas abusivas por parte de los formadores de precios, aún no se ha logrado achicar la brecha.



CAPACITACIÓN A DISTANCIA Y GRATUITA



85 CURSOS



4 SEMANAS DE DURACIÓN

TUTORÍAS A CARGO DE ESPECIALISTAS

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

www.came-educativa.com.ar



DESAFÍOS DE LA POSPANDEMIA EN EL FORO INTERNACIONAL DE CIUDAD, COMERCIO Y TURISMO

Un comercio innovador con experiencias de compras seguras entre las herramientas para recuperar la actividad.

Más de 1.700 inscriptos participaron del XIX Foro Internacional de Ciudad, Comercio y Turismo, en su modalidad virtual, que hizo foco en las claves de esos sectores productivos en el contexto de pandemia.

Durante la apertura del encuentro, Gerardo Díaz Beltrán, presidente de la CAME, destacó que la situación actual "incrementó la visibilidad de los problemas estructurales que afectan a las pymes" y subrayó que "debemos trabajar unidos para que esos sectores productivos protagonicen la recuperación del país".

Por su parte, al presentar la conferencia "Panorama actual y perspectivas pospandemia COVID-19", Fabián Tarrío, vicepresidente del Sector de Comercio y Servicios de la CAME y presidente de la FCCA, señaló: "Siempre apuntamos a transmitir conocimiento y herramientas para fortalecer al comer-

cio. Hoy, esos esfuerzos se profundizan para superar el contexto actual".

Factores exógenos

En ese panel, Rafael Fuentes, director de Análisis e Inteligencia Turística de Turismo y Planificación de la Costa del Sol, España, compartió las perspectivas de recuperación: "El turismo es la primera actividad que crece cuando se superan las crisis, porque impulsa al sector comercial y los centros urbanos. Pero lo que vivimos hoy depende de muchos factores exógenos que dificultan los pronósticos".

"Ante este panorama, tenemos que aprovechar las herramientas de esta era de transformación digital. Generan un conocimiento que, bien utilizado, es la base del crecimiento de la actividad turística", sugirió.

Luego fue el turno de José Ortiz, alcalde de Torremolinos, quien repasó las medidas para estimular el consumo y ayudar a las pymes de comercio y turismo en su ciudad. Por ejemplo, los bares y restaurantes están autorizados a incrementar la cantidad de mesas en el exterior del local, ante la exigencia de reducir la capacidad del interior. También detalló el plan para posicionar a la Costa del Sol como "destino seguro" en el otoño europeo de 2021.

"Hay que invertir en seguridad sanitaria y también comunicarla, así reducimos el temor y la incertidumbre que pueda tener el cliente".

Usted está viendo la pantalla de Lic. Rodolfo Pangua... Ver Opciones

¿Cómo es este nuevo consumidor post covid?

Un consumidor con miedo a ir a las comercios

¿Qué tiene que hacer el comercio?

- Invertir en medidas de seguridad
- y comunicarlo

¿Cómo ayuda el CCA a los comercios?

- Informar legislación en seguridad
- Desarrollar campañas de comunicación Comercio seguro
- Crear servicio de reparto a domicilio

www.ccaateruel.com

Configuración del audio

Chatear 16 Levantar la mano Preguntas y respuestas

Redescubrimiento del barrio

En la conferencia "El comercio urbano y los Centros Comerciales Abiertos pospandemia", Carlos García Perujo, docente de la maestría en Retail Marketing de la Universidad de Málaga, dijo: "Se está dando un redescubrimiento del comercio de barrio. Pero no podemos depender sólo de esa solidaridad. Hay que adaptarse a los nuevos hábitos".

En ese sentido, especificó claves relacionadas con la transformación digital para atender las nuevas necesidades de los consumidores: "El comercio debe reducir la incertidumbre y generar confianza. Para eso, es fundamental planificar estrategias a partir de datos, comunicarse y acompañar a través de las redes, fidelizar mediante el contacto y brindar atención omnicanal. La tecnología brinda las herramientas

que necesitamos para eso".

A continuación, Rodolfo Pangua, gerente del Centro Comercial Abierto de Teruel (elegido como el mejor CCA de España en 2019), puntualizó que, "hoy más que nunca, la innovación es clave para generar experiencias de compra" y agregó que "hay que invertir en seguridad sanitaria y también comunicarla, así reducimos el temor y la incertidumbre que pueda tener el cliente".

Con distintos puntos de contacto, los disertantes coincidieron en la necesidad que tiene el pequeño comercio de centros urbanos de adaptarse y ser innovador para superar los efectos de la pandemia. De cara a lo que viene, la asociatividad, la colaboración público-privada, el uso de la tecnología y las experiencias de compra seguras serán fundamentales.

QUINTO BALANCE DE GESTIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

Refleja el compromiso de la CAME por el fortalecimiento del desarrollo económico con inclusión social y preservación del medio ambiente.

La CAME presentó, a través de su Departamento de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, su quinto Balance de Gestión Social y Ambiental, documento que refleja el compromiso de la entidad por el fortalecimiento del desarrollo económico con inclusión social y preservación del medio ambiente.

El balance recorre las actividades de Triple Impacto llevadas adelante durante el periodo enero/diciembre 2019, que se alinean a estándares internacionales, como la norma ISO26000 e iniciativas de la Organización de las Naciones Unidas que la Confederación acompaña (principios del Pacto Global, Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Entre las actividades a destacar, el documento hace mención a la aprobación en la Asamblea Ordinaria del Código de Ética, Conducta y Convivencia; la generación de más de 5 mil horas de capacitación para los empleados de la entidad; la creación de la 5ª

El balance recorre las actividades de Triple Impacto llevadas adelante durante el periodo enero/diciembre 2019, que se alinean a estándares internacionales.



Red de Aprendizaje en Gestión de la Energía en el marco del programa financiado por la Unión Europea "Eficiencia Energética en Argentina"; los avances del sello CAME Sustentable y las más de 149 mil personas capacitadas en todo el país.

Para recibir el documento completo, enviar correo a responsabilidadsocial@came.org.ar

DIFICULTADES DEL COMERCIO MINORISTA EN TODO EL PAÍS

La complicada situación actual y las acciones necesarias para superarla fueron analizadas por el Sector Comercial de la CAME y la Federación de Centros Comerciales Abiertos.

Con foco en distintas problemáticas que afectan el desempeño de las pymes comerciales en todo el país, se realizó una nueva reunión del Sector Comercial de la CAME y la Comisión Directiva de la Federación de Centros Comerciales Abiertos (FCCA).

Algunas de las cuestiones analizadas fueron la exigencia de un soporte real de parte del sector financiero ante la gravedad de la situación, la necesidad de un régimen especial para concursos y quiebras y la restauración de la normalidad en la atención bancaria.

También fueron abordados temas tales como la consideración de la situación laboral de personas mayores de 60 años y exceptuadas de trabajar, el costo que eso representa y el tratamiento de la doble indemnización, así como el apoyo a la solicitud de una Ley de Emergencia Turística y la necesidad de profundizar mejoras en el acceso y la implementación de herramientas tecnológicas para estimular y concretar las ventas.

Los participantes además repasaron la actualidad del comercio en varias localidades, en función de la fase de aislamiento o distanciamiento que estén atravesando. Se compartieron datos actualizados de Ciudad y Provincia de Buenos Aires, Concepción del Uruguay, Jujuy, Mendoza, Moreno, Morón, Pergamino, Río Grande, Salta, San Miguel y Santiago del Estero, entre otras.

"Los problemas son concretos y forman parte de la herida dolorosa que nos está dejando la pandemia. Podemos abordar algunos a partir de la gestión y la incorporación de herramientas. Otros dependen de factores externos, como la asistencia financiera y las medidas oficiales. Pero no descansaremos en la búsqueda de soluciones que nos permitan seguir de pie en cada una de las comunidades donde el comercio es protagonista", concluyó Fabián Tarrío, vicepresidente del Sector Comercial de la CAME y presidente de la FCCA.



"No descansaremos en la búsqueda de soluciones que nos permitan seguir de pie en cada una de las comunidades donde el comercio es protagonista".

TURISMO CIRCULAR, REGENERATIVO Y CON IMPACTO POSPANDEMIA

Más de 300 inscriptos en el seminario organizado por la CAME que analizó las estrategias para reactivar el rubro.

El sector Turismo de la CAME llevó a cabo el Seminario "Turismo circular, re generativo y con impacto pospandemia", un espacio para analizar las diferentes estrategias a abordar para reactivar el rubro.

El encuentro virtual contó con un total de 350 inscriptos y los disertantes Patricia Molina, asesora de Turismo y Triple Impacto, y Daniel Mercado, experto en Estrategia y Geopolítica, ambos del sector de CAME Turismo.

El inicio de la reunión estuvo a cargo de Gregorio Werchow, secretario de Turismo de la CAME, quien dio la bienvenida a los participantes e hizo un breve resumen sobre las acciones y gestiones que realiza la CAME, para luego presentar a los expositores.

En primer lugar, Mercado abordó la temática "Economía o Ecología", un dilema al que, según sus dichos, jamás se debió haber llegado, sosteniendo que "más allá del Covid-19, este siglo XXI continúa con los mismos desafíos: algunos se precipitaron, otros se con-

cientizaron y algunos otros se exacerbaron".

"La economía circular y regenerativa responde a las necesidades humanas respetando la ecología y generando un puente a la regeneración. Al mismo tiempo, interpela los procesos productivos tradicionales, mientras le abre paso a la bioeconomía que, en su amplitud del término, es una plataforma para nuevos emprendimientos sostenibles. La naturaleza es la base sobre la que se sustenta lo demás", dijo.

En tanto, Molina habló sobre la necesidad de repensar la forma de hacer negocios en el marco de este nuevo paradigma para dar espacio a las empresas con impacto.



"Más allá del Covid-19, este siglo continúa con los mismos desafíos: algunos se precipitaron, otros se concientizaron y algunos otros se exacerbaron".



CONSULTORIOS REGIONALES FINANCAME

Pensados para orientar en la búsqueda de soluciones acordes al contexto particular de cada provincia.

El Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme diagramó los Consultorios Regionales FINANCAME, pensados para orientar en la búsqueda de soluciones de manera regional a entidades, pymes y emprendedores. En su ámbito, especialistas estarán contestando a consultas como si fuera una reunión de consultoría, estableciéndose un feedback en pos de brindar respuestas a los problemas planteados por cada participante. Son salas con temas: Marketing Digital, Gestión Financiera, Ventas y Comercialización, Comercio Exterior, Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad, Asuntos Tributarios, Financiamiento.

Tienen un cupo limitado, para que todos accedan a la oportunidad de conversación planteando su consulta específica. Al ser salas temáticas, el conjunto de los participantes se nutre de las preguntas que todos los asistentes le van planteando al especialista.

Para brindar este servicio donde convergen varias temáticas que fortalecen la competitividad, se sumaron sectores y áreas de la CAME como Comercio Exterior, RSE y Sustentabilidad, Departamento de Asuntos Tributarios, Departamento de Análisis Económicos, Departamento de Estadísticas. También acompañan CAME Educativa y CAME Pagos.

Incuba

CAME Incuba está realizando encuentros virtuales junto a emprendedores catalogados como "casos de éxito", para intercambiar experiencias situadas en la reconversión del negocio, como consecuencia del actual contexto en medio del COVID-19.

Los primeros encuentros junto a En Punto (máquinas expendedoras de comida saludable) y Ruta 30 (cerveza artesanal) están disponibles en el canal de YouTube de CAME. El próximo será el 3 de septiembre.

Para recibir invitación: mail a incubadora@came.org.ar

Novedades en @FINANCAME (Twitter).

Más información y/o solicitud de invitación, enviar mail a incubadora@came.org.ar o financiamiento@came.org.ar



LOS RESIDUOS EN LA ECONOMÍA CIRCULAR

Análisis del licenciado Witold Roman Kopytyński, experimentado consultor de empresas en materia ambiental, directivo de la Cámara Empresaria de Medio Ambiente e integrante de la Comisión de Ambiente de la CAME.



La Argentina genera unas 40.000 toneladas diarias de Residuos Sólidos Urbanos (RSU) y cerca de 1.800.000 toneladas anuales de Residuos Industriales No Peligrosos (RINEs) asimilables a RSU.

Desde la perspectiva de la economía circular, es pertinente considerar toda esta masa como insumos de otros procesos. No se puede concebir ni implementar la economía circular sin el reciclado y la valorización energética.

Resulta imperioso implementar ade-

"No se puede concebir ni implementar la economía circular sin el reciclado y la valorización energética".

cuadamente los mecanismos para la recuperación, que dará lugar al suministro de materias primas para las industrias ya instaladas que las procesan, evitando así la necesidad de importar insumos tan básicos como cartón, caucho, vidrio y plásticos, actualmente en falta por las pobres recolección y recuperación imperantes.

En los últimos años, ha habido una cierta proliferación de normas ambientales. Este marco regulatorio requiere, para su eficaz concreción, la existencia de infraestructura y una verdadera industria de desechos urbanos e industriales. Las mayores debilidades pasan por un marco regulatorio con más de 25 años de antigüedad y la dificultad para actualizarlo.

Con la mirada en el 2030, debe promoverse una ley de presupuestos mínimos para la gestión integral de RSU y RINEs de manera ambientalmente sustentable, que permita la implementación, en el corto plazo, de la infraestructura necesaria.

Es clave considerar al respecto aspectos tales como la gestión y valorización energética de NFU, el coprocesamiento de residuos con valor calórico residual en empresas de alta demanda energética, la eliminación del enterramiento de residuos y la erradicación de los basurales. Se debe incorporar tecnología y promover inversiones públicas y privadas.

PARQUE INDUSTRIAL CHIVILCOY: 50 AÑOS ACOMPAÑANDO EL CRECIMIENTO DE LA REGIÓN

Más de 70 empresas que dan trabajo a más de mil personas están radicadas en sus 48 hectáreas.

El Parque Industrial Chivilcoy fue inaugurado en 1969, por iniciativa del Centro Comercial, Industrial y de Servicios local, el Gobierno municipal y entidades empresarias. Hoy, las 72 firmas radicadas en sus 48 hectáreas dan trabajo a cerca de 1100 personas.

Hay emprendimientos lácteos, aserraderos, calzado, alimentos, metalmecánica, reciclaje e inyección de plásticos, aceiteras, molinos de harinas, maquinaria agrícola y hasta dos grandes imprentas. Cuenta con un puerto seco y una aduana. El cierre de la fábrica de calzado Paquetá fue una dura baja.

Integrante del Corredor Productivo de la Ruta 5, entre La Pampa y Buenos Aires, su ubicación representa una ventaja insuperable. En cuanto a la infraestructura, cuenta con acceso a todos los servicios necesarios para trabajar, además de mantenimiento de los espacios comunes, iluminación en las calles, un módulo del Banco Provincia, se-

guridad en el ingreso y cámaras de vigilancia en todo el Parque, entre otras facilidades. En 2018, fue inaugurado el Centro Tecnológico de Capacitación e Innovación.

Entre los proyectos a futuro, destaca la Incubadora de Empresas, una idea muy prometedora que se viene gestando desde hace tiempo.

Actualmente, el Parque trabaja, en conjunto con la CAME, en la vinculación comercial, industrial y de servicios del Corredor Productivo de la Ruta 5. El próximo 8 de octubre habrá una ronda de negocios en la plataforma virtual de la CAME, con la finalidad de conectar empresas y crear vínculos duraderos entre ellas.

La Asociación de Propietarios del Parque Industrial Chivilcoy -que preside Jorge Ballerini junto a la administradora Natalia Barbieri- es la encargada de administrar el Parque.



"LA PANDEMIA AFECTA MUCHO AL AGROTURISMO"

Martín Sasaki

Presidente de la Asociación Los Andes de Productores Agropecuarios (ALAPA)



-¿Cómo es la situación actual de los productores agropecuarios de su zona en relación a las nevadas?

-Los productores locales que tienen campos en la meseta se vieron muy afectados por las nevadas, especialmente los que no tuvieron una buena

producción de pasto durante el verano, que fue más seco y frío de lo normal.

-¿Y el panorama productivo en cuanto a las consecuencias de la pandemia?

-Por ahora, los principales problemas son atrasos con el transporte, falta de insumos y de movilidad. La caída abrupta del sector turístico va a impactar en las ventas en el futuro cercano. Ya afectó mucho a productores que tienen diversificada la actividad con atracciones invernales y, a futuro, complicará al sector de los que se dedican al agroturismo: productores de vino, tulipanes, peonías, salidas a caballo, paseos a campo.

-¿Qué medidas considera que serían necesarias tomar para sostener al sector?

-Se debería hacer una reducción de las cargas sociales, especialmente para microempresas y para quienes toman personal nuevo, al menos por un año. También simplificar la liquidación de haberes, con un sistema similar al monotributo, de forma tal que no se necesite tener un contador para contratar un empleado. Y el otro punto sería acceso a créditos con tasas subsidiadas a mediano plazo para compra de maquinarias, infraestructura y otras necesidades.

Se deberían reducir las cargas sociales, especialmente para microempresas y para quienes toman personal nuevo, al menos por un año.

"EL ACUERDO PORCINO CON CHINA ES UNA INVERSIÓN DIFÍCIL DE RECHAZAR"

Alejandro Lamacchia

Presidente de la Asociación de Productores Porcinos de la Provincia de Buenos Aires



-¿En qué consiste el acuerdo porcino con China? ¿En qué grado de avance se encuentra?

-No está delineado. Lo que trascendió hasta el momento es que ambos países están por firmar una carta de intención para llevar a una mesa de negociación la redacción de un acuerdo. Sería para la instalación de 25 granjas porcinas en territorio nacional de aproximadamente unas 12.000 madres. La inversión llegaría a casi 4.000 millones de dólares, a invertir en cuatro años, y nos permitirá aumentar el stock ganadero porcino en un 50 por ciento.

-¿Beneficiará a los pequeños y medianos productores de cerdos argentinos?

-Una inversión de este nivel es difícil de rechazar, sobre todo para un país que está viviendo una crisis económica de magnitud como la nuestra. Los beneficios del acuerdo se verán una vez que se redacte. Hay que ver la letra grande y, en particular, la letra chica. La posibilidad de la asociación de productores porcinos y agropecuarios puede ser muy ventajosa, pero todo depende del convenio marco.

-¿Puede ser perjudicial en algún punto?

-La mano de obra tiene que ser argentina y todo el material para instalar las granjas, adquirirse en el país. Se deberá prestar mucha atención a la calidad de las instalaciones, para que sean sustentables y no vulneren aspectos ambientales, además de asegurarse que lo producido no termine en el mercado interno y realmente sea todo enviado a China, como dicen.

"Los beneficios del acuerdo se verán una vez que se redacte. Puede ser muy ventajoso o no, hay que ver la letra grande y la chica".

EL AUXILIO A LAS PYMES EN LOS PAÍSES LIMÍTROFES

Un punteo de las acciones implementadas en Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay para sostener a las pequeñas y medianas empresas afectadas por la pandemia.



Presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, y su ministro de Economía, Paulo Guedes.

La aprobación de un préstamo del BID destinado a sostener al sector pyme en Bolivia, un megacrédito para el segmento anunciado en el inicio de la pandemia en Brasil, un plan de reactivación presentado en Chile con foco en las pequeñas y medianas empresas, una línea de financiamiento para los productores más chicos del sector rural instrumentada en Paraguay y una inyección de liquidez para auxiliar a las firmas uruguayas de la base de su pirámide productiva fueron algunas de las medidas instrumentadas por los gobiernos

de estos países para contrarrestar el efecto devastador del Covid-19 en sus economías.

Aporte del BID

En relación a Bolivia, el Banco Interamericano de Desarrollo aprobó recientemente un préstamo de 130 millones de dólares para apoyar la sostenibilidad financiera de corto plazo de las micro, pequeñas y medianas empresas, en el contexto de la crisis generada por la pandemia de coronavirus y sus efectos en el tejido productivo. El

crédito tiene un plazo de amortización de 21,7 años y se comenzará a pagar dentro de 12 años.

El programa prevé beneficiar como mínimo a aproximadamente 12.000 pequeñas empresas afectadas por la crisis, mediante créditos que se otorgarán a través de diferentes instituciones financieras, destinándose una cantidad superior al 30 por ciento del total de los recursos a empresas que sean propiedad de mujeres.

Dos salarios

En cuanto a Brasil, el gobierno de Jair Bolsonaro anunció a finales de marzo una línea de crédito al 3,75 por ciento anual para pequeñas y medianas empresas, de unos 8.000 millones de dólares, con el objetivo de cubrir en principio dos meses de salario de un franja de dos millones de empleados y frenar la ola de despidos en el sector privado. También entró en vigencia la posibilidad de reducción de la jornada laboral y achicamiento proporcional del salario por hasta 120 días.

Paso a paso

En Chile, el presidente Sebastián Piñera dio a conocer la estrategia de reactivación económica del gobierno, que se materializará a través del Plan Paso a Paso Chile se Recupera. Según detalló, la iniciativa consta de tres pilares principales: plan de inversiones, apoyos a las pymes y subsidios al empleo. El apoyo a las pymes se concretará a través de los programas Fogape, Crece y Reactívatelo, para otorgar subsidios, asistencia técnica y acceso a capital de trabajo con garantía del Es-

tado. Según datos de finales de julio, casi 200 mil empresas han accedido al Fogape, por un monto de casi 10 mil millones de dólares.

Fondo Ganadero

En Paraguay, la capitalización de los 10 millones de dólares del Fondo Ganadero (banca pública) fue anunciada para beneficiar a unas 6 mil familias en el marco de la reactivación económica de las mipymes dentro del Plan de Recuperación Económica y la Cadena de Valor Pecuaria, con tasas accesibles y el acompañamiento técnico gratuito incluido en todo el proyecto.

Agencia de Desarrollo

Finalmente, en Uruguay, la ministra de Economía y Finanzas, Azucena Arbeleche, destacó la decisión del Gobierno de apuntar "especialmente en la provisión de toda la liquidez que sea necesaria para las empresas" y por eso resolvió "mejorar y ampliar enormemente el esquema actual de crédito para las pequeñas y medianas empresas, a través de la Agencia Nacional de Desarrollo".

La capitalización de los 10 millones de dólares del Fondo Ganadero (banca pública) de Paraguay fue anunciada para beneficiar a unas 6 mil familias y sus mipymes.

NOVEDADES PARA PYMES



NUEVA APLICACIÓN

La AFIP estableció que los contribuyentes y/o responsables como sociedades, empresas unipersonales, fideicomisos y otros que practiquen balance comercial, a los fines de la determinación del impuesto a las ganancias y la confección de la respectiva declaración jurada, deberán utilizar el programa aplicativo denominado "Ganancias personas jurídicas - Versión 18.0" o la versión que se apruebe en el futuro, cuyas características, funciones y aspectos técnicos para su uso se especifican en el Anexo que forma parte de la Resolución General 4793/2020. Podrá ser transferido desde el sitio web de AFIP.



COMISIÓN ARBITRAL

Por Resolución General 11/2020, la Comisión Arbitral estableció desarrollar, adecuar y/o ajustar el funcionamiento del Sistema de Recaudación sobre Tarjetas de Crédito y Compra "SIRTAC", permitiendo su operatividad con los regímenes de retención locales creados, en la medida que las jurisdicciones adheridas cumplan las pautas, reglas y/o recomendaciones comunes acordadas.

De esta manera, las jurisdicciones adheridas serán las encargadas de fijar las reglas de funcionamiento y/u operatividad del sistema informático y las demás pautas comunes.



CERTIFICACIONES MÉDICAS

Los ministerios nacionales de Salud y de Trabajo establecieron que los empleadores no podrán exigir certificaciones médicas o estudios relativos al Covid-19 a los trabajadores que ingresen o se reintegren a sus tareas.

Al respecto, se remarcó "que el paciente tiene derecho a que se guarde la debida reserva" de su información personal, salvo su expresa autorización o "disposición en contrario emanada de autoridad judicial competente".





Vendé tus productos o servicios
por Whatsapp, Facebook, teléfono o email
solicitando el pago online a través de
CAME PAGOS.



DEFENDEREMOS **SIEMPRE** A LAS PYMES

TAMBIÉN DEL CORONA VIRUS COVID-19

+54 11 3987-1571 / 1572

info@camepagos.com.ar

WWW.CAMEPAGOS.COM.AR

ANÁLISIS DE UN PRIMER SEMESTRE COMPLICADO

Apuntes sobre un período que comenzó con cierto engañoso optimismo y, luego de la pandemia, ahora enfrenta un escenario donde todo cambió.

Al comienzo del 2020, las expectativas del comercio exterior eran complicadas. Un análisis rápido podía generar cierto optimismo, si de valores absolutos de saldo se tratara. Pero hubiera sido engañoso.

Había superávit comercial, iniciado en en septiembre del 2018. Pero las razones no estaban en la superación de exportaciones sostenidas, sino más bien en una baja muy pronunciada de las importaciones. Que se acentuó en el 2020.

Además, por si fuera poco, en marzo irrumpió con toda su crudeza la pandemia del Covid 19: aislamiento forzado, inactividad industrial, movimiento comercial en su mínima expresión, obligando a cerrar fronteras y golpeando fuertemente a todas las economías del mundo. Y a la nuestra aún con más fuerza, porque era una economía enferma, de no crecimiento y números alarmantes.

Hoy podemos dar unos números concretos. Junio logra un superávit de 1.484 millones de dólares, con una baja

de exportaciones del 8.6 por ciento pero con un derrumbe del 20.8 por ciento de las importaciones interanual. El superávit acumulado en el primer semestre fue de 7.830 millones de dólares, con niveles de decrecimiento en exportaciones pero mucho más de importaciones.

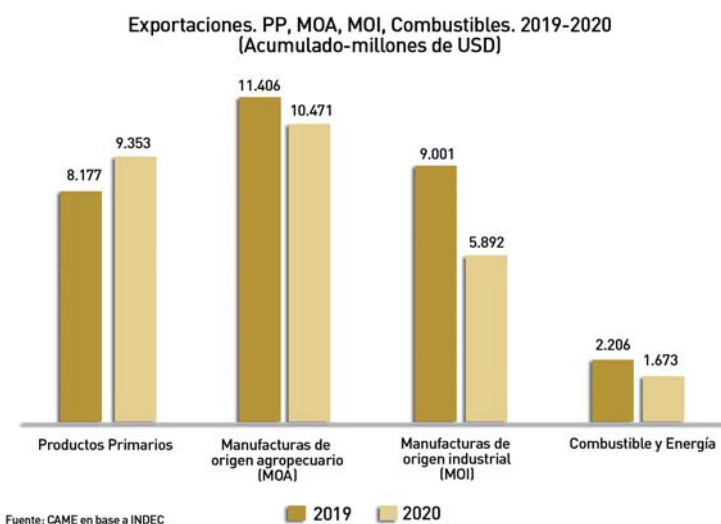
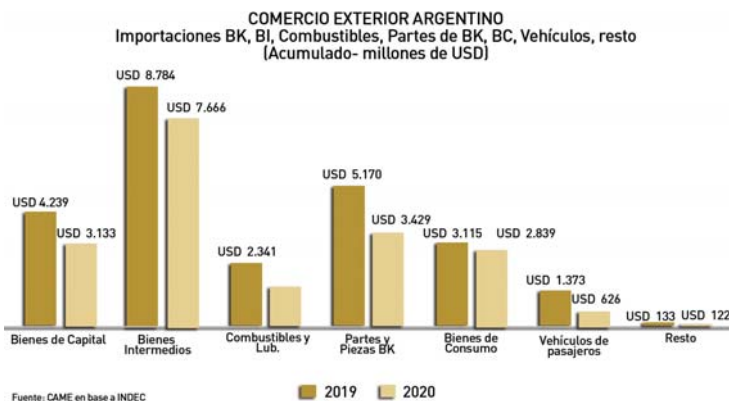
La baja de importaciones es muy marcada en bienes de capital, bienes intermedios y de partes y piezas de bienes de capital. Se trata de rubros que señalan que la actividad interna está cayendo cada vez más. También cayeron los bienes de consumo, pero no en una magnitud relevante.

En cuanto a exportaciones, solo creció la columna de los bienes primarios (algo típico de Argentina) pero bajaron mucho las de las MOA (Manufacturas de Origen Agropecuario) y las MOI (Manufacturas de Origen Industrial), dos rubros que dan el siempre buscado valor agregado.

En exportaciones, crecieron las de bienes primarios pero bajaron mucho las de MOA y MOI, rubros que dan valor agregado.

Nuevo organismo

El Gobierno convoca a un nuevo organismo, el comité de comercio exterior, que buscará aumentar las exportaciones sostenidamente hasta 100.000 millones de dólares, con una batería de medidas que promocionan la actividad exportadora y pyme en particular. No generan divisas abultadas pero logran dar ocupación a mucha mano de obra y especialización en nuevas tecnologías, tan necesarias.



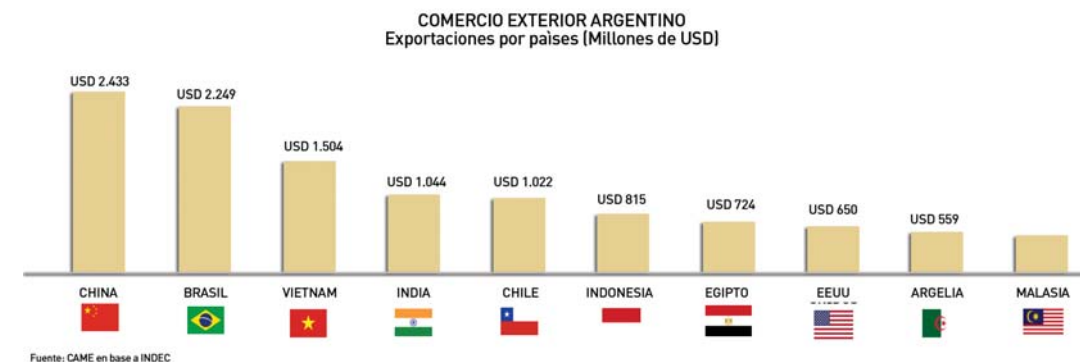
En relación a los principales clientes compradores de nuestras exportaciones, en junio, China logró mover el primer puesto a Brasil como principal mercado de destino. Algo para pensar pospandemia es cómo van a evolucionar los requeri-

mientos de productos intermedios y de manufacturación de los bienes finales. Japón está motivando a empresas japonesas en China a que vuelvan al país. Algo parecido está haciendo Estados Unidos con fábricas de muchos productos (no los de mano de obra intensiva, por ahora). Esto se debe al costo de la distancia de suministro y dependencia de un solo proveedor y lejano. Ya no se quiere depender de medidas restrictivas de países tan lejanos. América Latina debe pensar de la misma manera, tratar de obtener suministros más cercanos, físicamente y culturalmente.

Hasta hoy, Brasil era nuestro principal cliente. Pero roces políticos y comerciales hacen pensar que el futuro del Mercosur es un poco menos claro de lo

que era hace unos años. La cercanía de este vecino con las políticas de USA nos deben hacer pensar en otros destinos, para no depender de una gran potencia, como China, y un vecino voluble.

Todo cambió. Todo cambiará. ¿Estaremos lo suficientemente alertas para ver una nueva forma de hacer comercio exterior? Ese es el desafío.



ENCUENTROS VIRTUALES CON REFERENTES REGIONALES

Mujeres Empresarias llevó a cabo encuentros virtuales con referentes de la regiones NOA y NEA, Centro y Litoral para trabajar sobre la situación pyme de cada provincia y en las acciones dirigenciales que se están llevando a cabo.

Encuentro NOA

El presidente de la CAME, Gerardo Díaz Beltrán, afirmó: "Estamos en la etapa de reconstruir el protagonismo de las pymes y para eso será clave el plan integral que presentamos desde la entidad". También participaron el ministro de Turismo de Salta, Mario Peña; la diputada nacional Virginia Cornejo y las diputadas provinciales catamarqueñas Mónica Zalazar y Natalia Ponferrada.

Encuentro NEA, Centro y Litoral

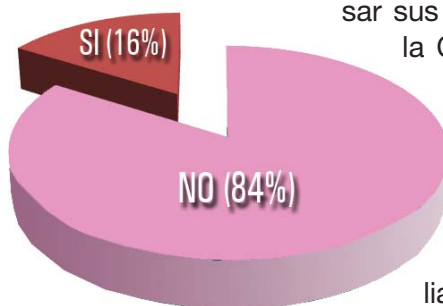
El secretario gremial de la CAME, Alfredo González, comentó sobre el accionar del consejo económico y técnico que está trabajando arduamente en contextualizar la situación real de cada provincia en referencia a las pymes, entre otros puntos. Participaron: la senadora nacional Laura Rodríguez Machado; las diputadas nacionales Alejandra Vigo, Alicia Terada, Aída Ayala y Alejandra Obeid; la diputada provincial chaqueña Liliana Spoljaric y la delegada María Criado, en representación de la senadora María de los Ángeles Sacnun.

Acceso limitado al financiamiento

Luego de que el relevamiento de MECAME sobre pymes a cargo de mujeres diera cuenta de que apenas el 16 por ciento accede a créditos para impulsar sus actividades productivas, Mujeres Empresarias de la CAME se reunió con autoridades nacionales para analizar y resolver esta cuestión.

Del encuentro, junto al Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme y el Departamento de Estadísticas y Base de Datos de la entidad, participaron representantes del Banco Nación: Matías Tombolini, vicepresidente, y Cecilia Bugna, directora de género. También participó del diálogo Mercedes D'Alessandro, directora de Economía y Género del Ministerio de Hacienda.

Informe completo: <https://www.redcame.org.ar>



PREMIO JOVEN EMPRESARIO

CAME Joven lanzó el Premio Joven Empresario Argentino 2019, certamen federal que reconoce a emprendedores y empresarios de entre 18 y 40 años que sobresalieron en el desarrollo y proyección de su empresa, consolidando la capacidad competitiva, la innovación, la creación de empleo y generación de riqueza. Desde su primera edición, ya fueron premiados más de 300 empresarios pyme de todo el país. Esta vez, la realización del evento será

bajo la dinámica virtual y congregará a finalistas de todo el país que ganaron las instancias provinciales, con un jurado de notables representantes del sector empresario, del ecosistema emprendedor, periodistas y políticos. La proclamación del ganador será el próximo 17 de septiembre, en el marco de la semana del Joven Empresario.

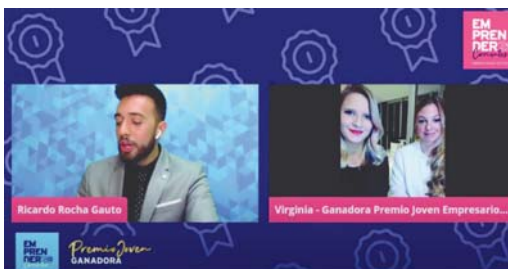
Consultas: camejoven@came.org.ar

EMPRENDER MENDOZA

Más de 150 personas participaron del Emprender Mendoza 2020 virtual, organizado por Jóvenes FEM y las cámaras jóvenes locales. El presidente de la FEM, Alberto Carletti, y Nicolás Alonso Barotto, presidente de Jóvenes FEM dieron la bienvenida, a la que se sumó Federico Pelli, presidente de CAME Joven. Damián Di Pace disertó y Daniel Mercado participó de una gran charla.



EMPRENDER CORRIENTES



En su formato ciento por ciento online, Emprender20 Corrientes fue visto por más de 7.000 personas. Organizado por la Comisión de Jóvenes de la Federación Empresarial de Corrientes, apuntó a que jóvenes y no tan jóvenes se animen a ingresar en el emprendedurismo. Contó con el aporte de más de 25 empresas y el apoyo de los gobiernos municipal y provincial.

CIENCIA APLICADA PARA FRENAR EL CORONAVIRUS EN ÁMBITOS COMERCIALES

Desinfección de superficies con luz ultravioleta, limpieza de ropa con ozono, detectores de temperatura en tiempo real, calculadores de superficie ocupada y verificadores de olfato entre las innovaciones.

Aún en plena circulación del coronavirus en Nueva York, la icónica Saks Fifth Avenue reabrió sus puertas en esa ciudad incorporando varias medidas sanitarias y de seguridad nuevas y una comentada especialmente por sus clientes: la desinfección de todos los pasamanos de los grandes almacenes con luz ultravioleta.

Otras acciones de prevención implementadas por la tienda van desde monitores de densidad ambiental hasta un control no invasivo de la temperatura corporal. Muchas de estas operatorias no son visibles para el público.

Una de las tecnologías más discretas es la que controla la ocupación de un espacio con la ayuda de sensores que miden la profundidad y los patrones corporales de aquellos que acceden al lugar. Los sensores se comunican entre sí para proporcionar un análisis a tiempo real de los clientes y ayudar a los empleados a evitar las aglomeraciones para garantizar el cumplimiento del distanciamiento social.

Otra clave es el control de la temperatura corporal, para verificar si hay fiebre. En este caso, mientras algunos negocios han empezado a adop-

Textiles

La Universidad de Zaragoza puso en marcha un nuevo laboratorio con un alto nivel de bioseguridad en el que tratará de comprobar científicamente si el ozono tiene propiedades para eliminar el Covid-19 de los tejidos, un punto clave para facilitar la prueba de ropa en los comercios dedicados al rubro.

"La ropa que nos hemos probado, no está demostrado que esté desinfectada", ha señalado a los medios durante una visita al laboratorio el investigador jefe del proyecto, Julián Pardo, un especialista en el área de inmunología de la Universidad.

Pardo destacó la importancia de esta investigación para tratar de buscar una solución segura para la desinfección de las prendas textiles, ya que la eliminación mediante luz ultravioleta solo se ha comprobado que es efectiva en superficies lisas.

tar políticas de detección de fiebre de sus empleados antes de que entren a trabajar, otros han implemen-

Cuestión de olfato

Junto a los sistemas de desinfección con luz ultravioleta, los controladores de temperatura corporal en tiempo real en espacios con mucha circulación de personas y los calculadores de límite de ocupación, en la Argentina también está disponible un equipo portátil que ofrece un sistema de detección de la pérdida del sentido del olfato, uno de los síntomas del coronavirus, mediante diferentes fragancias que ofrece el equipo en tarjetas descartables.

En euros

Más de 900 millones de euros factura el centenar de empresas dedicadas a la fabricación y distribución de equipos de protección individual (EPI) para el coronavirus en España.

Casi 41.000 euros es la multa más alta que pueden imponer los inspectores a las firmas que no cumplan con las normas de prevención en los centros de trabajo.

Unos 35 euros por empleado al mes es la suma estimada que gasta una compañía en la compra de geles hidroalcohólicos, cubrebocas y otros equipos de protección individual.

tado tecnologías de escaneo térmico para identificar a las personas con síntomas en tiempo real ni bien ingresan a un local.

En cuanto a los pasamanos desinfectados con luz ultravioleta en Saks, ya hay compañías que están vendiendo sistemas que eliminan bacterias de artículos frecuentemente utilizados en espacios comerciales.

Nacida para ámbitos hospitalarios por su capacidad para "bombardear patógenos, descomponer su ADN y hacerlos inofensivos", esta tecnología está evolucionando para su uso en comercios.



EXITOSA RONDA VIRTUAL DE TODO CASA 2020

Organizada por la CAME y la Liga del Comercio y
la Industria de San Martín.



Un total de 50 inscriptos, que solicitaron 270 entrevistas por agenda distribuidas en dieciséis mesas de trabajo, participó de la Ronda Virtual de Negocios Todo Casa 2020, organizada por la CAME y La Liga del Comercio y la Industria de San Martín.

La apertura oficial del encuentro estuvo a cargo del presidente de la Liga, Roberto Arévalo, y de Carlos Venier, responsable de la Secretaría de Rondas de Negocios de la CAME, junto al subsecretario de Producción y Desarrollo Económico de San Martín, Pascual Saccomanno.

En números

50 INSCRIPTOS
270 ENTREVISTAS
16 MESAS DE TRABAJO

La intensa jornada de trabajo dio cuenta del éxito de este encuentro en el que @RondasCame Virtual, adaptada a los nuevos contextos, da un paso más en el camino de facilitar la gestión comercial empresaria, ratificando la voluntad de llevar adelante una actividad de avanzada de cara a las necesidades del sector pyme.



Próximas rondas virtuales

16.09 CAPIPE
08.10 Chivilcoy
18.10 UIO

Negocio cercano

Con el respaldo de



Confederación Argentina de la Mediana Empresa



CAME potencia el comercio de proximidad.

Con NEGOCIO CERCANO vas a poder comprar y vender.

¡Sumá a tu negocio!
Pedido, pago y envío en una sola app.

Descargá la app
y comenzá hoy mismo



DISPONIBLE EN
Google Play



DISPONIBLE EN
App Store



+54 9 11 2669-4626

011 5275-6829

info@negociocercano.com.ar

www.negociocercano.com.ar

ELEMENTOS CRÍTICOS DE UNA ESTRATEGIA PARA SOBREVIVIR A LA PANDEMIA

El licenciado Miguel A. Dojas, docente de CAMEeducativ@, señala que además de tener en cuenta la situación actual, hay que pensar en los tiempos que se avecinan.

En un primer momento, la actividad de todas las marcas y todas las empresas estaba concentrada en el aquí y ahora. La pandemia del coronavirus ralentizó sus acciones comerciales y había logrado impactar directamente en su estrategia de negocio.

Hoy, meses después del advenimiento de la crisis en nuestro país, las marcas y las organizaciones de todos los tamaños no solo se preocupan por el ahora sino también por lo que ocurrirá cuando todo esto termine. Debemos analizar cómo estaremos preparados para el día después, que incluirá una crisis económica.

¿Qué deben hacer las organizaciones?
¿Cómo deben estar preparadas?
¿Cómo deberían estructurarse nuevamente para no solo salvar los problemas de ahora sino también los que vendrán en el mañana?

En principio, es importante desarrollar recomendaciones para establecer una

Hay que establecer una nueva estrategia de marketing para poder responder a las nuevas necesidades que tendrán los clientes actuales y potenciales.

nueva estrategia de marketing a fin de posicionarse de cara al futuro y poder responder a las nuevas necesidades que tendrán los clientes actuales y potenciales, como así también las organizaciones, para continuar siendo competitivas.

Por supuesto, antes de nada, la clave está en buscar la subsistencia. Las estructuras necesitan encontrar el camino que les permita continuar haciendo negocios.

Una vez que esto se tiene asegurado, hay que establecer las bases no solo para sobrevivir sino para continuar creciendo en un nuevo mercado posiblemente más competitivo, con otra dinámica y diferentes necesidades a satisfacer.

Comenzar ya

Hay que adaptarse ya mismo a los cambios que están sucediendo dentro del mercado y en los clientes en perspectiva. Es necesario concentrar recursos en aquellas cosas que reportarán beneficios hoy y a futuro (lo importante).

Ajustar y cambiar constantemente

Es necesario estar atentos a cómo está cambiando el comportamiento del



consumidor actual y tomar decisiones sobre esa base, atender los productos que satisfagan sus necesidades.

Buscar la oportunidad

Las compañías necesitan analizar el valor de sus marcas, la importancia de promoverlas en estos momentos y en el futuro y qué hacer para que sean percibidas como diferentes.

Darle visibilidad

Puede ser que hasta ahora nuestras marcas estén orientadas a las expresiones físicas (tocar el producto, acceder a una muestra). Estamos en el momento de pensar más allá de eso. Esto supone crear un plan de trabajo para acelerar el comercio electrónico, el telemarketing, la visualización vía web, entre otras acciones.

Innovar

Hay que aprovechar ese momento para innovar en productos o servicios para los clientes en perspectiva. Esto será un factor de diferenciación y nos brindará visibilidad más rápida en el mercado.

Fidelizar a los consumidores actuales

Maximizar el valor de nuestra línea en clientes existentes, a través de acciones innovadoras que incrementen el valor percibido de los productos o servicios.

Pensar a largo plazo

No solo hay que trabajar en cómo salir de la situación actual. Para subsistir en esta pandemia, también hay que desarrollar un plan de trabajo que intente describir cómo la crisis cambiará el comportamiento de los consumidores.

Revisar constantemente el plan de marketing

Ya sea hacer uno nuevo o modificar uno existente, en el que debemos hacer correcciones para que continúe vigente y alcanzable.

Prepararse para el mañana

Hay que estar ya preparados para lo que ocurrirá cuando todo termine. El ser ágiles y rápidos va a ser una condición para la supervivencia.





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

OCA

Las buenas noticias llegan.

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.gob.ar • Registro 0381