

CEDEX

Centro de Desarrollo
para Emprendedores
y Exportadores

UP
Universidad
de Palermo

Boletín de Noticias

actividades **comunidadcedex** **informaciónparapymes** **noticias**

año 7 | edición nº 78

miércoles 31 de octubre | 2012

actividades

Seminario



Invitamos a participar del seminario "**MÉXICO, estabilidad y perspectivas**" el jueves 22 de noviembre a las 18.30, en la Facultad de Ciencias Económicas de la universidad de Palermo.

Orientado a:

Directivos de pymes, emprendedores, responsables del área de comercio exterior y ejecutivos a cargo del desarrollo de nuevos mercados.

Contenidos:

- Perspectivas de crecimiento de México frente al nuevo gobierno
- Requisitos generales para constituirse en México
- Aspectos fiscales para invertir en México
- Importación de bienes y servicios
- Aspectos estratégicos del comercio exterior

Fecha: jueves 22 de noviembre 2012

Lugar: Av. Santa Fe esq. Larrea 1079 – Facultad de Ciencias Económicas

Horario: 18.30 a 20 hs

Informes e inscripción: cedex@palermo.edu // 5252-0435 int. 2341





Magazine Rack Tomás Passerieu



Tomás Passerieu
www.magazinerack.com.ar

• ¿En qué actividad participaste del CEDEX?

Participamos en las charlas y capacitaciones que realizaron en conjunto con Telefónica en el marco del OpenApp Challenge, Concurso Nacional de Aplicaciones Digitales.

• ¿Cómo surge y de qué se tu emprendimiento?

Magazine Rack "The Art of Digital Reading" es un sitio web que digitaliza y comercializa revistas y libros para su lectura online. El emprendimiento surge a raíz de mi experiencia en editoriales y revistas.

• ¿Cuál fue el mayor obstáculo de la empresa?

Diría que fueron dos. El primero de todos fue comenzar, decidirse a arrancar con el proyecto; una vez que tomas la iniciativa no te frena nada ni nadie. El segundo obstáculo fue el tiempo que nos llevó la programación del sitio.

• ¿Cuál es tu producto/servicio preferido?

Sin dudas el servicio que ofrecemos a las editoriales de animar las revistas (agregando efectos, sonido, videos, etc.) tanto el contenido como las publicidades. Y por otro lado la posibilidad de personalizar los anuncios según el perfil de usuario que ingresa a leer el ejemplar.

• ¿Cuáles son los objetivos de la empresa para el 2012?

Los objetivos principales son: adquirir mayor cantidad de revistas o libros para ofrecer mayor variedad; y aumentar la cantidad de usuarios que interactúan en el sitio.

• ¿Qué te dejó tu paso por el CEDEX?

¡El haber sido elegido ganador de nuestra categoría! Además, nos ayudó muchísimo a la hora de generar el plan de negocios y pensar el cash flow, que aún no teníamos armado. También nos orientó y marcó mucho la capacitación para mejorar nuestra oratoria y presentación del proyecto. Pudimos brindar una presentación mucho más optimizada, legible y sencilla con la que expusimos y presentamos frente a varias editoriales y a distintos concursos. En la convocatoria de la aceleradora Wayra quedamos dentro de los 20 finalistas de 1200 proyectos.



informaciónparapymes



MISIÓN COMERCIAL BRASIL

El 8 de noviembre se realizará una ronda de negocios de industrias y empresas farmacéuticas, biotecnológicas, de especialidades medicinales y equipamiento hospitalario, en la Ciudad de San Pablo, Brasil. El objetivo del encuentro será la venta de insumos, equipamientos hospitalarios y domi sanitarios.

Para mayor información contáctese vía e-mail a brasilmedicinal@mecon.gob.ar o bien comunicarse telefónicamente al (54 11) 4349-3449.



MISIÓN COMERCIAL A SHANGHAI Y GUANGZHOU, REPÚBLICA POPULAR DE CHINA

Los días 13 y 15 de noviembre, se llevará a cabo la "Misión Comercial de los sectores alimentos, bebidas y equipamiento hotelero", en la ciudad de Shanghai y Guangzhou, República Popular de China. La misión está organizada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, la Fundación ExportAR y la Secretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

Para mayor información contáctese vía e-mail a misionchina2012@mrecic.gov.ar o bien comunicarse telefónicamente al (54 11) 4819-8048/7987.



PREMIO EXPORTAR Edición 2012

La Fundación ExportAR invita a participar a empresas argentinas en el marco de la XVII entrega consecutiva del "Premio ExportAR 2012". El premio se basa en el reconocimiento de firmas nacionales, especialmente pymes, recompensando el esfuerzo y logros en materia de exportación.

Se distinguirá a las empresas que se hayan desempeñado en el período 2011-2012. Las categorías son las siguientes: primera exportación; apertura de nuevos mercados; incorporación de innovación y/o valor agregado al producto a exportar; consolidación y permanencia en mercados externos; asociatividad para la exportación; promoción y exportación de cultura; exportación de servicios, y servicios de apoyo al proceso exportador.

Para participar del concurso, las empresas deberán completar un formulario online en la siguiente dirección <http://www.exportar.org.ar/premio2012.html> donde también podrán encontrar las bases y condiciones.

Para mayor información contáctese vía e-mail a premio@exportar.org.ar. La fecha de cierre de postulación es el 31 de octubre de 2012.

noticias



Bancos ya otorgaron más de \$ 6.000 millones en créditos productivos para las pymes

26 de octubre

El Cronista
www.cronista.com

Los bancos públicos y privados ya llevan otorgados más de \$ 6.000 millones en préstamos destinados a inversión productiva, lo que representa el 41% de la meta prevista por el gobierno. Estos \$ 15.000 millones representan el 5% del total de los depósitos del sistema financiero argentino, que deben prestarlos a una tasa de interés fija del 15% anual y a un plazo mínimo de tres años.

Los 31 bancos involucrados tienen previsto llegar a prestar el 70% antes de fin de año. Ese porcentaje es el piso que deben lograr para evitar ser sancionados. Para cumplir con Cristina, la banca privada está priorizando la entrega de estos créditos a las pymes en detrimento de los personales, al punto que están reubicando a su personal para destinarlos hacia este fin.

Incluso, para poder llegar a los objetivos previstos, hasta se los

llegan a ofrecer a sus clientes VIP. Claro que no pueden ser monotributistas, sino deben figurar en su base de datos como responsables inscriptos, facturar IVA y ganancias.

Hay ejecutivos de Cuenta de esos bancos que llaman por teléfono a sus clientes que cumplen con estos requisitos para ofrecerles la posibilidad de darles uno de estos créditos al 15% anual, siempre cuando la persona pueda demostrar que lo utilizará para algún fin productivo, ya sea para la compra de una máquina como de un rodado, por ejemplo.

La gran ventaja con respecto a un personal es que la tasa es fija y no variable; además, el costo financiero total es desde luego mucho más económico. Para acceder a este requisito, la persona debe presentar los últimos tres balances auditados y firmados por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas.

Auge en el interior

La gran sorpresa para los bancos fue haber encontrado una gran demanda de fondos para esta línea productiva desde distintos lugares del interior del país, en especial de Córdoba, Mendoza, Tucumán y Tierra del Fuego. Los requirieron para financiar al sector agrícola, al metal mecánico y al de la vitivinicultura.

Los préstamos son de \$ 30.000 a \$ 100.000, aunque también se pueden extender hasta \$ 1 millón, de acuerdo a la facturación de la compañía en cuestión. "La ventaja de otorgarles a las pymes más grandes es que podemos desembolsar un mayor monto, y así estar más cerca de llegar a la meta", comenta un banquero.

"El 31 de marzo es una buena fecha para poder entregar el total de los \$ 15.000 millones, ya que hay muchos preaprobados, pero todavía falta que las pymes entreguen algunos papeles. Cuanto más pequeña es la firma, más tarda en la burocracia interna, porque no tiene los mecanismos aceitados, así que puede demorar fácil no menos de 20 días en traer los últimos balances", revelan en el sector financiero.

Si bien la normativa no lo dice en forma taxativa, el objetivo central del gobierno es que los créditos se distribuyan más entre las microempresas que entre las grandes. Quizás un emprendedor antes sacaba un personal para poder ampliar su pequeña oficina y un prendario para comprarse un auto. Ahora, en cambio, le conviene encausar ambos préstamos como líneas productivas para su pyme, de modo de ganar tasas y plazos.



28 de octubre

Clarín

Por Annabella Quiroga
www.ieco.clarin.com

Agencias digitales para todos los mercados

Las agencias digitales se van acomodando a los nichos de negocios. Las que trabajan con creativos que vienen del marketing tradicional apuntan a formar parte de la estrategia comunicacional de las grandes marcas. Por el otro lado, las nuevas agencias sub-30 ponen el foco en las pymes. En las que están lideradas por menores de 30 años, predominan los ex empleados de grandes agencias o de empresas de tecnología que buscan hacer foco en las empresas chicas que quieren tener presencia en Internet pero no saben cómo empezar.

David Espinoza es director estratégico de la agencia Wakamole, que tiene como clientes a Arcor, Motorola y Vorterix, entre otras. "Muchas agencias trabajan a la inversa: parten del concepto y de ahí lo bajan a las herramientas online. Nosotros partimos de lo técnico, de las posibilidades que nos puede ofrecer una plataforma. Desde ahí sabemos dónde mirar para desarrollar la estrategia".

Hace dos años, Pablo Capara empezó a desandar el camino de la publicidad tradicional. En el 95 había arrancado como redactor en

Young&Rubicam, agencia en la que terminó siendo director creativo. De ahí pasó a Leo Burnett, donde comenzó a meterse más en el mundo digital. En 2010 lanzó Cuko junto con Javier Ghía. "Me interesaba mucho armar una agencia desde cero. Hay muchas agencias digitales que son más de producción que de ideas. En nuestro caso, las ideas no salen sólo del creativo, pueden salir del programador, del encargado de cuentas.... Es una forma de trabajar integrada que tiene más que ver con la manera en la que se mueve el mundo digital".

Entre sus clientes está Casancrem, marca para la que armaron Casanhelp , un sitio en el que los usuarios puedan ayudarse entre sí por videoconferencia cuando tienen dudas acerca de cómo preparar un plato. Alto Palermo, Menthoplus y la compañía de protección femenina Nosotras son algunas de las marcas para las que han trabajado.

Entre las agencias sub 30 del mundo digital se cuenta The Strategist Company, al mando de David Oscar Chou y de Tadeo García Binda, licenciados en Finanzas y en Economía respectivamente. Los dos se conocieron trabajando en Google como planificadores de estrategias y decidieron asociarse y dar el salto. "El gran desafío es convencer a las empresas de hacer la primera prueba. Con presupuestos desde \$100 pesos por mes se pueden hacer campañas efectivas", cuenta Chou. Para hacerse conocer en el mercado les ayudó el boca a boca y también que Google los incluyera en su directorio de agencias certificadas. Entre sus clientes figuran inmobiliarias, con las que arman campañas orientadas a turistas extranjeros que buscan departamentos, pero también han trabajado con Frávega.

Wings for Brands, a cargo de Nicolás Rozental, nació este mismo año con el objetivo de abrir el mundo online para pymes que no tienen página web. Sus paquetes incluyen acciones que van desde orientar visitas a un sitio hasta el desarrollo de acciones más integrales, en las que arman la página web y la campaña de publicidad. Rozental señala que "lo ideal es ir construyendo el crecimiento del cliente en conjunto con él. Si un cliente tiene \$500 pesos para gastar por mes, hay que adaptarse a eso y luego ir expandiéndose desde ahí".

Un informe de la consultora McKinsey y The Boston Consulting Group indica que, en la Argentina, las pequeñas y medianas empresas que utilizan tecnologías basadas en Internet reportan un incremento de 7% en sus ingresos, con una reducción en el costo de los productos y servicios del 3%. Además, exhiben 11% de aumento en su productividad. Según el relevamiento, las empresas locales invierten casi el doble en publicidad online que sus equivalentes de Chile o México. Para las agencias de marketing, el camino a recorrer es largo: menos del 8% de la inversión en medios del país se destina al universo digital.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CEDEX – Centro de Desarrollo para Emprendedores y Exportadores

Av. Santa Fe esquina Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (54 11) 5252 0435 int. 2341

cedex@palermo.edu • www.palermo.edu/cedex