camima

Cámara de la Pequeña y Mediana Industria Metalúrgica Argentina

CAMIMA en EPSAM 2008

Reportaje a OSVALDO RIAL, Presidente de la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires

Los 60 años de TOMADONI

CARLOS LAURITSEN: EL VALOR DE UNA MARCA

BANCA ELECTRÓNICA DESDE SU OFICINA

Con los servicios de Banca Electrónica para Empresas de Banco Nación es posible operar con mayor comodidad, rapidez y seguridad.

Una plataforma de operaciones a través de internet:

- Desde cualquier lugar, sin horarios fijos.
- Consulta de saldos y movimientos.
- Transferencias intra/interbancarias.
- Pagos de impuestos AFIP y Tributos Aduaneros.
- Sistemas electrónicos de recaudación.

0810 666 4444
Lunes a viernes de 8:00 a 20:00

www.bna.com.ar

NaciónEmpresa 24

BANCO DE LA NACION ARGENTINA

Publicación de la Cámara
de la Pequeña y Mediana
Industria Metalúrgica
Argentina (CAMIMA)
Año I - Nº 3

Comisión Directiva

Presidente: Pablo Reale
Vicepresidente 1º: Silvia Calaresu
Secretario General: Raúl Vázquez
Prosecretario General: Adrián Pérez
Tesorero: Raquel Stezovsky
Pro-Tesorero: Roberto Patini
Secretario Gremial: Miguel A. Rahona
Pro-Secretario Gremial: Daniel Irasusta
Vocales Titulares: Sergio Gatell - Claudio Chiara - Alejandro Cambón - Pablo Ibars - Pablo Lavallata
Vocales Suplentes: Fabio De Leo - Darío Pozzolo - Luis Soldani

Comisión Revisora de Cuentas

Titulares: Atilio Peruzzi - Jorge Romans - Alberto Ramos
Suplentes: Francisco Valentini
Tribunal de Etica y Arbitraje
José Kaufman - Enrique Gatell
Gerente: Fernando Ruiz y Blanco

CAMIMA:Hipolito Irigoyen 1628 5º piso
Tel 4-372-6666

Producción Periodística y Coordinación
Prensa Argentina. Junín 185 6ºA
Tel/Fax: 4952-7212
Director: Rodolfo Rechax
Jefe de arte: Fernando Hrycak
Impresión: Actualidad Gráfica

NOVIEMBRE 2008

EDITORIAL

Es el tercer número de la revista CAMIMA, el último de éste, su primer año de vida. Pese a las dificultades propias de todo nuevo emprendimiento, hemos logrado con creces los objetivos propuestos. Además del inestimable apoyo y participación de importantes personalidades relacionadas con el quehacer productivo, funcionarios del gobierno nacional y de la provincia de Bs. As., así como autoridades de instituciones empresarias, ha sido decisiva también la participación de nuestros socios. No podemos dejar de mencionar además a nuestros auspiciantes, que con su confianza y colaboración hicieron posible que la revista sea una realidad tangible. A todos ellos, y al personal de la Cámara que trabaja consustanciado con las metas fijadas, vaya nuestro mas sincero agradecimiento.

En este número publicamos como nota central un reportaje al Sr. Osvaldo Rial, presidente de la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires, de dilatada y reconocida trayectoria en el gremialismo empresario, siendo además su industria uno de nuestros socios mas antiguos.

Desde otro punto de vista, acercándose el fin de año, resulta apropiado realizar un breve balance de lo sucedido y tratar de avizorar que podemos esperar para el entrante 2009. Nuestro país tuvo nuevamente un año con crecimiento, aunque por los conflictos internos y especialmente por la crisis financiera internacional en el último tramo, se advierten señales claras de una desaceleración de la economía en general y de la industria en particular. Nuestra cámara representa a Pymes de todas las ramas metalúrgicas, y en distinta medida, todas han comenzado desde hace meses a experimentar reducción de los niveles de venta y por ende como consecuencia inmediata, la necesidad de achicar programas de producción. Sin pretender extendernos mas allá de lo posible en un editorial, la realidad nos está diciendo que el país se debe a sí mismo un replanteo, para recrear condiciones que permitan asegurar el nivel de actividad y el crecimiento en los próximos años. Se ha dicho que es importante mantener la protección de la industria local y con ello, la de las fuentes de trabajo que están directamente vinculadas, a semejanza de lo que hacen todos los países del mundo. Por ello se impone la adopción de medidas y políticas que apunten a frenar la pérdida de competitividad, siendo imprescindible que dichas medidas sean implementadas en tiempos acordes a la dinámica que impone la coyuntura. De nada sirven los fundamentalismos económicos, ni las visiones preclaras de un pequeño grupo. Es necesario trabajar en equipo, generar consensos, buscar la protección real de la fuentes de trabajo, que no es otra cosa que dar condiciones básicas de supervivencia a las empresas, en especial las PYMES. Se precisan señales claras y tranquilizadoras, y no la reiteración de viejos esquemas que generan más incertidumbre y actúan en los hechos concretos como poderosos disuasivos de la inversión productiva, y así conspiran, paradójicamente, contra el nivel de actividad y del empleo.

Seguramente 2009 será un año difícil, sin embargo, creemos que con medidas acertadas y generando los necesarios consensos, podremos sortearla con posibilidades de no repetir viejas historias de destrucción de nuestro aparato productivo. Nosotros, industriales metalúrgicos pequeños y medianos de Argentina, estamos indisolublemente ligados al destino de nuestro país, por lo que nuestro compromiso con el mismo es permanente. Estuvimos y estaremos, solo pedimos que las condiciones básicas para nuestra existencia y desarrollo, así como la del resto de los sectores industriales, sean prioridad en esta coyuntura, a fin de sostener el crecimiento con inclusión social que todos anhelamos.

ING. PABLO REALE
Presidente

SUMARIO

Reportaje a Osvaldo Rial Presidente de la Unión Industrial de la Provincia de Buenos aires (UIPBA) 4

El Día de la Industria en Campana 6

CAMIMA en EPSAM 2008 7

Carlos Lauritsen, Experto en registro de marcas 10

FOGABA: Un instrumento de política provincial que cambia para facilitar el acceso de las PyMEs bonaerenses al crédito 12

Los 60 años de Industrias Tomadoni S.A. 14

Fundación Observatorio PYME La coyuntura de las PyMEs industriales 18

Enrique Meyer El aporte de las PyMEs 20

OSVALDO RIAL

UNION INDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Este año la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires (UIPBA), la entidad gremial empresaria representativa de la industria bonaerense conmemoró sus 30 años de vida. Dialogamos al respecto con su presidente Osvaldo Rial quien también nos comenta sus expectativas para el año próximo y cómo ve la actual situación económica.

¿Cómo le fue a su entidad durante este año?

La gestión de la entidad fue muy ardua y, al mismo tiempo, muy efectiva este año. Uno de los aspectos con mayores resultados ha sido el trabajo conjunto con las autoridades de la provincia. En este año hemos construido una buena sintonía y esto nos permitió alcanzar buenos resultados.

En ese sentido, los logros de la entidad en 2008 fueron: la utilización de todo su caudal técnico para presentar fundamentos sólidos; el buen uso de su representatividad para afirmarse como interlocutor ineludible en temas que afecten a la industria y, en general, a la economía provincial y el canalizar los buenos vínculos que el Gobernador Scioli nos ha tendido para trabajar mancomunadamente en temas importantes, en muy diversas áreas de gobierno y con las más altas autoridades.

También seguimos siendo un referente importante en la discusión de proyectos normativos que hacen a nuestro trabajo diario en la empresa industrial y esto lo sostenemos tanto por la relación con el Gobierno provincial, en especial con la Ministra Débora Giorgi, como con la Legislatura.

Este año la UIPBA cumplió 30 años de labor ininterrumpida. Para celebrarlo realizamos un gran encuentro de camaradería al que pudimos convocar muchos empresarios e importantes funcionarios públicos y legisladores. Este encuentro no fue el único del año y continuamos generando importantes foros de discusión; por ejemplo, ya vamos por el VI Encuentro de Jóvenes Emprendedores.

Por el lado productivo, en nuestras empresas, los industriales seguimos apostando al crecimiento del país y

de la provincia. Si bien la crisis internacional se está comenzando a sentir como un fuerte golpe en las expectativas, lo cierto es que la producción manufacturera aumentó 6,2% en el período enero-septiembre de este año, respecto al 2007.

Incluso logramos seguir trabajando a ese ritmo enfrentando algunos percances en marzo y junio, fruto del efecto del conflicto agropecuario. Pero luego, en general, fuimos recuperando terreno en los meses siguientes de abril y julio. Sin embargo, persistieron asimetrías y no todos los sectores alcanzan a disfrutar de ese nivel de producción ni ocupando a pleno su capacidad de planta.

Lamentablemente, las expectativas por lo que está ocurriendo en el ámbito internacional, ya están perjudicando los planes de inversión. Este es un factor negativo que uno observa con mucha preocupación para este 2009.

Además, se han producido devaluaciones muy profundas en todos los países de la región, empezando por nuestro principal socio comercial, Brasil, en un contexto en el cual la corrección del valor de nuestra moneda respecto al dólar fue menor y los costos de producción vienen creciendo desde hace tiempo. Esto nos quita competitividad fuertemente y en un escaso lapso de tiempo.

¿Qué expectativas tiene para 2009?

Las expectativas para el año entrante están muy teñidas por las malas noticias del exterior. Esos aspectos que comentaba: la crisis y su secuela de menor demanda para nuestras exportaciones, menores precios para los bienes exportados, el riesgo de enfrentarse a una competencia feroz en precios y en excedentes de producción del exterior, por el lado de las importaciones; sumado a la devaluación de las monedas de los países con los que comerciamos, trazan un horizonte de mucha preocupación.

Pero este no es un tema que solo atañe a la industria, involucra al país entero y al Gobierno también. Me parece que los riesgos que enfrenta el superávit comercial y fiscal son, si se quiere, paralelos a los riesgos que menciono para la industria.

Según datos de consultoras como Abeceb, los planes de inversión se ajustaron a la baja en un 70% y, por su parte, es público el informe que encargamos a nuestros técnicos sobre las expectativas de la industria en la provincia, cuyo resultado arrojo indicadores muy desalentadores.

De cualquier manera, se trata de un panorama externo e interno cuyo signo negativo común son las expectativas y creo que el gobierno nacional cuenta con las herramientas como para morigerar el impacto y mejorar las expectativas dentro del país.

¿Qué medidas se deberían adoptar para retomar el rumbo de un crecimiento económico sostenido?

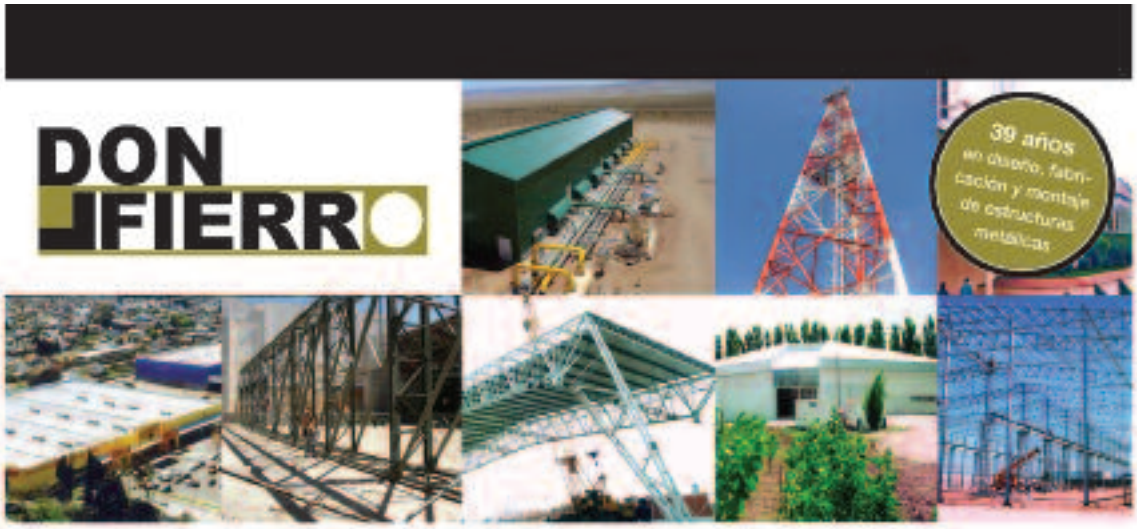
En este aspecto me parece importante que logremos armonizar políticas en el MERCOSUR, especialmente con Brasil. Y, en ese foro de discusión, la cuestión a analizar es, junto a otros temas importantes, la competitividad industrial en la actualidad y en el futuro.

Este modelo económico –con el que estoy de acuerdo- se sostiene con un tipo de cambio real que facilite la competitividad de nuestra producción. Esto es lo que nos permitió crecer a tasas sorprendentes los últimos años, y deberíamos poder defendernos de la coyuntura internacional junto a los restantes miembros del MERCOSUR y Chile, atendiendo a esta cuestión también, para asegurar el empleo y los equilibrios macroeconómicos.

Por otra parte, vengo sosteniendo que debemos monitorear y ver cómo se desarrollará la crisis internacional; qué efectos va generando en el comercio exterior y cómo impacta en el mercado interno y, sobre esta perspectiva, analizar el nivel del tipo de cambio real y las políticas de administración del comercio exterior.

Finalmente me parece importante preparar todo el arsenal disponible para fomentar la inversión y crear nuevos instrumentos. Si perdemos el ritmo, perdemos la oportunidad. Tanto para enfrentar la crisis, como para luego de esta coyuntura, debemos estar bien preparados. No son muchas las oportunidades que ha tenido el mundo de reordenar las fuerzas económicas, financieras y comerciales. Y ésta puede constituir una buena oportunidad si se es inteligente.

Creo que no nos falta ingenio a los argentinos y que podíamos sacar ventajas de la confusión que reina. Pero para eso, necesitamos estar unidos buscando consensos, confiar en nuestras fortalezas y dar pasos audaces, en especial, para fomentar la inversión, impulsar las exportaciones y proteger el mercado interno y así, seguir apostando a la producción y al trabajo.



- Naves industriales y comerciales.
- Plantas de gas petroleo.
- Mástiles y torres para telecomunicaciones.
- Galpones para el agro.
- Torres de alta tensión y subestaciones.
- Estructuras especiales.
- Procesamiento para terceros.

ISO 9001
BUREAU VERITAS Certification
Nº AR-230130

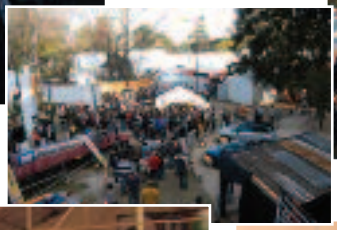
Tel: 5411 4252.1297
www.donfierro.com.ar
E mail: info@donfierro.com.ar

EL DÍA DE LA INDUSTRIA EN CAMPANA

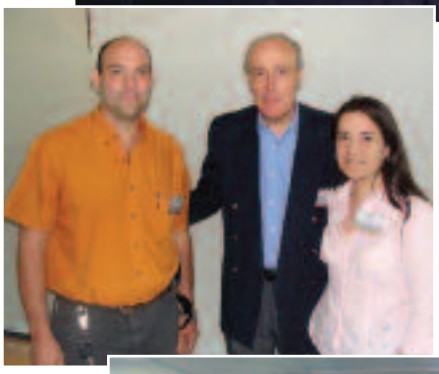
CAMIMA participo de la conmemoración del Día de la Industria que la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires (UIPBA) junto con la Cámara Unión del Comercio e Industria de Campana (CUCEI) realizó en la localidad de Campana. Más de mil empresarios colmaron las instalaciones del Club Ciudad Campana en el que se hicieron presentes el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires Daniel Scioli; el Secretario de Industria de la Nación, Fernando Fraguío; la Ministra de Producción y Asuntos Agrarios bonaerense, Débora Giorgi; el Ministro de Economía, Rafael Perelmiter; el Ministro de Trabajo, Oscar Cuartango; la intendenta de Campana, Stella Maris Giroldi además de intendentes y funcionarios.

CAMIMA PRESENTE EN EPSAM 2008

CAMIMA estuvo presente del 11 al 14 de setiembre en la **"Epsam 2008"**, con un stand institucional donde se atendieron consultas diversas y se distribuyó material de divulgación e información sobre las actividades que realiza la Cámara.



RED DE EMPRESAS JÓVENES CON FUTURO



CAMIMA fue invitada a participar del evento llevado a cabo recientemente en la Planta de Acidar de La Tablada, partido de La Matanza, con motivo de la entrega de reconocimiento a empresas y entidades por su participación en la Red de Empresas Jóvenes con Futuro, una iniciativa de sinergia público-privada impulsada por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

La Red de Empresas Jóvenes con Futuro, que funciona desde 2006, tiene como propósito dar respuesta a la problemática de los jóvenes sin estudios secundarios de sectores sociales vulnerables. Su finalidad es promover la inserción de los mismos en empleos de calidad mediante el desarrollo de prácticas calificantes en empresas líderes, la acreditación de las competencias laborales y el estímulo a la culminación de los estudios secundarios.

Los resultados obtenidos son promisorios. Más de 1.000 jóvenes han sido beneficiarios del programa, incursionando en procesos de formación en 26 empresas de primera línea con el apoyo de 5 cámaras empresariales. Las evaluaciones muestran un alto grado de autosuperación y de satisfacción con la experiencia en los ambientes de trabajo, acompañado de una destacable capacidad de adaptación, aprendizaje e integración. Estos logros se consolidan con un elevado nivel de inserción laboral de los jóvenes en las empresas de la red o en sus cadenas de valor.

La entidad estuvo representada por el gerente de la Institución Ing. Fernando Ruiz y Blanco.

SEMINARIO "ARGENTINA-BRASIL: OPORTUNIDADES DE COMERCIO E INVERSIONES"

EL 60% DE LAS PYMES ARGENTINAS EXPORTA A BRASIL

Seis de cada diez pequeñas y medianas empresas argentinas exporta a Brasil, lo que significó que este año las ventas externas de este sector al país vecino, representaran 10 % del total de los envíos argentinos. Así lo destacó el subsecretario PyME, Matías Kulfas, quien remarcó la necesidad de fortalecer el comercio bilateral entre Argentina y Brasil; y destacó el rol clave que las PyMEs deben jugar en este objetivo.

En el ese sentido opinaron los subsecretarios de Comercio Internacional, Luis María Kreckler; el de Política y Gestión Comercial, Ariel Schale; y el de Cooperación Comercial de Itamaraty, Ruy Nogueira quienes resaltaron el gran momento que pasa el comercio bilateral y la necesidad de potenciarlo.

Durante el Seminario "Argentina-Brasil: Oportunidades de comercio e inversiones", los funcionarios coincidieron en que en el comercio bilateral tiene que potenciarse, y explicaron que las diferencias y asimetrías deben negociarse y solucionarse.

"Las PyMEs deben tener el real protagonismo de la relación bilateral y del incremento comercial. El 60 por ciento de las PyMEs argentinas exporta a Brasil y del total de exportaciones a ese país 10 por ciento proviene de las PyMEs", explicó Kulfas.

El embajador Ruy Nogueira aseguró que "no hay integración si no hay comercio bilateral", y consideró que es preciso "'lograr mayor equilibrio entre exportaciones de ambos países, ya que hoy las de Argentina están un poco rezagadas". "La mitad de las ventas argentinas a Brasil proviene del campo. Nosotros queremos concentrarnos en esa otra mitad, en la que están los automóviles, las autopartes y el sector petroquímico, entre otros, para potenciar los y que crezcan y consigan más mercados en nuestro país", afirmó Nogueira.

El embajador Kreckler resaltó "la importancia del comercio bilateral y la situación geográfica de Brasil para comerciar con el mundo". "Es el período de expansión del comercio bilateral más grande de la historia. Debemos aprovecharlo profundizando las relaciones políticas y comerciales", dijo Kreckler.

Por su lado, Schale aseguró "'a los empresarios argentinos, que desde el Estado se los defenderá siempre para poder alcanzar otros mercados mundiales". "El pilar es el mercado interno para después conquistar mercados externos", señaló el funcionario.

CUPLAS J.A.C.®

• CUPLAS
• NIPLES PASO TOTAL
• NIPLES VICTAULIC
• TUBOS

* ROSCADO
* BISELADO
* RANURADO
* CORTE

DESDE 1/8" a 12"
NEGRAS
GALVANIZADAS
EPOXI

Cuplas J.A.C.® SRL
José Mármol Nº 187.(1824)
Lanús Oeste-Buenos Aires
República Argentina

Tel./Fax
(54-11) 4241-9270
(54-11) 4240-2604

www.cuplasjac.com.ar
cuplasjac@arnet.com.ar

API - ANSI - IRAM - DIN - ACME
EN PROCESO DE CERTIFICACIÓN
ISO 9001/2000

ENTREVISTA A CARLOS LAURITSEN, EXPERTO EN EL REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES

"UNA MARCA ADQUIERE VALOR UNA VEZ QUE SE REGISTRA"

La marca es el motor de los negocios, señaló recientemente Wally Olins, experto en branding, reconocido mundialmente. Y razones no le faltan: una marca es el nombre, logotipo o cualquier signo que distingue a un producto o servicio, que lo diferencia del resto y permite que sea identificado. "Es la herramienta de una empresa para vincularse con el mercado, con sus clientes y potenciales clientes. Una marca permite generar ese vínculo emocional que, en esta era de la información, es una condición fundamental para que los negocios se desarrollen y crezcan", afirma Carlos Lauritsen reconocido especialista en el registro y custodia de marcas y patentes.

"Pero una marca adquiere valor una vez que se registra Todo lo que hace una empresa en cuanto a marketing y comunicación no está generando valor si no tiene registrada su marca", agrega el fundador y presidente de Lauritsen & Asociados, estudio líder en atención a Pymes y con más de 24 años de trayectoria en el mercado.

"La marca –señala Lauritsen– se registra en la Argentina y en el mundo para darle valor al producto o servicio al que distingue. Registrar una marca es reivindicarla, lo que significa pedir para uno lo que uno ya tiene el derecho, pero no la posesión. De esa forma se convierte en un activo importante de la empresa y hay que custodiar ese valor intangible.". El especialista explica que el registro le otorga al emprendedor una herramienta más: "una cosa es hacer un eje, y otra cosa es marcar al eje. Si el eje está esta marcado el responsable de ese eje se identifica con la marca, entonces tiene su propio valor", dice Lauritsen y explica que así como la tecnología con los años se va haciendo obsoleta, la marca –al contrario- va ganando genuinidad".

Agrega que "si queremos llegar a un mercado, no solo el argentino, sino tener un sesgo internacional, tenemos que registrar nuestra marca. Y siguiendo un antiguo dicho de nuestro estudio: una marca que no es custodiada no merece ser registrada". ¿Por qué? Porque custodiar, es proteger el derecho de propiedad una marca, significa estar atento a que otra persona intente registrar una marca similar que pueda diluir nuestra exclusividad. "En ese caso –continúa el especialista- realizamos una oposición para que se deniegue el registro y protegemos el valor del activo estratégico. Esto lo realizamos en Lauritsen & Asociados con nuestro equipo de profesionales que sigue permanente la información de los boletines de marca que publica el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial cada semana. En esos boletines se incluyen todas las novedades de trámites de nuevos registros. De esa manera brindamos al emprendedor con la mínima inversión, la máxima protección a su marca".

Como muestra siempre es bueno un ejemplo que ayude a reflejar la importancia del registro de marca y a Lauritsen, con más de 20.000 mil marcas que lleva registradas, ejemplos no le faltan. Menciona el caso de una

fabrica de cosechadoras: “hay una empresa que le hace el service a sus máquinas y se llama igual que la fábrica, lo que es gravísimo, pero cómo voy a accionar si no tengo el título. Se puede avanzar por el uso de la marca, pero lo tengo que demostrar ante la justicia y es a veces un largo camino. Con el título del registro no tengo que demostrar nada”.

Otra protección importante, según el titular del estudio, es en cuanto a las sociedades que se inscriben en la Inspección General de Justicia. “si son homónimos de nombres registrado por nosotros, lo que hacemos es mandar una carta documento intimándolos al cese de uso de ese nombre. Eso es lo que hace un estudio serio, o sea que una custodia no solo se realiza sobre la parte marcaria sino también en la parte societaria, que es cuando nace una sociedad, su parte jurídica”.

Una empresa puede entenderse integrada por dos partes, según Lauritsen: una mitad es la sociedad que depende de la IGJ, tutelada por la Ley 19.550 y la otra mitad es el giro comercial que depende de la ley de Marcas (22.362). Si unimos esas dos partes tenemos el 100 por ciento del giro empresario, entonces tenesmos una empresa.

Lauritsen & Asociados es un estudio pionero en Argentina en incentivar la importancia de la marca como activo estratégico de una empresa. Está posicionado dentro de los 10 estudios de marcas más importantes de la Argentina, con más de 7 mil clientes que avalan su trayectoria. El estudio también se especializa en la tasación de marcas, y su titular recuerda un caso resonante. “En el caso de Balcarse, cotizamos el valor de la marca en 2.850.000 pesos.

Mientras que un tasador inmobiliario taso en 1,5 millones todas las instalaciones y la maquinaria. Finalmente la empresa se vendió en 4 millones. Quedó claro que es más importante el valor intangible que el tangible. Y crear el intangible es registrar”.

60 años

INDUSTRIAS Tomadoni S.A.

TECNOLOGÍA PARA EL PROCESO DE POLVOS Y GRANULADOS

Diseñamos e instalamos plantas para procesos industriales, Apoyados en la experiencia que nos dan 60 años de trayectoria, tanto en el mercado nacional como internacional.

Estamos dedicados a fabricar equipos para el manejo de polvos y Gránulos, contando para satisfacer los requisitos de nuestros Clientes con equipos de fabricación estandar en los rubros de Moliensa, Mezclado, Clasificación, Elevación, Transporte, Dosificado, Pesaje, Embolsado, Filtración Industrial.

Estamos en condiciones de proveer repuestos para toda la línea de Maquinaria que fabricamos como así también el servicio técnico Post-venta en forma rápida y eficiente.

Atendemos a empresas de las siguientes industrias entre otras, Alimenticias, Química, Farmacéutica, Cosmética, Minería, Cerealera, Yerbatera, Cementera, etc.

REPRESENTANTES EXCLUSIVOS

Alianza 345 Ciudadela
(C1702DRG) Buenos Aires
Argentina
Tel. 4653-3255 (líneas rotativas)
tomadoni@tomadoni.com
www.tomadoni.com

FOGABA

Un instrumento de política provincial que cambia para facilitar el acceso de las PyMEs bonaerenses al crédito

FOGABA, Fondo de Garantías de la Provincia de Buenos Aires lleva otorgado en el presente año 1.700 garantías a 1.550 PyMEs provinciales y estimamos terminar el 2008 con un número no inferior a las 2.500 garantías.

Esta información por si sola nada representaría si no hiciésemos notar que en los 10 primeros años del fondo, es decir de 1994 a 2004 se otorgaron menos de 1.000 garantías.

En este ejercicio, cuando se cumplen 14 años de existencia de FOGABA, esta institución puede afirmar dos cosas; la primera es el acierto del Legislador en promover la ley de creación del instrumento facilitador de crédito y la segunda, el empeño de esta institución pionera en promover el uso de un aval que le permite a cada

vez más PyMEs obtener el financiamiento para crecer y desarrollar negocios.

Los objetivos no podrían alcanzarse sin el ejercicio permanente de adaptación por parte del Fondo a las diferentes situaciones económico-financieras en las que se ha desenvuelto el país y la Provincia en estos 14 años, su idoneidad técnica y capacidad creativa para acompañar las políticas públicas siendo el Fondo mismo una de las herramientas de política económica del Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción, generando soluciones financieras a la medida de las necesidades de los diferentes sectores de la economía Provincial; en tal sentido y por solo nombrar algunas podemos destacar el financiamiento al pequeño y mediano productor agropecuario a través del **Fideicomiso de Acopio**, facilitando la obtención de fondos a través de la oferta pública en la Bolsa de Comercio ; las **Garantías Comerciales** que facilitan las relaciones comerciales de

las cadenas de valor conformada por empresas Pymes y una Empresa más grande al permitirles la obtención de más crédito y más plazo; otro producto que ha bajado los costos de la Pyme es el **Descuentos de Cheques de Pago Diferido en la Bolsa de Comercio** a tasas acordes para que la Pyme sea más competitiva.

Fogaba
Fondo de Garantías
Buenos Aires

Asimismo es de destacar el trabajo conjunto con las entidades bancarias para promover mayor accesibilidad al crédito en tiempo récord (menos de 48 hs.) para las Pymes más pequeñas por montos de hasta $ 66.000 y, para ser garantía ágil para las líneas subvencionadas por el Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción de la Provincia de Buenos Aires.

Otro factor relevante es la política estratégica de Alianzas que FOGABA ha venido tejiendo a lo largo del tiempo con instituciones del quehacer económico dela Provincia y de la Nación y muy especialmente con GARANTIZAR SGR., con quien comparten una misma mirada sobre el entramado Pymes en el entendimiento que juntos aumentan el margen de cobertura crediticio de las empresas asistidas y proponen un menú más variado de respuestas al financiamiento.

FOGABA va allí donde las Pymes lo convoquen, tiene compromiso y vocación de servicio para ayudar con su aval a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas que producen en todo el espacio provincial, para lo cual a generado un diseño logístico que le permite estar allí donde la pyme produce.

No dude en convocarnos.

"Nuestro Soberano son las Pymes"

Av. Corrientes 672 2° piso
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4394-2966
Web: www.fogaba.com
Mail: fogabaweb@fogaba.com

ESTUDIO KECHICHIAN

ABOGADOS

Asesor Legal CAMIMA

Actuación en Cap. Fed. y Prov. Bs. As.
Asesoramiento legal a PYMES.
Abonos jurídicos mensuales.

Suipacha 211 Piso 11° Of. "J" Cap. Fed.
Tel/Fax: (011)4326-8535 /4326-5890
E-mail: consultas@laboralycomercial.com.ar
estudio@laboralycomercial.com.ar

LOS 60 AÑOS DE INDUSTRIAS TOMADONI S.A.

Industrias Tomadoni S.A. es una empresa PyME familiar netamente nacional, dedicada a la fabricación de maquinaria para el manejo de polvos y gránulos siendo además especialistas en aspiración industrial. Abarca el manejo desde la llegada de la materia prima, transporte a granel, ensilado, molienda, mezclado, pesaje, embolsado y paletizado.

Ubicada en una posición estratégica en la localidad bonaerense de Ciudadela, abastece a industrias de rubros como alimenticia, química, minera, farmacéutica, cementicia, etc., abarcando toda la región de Centro y Sudamérica.

Cuenta con casi medio centenar de colaboradores que son los encargados de llevar adelante el trabajo diario, repartidos en distintos departamentos, con especialistas en cada uno de ellos, capacitados permanentemente tanto nacional como internacionalmente para lograr la satisfacción de nuestros exigentes clientes.

Dentro de esta capacitación se incluye un curso sobre **"Molienda y Mezclado"** y otro sobre **"Ventilación Industrial"**, este último se dicta en la compañía del cliente.

Contamos con tecnología de primer nivel para desarrollo los productos que fabricamos y comercializamos, desarrollando nuestros propios diseños en base a la experiencia de nuestros 60 años en el mercado y además tenemos licencias para producir algunos equipos de empresas de la Comunidad Europea que representamos

Por otra parte comercializamos en la región los equipos fabricados por nuestras representadas en sus países de origen (España, Inglaterra, Alemania, EUA).

Estamos capacitados para vender una máquina o plantas automatizadas **"Llave en Mano"**, que incluye además la capacitación "in situ" sobre el manejo de dicha planta.

Tenemos entregadas, montadas, automatizadas y puestas en marcha plantas en Argentina, Ecuador, México y Perú.

Entre nuestros clientes podemos nombrar como ejemplo a los siguientes: Granix, Petrobrás, Repsol-YPF, Weber-Iggam, Ferro Argentina, Grupo Lafarge (Klaukol), Arcor (Argentina, México), Unilever (Argentina, Chile), Bonafide (grupo chileno Carosi), Pepsi-Cola (Argentina, México, Venezuela, Uruguay), Sika (Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú, Venezuela, Uruguay).

Siendo estos algunos de nuestros principales clientes, podemos decir sin temor a equivocarnos que somos líderes en nuestro rubro, aunque cabe destacar que nuestro

espectro de productos es tan amplio que a veces tenemos competencia en alimentación que no lo es en otros sectores, este mismo fenómeno se da con la industria química y con la farmacéutica, etc.

Todo esto va acompañado por nuestro exclusivo **"Servicio de Postventa"**, estamos capacitados para concurrir a la empresa que lo solicita, en 24 a 72 horas dependiendo de la urgencia especifica, la locación, etc., nuestros técnicos

cuentan con movilidad propia de la empresa para su desplazamiento.

En otro orden diremos que, como una manera de estar actualizados con la tecnología que se maneja en el mundo, concurrimos asiduamente a exposiciones, tanto nacionales como internacionales, inclusive en algunas como expositores, Argentina (Capital e Interior), Chile, Colombia, España como expositores. Argentina, Alemania, España, EUA, como visitantes.

Un poco de historia

Industrias Tomadoni S.A. surge como un emprendimiento familiar cuando en el año 1948, **Ángel Tomadoni**, el padre del actual presidente, recibe el encargo de su primo, que era representante de una empresa inglesa, para fabricar máquinas para molinería, como su hobby era la carpintería y las máquinas en esa época eran de madera, se animó al desafío, todo en el ***"galponcito del fondo"***. Estas primeras máquinas eran para cepillar el trigo en el Puerto de Buenos Aires, el cliente era nada más ni nada menos que Molinos Río de la Plata, que pasados 60 años aun sigue siendo cliente.

Este fue el primer paso, la empresa comenzó a crecer y la casa se fue transformando, cocina y comedor formaron parte del taller, así paso de ser un emprendimiento unipersonal a una pequeña empresa.

Unos años mas tarde su hijo **Leonardo Tomadoni**, comienza a trabajar junto a su padre, proponiéndose ante todo publicitar la producción, ya no dependían de dos o tres clientes, esto produjo un gran cambio, se comenzó además a trabajar con acero al carbono y acero inoxidable y por ende con soldadura y otro tipo de maquinaria, se incorporó personal especializado logrando un crecimiento grande, lo que nos llevó a ir capacitándonos y desarrollando nuevos emprendimientos.

En el año de nuestro 60º aniversario la empresa transita por la tercera generación de familia, siempre en el mismo lugar físico, desde hace 17 años **Leonardo Tomadoni** es el presidente y el año pasado se incorporó su hija Victoria, ocupando la gerencia de Comercio Exterior.

Aunque la empresa sigue siendo familiar, en la actualidad la misma cuenta con un socio que no pertenece a la familia, esta decisión fue importante en la historia de la empresa ya que al sumarse el Ing. Alejandro Umaschi, trajo con el la **"tecnología del aire"**, como decimos internamente, dándole un gran impulso a la compañía. Con esta decisión se logro unir a dos empresas con menores costos, en el mismo lugar físico y con más productos, esto permitió aumentar la facturación, tecnificarnos y sobre todo tener el apoyo de otra persona que ayudara a tomar desiciones

Nuestros planes para el futuro son la finalización de la ampliación de nuestros talleres en 600m^2 en un terreno lindero adquirido el año pasado con lo que perimitió llevar la superficie de la planta a mas de 3000m^2

Terminar nuestro laboratorio de ensayos contando para ello con un crédito del FONTAR (Fondo Tecnológico Argentino).

Reunir a nuestros representantes de los distintos países en un seminario donde entre otras cosas explicaremos nuestra política de empresa, de comercialización y producción, tratando de que incorporen para sí la **"Filosofía Tomadoni".**

24 años registrando sus logros

LAURITSEN & ASOCIADOS

REGISTRE SU MARCA

llame al (011) 5277-7000

www.lauritsensrl.com marcas@lauritsensrl.com

LAS PYMES EN EUROPA, OBJETIVO DE LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Las PyMEs europeas se dan cuenta de que las tecnologías de la información son un elemento clave para mejorar su productividad y rentabilidad, con lo que el mercado de las TI está creciendo en las PyMEs de la Unión Europea a un ritmo del 17% anual, muy por encima del 3% que crecerá este año el gasto global en tecnologías de la información en Europa. Además, el retraso de las PyMEs en la incorporación de las nuevas tecnologías es aún muy importante, con lo que el potencial de inversión del sector es muy grande.

Un ejemplo: El 30 % del pequeño comercio, un sector que integran medio millón de empresas en España, no dispone de computadoras, ni PC, ni laptops, según un estudio presentado por Red.es. Y más de la mitad, un 56,5 %, carecen de conexión a Internet. Otro dato muy llamativo para un sector que vive de vender: sólo el 20 % de estos pequeños comercios utilizan Internet para realizar sus compras y sólo el 6,5 % venden a través de la red.

Mirando al futuro, se estima que el negocio de las TI para las PyMEs moverá en España los 600 millones de euros para el año 2009, según un estudio de la compañía Synotion Management. Este tremendo potencial, junto al fuerte crecimiento de las inversiones actuales, está llevando a las grandes empresas y a los principales proveedores a volcarse en las PyMEs a la hora de ofrecer sus soluciones tecnológicas. El último en sumarse a esta corriente ha sido la multinacional alemana SAP, el mayor fabricante de software del mundo, que ha anunciado su intención en volcarse en productos para PyMEs, con objeto de que representen el 45% de sus ingresos para el año 2010. De momento, SAP ha creado en varios países (entre ellos España) centros de televenta para dar soporte a las PyMEs.

Fuente:RecolNetwork

CERROJOS CERRADURAS
Candex
Seguridad!
Candex S.C.
Con cerraduras y cerrojos
Candex
www.candex.com.ar

ASAMBLEA ANUAL ORDINARIA 2008

El pasado 16 de Octubre se realizó la Asamblea General Ordinaria Anual. En la oportunidad fue aprobada por unanimidad la Memoria, Balance e Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informe de la Comisión Revisora de Cuentas correspondiente al ejercicio 2007-2008. Nuevos miembros de Comisión Directiva fueron electos.

De acuerdo a lo establecido en el Estatuto, la elección se realizó en general, por lo que los cargos fueron asignados a cada uno de los elegidos en la siguiente reunión de Comisión Directiva.

AUTORIDADES DE CAMIMA SE ENTREVISTARON CON EL MINISTRO DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, FRANCISCO CABRERA.

CAMIMA dialogó recientemente con el Sr. Ministro de Desarrollo Económico, Francisco Cabrera. Estuvieron presentes en la reunión el Sub-Secretario de Desarrollo Económico del Ministerio, Gustavo Svarzman, y por CAMIMA, el Presidente Ing. Pablo Reale y el Gerente Ing. Fernando Ruiz y Blanco.

El encuentro sirvió para tomar contacto directo con las autoridades del Gobierno de la Ciudad. Se conversó cordialmente sobre varios temas de interés común, entre ellos la posibilidad que CAMIMA participe en un próximo llamado del Plan de Apoyo a la Competitividad que el Gobierno de la Ciudad impulsa a través de entidades vinculadas al apoyo en distinto órdenes de las empresas radicadas en la ciudad.

Quedaron así establecidos los vínculos institucionales indispensables para continuar en adelante con un trabajo mancomunado.

TALLER DE FORMACIÓN

Camima participó del segundo Taller de formación para ejecutivos de organizaciones empresarias socias de la UIA. Nuestra entidad estuvo representada por el gerente de la Institución Ing. Fernando Ruiz y Blanco.

Con el objetivo de desarrollar las capacidades gerenciales de los ejecutivos de las organizaciones empresariales socias de la UIA, la Oficina Internacional del Trabajo, el Centro Internacional de Formación de la OIT (Turín), y la Unión Industrial Argentina UIA -a través de sus Dtos. Pymi y Política Social- convocaron a formar parte del 2do Taller de formación, "Lobbying empresarial", una estrategia para construir entornos que generen más y mejores negocios", el cual se realizo durante los días 20 y 21 de octubre, 2008, en Buenos Aires.

El taller constituyo además la segunda parte y continuación de otro similar llevado a cabo en el año 2007.

Participaron como expositores: Enrique Mantilla, el Sr. F. Quintal (México) y el Sr. Santiago Maccio (Uruguay).

FUNDACIÓN OBSERVATORIO PYME

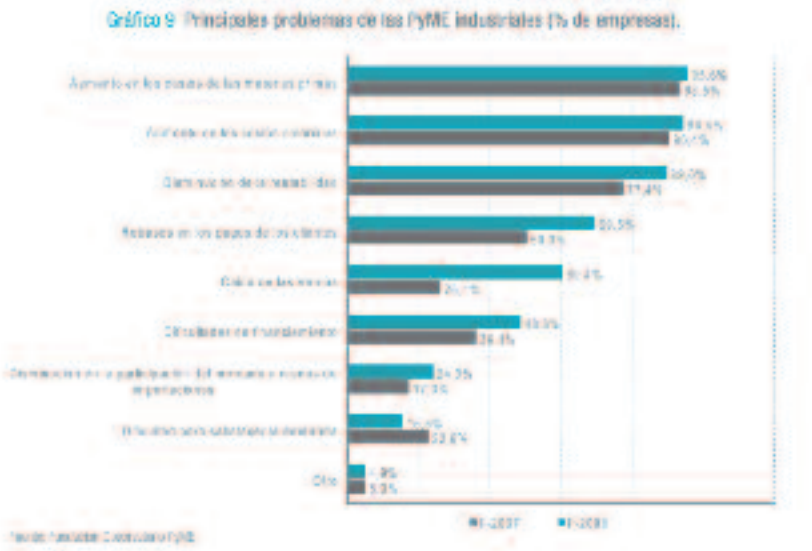
LA COYUNTURA DE LAS PYMES INDUSTRIALES

Síntesis de resultados

Principales problemas

Se acentúan el retraso en los pagos de clientes y la caída de ventas

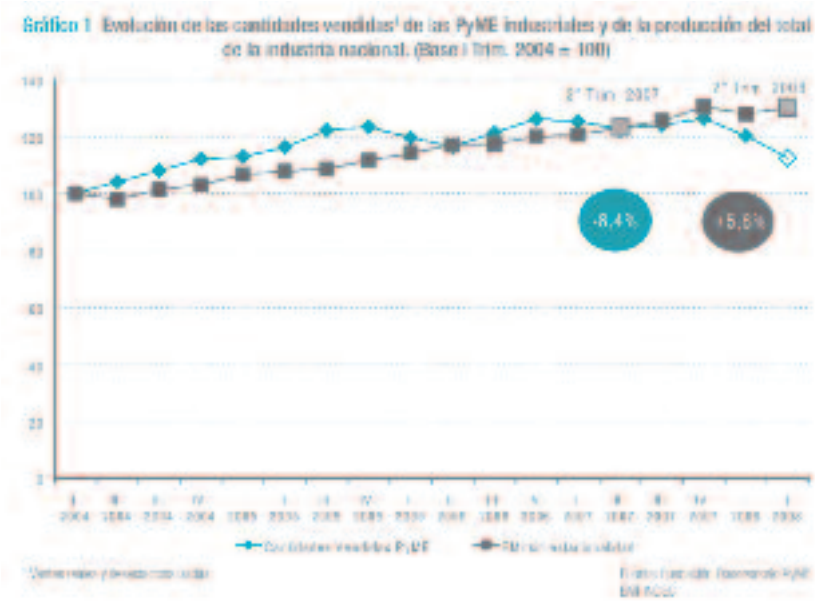
Durante el segundo trimestre de 2008 los principales problemas de los industriales PyME fueron los aumentos en los costos de producción, tanto en lo referente a las subas en los precios de materias primas e insumos para la producción, como a incrementos en los jornales de sus trabajadores. Prácticamente la totalidad de los empresarios consideró estas dos cuestiones junto a la disminución en la rentabilidad como problemas para sus firmas entre abril y junio de este año.



Desempeño productivo

Se contrajo el nivel de actividad de las PyME industriales en el segundo trimestre

El 30% de los industriales PyME vio disminuido el monto facturado de su empresa durante el segundo trimestre de 2008 respecto al trimestre anterior, proporción siete puntos porcentuales mayor a la de igual período de 2007. Por otro lado, para el 40% la facturación se incrementó y para el restante 30% no varió.



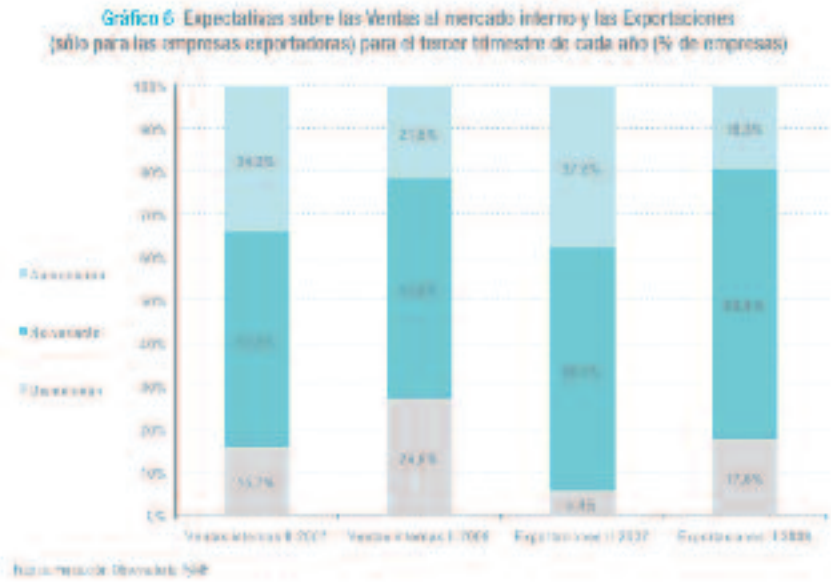
Las cantidades vendidas de las PyME del sector industrial se contrajeron un 6,4% en el segundo trimestre del año respecto al trimestre precedente, manteniendo la tendencia a la baja ya registrada en los primeros tres meses del año. En términos interanuales la disminución fue del 8,4%, cuando un año antes el volumen vendido de las empresas había tenido una variación positiva del 5,5% anual.

En cambio, el comportamiento de la producción de la industria nacional en su conjunto fue positivo. Si bien el mes de junio presentó una caída del 4%, la variación trimestral fue positiva (1,6%), resultando en un incremento anual del volumen producido del 5,6%.

También se advierte menor optimismo en las expectativas de ventas en el mercado internacional en el próximo trimestre: sólo una de cada cinco empresas exportadoras espera incrementar sus exportaciones, mientras que un año antes este porcentaje alcanzaba el 37,8%.

Por su parte, el 17,5% de los empresarios que realizan exportaciones cree que disminuirán sus ventas al mercado externo durante el próximo trimestre, mientras que esta proporción era apenas del 5,4% en igual período del año anterior.

Coincidentemente con lo observado para las expectativas de ventas, las expectativas en cuanto al nivel de ocupados para el tercer trimestre son más moderadas que las de un año atrás. De esta manera, sólo el 4,6% de los industriales PyME espera ampliar su plantel de ocupados entre julio y septiembre de este año, mientras que esta proporción era del 15,5% en el mismo período del año anterior.



Como contraparte, en el último año ha crecido la proporción de empresarios que espera disminuir la cantidad de ocupados en su empresa en esos meses.

APEMA S.R.L.
Gral. Arredondo 5141 - (B1874ASW) - Villa Domínico - Provincia de Buenos Aires - República Argentina
Telefax: (5411) 4207-0854 / 4206-3853 / 4217-2893 - info@apema.com.ar - http://www.apema.com.ar

Por Enrique Meyer
Secretario de Turismo de la Nación

El aporte de las PyMEs

Desde el inicio de nuestra gestión al frente de la Secretaría de Turismo de la Nación advertimos el rol destacado de las pequeñas y medianas empresas en la actividad. Con esa premisa como punto de partida, impulsamos firmemente el desarrollo de aquellos emprendimientos que, por ejemplo, brindan servicios indispensables en destinos tradicionales y emergentes casi imposibles de encarar en otra escala de negocios.

En ese contexto, es importante subrayar la reciente convocatoria abierta para la presentación de proyectos de PyMEs turísticas que aspiren a contar con el financiamiento del FONAPYME. El objetivo es que puedan modernizar y ampliar sus instalaciones y optimizar la calidad de sus servicios para satisfacer la demanda nacional e internacional, incluso creando aquellos nuevos que representen una necesidad en el mercado.

Entre las acciones emprendidas en apoyo de las PyMEs también incluimos las convocatorias dirigidas a emprendedores turísticos interesados en desarrollar o mejorar su negocio a

través de procesos de incubación. El primer paso dado en tal sentido tuvo como escenario el corredor Tucumán-Catamarca, donde el año pasado quedó inaugurada la Agencia de Desarrollo Turístico de esa zona. La propuesta, pensada para ser replicada en otras áreas del país, abarca procesos tutoriales y de transferencia de tecnología, de investigación y de capacitación.

Un capítulo especial merecen los avances en materia de calidad, un aspecto en el que trabajamos teniendo en cuenta las características de las PyMEs. Con ese criterio, pusimos en marcha el Programa Buenas Prácticas en Calidad Turística, originado en España e implementado en nuestro país a partir de un acuerdo entre ambas naciones.

Enmarcado dentro del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) desarrollado desde la SECTUR, el Programa constituye una de las herramientas correspondientes al nivel inicial para prestadores. Se trata de un primer escalón en busca de la fidelización del turista, a quien es posible convertir en casi un socio de cada emprendimiento, a partir del efecto multiplicador de su recomendación boca a boca.

Será entonces cuando se concrete una evaluación final de los estándares cumplimentados por los prestadores, de cara al otorgamiento de un distintivo de "Compromiso de Calidad Turística Argentina" por parte de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Cada vez que instrumentamos este tipo de acciones, tenemos en claro un dato insoslayable: la capacidad de las pymes como generadoras de empleo y su incidencia contundente en ese millón de puestos de trabajo que resultan de la suma de las ramas características del turismo.

Solemos decir que, donde llega el turismo, hay una oportunidad para crecer. Y que nos proponemos crecer tanto como seamos capaces. Obviamente, con el aporte contundente de las pequeñas y las medianas empresas, piezas estratégicas de la actividad turística convertida en herramienta de transformación social.

camima

Cámara de la Pequeña y Mediana Industria Metalúrgica Argentina

Hipólito Irigoyen 1628 5º Piso (1089) Cap. Fed. • Tel. / Fax: 4372-6666
E-mail: info@camima.com.ar • Página web: www.camima.org.ar

Si desea recibir la Revista **Camima** complete el siguiente formulario y envíelo a la Cámara por correo o por fax a las direcciones arriba mencionadas.

Indispensable para recibir la publicación: adjuntar papel membrete o tarjeta de la empresa y fotocopia de CUIT.

Suscripción Revista Camima

Nombre: .....

Cargo: .....

Empresa: .....

CUIT: .....

Dirección: .....

Ciudad: .....

Provincia: .....

Código Postal: .....

País: .....

Teléfono / fax: .....

E-mail: .....

Razón Social: .....

Principal actividad de la empresa: .....

Otros: .....

CAMIMA se reserva el derecho de aprobar la presente sólo para aquellas suscripciones debidamente cumplimentadas y que la actividad sea afín a la industria metalúrgica.

CAMIMA es una entidad sin fines de lucro, con más de 65 años de existencia, que representa a las empresas Pymes del sector metalúrgico.

La cámara brinda una amplia gama de servicios a sus asociados: asesoría legal, contable-impositiva, productividad-calidad-costos, comercio exterior, entre otros, además de publicar en forma mensual un Boletín con el resumen de todas las novedades e informaciones útiles ocurridas en el período, adem´s de esta revista institucional, de tirada trimestral.

Si desea asociarse complete el siguiente formulario y envíelo por fax o bien por correo a las direcciones arriba indicadas.

.....

camima

Cámara de la Pequeña y Mediana Industria Metalúrgica Argentina
Hipólito Yrigoyen 1628 – 5º Piso – 1001 Capital Federal
Tel/Fax 4372-6666 • www.camima.org.ar • e-mail: camima@ciudad.com.ar

Buenos Aires, ... de ..... de 200....

Sr. Presidente de la Cámara de la Pequeña y Mediana Industria Metalúrgica Argentina
Presente

La firma .....

Instalada con fábrica / taller de:.....

en la calle:..... Nº.....de la localidad

de..... Código Postal Nº.....Provincia.....

con Tel: Nº (.....) ..... - Fax Nº (.....) .....

dirección de e-mail: .....

solicita su incorporación como socio activo / adherente de esa entidad.

Sin otro particular, saludamos con toda consideración.-

Número de obreros y empleados: .....

Sello y Firma

Categoría: ..... (*) Cuota Mensual $..... (*)

(*) a llenar por la Cámara

Colección Op Art 2008

REGALOS QUE PERDURAN.

Ligier

TODOS LOS VINOS. UN LUGAR.

ligier@ligier.com.ar 0810 345 8000 www.ligier.com.ar

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA LA VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

INSTITUTO DE SEGUROS S.A.

LA SEGURIDAD DE ESTAR PROTEGIDOS POR AMIGOS

- Accidentes Personales
- Aeronavegación
- Automotores
- Cascos
- Caución
- Combinado Familiar
- Cristales
- Incendio
- Integral de Consorcio
- Integral de Comercio e Industria
- Responsabilidad Civil
- Riesgos Varios
- Robo
- Seguro Técnico
- Sepelio
- Transporte
- Vida

Con más de cuatro décadas de trayectoria, el Instituto de Seguros S. A. está hoy en inmejorables condiciones de encarar las exigencias de un mercado asegurador cada vez más profesional y competitivo.

Estamos ubicados entre las treinta principales aseguradoras del país, primeros en Seguros Colectivos de Sepelio, y en un lugar destacado en materia de Seguros Colectivos de Vida.

La solidez financiera, y la puntualidad en los pagos han permitido al Instituto de Seguros S. A. contar con un sólido prestigio en la cobertura de todos los riesgos

www.institutodeseguros.com.ar

Av. Córdoba 1450 (C1055AAR) Ciudad de Buenos. Aires, Tel.: 4371-1003 (LR) Producción Tel., Fax: 4371-9399
E-mail: comercial@institutodeseguros.com.ar - www.institutodeseguros.com.ar