Revista Nº 143
Mayo 2019 - $50 AR
www.on24.com.ar

ON24

ESPECIAL TECNOLOGÍA

SER digital O NO SER nada

ARIEL DOLCE:
«LOS EMPRESARIOS SOMOS LOS PRINCIPALES RESPONSABLES DE GENERAR MEJORES CONDICIONES»

GUILLERMO NIELSEN:
«CAMBIEMOS TOMÓ EL GASTO SOCIAL CON UNA CULPABILIDAD DE CHICOS BIEN»

Te facilitamos el pago de salarios de tu empresa

- Rapidez en el alta de las Cuentas Sueldo de tus empleados.
- Sistema online para acreditación de sueldos de manera ágil y segura.
- Atención telefónica exclusiva a través de la **Mesa de Ayuda para Plan Sueldo** de lunes a viernes de 8.30 a 20 hs.
- Financiamiento para tu empresa.

Conocé más en **macro.com.ar** o en la sucursal más cercana a tu domicilio.

0810-555-2112
macro.com.ar

Macro
Cerca, siempre.

PARA MAYOR INFORMACION CONSULTE EN MACRO.COM.AR. O AL TELÉFONO 0810-555-5112. OTORGAMIENTO SUJETO A LAS CONDICIONES DE CONTRATACIÓN Y APROBACIÓN CREDITICIA DE BANCO MACRO S.A. CONSULTE TASA DE INTERÉS, GASTOS, COMISIONES, SERVICIOS ACCESORIOS, COSTO FINANCIERO TOTAL EFECTIVO ANUAL Y EJEMPLO REPRESENTATIVO CON SU OFICIAL DE EMPRESAS O EN LA SUCURSAL MÁS CERCANA A SU DOMICILIO.

En el centro de Pichincha.
Y de tu vida.

LIVINGREEN

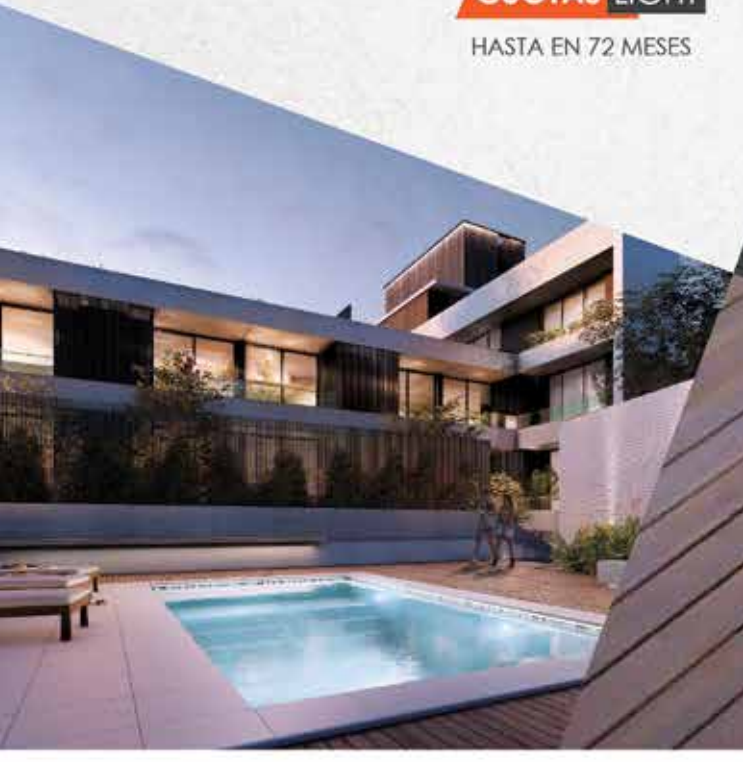
Con toda la amplitud para sentir que estás donde debés estar.

Llega Livingreen. Ubicado en el corazón del barrio más intenso de Rosario, pensado para que lo sientas como tu lugar en el mundo.
Con pocos pisos de altura, y mucha extensión, con unidades de ambiente único y dos dormitorios: SUM, terraza, pileta con solarium, gimnasio, quinchos con expansión propia, laundry y mucho más.

Livingreen. En Güemes 2472, Rosario.

CUOTAS LIGHT

HASTA EN 72 MESES



G70 DESARROLLOS INMOBILIARIOS

Madres de Plaza 25 de Mayo 3020 P. 8°
Torre Nordlink - Puerto Norte - Rosario
(0341) 558 1414 / 558 8888

PLOA ARQUITECTOS + Grupo am REAL ESTATE

Buenas ideas + Mucho trabajo
www.g70desarrollos.com.ar

SUMARIO N•143

04
EDITORIAL
Un mayo en medio de todo, literalmente

06
OPINIÓN
Una jornada en Wall Street

09
ESPECIAL TECNOLOGÍA
ABC del mundo e-commerce

16
¿Cómo generar un emprendimiento online rentable?

20
Lanzan portal de e-commerce para insumos de construcción con logística propia

22
NEGOCIOS
Con fuerte inversión, planifica subirse al podio de las prepagas en 2023

26
Marca local se expande en la región: desembarcó en el centro de Funes

28
MANO A MANO
«Los empresarios somos los principales responsables de generar mejores condiciones»

30
«Cambiemos tomó el gasto social con una culpabilidad de chicos bien»

32
AGRO
Alimentar el suelo para producir más y mejor

ON24

portalON24
@portalON24
@portal_on24

www.on24.com.ar

Revista Nº 143
Mayo 2019

DIRECCIÓN PERIODÍSTICA
Fabiana Suárez
fabianaasuarez@gmail.com
prensa@on24.com.ar

REDACCIÓN
Nicolás Aramendi
n.aramendi@on24.com.ar

Mariano Fortuna
m.fortuna@on24.com.ar

Emmanuel Paz
e.paz@on24.com.ar

DIRECCIÓN COMERCIAL
Mariano Zárate
m.zarate@on24.com.ar
comercial@on24.com.ar

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
Claudia Gimenez
c.gimenez@on24.com.ar

Alejandra Caccia
a.caccia@on24.com.ar

DISEÑO EDITORIAL Y ARTE DE TAPA
Georgina Varela
dggv@outlook.com

Mitre 170 - Piso 2
(S2000COB) Rosario
Provincia de Santa Fe, Argentina

Línea central ON24: (0341) 447-5700
Redacción: (0341) 447-5888
Comercial: (0341) 447-5999
Administración: (0341) 447-5777

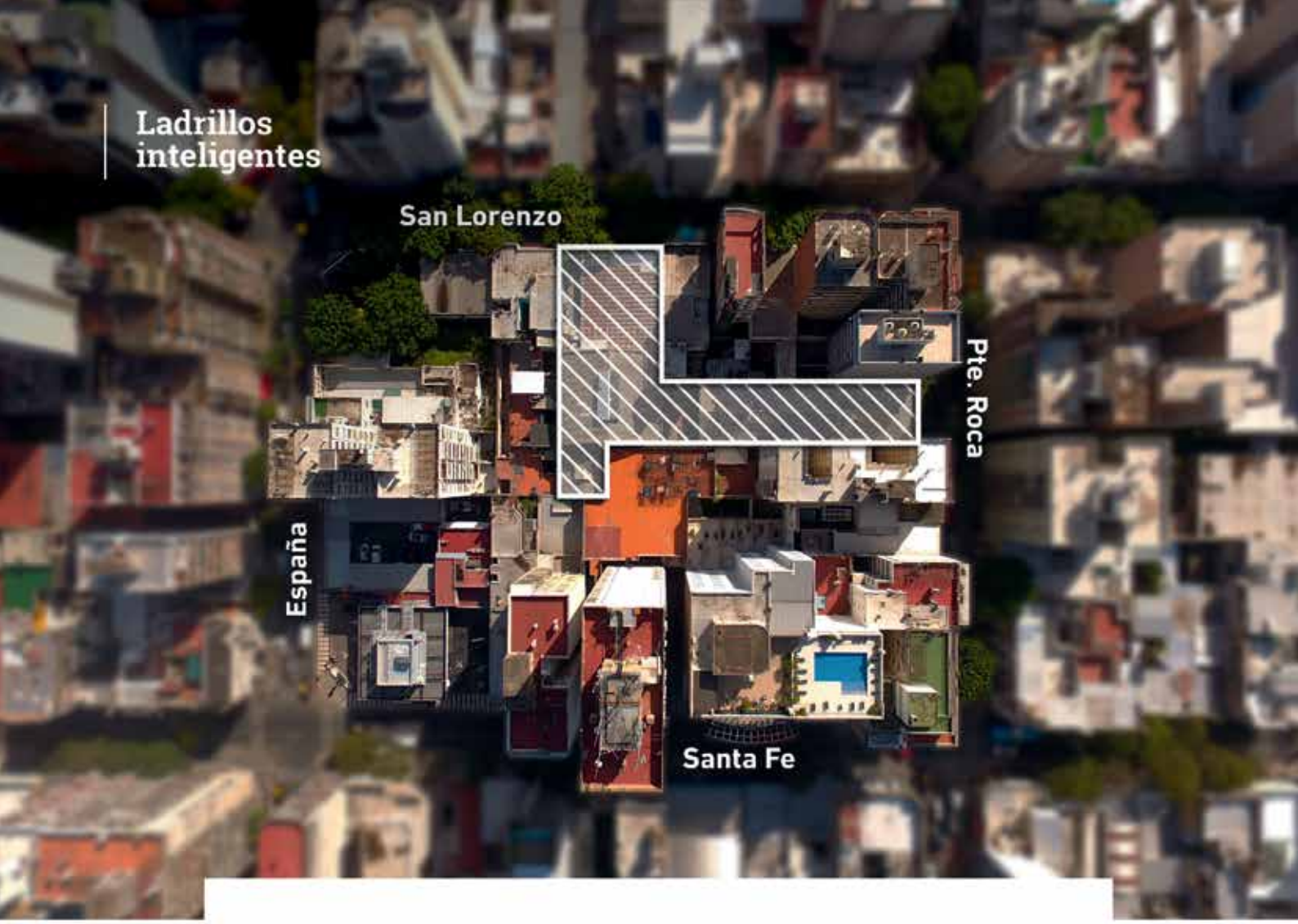
info@on24.com.ar

www.on24.com.ar es una marca de Libremente SA.
Propiedad de Libremente SA.
La revista ON24 es Marca Registrada.
Derecho de autor en trámite.

«Las opiniones y notas publicadas en la revista son responsabilidad de sus autores y no corresponden necesariamente al pensamiento de ON24»

ISSN N° 1851-4723

9 771851 472001



INVIERTA EN TURISMO CON RESPALDO INMOBILIARIO

CONDO HOTEL ROSARIO · ETAPA PRE-POZO II

Ubicado en pleno centro financiero, comercial y residencial de Rosario, en una microlocalización óptima para el turismo corporativo, a 150 m del Paseo del Siglo y 600 m del río y boulevard Oroño.

Integrado a un desarrollo de usos mixtos en el corazón de la ciudad, dentro de un terreno de 1568 m² en la manzana delimitada por las calles Santa Fe, España, Presidente Roca y San Lorenzo.

DESAROLLA:

ARGENWAY
TRAVEL & REAL ESTATE

Free Way

argenway.com/condohotel_rosario
inversiones@argenway.com
+54 9 341 506-0349

UN MAYO EN MEDIO DE TODO, LITERALMENTE

Pasaron las PASO, y en poco tiempo serán las elecciones generales en Santa Fe. Sin darnos cuenta, vendrán las nacionales en todo su esplendor, por así decirlo. Estamos a un paso de las elecciones, y hay algunas cuestiones positivas para remarcar, estimados lectores. Es que, al menos, el Gobernador Miguel Lifschitz volvió sobre sus pasos respecto a una potencial reforma constitucional en nuestra provincia. Una quimera creada sólo a los fines partidarios de agregar la reelección para la figura de gobernador. ¡Y para colmo carísima! Una buena noticia es una buena noticia. Acá y en la China.

A la par, Santa Fe será el escenario del primer debate presidencial, deuda social que se convirtió en obligación legal durante el mandato de Mauricio Macri. Los candidatos a presidente tendrán que pararse delante de sus atriles y responder las preguntas que correspondan según sorteo y reglamento. Un hito democrático que hacía falta en la Argentina. ¿Ve que hay algunas cosas buenas? Aunque sea algunas poquitas.

Y por si no le alcanzara con eso, desde la Redacción de ON24 queremos destacar una tercera, que es el sistema electoral de Santa Fe, que ha vuelto a demostrar ser superador al de las demás provincias, e incluso al sistema nacional. Con la boleta única se ha ganado en transparencia, en costos y en tiempos. Se acabaron muchas de las chicanas de la política vernácula. No es perfecto, es cierto. Es perfectible. Lo mejor es amigo de lo bueno.¡Ladran, Sancho!

on24

praxys

Soluciones Tecnológicas

Mejorar la vida.

Hace más de 30 años que Praxys se dedica a desarrollar soluciones informáticas para el campo de la salud, habiendo revolucionado definitivamente la forma de gestionar las autorizaciones de medicamentos.

Se encuentra a la vanguardia de la tecnología argentina para el sector, proveyendo herramientas altamente innovadoras que permiten vincular a todos los actores de la cadena de provisión: laboratorios, droguerías, farmacias, obras sociales, mutuales y aseguradoras prepagas de todo el país.

Praxys es un referente nacional para la gestión de especialidades medicinales, pensando siempre en soluciones informáticas cada vez más eficaces y veloces, enfocándose en la certeza de las operaciones, la reducción de costos y la accesibilidad para todos los usuarios del mercado.

Infinity Scan

Conexion

OnLine Service

IGM

Gestión

Praxys®
Tucumán 1463, 2do piso,
Rosario, (S2000AMK)

Teléfono: +54 341 4403181

www.praxys.com.ar

Una jornada en Wall Street

Donde termina uno de los vértices de Bowling Green se encuentra el famoso Toro de Wall Street. Ícono emplazado originalmente de manera no autorizada, y que con el tiempo se ha convertido en una de las alegorías más famosas sobre el capitalismo que posee la Gran Manzana. Nueva York es una ciudad de contrastes, aquella a la que Frank Sinatra le dedicaba innumerables canciones. Esa ciudad en la que, parafraseando a la Voz, si podías lograrlo allí, podrías lograrlo en cualquier otro lado. Si bien resulta dificultoso saber con exactitud cómo se dan todas esas reuniones entre los grandes hombres y mujeres de los mercados financieros, uno puede imaginárselas. Vislumbrar las sombras detrás de las ventanas esmeriladas de las oficinas del Distrito Financiero. ¿Qué habrán dicho sobre la Argentina en 2018? ¿Qué estarán diciendo ahora, en pleno 2019?

Arrancaba el año pasado con optimismo y buenos augurios para nuestro país, con un Mauricio Macri que acababa de ganar las elecciones de medio término y se encaminaba casi sin obstáculos a su reelección en 2019. El mundo financiero veía con buenos ojos a un Macri que parecía dar en la tecla con todos los requisitos para ser un buen alumno de la comunidad internacional. A mediados de 2018 esa luna de miel se terminó, y todo el dinero que le estaban prestando a la Argentina dejó de venir. Se cerraron las canillas y se secaron los ríos. Un agotamiento, y la falta de una nueva narrativa que convenciera a los inversores extranjeros de que había que seguirle prestando y dándole dinero a las Provincias Unidas del Río de la Plata.

Entonces llegó la ayuda del Fondo Monetario Internacional, y en palabras de José Luis Espert nos convertimos en el alcohólico que reconoce su problema y va en busca de ayuda de alguien que entienda más del tema. Nos dieron la medicina, y el Gobierno viene tratando de aplicarla -con mayor o menor éxito- desde aquel momento. Mes a mes se van aprobando las instancias examinadoras que el Fondo impone, mas los resultados positivos de ello todavía no se perciben en la calle, y mucho menos por el ciudadano de a pie.

¿Y en el medio qué termina pasando? Que Cristina Fernández da un giro fenomenal e inesperado a su candidatura. No se presentará como candidata a la presidencia, sino que cederá ese lugar a un esbirro suyo, Alberto Fernández, y ella participará como candidata a la vicepresidencia. Maquiavélico movimiento que nadie había calculado en sus planes. Todo lo bueno para ella de participar, quitándose muchas de las cosas malas que le endilgarían. Al mismo tiempo, el mundo financiero empezó a comprar parte de ese nuevo relato.

Es que Wall Street ama una buena historia. Una épica que pueda vender y contarle a otros. A todos nos gustan las historias. En Wall Street y en la zona del Capitolio en Washington, D.C., están convencidos absolutamente de que Alberto Fernández no venezolanizará a la Argentina, de que será un peronista más comedido y racional que los anteriores. Difícil que los estadounidenses realmente entiendan al peronismo. ¿Lo paradójico? Si se calman los mercados internacionales eso puede ayudar a Mauricio Macri a llegar con mayores posibilidades en octubre. Antes, mantener viva a Cristina Fernández perjudicaba al Gobierno, a la par que mejoraba sus posibilidades electorales. Un eterno tira y afloje entre lo que es bueno para las elecciones y malo para el país, y viceversa. A veces coinciden, aunque no lo parezca. Mientras tanto, en Wall Street la gente se sigue juntando en oficinas con vidrios esmerilados.

Por Garret Edwards
Director de Investigaciones Jurídicas de Fundación Libertad
@GarretEdwards

Museo de la Constitución

Parque de la Constitución,
1º de Mayo y Av. de la Constitución.
www.santafeciudad.gov.ar/blogs/parquedelaconstitucion

SFC SANTA FE CIUDAD

SER digital O NO SER nada

TIENDAS ONLINE // Por Matías Solina

EL ABC DEL MUNDO E-COMMERCE

Son muchos los interrogantes que existen en el mundo del comercio electrónico y las dudas que tienen las empresas y emprendedores a la hora de lanzar sus marcas al mercado online. En este artículo revelaremos los principales aspectos de la actividad digital y cómo explotarla al máximo

¿POR DÓNDE EMPEZAR?

Es importante remarcar que tener una tienda online representará una nueva unidad de negocio para tu empresa. Esto implica tener una dedicación de tiempo, una inversión económica y procesos para su correcto funcionamiento. Muchas veces nos lanzamos a abrir nuestra tienda online sin considerar cuáles son los aspectos fundamentales a tener en cuenta. Repasemos los más importantes:

INVERSIÓN

Una tienda online en términos de inversión tiene dos momentos fundamentales. La creación o construcción de la tienda cuando por lo general uno realiza un pago único por la misma y la inversión publicitaria mensual que permitirá atraer potenciales clientes.

TIEMPO

Dependiendo del volumen de pedidos y artículos, requiere una dedicación diaria que puede ir de las dos horas a varias personas trabajando al mismo tiempo full-time (todo dependiendo el nivel de movimiento de la tienda).

LOGÍSTICA

Es un punto fundamental ya que existen diferentes proveedores en Argentina. La elección de un proveedor dependerá enteramente de qué tipo de producto, formato de envío y distancia vayas a manejar en la tienda. Por otro lado la logística hace a una buena política comercial, ya que muchas tiendas por ejemplo no cobran gastos de envío para compras superiores a un determinado monto.

PROCESOS

La tienda esconde diferentes procesos que son bien conocidos por quienes ya tienen una comercio físico actualmente. Los procesos que tenemos que desarrollar son referidos a compras, actualización de precio, actualización de stock, fidelización de clientes. Cada uno debe estar correctamente definido, ya que cualquier fallo en alguna de estas áreas puede llevar a tus clientes a tener una mala experiencia y no repetir la compra. Por ejemplo, alguien que compró un artículo que ya no está en stock, o que compró su producto y lo recibió en su domicilio varias semanas después de lo prometido. En estos casos son clientes que difícilmente vuelvan a confiar en nosotros.

RENAULT
Passion for life

Dejá lo imposible atrás

RENAULT

NUEVO KWID OUTSIDER

Ventas, Plan Rombo,
Financiación,
Service Renault Minuto,
y los mejores
usados elegidos.

RENAULT PRO+
CIRCULAR
VENTAS CORPORATIVAS

CIRCULAR

CÓRDOBA Y OV. LAGOS 437 1001 /CircularRenault www.circular.com.ar

¿QUÉ TIPO DE TIENDA NECESITO? ENLATADO vs A MEDIDA

Con el checklist anterior completo ya nos podemos poner a pensar en qué tipo de tienda necesitamos. En Rosario, la región y a nivel internacional existen gran cantidad de proveedores. Pero por ahora vamos a separar las tiendas en dos tipos: tiendas enlatadas vs a medida.

TIENDAS ENLATADAS

Una tienda enlatada es una solución para empezar a vender rápidamente. En 3 días está lista y online.

Por lo general no requieren una inversión inicial, tienen un costo de mantenimiento mensual súper económico ($1500 aprox.)

Están integradas con los servicios más populares de logística y cobro (MercadoPago, TodoPago) pero no se pueden integrar ni customizar con otros proveedores.

El diseño es estandarizado y sencillo customizarlo, pero no admite muchas modificaciones. Además se ven muy bien en teléfonos celulares.

La carga de productos es manual o vía Excel, pero no admite conexión con tu sistema de gestión o trabajar con stocks en tiempo real.

Tienen integradas las suites de marketing de Google y Facebook por defecto.

La mayoría cobra un fee por cada venta del 3% al 5%

TIENDAS A MEDIDA

Tendrá un gran diseño y el proceso de compra adaptado a tu producto al 100%. Aproximadamente 60 días de trabajo.

Tiene un inversión moderada-alta para empezar (u$s 2000 aprox.) y costos de mantenimiento ($4000 aprox.)

Vos elegís con qué integradores trabajar la logística, la forma de pago de tus clientes y como es el proceso de compra en toda la tienda.

El diseño se verá y será 100% adaptado a tu marca, por lo general son diseños originales y diferentes al resto de las tiendas enlatadas. También son adaptables a móviles.

Se puede conectar a tu software de gestión para manejar un stock permanente en tiempo real y customizarla para que los procesos de la tienda como, por ejemplo, un alta de clientes hagan automáticamente en tu sistema.

No todas las tiendas a medida tienen integración con suites de Marketing. Muchas veces representa un costo adicional.

No hay fee por venta, solo el costo que cobran las bocas de pago como MercadoPago o TodoPago

Cada uno de los modelos tiene ventajas y desventajas. Lo primero que yo me pregunto al momento de elegir una u otra opción para mis clientes, realmente depende de una matriz: económica-proceso-dificultad.
La evaluación en primer instancia es si podemos permitirnos una inversión de al menos u$s 2000 para comenzar, pero también es importante preguntarnos qué nivel de customización requiere el proceso comercial para nuestros clientes.
Por ejemplo, imagina que vendemos cortinas. Necesitamos que cada potencial cliente pueda entrar a la tienda, seleccionar el tipo de tela, cargar la medida y formato de su ventana y que la tienda le permita cotizar y comprar una cortina que cumpla con todos los requisitos antes cargados. Una tienda enlatada no tiene esta opción, necesariamente tenemos que ir por la opción de tienda a medida.
Por lo general, la elección de un tipo de tienda u otro va a depender de las necesidades especiales que tengamos. De todas maneras si tenemos un e-commerce donde vamos a vender productos más estandarizados, una tienda enlatada puede cumplir con el 90-100% de los requisitos sin problemas. Esto echa por tierra la consulta más popular que recibimos: ¿Cuál es mejor y cual es peor? Indudablemente las dos son excelentes opciones, todo va a depender de qué nivel de personalización de diseño y proceso requieras. De todas formas podés empezar con una tienda enlatada, empezar a vender y en el futuro migrar a una tienda personalizada cuando la marca ya esté instalada y tenga un volumen mayor de operaciones.

Matías Solina
Director de Marketing Digital
DCG Consulting

ESPACIO PUBLICITARIO

¿YA TENGO MI TIENDA Y AHORA?

En este punto tu tienda ya está online, tiene sus productos cargados, tenemos procesos comerciales definidos y estamos en condiciones de empezar a operar. En términos de una tienda física tenés un gran local listo para vender pero que está ubicado en medio del desierto. No hay tráfico, no hay potenciales clientes por lo tanto no habrá compras. Existen diferentes formas de hacer publicidad, vamos a comentar las más populares:

Google dispone de varios productos de publicidad. El más popular es el buscador y es la forma más simple de generar visitantes a tu web que puedan convertirse en clientes. Esta campaña consiste en que cuando un usuario del buscador busque por ejemplo "zapatillas deportivas" aparezca lo más arriba posible el link a tu tienda online.

También se puede colocar banners de publicidad en sitios webs relacionados con tu tienda. Por ejemplo, si un potencial cliente está leyendo una nota en un blog sobre maratones, se le puede mostrar un banner con un modelo específico para running de tu tienda. Esto hace que se vuelva extremadamente relevante para la persona ver ese banner ya que puede interesarse por el producto.

Facebook ads es, por supuesto, la plataforma de Facebook para hacer publicidad pero también la de Instagram ya que ambas redes sociales comparten la misma plataforma. La publicidad en redes sociales trabaja por segmentos de usuarios, es decir que podemos mostrarle publicidad a públicos que podrían estar interesados en nuestros productos pero que potencialmente no tengan la necesidad de comprar ahora. Esta es la principal diferencia con Google en donde el usuario busca un producto en concreto. En Facebook e Instagram los usuarios están viendo contenido de sus amigos y algunas publicaciones resultan ser patrocinadas.

Es una gran herramienta ya que permite establecer quién verá nuestros anuncios en términos de variables demográficas y comportamiento. Por ejemplo, podemos segmentar para que nuestra publicidad la vean hombres de 18 a 25 años, de barrio Martin en rosario y que sean personas que corren maratones o practican running habitualmente.

MEDIR Y OPTIMIZAR

Una de las grandes bondades que ofrecen las tiendas online es que todo es susceptible de ser medido y optimizado. Podemos conocer con exactitud de dónde provienen los visitantes de nuestro sitio web y entender, por ejemplo, si las ventas que hacemos provienen de buscadores o de redes sociales.

Esto en términos de inversión nos permite optimizar y ver qué funciona. Muchas veces detectamos que los visitantes llegan hasta la página de pago y abandonan el proceso, lo cual nos permite estudiar esta parte y ver qué mejoras podemos hacer para que sea más sencilla de utilizar, generando más ventas en la página.

Tu tienda online debe tener instalado sí o sí:

Google Analytics: es gratis y permite medir en términos de visitas lo que hacen los potenciales clientes en tu sitio web, cuáles son las categorías que más les interesan, cuánto es el tiempo que se quedan visitando y exactamente en qué punto abandonan nuestro sitio. Es un punto obligatorio.

Pixel de Facebook: permite medir la actividad de tu sitio web en función de las actividades que hacen las personas para poder optimizar tus anuncios. Por ejemplo, si un usuario agrega un producto al carrito y luego no compra podemos mostrarle un anuncio en Facebook especialmente a esta persona para que retome el proceso y pueda terminar la compra.

ESPACIO PUBLICITARIO

TEMAS PARA NO OLVIDAR

Hay algunos temas relevantes que es importante mencionar y que pueden determinar la elección de los usuarios por comprar en tu tienda o en la tienda de la competencia.

Financiación

Uno de los temas más importantes en nuestro país. Muchas veces las personas prefieren un descuento menor o un precio de lista, pero una financiación que tenga algunas cuotas sin interés es fundamental. A la hora de tener tu tienda online si vos tenes una integración con MercadoPago o TodoPago podes trabajar con las promociones que ellos ya tienen disponibles y vos podés configurar los planes de cuotas e intereses que querés aplicar.

Envío gratis

Es una gran recomendación sumar envío gratis a partir de una compra de un determinado monto. Esto es un gran incentivo para los potenciales clientes que están lejos y que muchas veces pagan más de costo de envío que el precio del producto en sí.

Remarketing

Es una técnica bastante novedosa que permite individualizar a los potenciales clientes en función de los productos que vieron. ¿A quién no le pasó que miró una heladera en algún retailer online y, luego, la misma heladera lo persiguió hasta que hicieron la compra? Es una forma bastante efectiva de retomar con los usuarios que por algún determinado motivo no siguieron avanzando con la operación.

Promociones

La movida del e-commerce no para de crecer en Argentina. Cada vez existen más fechas especiales para promocionar y sacar buen rédito. El hot-sale es una gran opción en la cual durante un período de tiempo las marcas sacan lo mejor de sí en términos de oferta para captar la mayor cantidad de ventas posibles. Sumarse a estas fechas es opcional pero sin duda representan un gran atractivo para quienes las esperan para utilizar a full su tarjeta de crédito.

Redes Sociales

Recomendamos siempre mantener un intercambio activo con la comunidad. Nuestra principal estrategia siempre es publicar contenido de interés y no hablar todo el tiempo de ofertas y productos. Esto es un gran desafío, pero en términos de capitalización de marca los usuarios siempre prefieren contenido de calidad.

Fotografía y Video

Es un punto siempre olvidado y el cual recomendamos contratar un profesional. En una tienda en donde los sentidos están restringidos y la vista es sumamente parcial es determinante poder tener de un mismo producto diferentes ángulos, personas usándolo y, sobre todo, fotografías realizadas con una cámara y entorno profesionales, y con una edición de calidad.

En resumen

Abrir una tienda de e-commerce realmente implica trabajo, dedicación, esfuerzo y fundamentalmente una inversión económica. Pero el beneficio es increíblemente alto, funcionan a nivel facturación como una sucursal, sin costos fijos elevados, prácticamente sin personal y con una disponibilidad 24/7.

El desafío de las pymes reside en insertarse en un entorno dinámico y competitivo con reglas de juego que cambian a la velocidad de las costumbres de las personas, las cuales demandan con mayor fuerza productos y experiencias adaptadas individualmente para cada necesidad.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

PÁGINAS WEB // Por DonWeb

¿CÓMO GENERAR UN EMPRENDIMIENTO ONLINE RENTABLE?

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LAS VENTAS DIGITALES NO HAN HECHO MÁS QUE CRECER; LOS CONSUMIDORES SABEN QUE CADA VEZ ES MÁS SEGURO HACER COMPRAS ONLINE Y LAS MARCAS APROVECHAN LA FACILIDAD Y EL BAJO COSTO DE ABRIR UN NEGOCIO EN INTERNET

Empresas ON
La comodidad de hacer todo desde donde quieras.
ON
MODO ON
bancosantafe.com.ar
Banco Santa Fe

Una marca puede exhibir productos y servicios de manera virtual, ahorrando mucho dinero por año en folletería costosa. A su vez, estará ayudando al planeta creando conciencia de la preservación del medio ambiente. Al asistir a una feria o exposición es posible redirigir a todos los asistentes para que puedan ver todo el catálogo en un sitio web, a través de un código QR, fácilmente legible desde cualquier smartphone.

Todo el comercio electrónico se sustenta en tecnologías que conocemos bien como usuarios: teléfonos inteligentes, redes sociales, buscadores y comunicación por chat, entre otras. Son igualmente importantes, pero menos conocidas, las que dan soporte a la operatoria desde el lado de las empresas y emprendedores: dominios, hosting, certificados de seguridad y sistemas de pagos que deben funcionar coordinadamente para posibilitar las ventas.

Por empezar, es necesario elegir bien un dominio, pero ¿qué es un dominio? Es el nombre único y exclusivo que se le da a un sitio web en internet para que cualquiera pueda visitarlo.

Es recomendable utilizar un nombre que represente la marca e identifique y defina el proyecto para colocar junto a la extensión. Además del tradicional .com, hoy podemos elegir extensiones innovadoras y creativas como .online, .store o .site que harán la dirección más fácil de recordar.

Luego recomendamos acceder a una registración privada, con ella se protegerán los datos y de esta manera figurarán públicos los datos genéricos del proveedor. Además se evitará recibir SPAM y transferencias no deseadas.

Una vez que se tenga todo protegido, ya se puede empezar a subirlo adquiriendo un servicio de hosting o alojamiento web, que es el espacio donde se alojará el sitio web para que cualquiera pueda verlo en internet. El hosting determinará la velocidad de carga de tu sitio y la estabilidad de la página web.

El paso próximo es darse a conocer con una página web. El software ha evolucionado de tal manera que hoy es posible crearla por cuenta propia sin tener conocimientos técnicos, a través de plantillas, subiendo fotos y videos. Para resultados más profesionales, se puede solicitar la ayuda de un experto. El equipo de Donweb cuenta con diseñadores que, además, colocan los servicios en "Google Mi Negocio" para que la marca se destaque cuando se busque su nombre o rubro en Google o Google Maps.

Un sitio web debe representar la marca, utilizar los colores del negocio. Se recomienda chequear la información que se detalla e incorporar formularios de contacto y botones. Estos últimos sirven para incentivar a los visitantes de la web a que realicen acciones determinadas, ya sea dejar sus datos, ver un catálogo completo o acceder a una página específica del sitio. Es fundamental vincular a la página las redes sociales de la marca.

Si el objetivo es transformar la web en un canal de ventas, es necesario desarrollar una Tienda Online, que no es más que una página web con catálogo de productos y sistemas de pago y envíos integrados. Con las plataformas de e-commerce más modernas, como SitioSimple, es posible llevar un negocio y sus productos a internet con cero estrés: sin comisión por ventas, con la función y ofreciendo múltiples medios de pago locales.

Mantener una comunicación fluida con los clientes es fundamental. Se recomienda comunicarse siempre desde un correo profesional, atado al propio dominio para generar mayor credibilidad. De esta manera se promueve la marca con cada mensaje. Siempre se pueden aumentar las conversiones creando campañas de email marketing personalizadas y automáticas.

Por último, adquirir un Certificado SSL para proteger las compras y la información de los usuarios (datos personales, tarjetas de crédito, contraseñas). Así las visitas comprarán y navegarán el sitio con confianza. Recuerda que lo ideal siempre es trabajar con expertos para estar siempre bien asesorados y seguros en internet.

on24

VIVILO EN 48 PAGALO EN 84

ELEGÍ UN **MSR**

SIN CUOTA AGUINALDO

SIN SORTEO

SIN LICITACIÓN

MODENA 55, AV. FRANCIA ESQUINA CÓRDOBA. UNA UBICACIÓN INIGUALABLE PARA INVERTIR, A METROS DE LAS FACULTADES DE MEDICINA, ODONTOLOGÍA, BIOQUÍMICA Y DEL MERCADO DEL PATIO.

DEPARTAMENTOS DE 1 DORMITORIO, LOFTS MONOAMBIENTES, LOFTS DIVISIBLES Y COCHERAS.
AMENITIES: SOLAR HÚMEDO Y PARRILLERO EN AZOTEA. ZONA EXCLUSIVA DE BICICLETEROS EN SUBSUELO.

EN 4 AÑOS TE VAS A VIVIR. **EN 3 AÑOS MÁS** LO TERMINÁS DE PAGAR

www.
msrconstructora.com.ar/**modena55**

MSR | Modena 55

CRESTALE PROPIEDADES	UNO PROPIEDADES	BERTOLLO BUENAS RAÍCES	SOLJAN INMOBILIARIA	MA PROPIEDADES
447 0835	449 8484	456 746 0	426 4409	446 9200

MSR CONSTRUIMOS

CALCULATUCOSTO.COM // Por Emmanuel Paz

LANZAN PORTAL DE E-COMMERCE PARA INSUMOS DE CONSTRUCCIÓN CON LOGÍSTICA PROPIA

TIENE POR OBJETIVO FACILITAR EL PROCESO DE PRESUPUESTACIÓN Y DE COMPRA PARA LOS USUARIOS

Lanzan un portal web de compra online de insumos de construcción. Se trata de calculatucosto.com, el cual tiene por objetivo facilitar el proceso de presupuestación y de compra para los usuarios particulares y estudios de arquitectura. La nueva empresa ofrece actualmente un catálogo de 18 marcas, cuenta con logística propia y cubre el territorio de Rosario y 35 kilómetros a la redonda.

Según comentó Juan Groia, socio fundador, el mayor diferencial de la propuesta es darle al usuario el 100% de la autonomía para confeccionar su presupuesto y hacer sus compras. "La idea surgió luego de observar la disparidad de precios disponibles en internet y la imposibilidad de encontrar un catálogo completo de productos en un único sitio especializado. En los corralones y comercios, me ocurrió que la atención era bastante mejorable", detalló el empresario.

Actualmente, el catálogo de calculatucosto.com está conformado por 18 marcas de insumos, aunque esperan cerrar el año con unas cincuenta. Sin embargo, aclaró que de momento no hay competencia interna dentro de la plataforma: "Tenemos una marca por rubro. Esto será así en la etapa inicial y queremos respetarlo por las firmas que confiaron en nosotros desde un primer momento".

El empresario declaró estar "cien por ciento convencido de que todos los comercios van camino a ser online". Aunque, en el caso particular de la construcción, expresó que "falta madurar mucho, en comparación con otros sectores como el de electrodomésticos".

caluclatucosto.com lleva una semana online, tras un año de desarrollo. "Hay muchísimos desafíos que afrontar a la hora de crear un negocio de esta naturaleza. Lleva mucho tiempo", expresó Groia. La perspectiva del empresario es consolidar en primer lugar su servicio en Rosario y su zona de influencia, lograr una cobertura a nivel nacional estableciendo una red logística con socios estratégicos en diferentes ciudades principales.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

SANCOR SALUD // Por Redacción ON24

CON FUERTE INVERSIÓN, PLANIFICA SUBIRSE AL PODIO DE LAS PREPAGAS EN 2023

EL GRUPO PREVÉ DESEMBOLSAR ENTRE 20 Y 25 MILLONES DE DÓLARES DURANTE LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS Y CONSOLIDAR EL SEGMENTO CORPORATIVO

Hacemos crecer tu negocio en **Internet.**

Creamos
tu Página Web en
sólo 5 días.

Armamos
tus campañas de
Email Marketing.

Montamos
tu Tienda Online
lista para vender.

CONTACTANOS

Por teléfono al 0810 345-0375 o
escribinos por **WhatsApp al 11 2527-2555**

donweb.com

Con 45 años que avalan su amplia experiencia en servicios de salud, más de 470.000 asociados, 87 oficinas propias, 1.800 colaboradores y alrededor de 600 puntos de atención distribuidos en el país, Grupo Sancor Salud transita un alentador presente con miras a un futuro prometedor. Como principal objetivo, busca posicionarse para el año 2023 en el podio de las prepagas nacionales, es decir, alcanzar los 750.000 asociados. Entre las estrategias para llegar a la meta, se destacan la consolidación de su segmento corporativo con el desafío de sumar más de 150.000 cápitas, el lanzamiento de nuevos servicios en diferentes segmentos, la revisión constante de los procesos y la inauguración de nuevas oficinas propias, una de ellas prevista para Rosario. Para ello, el Grupo prevé desembolsar una inversión de entre 20 y 25 millones de dólares durante los próximos cuatro años.

Así lo comunicaron, en un encuentro llevado a cabo en la ciudad de Rosario, el director general del Grupo, Fernando Werlen, junto al director comercial, Daniel González, quienes detallaron los diversos desarrollos que la firma está poniendo en marcha, en el marco del plan de expansión: Staff Médico, Trayectoria Seguros, Trayectoria Leasing, así como también el relanzamiento de la Línea Empresas.

"Ante un escenario versátil, la decisión fue apostar al país y a nuestros asociados que siguen confiando en nosotros pese a las dificultades reales. Entendemos que es el momento de enfocarnos en nuevas oportunidades que sean de utilidad para la sociedad, generando cadenas de negocios y actividades productivas que den nuevas salidas, nuevas opciones", señaló Werlen.

En este sentido, González también resaltó la importancia de la Línea Empresas, una propuesta diseñada para cuidar la salud de los trabajadores de las compañías, tanto pequeñas, como medianas y grandes. "Actualmente, hay un poco más de 600.000 empresas activas. Según datos actuales, el mercado corporativo, con más de 1.700.000 beneficiarios representa más del 35% del mercado prepago total y más del 50% de los asociados que poseen las principales prepagas del país. Claramente, debemos focalizar nuestras estrategias a este mercado".

De acuerdo a lo explicado por González, en Sancor Salud, el 17% de la cartera pertenece a líneas corporativas, lo que la ubica en el cuarto lugar del ranking, por detrás del podio conformado por Osde, Galeno y Swiss Medical, al que se quieren subir en 2023 como año-meta.

Otro de los anuncios que la compañía realizó en Rosario la semana pasada fue el lanzamiento de Staff Médico, la nueva marca de medicina privada con facilidad en su accesibilidad. Según indicaron, es una alternativa que ofrece servicios integrales para que las personas puedan elegir coberturas privadas de calidad, con planes entre 20% y 40% más económicos que un R1000, por ejemplo.

Los directivos de la compañía adelantaron que Staff Médico desembarcaría en Rosario entre septiembre y octubre de este año. Agregaron que actualmente en la ciudad poseen unos 50 mil asociados, donde comercializan entre 800 y 900 cápitas por mes, de un total de entre 12 mil y 14 mil cápitas en todo el territorio nacional. "Somos la prepaga que más creció en los últimos años", ponderó González.

En tanto, también presentaron Trayectoria Seguros S.A., una unidad de negocio dedicada a la cobertura de seguros de personas, fundamentalmente abocada al ámbito empresarial y pensada para acompañar y estimular la actividad económica. Y, finalmente, Trayectoria Leasing, que tiene como objetivo acompañar el crecimiento de los emprendedores con una propuesta destinada a generar nuevas oportunidades de negocio.

A su vez, anunciaron el Plan Gen especial apuntado exclusivamente a jóvenes de entre 18 y 35 años de edad, que incorpora servicios a la cobertura médica, como asistencia en viajes "muy importante", guardería para mascotas y una app para descarga de música, entre otros beneficios. "Tratamos de sumar servicios que son valorados por los jóvenes y quizá más valorados que la cobertura de salud misma", señaló González.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

AHORA HACE LA FILA DESDE TU CELULAR.

Descargá la *App WhyLine*, buscá **Grupo Gamma** *y ganá tiempo.*

EXCLUSIVO PARA SERVICIO DE GUARDIA DEL HOSPITAL PRIVADO DE ROSARIO

www.grupogamma.com

INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

HOSPITAL PRIVADO DE ROSARIO

SANATORIO LOS ARROYOS

CUMBRES
TERAPIA RADIANTE

GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD ANALÍTICA

LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO

APERTURA // Por Redacción ON24

MARCA LOCAL SE EXPANDE EN LA REGIÓN: DESEMBARCÓ EN EL CENTRO DE FUNES

"ESTÁBAMOS BUSCANDO UN NEGOCIO QUE HICIERA FALTA EN LA CIUDAD", CONTARON LOS EMPRENDEDORES QUE ADQUIRIERON LA REPRESENTACIÓN DE LA MARCA

Clon, marca de indumentaria deportiva y urbana de Rosario, desembarcó en el centro de Funes con su décimo local. Concretamente, abrió en el Local 6 de la galería Paseo Victoria, que consta de 32 metros cuadrados y está ubicado frente a la plaza principal de la ciudad.

La apertura se llevó a cabo de la mano de Mercedes Ángel y Ezequiel Cushnir, un joven matrimonio de Rosario con experiencia en el rubro, que hace cinco años decidió vivir en Funes en buscar de mayor seguridad y tranquilidad.

Según narró a ON24 Mercedes, diseñadora de indumentaria desde hace más de 13 años, ambos querían emprender un negocio propio y vislumbraron una oportunidad adquiriendo la representación de la marca. "Estábamos buscando un negocio que hiciera falta en Funes. Nos parece que Clon es una marca de muy buena calidad, con precios más económicos que las marcas deportivas más conocidas y que en Funes le podía servir a mucha gente le gusta usar ropa cómoda y deportiva", explicó.

"No había una marca así en la ciudad", resaltó y subrayó que en el local "tenemos todos los talles para damas, caballeros y niños, que eso es importante".

Si bien dijo que al principio, no le convencía mucho la idea de abrir en esta galería, destacó que "ahora el Paseo se reactivó", a partir de un cambio en su Administración, por lo que "hay más concurrencia". "Hoy tiene casi todos los locales ocupados y además, ahora están haciendo peatonal la calle San José y arreglando la Plaza, entonces está quedando muy lindo".

"Lo negativo –apuntó Mercedes- es que los domingos cierran las persianas, pero estamos tratando de revertir eso para que la gente que no viene en la semana pueda, aunque sea, ingresar a la galería para ver las vidrieras", contó.

Cabe indicar que Clon es una empresa familiar que nace en la Ciudad de Rosario en el año 2000. Desde ese momento, ha logrado un crecimiento sostenido que le permite contar, en la actualidad, con 10 locales en la ciudad de Rosario, uno ahora en Funes y más de 50 revendedores en Argentina.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

ARIEL DOLCE // Por Mariano Fortuna

FECOI prepara una nueva sede. Se trata de un espacio de 700 m2 ubicado en Rioja al 1800, que dedicará capacitaciones de las empresas socias. "Hemos llegado a un acuerdo con la UNR para dictar Diseño Estratégico (...) las pymes están encandiladas por la macro, y por eso dejan de ver el impacto de las nuevas tecnologías en todos los negocios. Nuestra idea es hacer foco en el futuro para que nos encuentre aggiornados".

«LOS EMPRESARIOS SOMOS LOS PRINCIPALES RESPONSABLES DE GENERAR MEJORES CONDICIONES»

EN DIÁLOGO CON ON24, EL PRESIDENTE DE FECOI LE ASIGNÓ UN ROL CLAVE AL SECTOR PRIVADO EN LA CREACIÓN DE UN ENTORNO DE CREACIÓN DE VALOR. "SI NO GENERAMOS VALOR NO PODEMOS AYUDAR A NADIE", APUNTÓ

Ariel Dolce le asigna al empresariado un rol clave para mejorar el entorno productivo. Es que según el presidente de la Federación Gremial de Comercio e Industria (FECOI), de lograrlo, serán los privados los primeros en capitalizar las mejores condiciones del sistema.

"Nosotros vemos el contexto con preocupación y queremos ser parte de la solución (...) No reclamamos nada, sino que ponemos sobre nuestros hombros la responsabilidad de ser los facilitadores del vínculo entre el sector privado y el público, pero no solo compartiendo un espacio de trabajo, sino participando del diseño de las políticas pùblicas", apuntó el dirigente.

Según Dolce, el hecho de que se discutan los temas de fondo es una responsabilidad central de los hombres de negocios, dado que es necesario recrear un ecosistema de generación de valor. "Ser empleador en la Argentina no es solo tener una empresa ,sino generar un entorno en el que las empresas puedan ser exitosas generando valor (...) no se puede ayudar a nadie con un valor que no se genera", aseveró. Y agregó: "Una empresa es un actor social y desde ahí convocamos y nos sentamos en las mesas a presentar nuestros proyectos".

"No hemos logrado ponernos todos de acuerdo en una solución que garantice los derechos de todas las partes", dijo Dolce al ser consultado por el hasta ahora frenado proyecto de adhesión provincial a la Ley ART, que FECOI intenta empujar.

"La industria del juicio atenta contra la generación de puestos trabajo, tener una nueva ley implica mejorar el entorno productivo que compite con el de provincias vecinas. Hoy, por ejemplo, hay un sistema más beneficioso en Córdoba que en Santa Fe".

> «HAY UN ENTORNO MÁS BENEFICIOSO EN CÓRDOBA QUE EN SANTA FE»

A pesar de que el año electoral dificulta su tratamiento, Dolce fue optimista: "Creo que si hay una fuerza polìtica que pueda llevar este tema a buen puerto se anotaría un punto importante".

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

GUILLERMO NIELSEN // Por Fabiana Suárez

«CAMBIEMOS TOMÓ EL GASTO SOCIAL CON UNA CULPABILIDAD DE CHICOS BIEN»

EL HOMBRE DE CONSULTA DE ALBERTO FERNÁNDEZ, PARTICIPÓ DEL FORO ECONÓMICO DE FUNDACIÓN LIBERTAD

En días pasados, Guillermo Nielsen, hombre de consulta de Alberto Fernández, participó del Foro de Economía y Negocios de Fundación Libertad.

Sus dichos en "on" y en off" tomaron especial relevancia cuando medios nacionales, dieron a conocer, que está dentro de los elegidos para integrar el equipo económico de un eventual triunfo de la fórmula presidencial "Fernández-Fernández".

Impactado con el cambio rotundo que Rosario acusó, especialmente en su zona ribereña, el economista confió: "es la primera vez en muchos años que piso Rosario, y es la primera vez que asisto a la Fundación Libertad, espero que después de lo que diga me sigan invitando", bromeó abriendo su charla ante un auditorio colmado en el quinto piso de Mitre 170. Casa, por cierto, que dejó impactado al responsable de instrumentar el canje de deuda en el 2005.

Sin pelos en la lengua, de arrolladora personalidad, Nielsen fue sumamente crítico al manejo económico del oficialismo, halagando a su vez, la gestión de Guillermo Dietrich al frente del Ministerio de Transporte.

En una conversación privada con el economista del Estudio Ferreres, Fausto Spotorno, quien destacó los importantes vínculos que Macri tenía en Washington, dijo: "no es por hacer autobombo, pero yo también los tengo", relativizando el "activo" del presidente frente al FMI.

También reconoció que había quedado gratamente impactado con la presentación que Cristina Fernández había desarrollado sobre su obra "Sinceramente".

ON24 repasa los tramos más sustanciosos de la exposición del economista, que podría llegar a ser, por segunda vez, el negociador de la deuda ante el Fondo:

¿Qué hizo bien el gobierno?

Si hay algo que este gobierno hizo bien fue en el área de obras públicas. Han logrado atraer gente de mucha experiencia en el sector. Parte de mi carrera profesional fue en Socma, yo trabajaba con Franco Macri y estaba muy cerca de las cosas que se hacían en la construcción, puedo decir entonces, con conocimiento directo, que han logrado traer ejecutivos del sector privado con mucha experiencia de management.

Dietrich (guillermo) está haciendo un excelente trabajo. Han logrado un espacio para que se hagan las cosas bien y esto no es poco.

¿Dónde está el error económico?

La pifiaron en lo más importante: la política macroeconómica. El fracaso de la macroeconomía oculta incluso algunos logros. La macroeconomía empobreció a todos los niveles sociales. El discurso político está enfocado en

los sectores desposeídos y no está mal que sea así, pero el mayor problema de la Argentina de los últimos años es de clase media. La presión tributaria formidable que estamos viendo en esta gestión, afecta fundamentalmente a la clase media. Y es un castigo a la base electoral de Cambiemos, que es la clase media. Y habrá pase de factura en las próximas elecciones.

¿Por qué se hizo una política económica tan desafortunada?

Porque tomaron con frivolidad la macroeconomía. Muy tempranamente expresé que me inquietaba la división del Ministerio de Economía, es algo que yo ya había visto en el innombrable gobierno militar del General Viola.

Dividir el Ministerio de Economía es un error. El error se redondea con la ausencia de un diagnóstico acertado. Cambiemos no registró la crisis fiscal con la que terminó el gobierno anterior. Estaban entretenidos con los globos de colores y siguieron con una visión frívola facilitada con la frivolidad del mercado financiero internacional. Las calificadoras de riesgo se equivocan, y en grande.

La deuda externa

Es responsabilidad de la dirigencia argentina no endeudarse a lo loco y esa irresponsabilidad se puso de manifiesto en los dos primeros años de la gestión. Sólo con los dedos de la mano se cuentan los países con un Bono Centenario. Ese bono fue un error que mostró o dejó al desnudo la distancia que había entre el accionar de la política económica y la responsabilidad con la cual se tiene que asumir la política económica.

El error de diagnóstico no dejó ver lo fiscal, se fueron de mambo y se endeudaron tanto como pudieron, acentuando la política de la anterior gestión.

Cuando Cristina Fernández hace la presentación del libro y habla del gasto social, tiene razón: Cambiemos tomó el gasto social con una culpabilidad de chicos bien, entonces se dedicaron en aumentar el gasto social en cada uno de los rubros, sin tener presente lo que perjudicó eso desde lo fiscal.

Que paradoja, ayer (por el jueves) Cristina "pivotea" parte de su discurso, de la forma en que los que no reciben planes sociales se levantan a las 5 de la mañana para trabajar.

El discurso de Cristina

Fue muy interesante, pero hay que ser desprejuiciado para escucharla. Si uno tiene preconceptos y le dura el hartazgo de la cadena nacional, no es la forma de escuchar lo que ella dijo. La traigo en relación a lo que se hizo mal, tan mal se hizo que Cristina se dio el lujo de señalarlo en la presentación de su libro -punto de partida de su campaña electoral-.

La política monetaria

Le erraron a la política monetaria. Pensar que una Argentina con desequilibrios profundos desde lo fiscal podría afrontar la política monetaria simplemente con las metas de inflación, fue un grave error. Las metas no cumplidas pegan directamente sobre la credibilidad del gobierno. Y no es casualidad que el gobierno tenga una feroz falta de credibilidad. Falta de credibilidad que el gobierno cree que se compensa con altas tasas. Las altas tasas lo único que hacen es destruir la actividad económica. Las tasas no pueden nunca reemplazar la falta de confianza. El problema del gobierno es la falta de confianza.

El lado B del crédito del FMI

Dujovne habla del endeudamiento con el FMI como si fuera una financiera de la calle 25 de Mayo.

Volvimos al fondo con lo que nos costó salir del FMI, con lo que nos va a costar salir del FMI. Por un lado tenemos el triunfalismo del stand-by más grande de la historia del FMI, U$S 57.500 millones aproximadamente. ¿Cuál es el lado B del crédito? que vamos a tener que pagar U$S 57.500 millones en un período muy corto, porque los stand -by nunca son tan grandes porque hay que devolverlos en un plazo breve (3 años). El gobierno próximo va a tener un problema muy serio.

Coincido con Roberto Lavagna cuando dijo que ya que este gobierno se jacta de tener una buena relación con Donald Trump, y que Trump le tuerce el brazo al FMI, que renegocie los vencimientos.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

SIMPOSIO FERTILIDAD // Por Gaspar Gutiérrez

ALIMENTAR EL SUELO PARA PRODUCIR MÁS Y MEJOR

EL USO DE FERTILIZANTES HA CRECIDO DE MANERA NOTABLE LOS ÚLTIMOS AÑOS. NO OBSTANTE, HAY ASPECTOS A TENER EN CUENTA

En los años '90, el uso de fertilizantes era todavía incipiente, apenas se consumían unas 500.000 toneladas para una cosecha de 40 millones. Ya en el año 2018 se consumieron 4,3 millones de toneladas para una cosecha estimada en 130 millones de toneladas de granos. El dato lo brindó el ingeniero agrónomo Jorge Bassi, presidente de la Asociación Civil Fertilizar, que organizó un interesante Simposio en Rosario.

"El crecimiento en el uso de fertilizantes ha tenido etapas de alto crecimiento y otras de estancamiento en Argentina", indicó Bassi. Apuntó que "el año 2015 fue muy malo pero luego repuntó a lo largo de la gestión del gobierno actual, con las nuevas reglas que se establecieron". Cuando hay buenas condiciones de mercado, se fertiliza. Durante el transcurso de 2018, el consumo

LOS 10 MENSAJES FINALES DEL SIMPOSIO FERTILIDAD 2019

1. Hay mucho camino para seguir creciendo.

2. Los suelos han perdido mucha fertilidad.

3. Hay herramientas de diagnóstico validadas para enfrentar el problema de la pérdida de fertilidad.

4. Con buen diagnóstico, los números dan.

5. La nutrición balanceada impacta en la productividad y la rentabilidad del cultivo, y en la sustentabilidad del sistema.

6. Apliquemos bien, calibremos la maquinaria.

7. La agricultura de precisión ya está, ¡apuremos que viene más futuro!

8. La nutrición es una parte esencial de un sistema complejo y se relaciona con otras prácticas de manejo.

9. Nitrógeno, fósforo y azufre son la base pero los micronutrientes no deben faltar.

10. Hay fertilización perfecta pero no existe receta para ella.

www.berkley.com.ar

GALETTO

Cuando crecés, te ves distinto.

Para potenciar nuestro crecimiento en Latinoamérica, abrimos una etapa en la comunicación y lo hacemos renovando nuestra identidad corporativa.

Seguimos construyendo confiabilidad y solvencia, para llevar adelante nuestra visión: mirar al futuro. Es nuestra forma de reafirmar el compromiso con los valores que nos identifican desde hace más de cien años.

Berkley Argentina Seguros
a Berkley Company

Berkley Argentina ART
a Berkley Company

Berkley Argentina Re
a Berkley Company

Berkley Colombia Seguros
a Berkley Company

Berkley Brasil Seguros
a Berkley Company

Berkley Uruguay Seguros
a Berkley Company

Berkley México Seguros
a Berkley Company

Berkley México Fianzas
a Berkley Company

Berkley International Puerto Rico
a Berkley Company

Berkley Latam & Caribbean
a Berkley Company

DESDE 1908

Nº de inscripción en SSN
0121

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

de este tipo de químicos aumentó un 18% a pesar de la situación económica. Sin embargo, la foto indica que aún hay cosas por mejorar. "El indicador de nitrógeno mejoró pero no así el de fósforo ni el de azufre", dijo Bassi. "No usamos fertilizante para mantener la fertilidad del suelo si sólo lo usamos cuando tenemos rentabilidad económica. La dosis óptima económica es menor a la dosis de reposición, y eso degrada el recurso", alertó el especialista. "Hacemos agricultura minera", dijo alguna vez un experto, aludiendo a los minerales que se extraen con cada cosecha. Y no se reponen.

Precisión

"Cuando nos sentamos a ver zona por zona con nuestro servicio técnico, encontramos que las brechas productivas siguen vigentes y eso se traduce en que, en algunos lugares, con alambre de por medio, se ven diferencias de rendimientos de un 50%", graficó el ingeniero Fernando Sánchez, de Rizobacter, en diálogo con ON24.

Cuando indagan para entender cuáles son las causas, una de las principales es la nutrición desbalanceada o la falta de nutrición de base. "Por eso es que estamos acá, promulgando nuestras tecnologías, para el productor que todavía está trabajando a la vieja usanza, con fertilizantes commodities que no están aportando la totalidad de los nutrientes que requieren los cultivos. Queremos que conozcan nuestras alternativas y que elaboremos juntos una estrategia nutricional que permita estar al tope de la potencialidad de rinde", explicó el experto. "Hay que dejar atrás las recetas; el suelo y el potencial de los cultivos cambiaron y nosotros seguimos calculando en base a viejos esquemas de fertilización. Hay que estar atentos a los cambios" coincidió Jorge Bassi, el presidente de la Asociación Civil Fertilizar.

El ingeniero Sánchez contó que arribaron al salón Metropolitano de la ciudad de Rosario con dos nuevas tecnologías; una de fertilización química, con la que Rizobacter fue pionero, ya que se trata de una mezcla de nitrógeno, fósforo, azufre y zinc, que puede ser usado en el momento de siembra junto a la semilla, maximizando la disponibilidad y absorción por parte del cultivo. Y desde lo biológico, buscando hacer un reposicionamiento de la inoculación como una fuente de fertilización natural para aportar a los cultivos leguminosos. "La combinación de ambas tecnologías potencian las chances del cultivo" confió el experto.

La pregunta del millón es por qué aún hay productores trabajando "a ciegas", en una era en la que la información y la tecnología permiten "afinar la puntería" al máximo. Para Sánchez, debe haber un poco de todo: "Lo que claramente podemos validar es que tenemos una gran brecha de conocimiento por acortar. Muchas veces, con colegas y clientes hablamos de ver cosas nuevas, pero usar al máximo las que ya tenemos".

En este último grupo, se encuentra el análisis de suelo. Solamente el 13% de los lotes que van a producción recibe un análisis de suelo. Ergo, casi el 90% de los lotes tiene una nutrición que no tiene basamento en función a las necesidades del mismo.

Hay nueve millones de hectáreas que se están subfertilizando y se podrían obtener 634 kg/ha más, con un impacto sobre la producción nacional de soja significativa. Por eso, el ingeniero Bassi llamó a "generar conocimientos, revisarlos, criticarlos, desafiarlos y poner en primer plano el diagnóstico del suelo", para ir hacia una nutrición de precisión.

on24

CÓMO LOGRAR SOJAS DE ALTO RENDIMIENTO

Para el doctor Fernando Salvagiotti una soja de alto rendimiento da 5500 a 6500 kg por hectárea. Para esto se debe considerar un consumo hídrico de 9 kg de agua por tonelada de soja, lo cual implica que se necesitan entre 500-600 mm de agua disponible para el cultivo.

En cuanto a los factores que determinan el rendimiento máximo se destaca que se necesitan 60 kg de nitrógeno por tonelada producida. Así es que surge la pregunta de si la fijación biológica está limitando los rendimientos de soja en situaciones de rendimientos máximos. Salvagiotti mostró una gran cantidad de información que comprueba que hasta el momento no hay justificación para fertilizar la soja con nitrógeno debido a que es antieconómica la práctica. Por tal razón, lo que recomienda es tomar todos los recaudos para lograr una inoculación exitosa que garantice la provisión de nitrógeno a la planta.

En el caso del fósforo, la soja a máximos rendimientos absorbe entre 25 y 28 kg de fósforo por hectárea y transforma a grano 5 kg por tonelada. Es fundamental que el lote no esté limitado por fósforo de forma de que el cultivo exprese su máximo rinde.

El azufre promueve un aumento en la eficiencia de los otros nutrientes, por lo que siempre es aconsejable aplicarlo. En soja siempre el sistema debe tener condiciones de buena fertilidad, no se puede trabajar en una campaña, sino que debe ser un manejo agronómico completo.

Como cierre Salvagiotti explicó que en ambientes potenciales y en condiciones óptimas se observa una limitación de rinde por nitrógeno pero que aún no se ha encontrado respuesta a la fertilización nitrogenada.

Celebramos nuestra dedicación permanente

Inauguramos nuestra
Planta Industrializadora en el
Predio Industrial Metropolitano de Pérez

Listos para lo que viene

www.proagrolab.com.ar

50 AÑOS

PROAGRO
Laboratorio Veterinario

Rosario
TE ESCUCHA

"Yo me anoté por medio de la página de internet, me llamaron y al mes estaba trabajando. Recomiendo siempre buscar en esos lugares"

Rubén

"Hice los cursos de capacitación por medio de la Municipalidad, totalmente gratuitos.
Hice el curso de refrigeración en heladeras y ahora estoy trabajando de eso. Fue muy bueno porque tengo 44 años, no tengo secundaria y esta fue una oportunidad para una salida laboral"

Claudio

"En Veneto comenzamos a contratar personas con capacidades diferentes. Hoy trabajan tres, estamos muy orgullosos de ellos y vamos por más"

Mabel

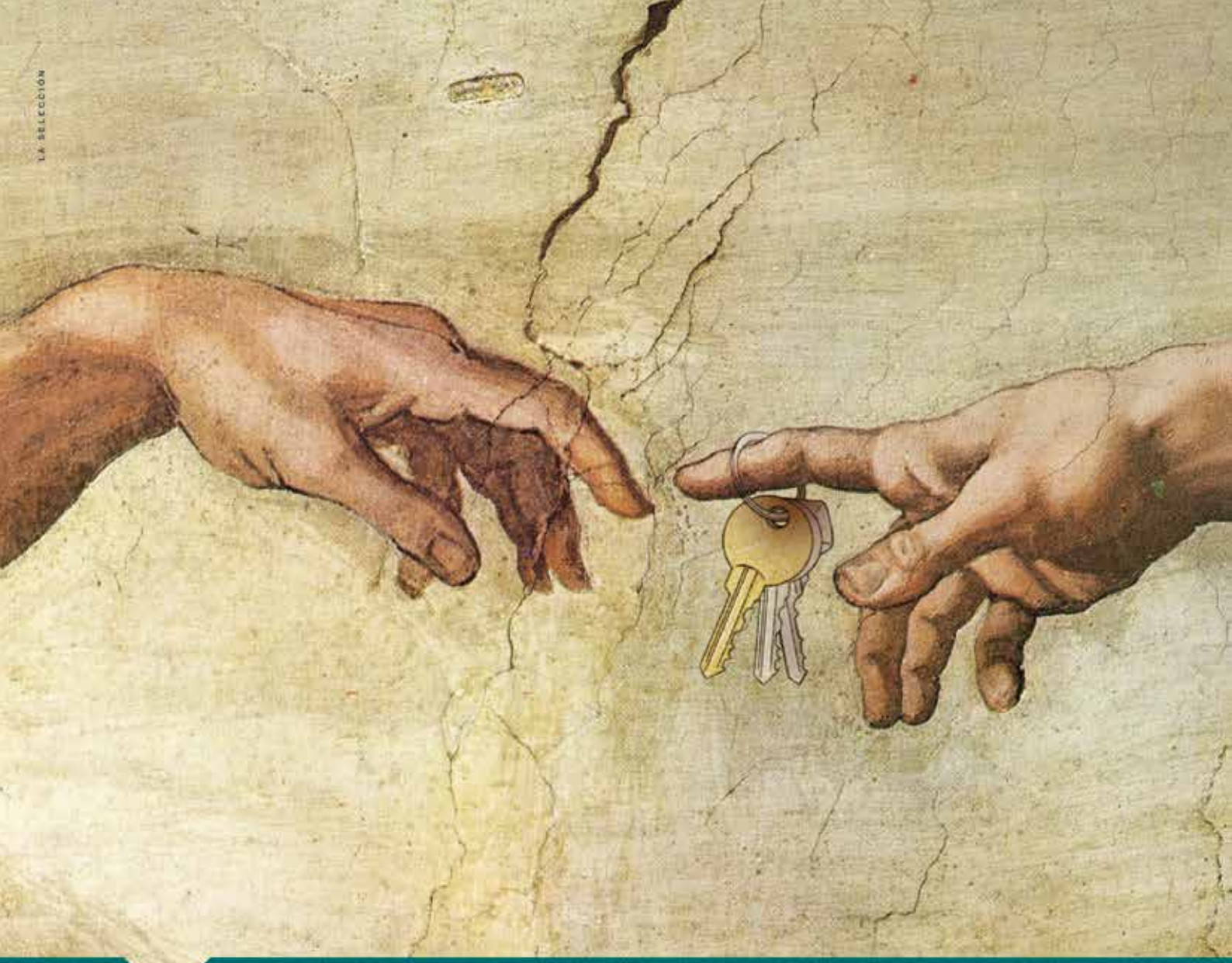
Servicio público y gratuito de capacitación y búsqueda de empleo

Políticas públicas de inclusión laboral

www.empleo.produccionrosario.gob.ar www.rosario.gob.ar

Rosario

LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE. TELECOM ARGENTINA S.A., ALICIA MOREAU DE JUSTO 50, CABA, CUIT 30-63945373-8.



MUCHO MÁS CERCA

PRECIOS
DEL 2017
POR TODO
EL 2019

EDIFICIO MUSEION - ALVEAR 1670 PISO 1 - TEL 0341 4100700 - WWW.FUNDAR.COM.AR

fundar