

PLAYER (1)  
0000

HIGHT SCORE

Revista N° 151  
Enero 2020 - \$250 AR  
www.on24.com.ar

# ON24

# GAME OVER

LA VENTA ONLINE GANA CADA VEZ MÁS TERRENO EN LA FACTURACIÓN;  
QUIENES NO SE SUMEN A ELLA PODRÍAN VERSE FUERA DE COMPETENCIA.



# El futuro es lo tuyo

# Nuevo

# T-Cross

Más que un SUV, un SUVW.



El Nuevo T-Cross es un SUV ideado para personas que saben emplear la tecnología. Un vehículo equipado con herramientas funcionales que vale tanto para las exigencias laborales como para la vida familiar, sin dejar de lado el clásico confort de Volkswagen.



Techo solar panorámico



Pantalla de 8" con App Connect



Tablero digital Active Info Display



Máxima puntuación en seguridad



Park Assist con cámara de visión trasera

CASA CENTRAL Mitre 534 Tel. 4405005  
SHOWROOM Córdoba 2890 Tel: 4376900  
[www.pesadocastro.com.ar](http://www.pesadocastro.com.ar)

3416530283

**Pesado Castro**



Volkswagen

# ÚNICO

4000 M2  
DE PARQUE

**ENTREGA**

PRIMERA ETAPA  
DICIEMBRE  
2019

Unidades tipo Loft, 1, 2 y 3 dormitorios distribuidos alrededor de un gran parque interior, piscina con solarium, tres quinchos totalmente equipados, gimnasio completo, juegos para niños, bicicleteros, bauleras, laundry y seguridad las 24 hs.

[www.condosrefineria.com.ar](http://www.condosrefineria.com.ar)

## CONDOS REFINERÍA

VELEZ SARFIELD 510

**fundar**

**ROSENTAL**  
INVERSIONES

**Banchio**  
0341 4476611

**Dunod**  
0341 4204534

**José Ablad**  
0341 4241919

**M.Gustafsson**  
0341 4256193

**Rinesi**  
0341 5304405

### OFICINA DE VENTAS

Av. Caseros 165 bis. Lunes  
a Viernes de 14 a 17 hs.  
Sábados, Domingos  
feriados de 10 a 12 hs.

## 04

### EDITORIAL

Veinte-veinte. De innovaciones y oportunidades

## 06

### OPINIÓN

Un enero de malas medidas

## 08

### NOTA DE TAPA

Game Over. La venta online

## 10

¿Cómo vender en internet?



## 16

Agrofy: «El canal online le ganó al contexto»

## 18

¿Conviene tener Mercado Pago?



# ON24



portalON24

@portalON24

@portal\_on24

[www.on24.com.ar](http://www.on24.com.ar)

Revista N° 151  
ENERO 2020

#### 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](mailto:info@on24.com.ar)

www.on24.com.ar es una  
marca de Librement SA.  
Propiedad de Librement 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

# En el centro de Pichincha. Y de tu vida.

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

Llega Livinggreen. 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.

Livinggreen. En Güemes 2472, Rosario.

FINANCIACIÓN  
**CUOTAS LIGHT**

LIVINGGREEN

**G70**  
DESARROLLOS  
INMOBILIARIOS

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

**PLQA** + **Grupo am**  
ARQUITECTOS REAL ESTATE

Buenas ideas + Mucho trabajo  
[www.g70desarrollos.com.ar](http://www.g70desarrollos.com.ar)

# VEINTE-VEINTE. DE INNOVACIONES Y OPORTUNIDADES

¡Arrancó el 2020, estimados lectores! O el Veinte-Veinte, si uno quiere tomarse de algunos modismos estadounidenses. Enero, ese mes que suele sonar tranquilo pero nunca termina siéndolo en la Argentina. El mes en el que los afortunados escapan de la vorágine de la ciudad. Y los no tan afortunados viven de cerca los inicios de un nuevo año, con todo lo bueno y todo lo malo. 2019 ya se fue, y tenemos por delante 366 nuevas oportunidades -porque este año es bisiesto-.

En ese sentido, decidimos desde la Redacción de ON24 dedicar este número a la venta online. Sí, la venta a distancia, por Internet. En línea. Un recurso que no deja de ser vital para reducir costos y para aumentar las ventas, incluso al exterior de nuestro país. Innovación, competitividad, valor agregado. Conceptos que se ponen al frente en un contexto macroeconómico que no ayuda y que requiere de buscar soluciones eficientes y eficaces de manera veloz. Habrá que remarla en un año que no será fácil. ¡Ya lo avisamos! 2020 no será un año fácil. No es novedad, tampoco.

Cambios de gobierno en los tres niveles que nos competen: Municipal, Provincial y Nacional. Los analizamos a lo largo de todo el año anterior, y tocará verlos en movimiento todo este 2020. Sólo tenemos buenos deseos para lo que tocará vivir. Ojalá que sea vivir y no sobrevivir.

# Somos Berkley Argentina

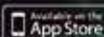
## futuro + seguro

**Crecemos** tecnología + oportunidades

**Avanzamos** estrategia + innovación

**Cumplimos** compromiso + valores

**BiSmart**  
La App de Berkley



Berkley International ART S.A.

[www.berkley.com.ar](http://www.berkley.com.ar)

Berkley International Seguros S.A.

**b** | Berkley Argentina ART  
| a Berkley Company

**b** | Berkley Argentina Seguros  
| a Berkley Company

Nº de inscripción en SSN  
0121

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gov.ar/ssn](http://www.argentina.gov.ar/ssn)

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

# Un enero de malas medidas

Daniel Arroyo, el flamante Ministro de Desarrollo Social a nivel nacional, manifestó que vamos por la “tercera generación excluida” que no vio a sus padres ni a sus abuelos trabajar. ¿Se dio cuenta de que esas tres generaciones fueron durante gobiernos peronistas? Lo dijo en el mercado de la presentación del programa Tarjeta Alimentaria, con el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof, a su lado. A los que tengan la Tarjeta Alimentaria les controlarán qué comen, y les darán “recomendaciones” y “sugerencias” sobre cómo “alimentarse mejor”. George Orwell se quedó corto al imaginar su Gran Hermano en “1984”.

Este programa se vincula directamente con otro que hace su reaparición de la mano del Gobierno Nacional, el de Precios Cuidados. Precios Cuidados, donde tenés alcohol y gaseosas, pero no tenés azúcar. Hablame de prioridades. ¡Qué bueno saber que tenemos bebidas alcohólicas en Precios Cuidados! El Gobierno aprendió bien la lección de los gobernantes romanos: pan y circo. Mientras tanto, algunos gobernadores elogian el programa, como el de la Provincia de Santa Fe, Omar Perotti. Sí, porque este tipo de “acuerdos” funcionaron muy bien. ¿Qué puede salir mal? Quizá alguna vez los políticos aprendan eso de que no hay que esperar resultados distintos si se siguen cometiendo los mismos errores. Quizá estemos pidiendo demasiado.

Al mismo tiempo, la improvisación del Ministerio de Economía se nota cada vez más patente. Primero el ministro Martín Guzmán abre una casilla de correo electrónico para que les manden propuestas de reestructuración de la deuda soberana. Ahora van a contratar a “investigadores privados” para que les armen un plan económico. La verdad es que improvisados es poco. No parecen tener la más pálida idea de qué hacer. Lo cual vuelve más absurdo el hecho de que el Fondo Monetario Internacional elogió el primer mes de funcionamiento del gobierno de Alberto Fernández. A la par que dijeron que no tenían clara cuál era la proyección en el largo plazo de su plan económico. Nosotros tampoco lo estaríamos teniendo claro desde acá. ¿Qué dicen los K de que el FMI elogió lo que está haciendo Alberto? ¿No deberían indignarse o algo?

En la misma presentación que mencionábamos al comienzo de este artículo, Kicillof se despachó expresando que “donde hay un derecho tiene que estar el Estado cumpliéndolo”. Del Estado como garante de las obligaciones no dijo nada. Lo que sí va mostrándose de forma diáfana y prístina es que

lo que el Gobierno dice de los demás habla más de lo que ellos son que de los demás. Porque todas estas discusiones se quedarían incompletas si no sumáramos a Miguel Pesce, el Presidente del Banco Central de la República Argentina, que dice imprimirán nuevos billetes para dejar de lado a los animales autóctonos que ahora deleitan nuestra vista. No les importan los animalitos en los billetes. Lo que quieren es tener una excusa rimbombante para emitir sin que nos demos cuenta. El tema es que nos damos cuenta. No comemos vidrio. Tampoco queremos papelitos del Monopoly. Políticos que desconocen la Curva de Laffer y los conceptos más básicos de Economía. Como el caso del impuesto PAIS, donde si el agente de retención no te hace la retención, tenés que estar atento vos como contribuyente para pagarle al Fisco. Tentáculos hambrientos de dólares por todos lados. Argentina, el país del que solía decir que está de olvido y siempre gris, se ha convertido en el país donde el deporte favorito de los políticos es identificar nuevos hechos imponderables e ir detrás de ellos. A prácticamente un mes completo de mandato de Alberto, ¿ya se les llenaron las heladeras o qué?

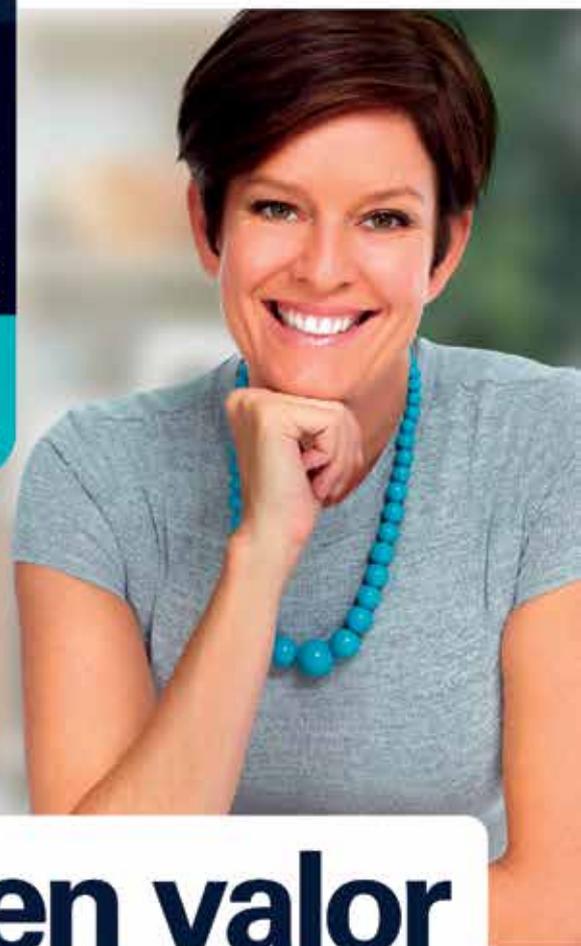
El Papa Francisco dijo que el 2020 será un año complejo para la Argentina. Veremos si con sus rezos alcanza, porque ahora debería estar contento con el peronismo de vuelta en el poder. Más complejo será en el concierto internacional con un canciller como Felipe Solá, que no sabe hablar inglés. En términos de diplomacia daría lo mismo que fuera analfabeto. Me corrijo, en términos de diplomacia es analfabeto. Y en Rosario y Santa Fe, esos bastiones que Omar Perotti juró proteger y para lo cual se lo votó -el Omar Perotti que se tomó vacaciones y opina de la economía-, siguen los homicidios. Ni en las películas más cruentas suceden así. Ni en el Lejano Oeste. ¿No será hora de que el Estado deje de “observar” en temas de Seguridad Pública para pasar a hacer? Debemos dejar atrás a la Argentina que está a favor de los delincuentes y no de las víctimas. Esto recién empieza.

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





**MSR**  
CONSTRUIMOS  
**RENTA**



# Tus pesos tienen valor

**Duplicá el valor de un alquiler**

**Incrementá tu capital. Invertí en Real Estate**

**Ganale a la inflación con una renta actualizable**

**Invertí seguro con los creadores del Plan Renta**

## Con MSR Plan Renta ganás doble:

**RENTA MENSUAL + INCREMENTO DEL VALOR DEL DEPARTAMENTO**



Nuestra nueva APP  
Sé el primero en descargarla



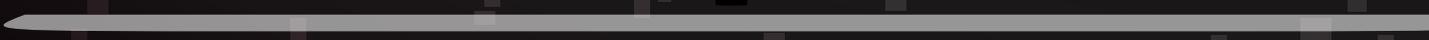
[www.msrconstructora.com.ar](http://www.msrconstructora.com.ar) / 0800-345-0828 / +54 9 341 307 3522



PLAYER (1)  
0000

HIGHT SCORE  
000

# GAME OVER



“El canal online le ganó al contexto”. Con esas palabras, Maximiliano Landrein, CEO de Agrofy, calificaba el desempeño que ha tenido el comercio electrónico en el último año. Si bien el e-commerce no es un hallazgo reciente a esta altura, sí parece irse transformando en la más potente vía de crecimiento para retailers, prestadores de servicios y comerciantes en general.

A lo largo del 2019, hablamos con referentes del rubro, analizamos casos de éxito a gran escala y abordamos em-

prendimientos particulares que comienzan a sacar partido de estas herramientas. También nos reunimos con representantes comerciales de marcas como Mercado Pago, una fintech que apuesta todo al desarrollo del comercio electrónico, las billeteras virtuales y, un poco más recientemente, los fondos comunes de inversión. En este número, recopilamos nuestros mejores artículos en la materia y ofrecemos algunas nociones sobre el impacto de la transformación digital en los negocios.



# ¿CÓMO VENDER EN INTERNET?

SEGÚN EL ÚLTIMO INFORME EMITIDO POR LA CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (CACE), DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2019 SE GENERÓ UN 21% MÁS DE ÓRDENES DE COMPRA QUE EN EL MISMO PERÍODO DEL AÑO ANTERIOR. TAMBIÉN ASEGURAN QUE LA ACEPTACIÓN DEL SISTEMA POR PARTE DE LOS COMPRADORES ES CADA VEZ MAYOR. SIN EMBARGO, ¿QUÉ OCURRE CON LOS EMPRENDEDORES?

Juan Pablo Apud tiene 26 años y comenzó en 2017 a trabajar en su propia marca de indumentaria, Côte d'Azur. Estrenó su canal digital en febrero de este año y apuesta a tener su primera temporada fuerte a lo largo de este verano.

Estefanía Maero instaló Tamaño Carta Digital, su propio estudio de diseño. La emprendedora se lanzó con un modelo de atención completamente online. Atiende sus consultas y clientes a través de Facebook, Instagram y WhatsApp. “Sin moverte de tu casa, nos contactás y del resto nos encargamos nosotros”, dicen. El primero apostó por una tienda digital en la que los usuarios tengan la experiencia más rápida posible para obtener un producto. La segunda brinda un servicio y apunta a un modelo de seguimiento y contacto con los clientes.

### El primer paso: ¿enlatados o a medida?

Matías Solina es titular de DCG Marketing Digital, firma especializada en el desarrollo online de marcas. Según explicó, el punto de partida es pensar en la tienda online como una nueva unidad de negocios.

“Una tienda online representará dedicación de tiempo, inversión económica y nuevos procesos para su correcto funcionamiento”, señaló. En primer lugar es necesario considerar el costo inicial de la creación y una inversión periódica en publicidad.

En segundo lugar, recomendó definir qué tipo de tienda se necesita. El desarrollador definió dos grandes grupos, enlatadas y a medida. Las primeras garantizan un rápido comienzo de la actividad, “en tres días está lista y online”, apuntó. Las segundas, pueden llevar hasta sesenta días de desarrollo, pero tienen un gran diseño y un proceso de compra adaptado al 100% al producto que se desee comercializar.



En el caso de Côte d'Azur, el software enlatado fue la decisión más adecuada. Apud afirmó: “Recomiendo este tipo de plataformas para empezar. Diseñar una desde cero puede ser muy costoso, pero éstas trabajan muy bien”.

Côte d'Azur vende sus características alpargatas y otros productos desde su propia web.

Para Tamaño Carta Digital, Maero adoptó las redes sociales como vía de contacto directo. Ya sea por Facebook, Instagram o WhatsApp, recibe sus pedidos, comparte información con sus clientes y resuelve sus cobranzas y facturación a través de Mercado Pago.

La inversión inicial para ambos canales puede ser nula, aunque el mante-

nimiento de una tienda virtual tiene un costo de mantenimiento que puede rondar los \$2000 mensuales. También suelen cobrar tarifas por transacción que rondan entre un 3% y un 5%. Mercado Pago también cobra una tarifa de 3,49% + IVA para pagos con débito. Con tarjeta de crédito, la tasa se reduce en la medida que se aumenta el plazo de disponibilidad del dinero: 5,99% + IVA para disponibilidad en el acto, hasta 0% para disponibilidad a sesenta días. En cuanto a la efectividad de las bocas de pago como Mercado Pago, Maero comentó: “Han cambiado el negocio de forma positiva. Se ofrecen al cliente una variedad de opcio-

nes con las que puede abonar, ya sea a través de un RapiPago, PagoFácil o con tarjeta de crédito en uno o hasta incluso en más pagos”. Tamaño carta se volcó a las redes sociales y WhatsApp para gestionar sus pedidos y tener intercambios con sus clientes. Una tienda diseñada a medida puede tener un costo de creación de 2000 dólares, mientras que el mantenimiento ronda los \$4500 mensuales. “Pueden llevar hasta sesenta días de desarrollo, pero tienen un gran diseño y un proceso de compra adaptado al 100% al producto que se desee comercializar”, explicó.

**Cambio de cultura: ¿cómo se transforma el negocio?**

Una tienda online representa un cambio de la cultura laboral y de la forma de gestionar. Solina hizo hincapié en los nuevos procesos que nacen en la empresa, sobre todo en lo referido a compras, actualizaciones de precios y stock, y atención al cliente. “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”, explicó. La logística es otro punto fundamental apuntado por el especialista, que destacó la importancia de elegir un

**BARRERAS EN LA COMPRA ONLINE ENTRE QUIENES NUNCA COMPRARON POR INTERNET**

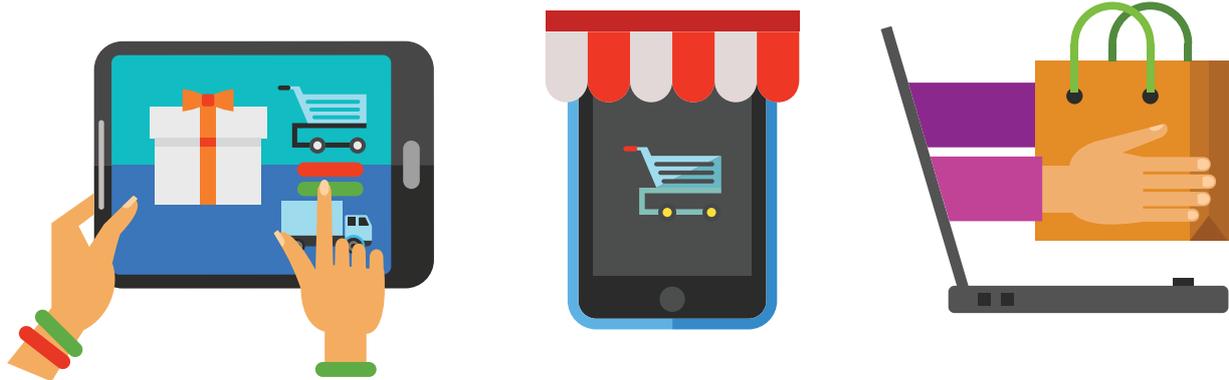


BASE: 125 CASOS

**MEDIA DE LAS BARRERAS**



	MID'18	MID'19
Comprar online me genera desconfianza	58	35
No tengo tarjeta de crédito	34	31
Prefiero tener el producto de inmediato, sin esperar el envío	31	16
No me interesa comprar online	26	13
No manejo los dispositivos digitales tan bien como para comprar online	27	9



buen proveedor. “Es necesario basar la decisión enteramente en qué tipo de producto y distancias vayamos a manejar. Por otro lado, hay que incorporar la logística en la política comercial. Muchas tiendas no cobran envío para compras superiores

a determinado monto”, detalló. Apud comentó que el e-commerce le sirvió para organizar su trabajo. “Al ser una herramienta informática, te ordena muchísimo”, señaló. También hizo hincapié en la importancia de las estadísticas: “Son fundamen-

tales para tener pautas claras para ver hacia dónde va el negocio”. Maero, por su parte, afirmó que la forma de gestionar Tamaño Carta “cambió favorablemente”. La diseñadora indicó: “Se realiza una muestra del pedido con una marca de agua y,

ESPACIO PUBLICITARIO

# Verano

**\$11.700**

LUNES A VIERNES  
VALOR FINAL POR NOCHE

**\$13.900**

SÁBADOS  
VALOR FINAL POR NOCHE

1 NOCHE DE ALOJAMIENTO  
EN HABITACIÓN CLASSIC PARA 2 PERSONAS

Desayuno buffet americano. Estacionamiento cubierto con valet parking. Acceso a Moi Spa, terrazas, fitness center, canchas de tenis y paddle. Cena y consumición en All Day. Créditos para divertirse en el casino.

CHECK OUT 11HS, USO DE TERRAZA Y PISCINA HASTA LAS 18HS.

**Segunda habitación 15% OFF**

HACÉ TU RESERVA AL 0800 222 2489 Ó EN NUESTRA WEB CITYCENTER-ROSARIO.COM.AR

\*1) PROPUESTA VAGANTE DESDE EL 01/01/20 HASTA EL 31/01/20, SUJETO A DISPONIBILIDAD EN BASE DOBLE Y CATEGORÍA CLASSIC. NO VÁLIDA PARA FINES DE SEMANA LARGO. INCLUYE: 2) DESAYUNO BUFFET AMERICANO; 3) ESTACIONAMIENTO CUBIERTO CON SERVICIOS DE VALET PARKING, ACCESO AL GYMNASIO, TERRAZAS, PISCINAS DESCUBIERTAS Y 4) MOI SPA (SABINA SECO, HAMAM, BICHAS ESPECIALES, PISCINA CUBIERTA, PERSONAS MENORES DE 16 AÑOS NO PODRÁN PERMANECER EN LA PISCINA DESPUÉS DE LAS 11HS. SI DESHA RESERVAR TURNO PARA MASAJES O TRATAMIENTOS DE BELLEZA ACONSEJAMOS HACERLO CON ANTERIORIDAD PARA PODER GARANTIZAR EL SERVICIO. 5) INCLUYE CENA EN ALL DAY PARA DOS PERSONAS (PRINCIPAL, POSTRE O CAFÉ Y UNA BEBIDA SIN ALCOHOL POR PERSONA) Y TRAGO DE CORTESÍA A ELECCIÓN ENTRE CAFÉ, AGUA, GASEOSA, 1/2 PINTA DE CERVEZA O COPA DE VINO. 6) EL HORARIO DE CHECK OUT ES A LAS 11 HS, PERO PUEDE HACER USO DE LAS INSTALACIONES DE PISCINA Y MOI SPA HASTA LAS 18 HS DEL DIA QUE SE RESERVA. 7) \$200 DE ASESORIA EN TU CRÉDITO POR RESERVA (POR HABITACIÓN, NO POR PERSONA). CRÉDITOS NO CANJEABLES POR DINERO EN EFECTIVO O POR OTROS SERVICIOS DEL COMPLEJO. REQUIERE APLICACIÓN PREVIA A NUESTRO CLUB DE FIDELIZACIÓN WOW Y PRESENTACIÓN DEL DNI. CONSULTE POR PAQUETE EN BASE TRIPLE.

f HOTELPULLMANCITYCENTERROSARIO @HOTELPULLMANROS

EL JUGAR COMPIU SVAMENIT ES PFR HICITAI PARA I & SA I UN . I FY SANTA FF 12 941/2009

si hay que hacer modificaciones, se realizan. Una vez terminado el pedido se envía el link de pago y, cerrada la transacción, se manda el trabajo terminado. Es mucho más prolijo”.

**La era de los datos**

Solina pone especial énfasis en este punto. “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”, explicó.

Con esta información, el especialista recomienda analizar permanentemente el comportamiento de los clientes. “Ver en qué punto abandonan el proceso de compra permite estudiar y ver qué podemos mejorar para facilitarlo”, apuntó.

Para realizar este tipo de mediciones, el especialista recomendó dos aplicaciones. Por un lado, Google Analytics, de acceso gratuito. Permite medir en términos de visitas lo que hacen los potenciales clientes en el sitio web, sus intereses, tiempo de permanencia y en qué punto abandonan el sitio.

La plataforma de Google es gratuita y ofrece un seguimiento total de las



variables del funcionamiento del sitio web.

Por otro, Pixel de Facebook. Permite medir la actividad del sitio en función del comportamiento de los clientes y así optimizar anuncios. “Si un usuario agrega un producto al carrito y luego no compra, podemos mostrarle un anuncio en Facebook para que retome el proceso y termine la compra”, explicó.

“Gracias al e-commerce y las redes sociales, ya tengo muchas consultas de gente que tiene locales y quiere comprar mi marca para revender en sus locales”, contó Apud. A través de los anuncios y de la exposición, también recibió invitaciones para participar de eventos y muestras del rubro. Maero también destacó el papel que juegan las redes en el desarrollo de su marca. “Recomiendo hacer buena publicidad y mostrar constantemente los trabajos realizados”, dijo. Sin embargo, puso especial énfasis en la atención a los clientes: “Lo principal es intentar generar un vínculo ameno, correcto y responsable”.

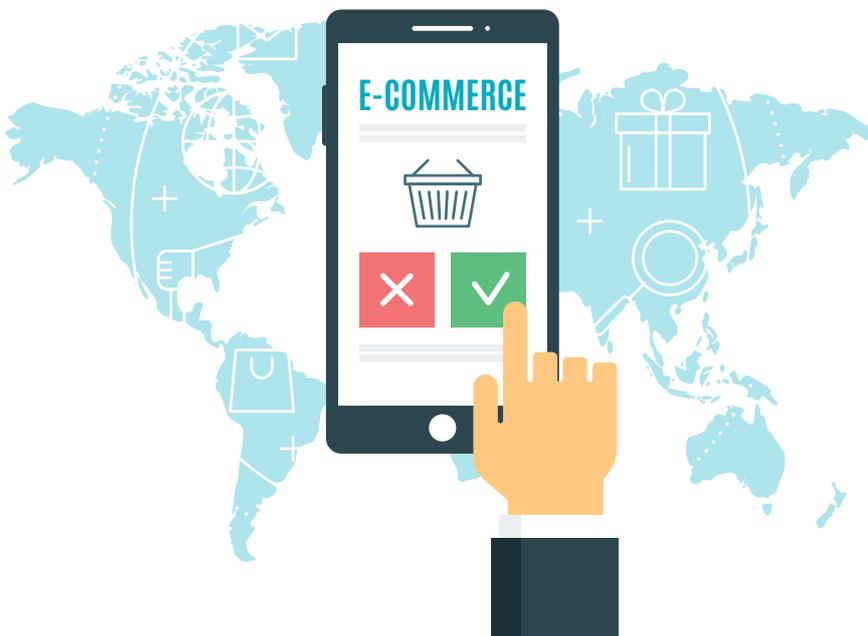
**Lo que viene**

El último informe de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, arrojó una facturación total de 152.619 millones de pesos, un 56% más que el mismo período del año anterior. Se vendieron un total de 56,5 millones de unidades y se emitieron 41,9 millones de órdenes de compra, 21% más que en el primer semestre de 2018.

Lo interesante del informe es cómo han comenzado a caer las barreras para quienes nunca compraron online. En una encuesta con cinco opciones, la más votada, “comprar online me genera desconfianza”, cayó un 23% con respecto al año pasado. El mismo efecto se repite en el resto de las respuestas: “no tengo tarjeta de crédito”, “prefiero tener el producto de inmediato”, “no me interesa comprar online” y “no manejo los dispositivos digitales tan bien como para comprar online”. Esta última respuesta representa ahora apenas un 9% del total.

Las cifras de CACE también permiten identificar aquellos puntos más valorados por los compradores. El ahorro de energía y logística fue la opción más elegida por los compradores, mientras que la reducción de los tiempos y los descuentos económicos fueron respectivamente la segunda y tercera opción.

Para la institución nacional, el e-commerce no solo crece en cuanto a facturación y cantidad de transacciones, sino que además se está convirtiendo en una actividad con cada vez más aceptación entre el público. “La cantidad de barreras se reduce a la mitad, y se vislumbra una mayor consideración de compra a futuro”, concluyen en el informe.



# 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**



# AGROFY: «EL CANAL ONLINE LE GANÓ AL CONTEXTO»

---

CÓMO ES EL DESARROLLO LOCAL Y LA EXPANSIÓN REGIONAL DE LA EMPRESA TECNOLÓGICA ROSARINA

---

**A**grofy cerró una rueda de financiamiento con la que apunta a expandirse a buena parte de Latinoamérica. La empresa de base tecnológica nacida en Rosario, creadora de un marketplace de agro que

solo en diciembre tuvo 5 millones de visitas, anunció hace algunos días el cierre de la serie B por 23 millones de dólares, la más grande en agtech en Latinoamérica; con la que piensan encarar mejoras de la experiencia de

usuario en el sitio y un fuerte despliegue regional.

“El año pasado hicimos una ronda de financiamiento (en marzo, por US\$ 6 millones) para poder testear Agrofy en Brasil, y durante 2019 pudimos

comprobar que la plataforma puede crecer tanto como en Argentina, teniendo en cuenta que el mercado brasileño tiene 4 millones de productores y el argentino 300 mil”, explicó a ON24 el CEO de la empresa, Maximiliano Landrein.

Según el empresario, la ronda les permitirá replicar el modelo en México, Colombia, Perú, Chile, Bolivia y Paraguay, además de su presencia en Brasil y Argentina. Al tiempo que buscarán mejorar el proceso de compra -desde su inicio hasta su cierre- 100% online, agregar categorías de productos y servicios, y sumar herramientas de compra venta que son cada vez más usadas en negocio físico, como lo es el canje de granos.

Si bien su perfil más desarrollado es la venta de sucursales online dentro del marketplace, por las que las empresas pagan una membresía anual,

Agrofy está comenzando a intermediar en las transacciones (como lo hace Mercadolibre, por ejemplo) y cobra un porcentaje por el servicio. Pero las posibilidades no se agotan allí, dado que la compañía también ofrece soluciones tecnológicas para que sus clientes las apliquen en sus propios sitios. “Nosotros nos definimos como una plataforma tecnológica y trabajamos con la cadena de distribución de las empresas, no nos convertimos en distribuidores ni los eliminamos”, explicó Landrein.

A pesar de las complicaciones económicas del contexto, el sector tiene un techo alto debajo del cual buscan aprovechar las oportunidades. El desarrollo es local (el software y el soporte desde Rosario), pero la proyección global. “Tenemos una sociedad brasileña y tres oficinas comerciales (Curitiba, San Pablo y Porto Alegre);

ahora estamos abriendo una en Uruguay (Montevideo), en los próximos meses en Medellín, Bogotá, Asunción, y estamos analizando algún país en Europa para venderles membresías a las empresas que exportan a Latinoamérica”, apuntó el CEO.

“Para nosotros el año fue muy bueno. Pudimos empezar a facturar en Brasil y en Argentina desde que arrancamos no tuvimos un solo mes en el que no hayamos crecido”, explicó.

“Si me preguntás por el contexto -explicó Landrein- por supuesto que mete incertidumbre. Cuando el dólar aumenta nos volvemos más competitivos, pero nuestros ingresos en esa moneda disminuyen y tenemos que salir a ganar más clientes”. No obstante, “si nos quedamos mirando no hacemos nada, por eso intentamos avanzar por donde podemos y crecer”, concluyó.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

tenemos el  
talento que será  
el corazón  
de tu negocio.



La tecnología ha hecho la vida más fácil, pero también menos personal. En Randstad creemos en el poder de la combinación de la tecnología con la pasión de nuestros profesionales en recursos humanos. Para ir más allá del análisis de un perfil. Para entender el corazón y el alma de tu empresa.

randstad.com.ar

 randstad

human forward.



# ¿CONVIENE TENER MERCADO PAGO?

Solamente en agosto, Mercado Pago registró en Argentina más de tres millones de pagos utilizando la funcionalidad QR. Según afirman desde la firma, se espera un aumento del 30% mensual para esa cifra en los próximos meses. Mercado Libre se ha convertido en un gigante latinoamericano en el segmento fintech, y su producto estrella no para de introducir cada vez más clientes a su ecosistema. Lo que comenzó como una extensión para cobros dentro de la plataforma de e-commerce,

ahora funciona como billetera virtual, mecanismo de ahorro y una solución de pagos y cobros. ¿Cómo hacer negocios con esta aplicación?

El secreto detrás de la popularidad de Mercado Pago viene dado por su sencillez. Con un breve proceso de registro, aceptar las bases y condiciones, un comerciante puede empezar a recibir pagos. Del mismo modo, los usuarios pueden habilitar sus propias billeteras virtuales y comenzar a hacer transacciones con los comercios adheridos. El sistema QR añadió ade-

más un componente de mayor visibilidad al sistema.

Con la misma sucesión de pasos, es posible habilitar la función de ahorro del sistema. Esto habilita a Mercado Pago a realizar inversiones en fondos comunes de inversión del Banco Industrial, entregando a los depositarios ganancias por los rendimientos. Una tarjeta prepaga emitida por MasterCard y una aplicación móvil desde la que se pueden hacer envíos de dinero sin cargo, cargar la tarjeta SUBE, pagar servicios, recargar el sal-

do de la línea telefónica, entre otras funciones, también forman parte de la propuesta de valor de MP.

En el caso de los comerciantes, la propuesta se completa con las posibilidades crediticias que se abren. Por un lado, la plataforma acepta la mayoría de las tarjetas de créditos, prácticamente sin restricciones, cobrando un porcentaje proporcional a la celeridad solicitada para la disponibilidad del dinero una vez acreditado el pago. Por otro, luego de usar el sistema por tres meses, Mercado Créditos puede realizar una oferta de préstamos para el comerciante, basada en las ventas del período.

Según indicó Francisco Bouzas, gerente senior del área de ventas de Mercado Pago, actualmente la firma se encuentra en pleno proceso de expansión de su base de usuarios. La firma encara un agresivo programa de captación y fidelización de usuarios, en el que abundan ofertas y descuentos, por lo que puede ser un buen momento para sumarse a la propuesta.

### “Atacamos un sector que los bancos decidieron no atacar”

Con esta frase, Bouzas describió la segmentación de la estrategia de captación de clientes de Mercado Pago. Si bien la plataforma ha conseguido clientes de la envergadura de YPF o

Shell, en su cartera de 400.000 clientes, los pequeños y medianos comerciantes son los protagonistas. “Decidimos darle a ese segmento, al que los bancos no suelen atender bien, acceso a servicios similares a los que prestaría una entidad bancaria”, explicó el gerente.

Para conseguir un mejor impacto, las barreras de entrada se redujeron a la mínima expresión. El proceso de registración es muy corto y enteramente realizable desde un teléfono inteligente; una vez terminado, deben aceptarse las bases y condiciones. Quienes deseen realizar cobros en sus comercios, pueden obtener e imprimir su código QR y aceptar pagos desde los teléfonos de sus clientes. También pueden obtener desde la app un lector de tarjetas de Mercado Pago, conocido como Point.

Para utilizar la aplicación como billetera virtual, primero se debe cargar dinero. Esto puede hacerse a través de una tarjeta de débito o una ventanilla de RapiPago. Para pagar utilizando el sistema QR, simplemente es necesario escanear el código en cualquier comercio adherido. Para pagar por débito, puede solicitarse una tarjeta prepaga emitida por MasterCard.

Los ingresos de Mercado Pago se producen al momento de efectuarse una transacción por tarjeta de crédito. La

empresa cobra un porcentaje del 5,99% + IVA del monto percibido y pone el dinero a disposición del comerciante al instante. También puede optarse por tener disponibilidad a 14 días de haberse acreditado el pago, con una tasa del 3,49% + IVA. A 30 días, la tasa es de 1,99% + IVA y 0% a 60 días. Estos valores aplican al uso de Point, pero no varían mucho para QR. De todos modos, los pagos por débito, que representan un 70% del total de operaciones según Bouzas, no tienen cargo de servicio.

La principal ventaja para los pequeños comerciantes está en la posibilidad de ofrecer a sus clientes una mayor gama de formas de pago. La plataforma no solo permite debitar de la billetera virtual, sino que también opera con las tarjetas de crédito de una amplia lista de entidades bancarias. En cuanto a QR, los números compartidos por el gerente de ventas indican que la base de usuarios crece a ritmo sostenido y ya registra un total de seis millones de operaciones desde su lanzamiento hace un año y medio.

En Rosario, se registran cerca de 5000 comercios adheridos al sistema en la actualidad. Sin embargo, desde la firma confían en triplicar el número para fin de este año.

ESPACIO PUBLICITARIO

**La fiebre del ahorro**

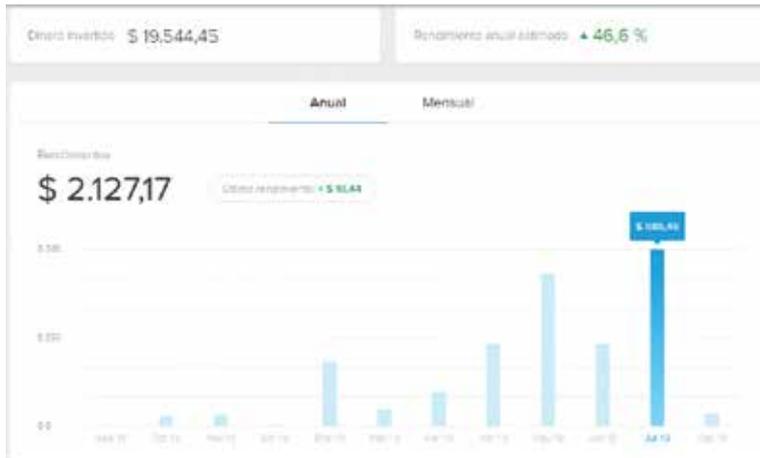
El plazo fijo y la compra de dólares son los métodos más conocidos por los argentinos. Sin embargo, Mercado Pago emprendió junto al Banco Industrial una solución de ahorro alternativa que permite a pequeños ahorristas invertir en fondos de inversión de este último.

Desde la misma aplicación y con un piso de dos pesos, los usuarios pueden “poner a trabajar” su dinero. Lo que la firma hace es colocar los fondos de sus clientes en cuotapartes de estos fondos comunes de inversión de liquidación inmediata, por lo que cada usuario puede rescatar su dinero de forma instantánea con un click. A través de esta función la billetera virtual puede usarse para generar rendimientos y pagar gastos al mismo

tiempo y con la misma celeridad. En cuanto al rendimiento de este tipo de inversiones, éste se muestra en la aplicación. Actualmente, ronda el 42% anual. El porcentaje se calcula en base a una estimación del rendimiento obtenido a lo largo de los últimos treinta días. Sobre los valores obtenidos, Industrial Asset Management cobra un honorario administrativo del 0,30% anual y el Banco Industrial un 2%.

La registración de los dueños finales de las cuotapartes se hace a través de Rofex. En una entrevista con el sitio BCR News, Ismael Caram, subgerente general de esta firma, comentó que para febrero ya se habían abierto más de 200 mil cuentas en apenas cinco meses. “Esto es bien de retail,

hay un tema de celeridad, agilidad y transparencia que nos permite distribuir masivamente productos y tener acceso a más personas que ingresan al mercado de capitales”, afirmaba. Por su parte, Francisco Bouzas contó: “Antes de que lanzáramos nuestro fondo, había 400 mil cuentas comitentes que podían invertir en fondos comunes de inversión. En poco tiempo superamos esas 400 mil cuentas y hoy el 50% del dinero que está en Mercado Pago está invertido”. Actualmente, explicó, la base de usuarios del sistema de ahorros tiene una franja etaria de entre 25 y 45 años, mientras que el monto promedio de la inversión es de 9000 pesos.



ESPACIO PUBLICITARIO

fexa.com

**Fábrica de perfiles de aluminio.  
Planta de pintura electroestática.**

**/ Administración y Planta Industrial**  
 Biedma 8000 / (2000) Rosario, Santa Fe, Argentina  
 Tel: 0341 409 5070 / Fax: 0341 409 5080  
 Fax Clientes: 0800 888 FEXA (3392)  
 Asist. Técnica: atencioncliente@fexa.com.ar  
 Dpto Comercial: ventas@fexa.com.ar  
 Diseño y Desarrollo: diseño@fexa.com.ar

# ON24

La mejor información,  
en la puerta de tu casa



 portalON24

 @portalON24

 @portal\_on24

SUSCRIBITE INGRESANDO A:

[www.on24.com.ar](http://www.on24.com.ar)

comercial@on24.com.ar - (0341) 4475700

### ¿A quiénes les sirve Mercado Pago?

De lo expuesto por el gerente de ventas Francisco Bouzas y de los datos recopilados de las bases y condiciones de la aplicación, se desprenden varias conclusiones. En primer lugar y como indicó el ejecutivo, “Mercado Pago no viene a competir con los bancos tradicionales”. Según explicó, el target de la firma es un sector de la población que no tiene acceso al sistema bancario, pero cuya actividad al operar con tarjetas de crédito y débito, puede generar nuevos negocios para el banco tradicional. En segundo lugar, lo sencillo del proceso es el valor clave de la propuesta. Más allá de lo completo de la oferta, Bouzas explicó que las bajas barreras de entrada hacen que la apli-



cación sirva tanto para un artista callejero, como para un gran comercio como una estación de servicio o una cadena de comida rápida.

Hay una fuerte apuesta por masificar el alcance de la app. Hoy, la mayor parte de los usuarios de la aplicación se encuentran concentrados en Buenos Aires. Sin embargo, el gerente de ventas explicó que ya se lanzó una campaña de expansión en todo el país con la que se busca ampliar la base de usuarios y comercios que usen la plataforma. “Nuestro objetivo es que la gente pueda salir a

la calle sin billetera”, afirmó.

El hecho de que el foco de la firma esté puesto en la masificación, no es menor. La apuesta de Mercado Pago es bastante agresiva en términos de descuentos y promociones para nuevo usuarios. La empresa subsidia sus propios descuentos y suma además promociones particulares junto a los comerciantes.

on24



ESPACIO PUBLICITARIO



ON24 confía el mantenimiento y actualización de su plataforma tecnológica a

**TecPOINT**

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TI

Dir. Av. Ovidio Lagos 1679 / S2000QLJ Rosario - Santa Fe - Argentina  
Tel. +54 341 5303370 / Fax. +54 341 5303379 / info@tecpoint.com.ar / www.tecpoint.com.ar

# Nos unimos para acompañar mejor a tu empresa



[nosunimos.com.ar/empresas](https://nosunimos.com.ar/empresas)

FiberCorp

Personal

TELECOM

# 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**

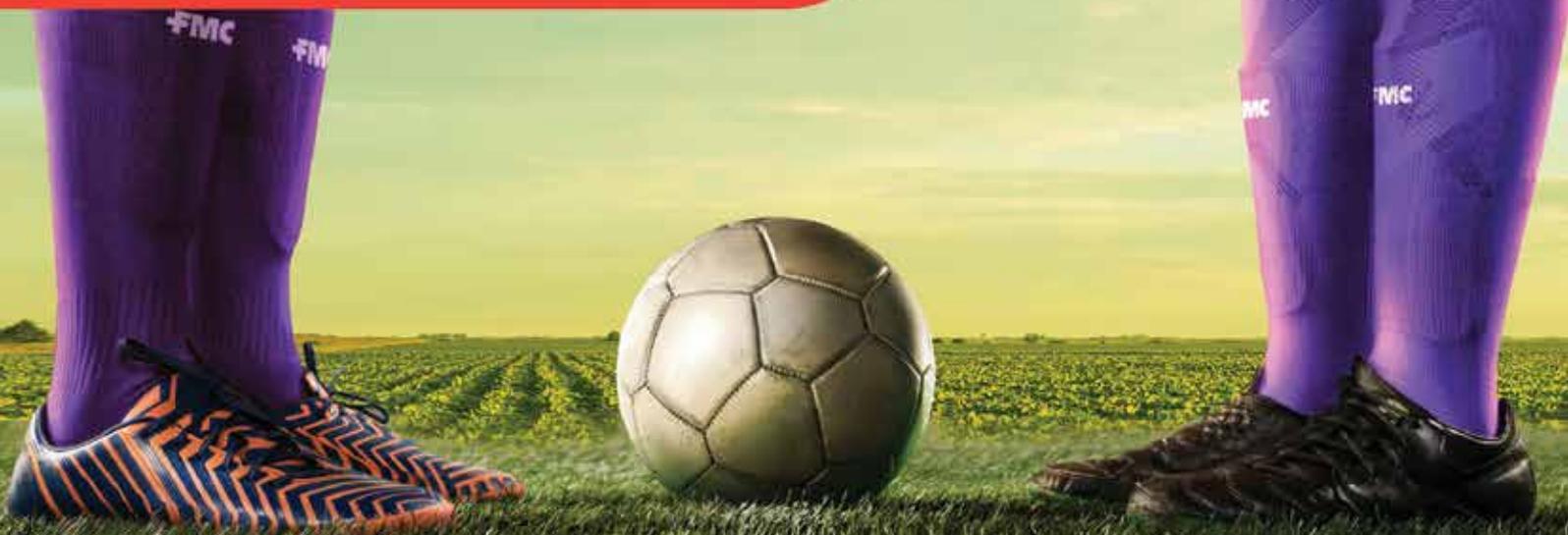
**Servicio público y gratuito de capacitación  
y búsqueda de empleo**  
**Políticas públicas de inclusión laboral**

La comodidad de hacer todo  
desde donde quieras.



# FMC

An Agricultural  
Sciences Company



# Una defensa bien plantada.

Línea de insecticidas FMC, para un cultivo libre de plagas.  
Porque cuando hay que ganar en todos los campos,  
no hay mejor defensa que un buen ataque.

**Coragen**   
INSECTICIDA

**Archer PLUS**   
INSECTICIDA

**Hero**   
INSECTICIDA

**Dinno**   
INSECTICIDA

**Mustang 20 EW**   
INSECTICIDA

**Magic**   
INSECTICIDA

La firma FMC Química S.A. garantiza la calidad de este producto. Dado, sin embargo, que su aplicación y el manejo escapan del control de la Empresa, la firma no se responsabiliza por los daños y perjuicios que pudieran derivarse del uso del producto, distinto del indicado en su marbete. Ante cualquier duda, consulte con un técnico o Ingeniero Agrónomo.

**PELIGRO: SU USO INCORRECTO PUEDE PROVOCAR DAÑOS A LA SALUD Y AL AMBIENTE. LEA ATENTAMENTE LA ETIQUETA.**

Coragen, Archer Plus, Hero, Dinno, Mustang y Magic son marcas registradas de FMC Corporation.

[fmcargentina.com.ar](http://fmcargentina.com.ar)



APP FMC