

ENFOQUE

La revista de la CODEGU

GUALEGUAYCHÚ, ENTRE RÍOS | SEPT-OCT 2019 | Año 1 - N° 3

45

AÑOS

EXPORTAR PARA CRECER

SALIR AL MUNDO

Promover Gualeguaychú a través del comercio y las relaciones internacionales

Carolina Banini y Susana Amarillo, directora y vice del Centro Regional Gualeguaychú de la UCU, hablaron de la importancia en el fortalecimiento del comercio exterior y las relaciones internacionales como una forma de desarrollo y promoción para la ciudad, y también sobre el rol de la CODEGU para llevarlo a cabo.



EDITORIAL



Vínculos y redes para aprender y crecer

Vivimos en un mundo cada vez más complejo y dinámico, cercano e inabarcable en cuanto al entramado de relaciones, lo que nos obliga a tener miradas tanto globales como locales todo el tiempo, no sólo en el corto sino también en el largo plazo.

Esta situación de permanentes cambios genera mucha incertidumbre sobre lo que deberíamos hacer para convertirnos en una sociedad más desarrollada. En este sentido, la primera pregunta a responder es qué es el desarrollo, claro está, pero sería muy complicado poder llegar a una conclusión en pocas líneas. Lo que sí sabemos es que no representa solamente al crecimiento económico, o cualquier visión que nos lleve a indicadores de factores aislados, como por ejemplo el PBI, la producción o el consumo energético, entre muchos otros. Algunos sirven, obvio, pero no son suficientes; y otros pasan a ser obsoletos para lograr entender toda la problemática que abarca.

Como agentes del desarrollo local, en la CODEGU estamos convencidos que, además del trabajo interno en la ciudad y la región, debemos buscar relacionarnos con otras ciudades, regiones y países, para que nos ayuden a la comprensión y la lectura de la contemporaneidad compartiendo sus ex-

periencias; un camino que ya comenzamos a desandar en diferentes instancias y escalas porque, indudablemente, la construcción de redes nos ayuda a crecer como individuos y como institución, pero también como comunidad.

Una sociedad desarrollada genera sus propios anticuerpos y mecanismos para adaptarse a los cambios y así poder resolver sus conflictos y definir un rumbo a seguir.



Como agentes del desarrollo local, en la CODEGU estamos convencidos que, además del trabajo interno en la ciudad y región, debemos buscar relaciones con otras ciudades, regiones y países para ayudarnos a la comprensión y lectura de la contemporaneidad, compartiendo visiones y experiencias...

Entre los puntos más salientes de estas vinculaciones se encuentran la posibilidad de generar y expandir negocios, la promoción de las exportaciones como política sostenida en el tiempo y el establecimiento de relaciones que, a través de complementariedades, nos permitan desarrollar nuestras propias potencialidades que son muchas y muy buscadas.

Desde nuestro espacio acotado hemos asumido esta forma de vinculación

para expandir horizontes y promocionar así Gualaguaychú, sus atractivos, el turismo, la educación, el Parque Industrial y el enorme potencial que tiene en cuanto a recursos humanos: grandes emprendedores y generadores de ideas. Estas presentaciones las realizamos en embajadas y cámaras binacionales y sectoriales de diferentes lugares del mundo, trabajando mancomunadamente, por ejemplo, con otras agencias de desarrollos con las cuales hemos conformado la Federación de Agencias de Desarrollo de la República Argentina (FADELRA), o con la Federación Argentina de Parques Industriales (FAPI) de la cual somos parte, o bien con la Red Argentina de Cooperación Internacional (RACI) compuesta por más de 150 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) del país.

A través de estos vínculos, las embajadas o regiones del mundo (ASEAN, Medio Oriente) nos convocan a contarnos sus proyectos, visiones y mecanismos para que podamos relacionarnos con ellos.

Sin embargo, estas acciones no son suficientes ni concluyentes, pero sí necesarias. Un paso importante que requiere de la participación de todos los actores y por eso es importante poder sostenerlas y apoyar a quienes las llevan adelante. 🇦🇷

Ariel Destefano

Presidente de la CODEGU

Contacto

España 130
Gualaguaychú | Entre Ríos
+54 9 3446 426116 | 427008
info@codegu.com.ar
www.codegu.com.ar

Atención al Público
Lunes a viernes (7:30 a 19:30 hs)
Sábados (8 a 12 hs)

Facebook: /codegu
Twitter: @codegu
Instagram: @corporaciondesarrollo
YouTube: /codeguchu



DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA CIUDAD *Relaciones más allá de las fronteras*

INSTITUCIONAL



El fortalecimiento del comercio exterior y las relaciones internacionales como una forma de desarrollo y promoción de la ciudad es uno de los temas en la agenda de la CODEGU y de la UCU.

Carolina Banini (CB) y Susana Amarillo (SA), directora y vice del Centro Regional Gualeguaychú de la Universidad de Concepción del Uruguay (UCU), hablaron de la importancia en el fortalecimiento del comercio exterior y las relaciones internacionales como una forma de desarrollo y promoción para la ciudad. En ese sentido, brindaron detalles sobre el rol que cumple la universidad y sobre la relevancia que tiene la CODEGU para llevarlo a cabo.

¿Qué factor le asignan a la profesionalización para la interacción con el comercio internacional?

CB: El principal factor es el dinamismo porque el comercio exterior es un sector que evoluciona rápidamente y es altamente competitivo y exigente. Las tareas y responsabilidades que realiza un especialista en

comercio exterior, en general, son múltiples y variadas, como por ejemplo el manejo de la logística interna, los pedidos y administración de compras al exterior; la coordinación y seguimiento de todas las operaciones que se inician en una planta hasta su correspondiente entrega al cliente, teniendo en cuenta los tipos de



transportes internacionales, las aduanas, los regímenes promocionales; y el armado y seguimiento de despachos y la confección de documentos de exportación/importación, entre otros.

SA: Además, para que un profesional sea dinámico en el ejercicio del comercio internacional tiene que cultivar también las relaciones interpersonales y tener la responsabilidad y capacidad de adaptarse a las diversas presiones del trabajo cotidiano.

En ese aspecto, ¿cuánto suma una universidad?

CB: Mucho, el rol de la universidad es prioritario justamente en la propuesta de mejoras y elaboración de nuevas carreras. En lo que se refiere a la Licenciatura en Comercio Internacional, estamos trabajando en su modificación, dado que las demandas y exigencias del mercado actual cambian continuamente. Tenemos que adaptar su plan de estudio a dichas exigencias para seguir formando profesionales con aptitud y capacidad de crear diferentes estrategias para poder insertar una empresa en el mercado internacional, ser competitivo en el dominio de otro idioma, con la suficiente capacidad de adaptarse a cualquier realidad cultural y tecnológica.

SA: Los desafíos actuales de la educación superior comprenden la búsqueda constante de la calidad y, en este sentido, la UCU ha decidido adoptar los criterios de calidad definidos a nivel nacional y regional, como es el caso de las carreras de abogacía, contador público, ingeniería agrónoma y arquitectura que han pasado por el proceso de acreditación ante la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEU) que es un organismo descentralizado que funciona en jurisdicción del Ministerio de Educación de la Nación. Esto nos permite periódicamente realizar un proceso de autoevaluación e implementación continua de mejoras.

¿La integración con la comunidad internacional genera mayor desarrollo en lo económico y social de las próximas generaciones?

CB: En los procesos de autoevaluación de UCU y en los relevamientos de demandas externas e internas, se han definido una serie de lineamientos que contemplan todas las funciones universitarias; los mismos comprenden dos criterios: la actualización de la visión y misión institucional teniendo en cuenta los desafíos regionales, nacionales e internacionales de la educación superior y las adecuaciones estatutarias y reglamentarias a los nuevos espacios que resultan del análisis de los tratados internacionales.

Sin lugar a dudas, la concreción de convenios marcos de colaboración o de asistencia con distintas instituciones públicas y privadas con universidades nacionales y extranjeras permite los múltiples vínculos de trabajo conjunto, constituyendo una fortaleza institucional. A modo de ejemplo se pueden mencionar los diferentes acuerdos que hemos celebrado con la CODEGU, por ejemplo, como así también con la Cámara de Comercio Exterior, con el Centro de Defensa Comercial e Industrial Gualeguaychú, con el gobierno municipal y con el provincial a través del área de promoción de exportaciones, con la Secretaría de Producción nacional, con entidades privadas como consultoras, estudios contables, clubes, laboratorios de análisis clínicos y un largo etcétera.

¿Consideran prioritario tomar contacto con representaciones diplomáticas extranjeras para hacer conocer los productos argentinos, pero también para promocionar el lugar donde se producen?

CB: Sí, por supuesto. Es fundamental para promocionar nuestros productos y servicios al mundo. Esto se logra a través del armado de agendas especiales de negocios, en la búsqueda de potencialidades para un determinado producto o actividad, así como también en

la organización o convocatoria de eventos especiales como ferias y exposiciones comerciales.

SA: Aquí es importante participar cuando existe respaldo de entidades intermedias y organismos especializados, por ejemplo, cámaras del sector o federaciones de comercio dado que convocan gran cantidad de empresarios y brindan al evento transparencia y seriedad. Asimismo, además de la participación en ferias y exposiciones comerciales internacionales, las rondas de negocios son una alternativa muy interesante para conocer a potenciales compradores, ver cómo interactúa la competencia y, por supuesto, para poder tener un contacto directo, cara a cara, con un probable cliente.

Muchos países otorgan a las rondas de negocios una importancia fundamental dado que muchas veces se organizan exclusivamente bajo la forma de encuentros empresariales a través de la vinculación de uno o varios sectores involucrados (universidad, cámaras empresariales y agencias de desarrollo, tanto locales como provinciales o nacionales).

Articular acciones, una de las claves

Sobre la importancia que tienen las relaciones y el desarrollo industrial para hacer conocer la ciudad como centro de inversiones, Carolina Banini sostuvo: "Si se quiere fomentar un círculo virtuoso y de cooperación entre las instituciones que forman parte de un organismo privado y/o estatal con el objetivo de promocionar la ciudad, todas las instituciones locales (educativas, comerciales, industriales y gubernamentales) debemos tener el firme propósito de unirse, accionar y articular en forma conjunta en este tipo de actividades que sabemos que sumarán al logro de los objetivos generales y específicos de cada una. Los individuos que forman parte de una institución deben tomar conciencia que la base de una participación integradora se reflejará en un trabajo cooperativo-colaborativo".

Promoviendo Gualeguaychú



Durante los primeros siete meses del año, las capacitaciones realizadas por Codegu han sido en relación al desarrollo Ovino, incubación de emprendimientos y todas las temáticas asociadas a los emprendedores para que éstos puedan poner en marcha sus proyectos y para que los jóvenes conozcan el valor de trabajar en su propio proyecto.



PUNTOS DE VISTA



Utopía: idea, ideación o representación de una civilización ideal, fantástica, imaginaria e irrealizable, paralela o alternativa al mundo actual o también puede designar aquel proyecto o doctrina que se considera idóneo, pero inviable o de difícil puesta en práctica.

El contexto mundial de extrema complejidad y con enormes desafíos con el que Argentina y todos los países en desarrollo se enfrentan en la actualidad, no puede hacernos apartar la mirada y llevarnos a dejar de valorar o desestimar los enormes beneficios que genera la actividad exportadora para la economía de un país.

La exportación es factor dinámico del crecimiento económico, por el efecto multiplicador que provoca sobre toda la economía, per-

mitiendo utilizar recursos naturales, capitales, tecnología, mano de obra y servicios diversos, muchas veces ociosos o subempleados.

A pesar de que las estimaciones de los organismos internacionales para este año y el próximo hablan de un freno en el crecimiento económico mundial, cuando trasladamos las estadísticas a lo que se

refiere al comercio mundial los números son positivos (casi rozando un 5% en el caso de las economías emergentes en el 2020).

Es moneda corriente escuchar hoy decir que la actividad exportadora es la salvación, sobre todo de las economías menos desarrolladas. Hay varios ejemplos en la realidad de dicha situación, muchos países en





desarrollo abrieron sus economías para aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento económico que ofrece el comercio internacional (con casos emblemáticos como China, India, Corea o Singapur). Sin necesidad de ir tan lejos con los ejemplos nos basta con mirar países como México, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay entre otros, todos ellos con tasas de crecimiento de la exportación, superiores a la Argentina.

Los beneficios de la exportación no solo se dan a nivel país (como lo mencionamos anteriormente) sino que son innumerables a nivel empresarial, pudiendo enumerar, entre otros, los siguientes:

- Permite incrementar o ampliar mercados, frente a la estrechez del mercado interno, lo que supone un aumento de ventas y una mejor distribución de los riesgos comerciales y financieros.

- Posibilita reducir o eliminar los eventuales desni-

veles cíclicos de la demanda interna, así como otros debidos a factores estacionales.

- Consigue incrementar la producción.

- Permite eliminar, o al menos reducir, la capacidad ociosa productiva.

- Produce, consecuentemente, una mejor absorción de los costos fijos, con el consiguiente mejoramiento del rendimiento general de la empresa.

- El empresario puede mejorar el producto en todos sus aspectos, así como modernizar los métodos de producción, por el distinto modo de comportamiento, cantidad y calidad de la competencia internacional frente a la local.

Ahora bien, es necesario resaltar en este punto que los empresarios argentinos interesados en participar del comercio internacional no lo deben considerar un negocio coyuntural, pensando solamente en aprovechar un tipo de cambio favorable (en determinados momen-

tos) o como un factor que permita reducir los efectos de las caídas del mercado interno de manera temporal, sino que lo deben encarar como un negocio permanente, a largo plazo como imprescindiblemente debe ser.

También es importante tener en cuenta que la exportación (el éxito del modelo exportador) no solo depende del empresario y su espíritu emprendedor decidido a afrontar este desafío, sino que debe ir acompañada de una política estatal (cuando hablamos de política estatal no solamente nos referimos al Estado nacional, sino también a los gobiernos provinciales y municipales), clara, de largo plazo, con mecanismos y políticas de colaboración y facilitación que permitan promover y desarrollar negocios internacionales dentro de un marco adecuado, y sobre todo que acompañen y premien el esfuerzo de las Pymes que enfrentan este enorme reto.

Los hechos han demostrado que, para experimentar un crecimiento sostenido, la economía debe estar abierta al comercio y la inversión con el resto del mundo, en las últimas décadas, ningún país ha logrado mejorar sustancialmente el nivel de vida de sus habitantes sin abrirse a los demás.

No cabe duda de que Argentina tiene muchas capacidades y herramientas, para no digamos conquistar el mundo, pero si para participar activamente en él y a través de la exportación mejorar la calidad de vida de sus habitantes, está en todos los participantes de la sociedad argentina asumir el desafío y trabajar en pos de ese objetivo para que la “utopía exportadora” deje de ser tal y se convierta en una gran, soñada y merecida realidad. 🇦🇷

Hernán Arévalo

Licenciado en Comercio Internacional y docente de la UCU Regional de la carrera Comercio Internacional



SUSTENTABILIDAD

Autos eléctricos por las rutas entrerrianas

DESARROLLO



Gualaguaychú dio un gran paso respecto al desarrollo de la circulación de vehículos eléctricos por la vía pública: inauguró la primera estación de carga del país administrada por una Cooperativa.

En la esquina de las calles Goldaracena y Constitución de la ciudad de Gualaguaychú, funciona la primera Estación de carga eléctrica del país administrada por una Cooperativa. Todo está a estrenar, cada detalle reluce, ningún olor invade el ambiente y en el piso no hay una sola mancha. Por el contrario, la silueta de un auto junto a un enchufe gigante pintada sobre la playa de estacionamiento, resplandece intacta.

Las letras corpóreas adosadas a la fachada nos

indican que estamos en una Estación de Carga Eléctrica y el enchufe del logo lo ratifica. Entre el lateral que da a la calle y el sector de carga, hay una división cuyos colores nos remiten a la bandera del cooperativismo. Y en el centro del playón, en medio del espacio dispuesto para el estacionamiento, se encuentra el surtidor, una estructura

sencilla que no alcanza los dos metros de altura ni los 50 centímetros de ancho y que se parece más a un electrodoméstico que a un dispensador de combustible.

Guillermo Farabello, presidente del directorio de la Cooperativa de Consumo de Electricidad y Afines de Gualaguaychú expresó: “Según me comentó el secretario de Energía de





la provincia y titular de Enersa, Jorge Gonzalez, está programado habilitar cargadores eléctricos en Paraná, Victoria, Gualeguay y Concepción del Uruguay; es por eso que nosotros, que teníamos este proyecto desde hacía tiempo, vimos que no podíamos dejar a Gualeguaychú ausente de este adelanto tecnológico", y con orgullo agregó: "Es la primera de una Cooperativa Eléctrica en el país".

Al ser consultado sobre la demanda para este tipo de estaciones, Farabello contó que "han pasado vehículos eléctricos que ingresan al país desde Uruguay, sabíamos que sus dueños preguntaban si había en la ciudad estaciones de carga y no la teníamos, ahora sí la tenemos y pueden venir tranquilos".

En cuanto al funcionamiento, detalló que lo único que hay que hacer

es conectar el cargador al vehículo: "Se enchufa y directamente comienza a cargarse, en 20 minutos se hace una carga rápida y en 6 horas una carga lenta. La autonomía del vehículo cargado es de aproximadamente 300 kilómetros".

En la Estación de Gualeguaychú tratarán de que sean empleados de la Cooperativa quienes realicen la carga de los vehículos que lleguen, "pero es tan fácil

que el conductor lo puede hacer solo", observó Farabello, quien agregó que hasta tanto no esté regulado, no se puede cobrar, de modo que el servicio de carga "no tiene costo, además de ser algo que conviene porque estamos en una relación de 5 a 1 respecto a un combustible líquido, por ahora es gratis".

Programa ecoRuta

El Gobierno de Entre Ríos, a través de Enersa, im-

GENERACION DE
ENERGIA
FOTOVOLTAICA

Paneles solares

Calentamiento de agua por
RADIACION SOLAR

PREVENCION 24

0810 777 0020

WWW.PREVENCION24.COM.AR

pulsa la creación de rutas eléctricas eficientes, desplegando una red de estaciones de carga para vehículos eléctricos en distintos puntos de la provincia. El programa se llama "EcoRuta", y se enmarca en el Plan Energético a 10 Años que Enersa viene desarrollando en todo el territorio entrerriano.

EcoRuta comenzó, en una primera etapa, con estaciones de carga emplazadas, habilitadas y en funcionamiento desde el mes de marzo pasado en Paraná, Nogoyá, Basavilbaso y Concepción del Uruguay, y prevé la instalación de 11 estaciones adicionales cada 100 kilómetros en distintas localidades para el 2020, lo que le permitirá a los usuarios una movilidad óptima y acompañará la demanda de autos eléctricos a nivel provincial y nacional.

EcoRuta es una nueva acción a favor del cuidado y la preservación del medio ambiente, ya que los vehículos eléctricos no contaminan, no generan ruido y no producen emisiones de dióxido de carbono. Por estas razones, Enersa ya ha adquirido furgones que poseen una autonomía real de 200 kilómetros y cuentan con el "Modo Eco", que permite economizar energía sin resignar prestaciones. Además, poseen un sistema de preclimatización para disfrutar de un confort térmico óptimo mientras preserva los recursos de la batería, y pueden alcanzar una velocidad máxima de 130 kilómetros por hora.

EcoRuta es una acción clave para el desarrollo sustentable del transporte,



ya sea urbano o periurbano, para uso particular o profesional, de carga o de pasajeros.

El precio, la clave

La cantidad de unidades vendidas crece fuerte en EE.UU. y la Unión Europea y también China planea subir-se al desarrollo de vehículos eléctricos gracias a las millonarias inversiones de las automotrices en el gigante asiático. Pero, pese a que el año pasado las ventas mundiales aumentaron un 63%, representan aún poco más del 2% total. En la Argentina varias marcas comenzaron a traer sus modelos híbridos y se presentó el primero 100% eléctrico fabricado en el país (Sero Electric), aunque el proceso aún está tibio. El país espera un creci-

miento sostenido pero gradual, que llevaría a vender 310 mil vehículos en 2030, hasta alcanzar un 12% del mercado. Pero mucho dependerá del contexto macroeconómico y de las acciones para fomentar el sector.

Según un informe de la consultora internacional Morgan Stanley, dentro de 5 años, los coches eléctricos serán más baratos que los vehículos de combustión tradicional. Sin embargo, esto no ocurrirá de un día para otro. Hoy, los vehículos eléctricos son más caros que sus variantes de mecánicas tradicionales, pero la diferencia de precio irá reduciéndose poco a poco. Esto es posible debido a que las baterías son cada vez más baratas de producir y, además, se

puede equipar mayor densidad energética en el mismo espacio, consiguiendo aumentar así la capacidad de la batería y la autonomía del coche eléctrico.

Otra razón es la necesidad que tienen los fabricantes de centrar sus desarrollos en los modelos totalmente eléctricos y en sus motorizaciones, ya que cada vez hay más límites en las emisiones que tienen que cumplir y hace que no merezca la pena continuar el trabajo en los motores de combustión.

Morgan Stanley espera que los precios se equiparen para el 2024 que será el año en el que por primera vez se pueda comprar un coche eléctrico y uno de gasolina por el mismo precio.

Por otro lado, el costo de las mecánicas tradicionales (nafta y diésel) aumentarán con el paso del tiempo. Esto ocurrirá porque las normativas de emisiones serán más difíciles de alcanzar con este tipo de motorizaciones. Este costo extra se verá reflejado en los precios de los automóviles que equipen estas motorizaciones más tradicionales.

Aunque habrá que seguir esperando a que estas diferencias en precio se materialicen en los vehículos nuevos, lo cierto es que los coches eléctricos cada vez son más asequibles y han mejorado de forma importante en aspectos donde antes flaqueaban como, por ejemplo, la autonomía real. La razón principal por lo que esto es posible es algo que ya hemos mencionado, la caída en los costes de producción de las baterías. 🌱

Los primeros autos eléctricos fabricados en el país ya están habilitados para circular por la vía pública

Son de Sero Electric, una empresa fundada en 2015 de la mano del empresario Pablo Naya. Nació con la idea de ser una fiel alternativa de movilidad en lugares cerrados como aeropuertos, barrios cerrados, campus universitarios, parques industriales, turismo y patrullaje de seguridad, entre otras opciones. Una visión que ya se venía gestando desde 2010 y que años después da sus frutos: comenzaron en una pequeña fábrica de 200 m² y hoy fabrican más de 50 unidades en un espacio de 2.000 m² en el Parque Industrial Tecnológico Aeronáutico (PITAM) de la localidad bonaerense de Morón.

El Sero Electric es un vehículo que cuenta con una velocidad limitada a 45 km/h. Posee una estructura construida a base de aleaciones de aluminio de alta resistencia y los puentes trasero y delantero se conforman de un acero tubular resistente a diversos impactos. La carrocería está fabricada en ABS con película protectora UV contra los rayos solares.

Viene en tres versiones: Sedan, Cargo alto y Cargo bajo, enfocadas para diferentes tipos de usos. La primera está dirigida para la movilidad dentro de la ciudad, mientras que las otras dos versiones están ideadas para transportar diversos elementos ya sea de jardinería, limpieza y construcción, entre otros, con soporte de hasta 120 kg. Todos los modelos vienen con llantas de aluminio rodado 13 y freno de discos delanteros, con un tablero que permite integrar información específica según las necesidades del conductor. En cuanto al consumo, está compuesto por cuatro baterías AGM de 12V c/u, dando una autonomía de 65 km que puede variar dependiendo el uso.

Hace unos días, Sero Electric recibió la habilitación necesaria para circular por las calles de la Argentina. Es el primer auto eléctrico de fabricación nacional con permiso para andar por la vía pública.

El ministro de Producción, Dante Sica, entregó hace unos días a la empresa la Licencia de Configuración de Modelo. Anteriormente los modelos se comercializaban para circular dentro de fábricas, aeropuertos, barrios privados y hasta para tareas de vigilancia en zonas peatonales. Ahora, también se podrán utilizar para circular por la vía pública.

La venta en todo el país se realizará a través de una red de distribuidores presentes en varias ciudades y los precios van desde US\$ 10.000 (las versiones Cargo) a US\$ 14.000 (modelo Sedan). Además, gracias a la reciente homologación, Sero Electric ya comenzó a exportar a diferentes países limítrofes en busca de llevar su concepto ecológico a nuevos horizontes.



Te ayudamos a alcanzar tus objetivos
y a mejorar tus resultados de manera creativa y eficiente

**GESTIÓN ESTRATÉGICA | GESTIÓN DE LA CALIDAD
MEJORA DE PROCESOS | INGENIERÍA SANITARIA**

Contamos con un amplio staff para acompañarte

+54 9 3446 530388

raimondodgar@yahoo.com.ar



RELEVAMIENTO DEL PRIMER SEMESTRE DE 2019

¿Cuánto aumentaron los alimentos y los servicios?

BANCO ESTADÍSTICO



El Área del Banco Estadístico y de Estudios Estratégicos de la CODEGU relevó las variaciones porcentuales que ha tenido la Canasta Básica de Alimentos y la Canasta Básica Total en el primer semestre de 2019.

El Banco Estadístico y de Estudios Estratégicos de la CODEGU, área que tiene como misión analizar escenarios y producir información a efectos de posibilitar una mejor toma de decisiones en los sectores vinculados al desarrollo local y/o regional, elaboró un informe (que aquí se resume en dos infografías) sobre las variaciones porcentuales que ha tenido la Canasta Básica de Alimentos (CBA) durante el primer semestre del año, como así también sobre la Canasta Básica Total (CBT).

El relevamiento, realizado en centros comerciales que abarcan distintas áreas de Gualaguaychú, fue efectuado entre el 1 y el 4 de julio de 2019, en el cual se constató el aumento de los productos de la CBA, que marca el límite para no ser indigente; y de los de la Canasta Básica Total CBT, que indica los valores para no ser pobre.

La diferencia entre la CBT (indigencia) y la CBA (pobreza) es que esta última mide, además de alimentos y bebidas, gastos como alquileres, electricidad, gas, agua, comunicaciones, transporte público, educación, útiles escolares, artículos de limpieza, esparcimiento, bienes de cuidado personal, y bienes y servicios estacionales o contingentes. 🍷



CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS



Enero 2019	↑ 1.86%	Acumulado ↑ 20.78%
Febrero 2019	↑ 6.30%	
Marzo 2019	↑ 6.06%	
Abril 2019	↑ 1.89%	
Mayo 2019	↑ 2.77%	
Junio 2019	↑ 1.90%	

Incluye únicamente alimentos y bebidas. Se relevan los precios de los productos que componen la Canasta Básica en centros comerciales de distintas áreas de la ciudad

CANASTA BÁSICA TOTAL



Enero 2019	↑ 3.09%	Acumulado ↑ 25.26%
Febrero 2019	↑ 8.54%	
Marzo 2019	↑ 5.76%	
Abril 2019	↑ 2.18%	
Mayo 2019	↑ 3.18%	
Junio 2019	↑ 2.51%	

Incluye además de los alimentos y bebidas, otros gastos como alquileres, electricidad, gas, agua, comunicaciones, transporte público, educación, útiles escolares, artículos de limpieza, esparcimiento, bienes de cuidado personal, y bienes y servicios estacionales o contingentes.

CLUB DE EMPRENDEDORES DE GUALEGUAYCHÚ

Impulsando el ecosistema emprendedor



PYMES Y EMPRENDEDORES



Los emprendedores han existido desde siempre, pero en el último tiempo el uso del término se ha multiplicado exponencialmente por diferentes factores. Sea cual fuese su origen, es una palabra que llegó para quedarse.

El término “buzzwords” es utilizado para indicar aquellas palabras o frases identificadas como expresiones “de moda” en un determinado contexto de tiempo y temática. Términos como “globalización” o el efecto “Y2K” (fue un bug o error de software que se temía tuviera letales consecuencias por el comienzo del año 2000), han sido buzzwords en diferentes momentos y distintos contextos. Y hablar de “emprendedor” hoy no es la excepción, porque además

de estar de moda, atrae la atención de muchos cuando se lo menciona.

Está claro que para un buen número de personas el autoempleo es la mejor, o casi su única, posibilidad de tener trabajo. Para muchos es la única salida para solucionar una situación financiera personal, por lo que está más que claro que emprenden por necesidad.

Pero ese no es el único motivo para emprender un negocio. También están aquellos que emprenden porque vieron una oportunidad, porque sienten pasión por llevar adelante proyectos en los que la creatividad y la innovación están íntimamente relacionados, porque quieren ver materializadas sus ideas de negocios y porque sue-



ñan con crear sus propias empresas.

Es lógico entonces que, si el concepto llegó para permanecer, el emprendimiento esté situado en la agenda política de diferentes ámbitos de gobierno -nacional, provincial y municipal-, y que sea parte de los objetivos de trabajo de numerosas fundaciones, distintas organizaciones de la sociedad civil y, hasta incluso, de empresas que los incorporan en sus programas de responsabilidad social.

En la misma línea, hablar de “ecosistema emprendedor” se ha hecho cada vez más popular, entendiendo que se trata de un sistema complejo en el que interactúan diferentes actores entre sí, y con el conjunto de factores que forman el ambiente o el entorno. Por analogía, en un ecosistema natural nos encontramos con un conjunto de organismos que viven juntos e interactúan entre sí, pero que también lo hacen con su ambiente a nivel físico, químico y biológico para obtener recursos disponibles e intercambiar energía conformando un sistema de vida. De igual manera, para el ámbito del emprendimiento, nos



encontramos con un ambiente, recursos y condiciones que permiten estos intercambios de emprendedores con diferentes actores de nuestra sociedad, de forma más o menos exitosa, según una serie de factores (densidad del capital humano, cultura emprendedora, infraestructura, organizaciones de soporte y apoyo, etc.).

Históricamente, el ecosistema emprendedor se ha venido construyendo sobre la base del denominado modelo de la “Triple Hélice”, que considera las relaciones existentes de cooperación entre Universidad-Empresa-Gobierno, por su importancia para

el desarrollo económico y social. Pero como el único proceso continuo es el cambio, era lógico de esperar que este modelo también evolucionara, por lo que actualmente para que un ecosistema emprendedor sea exitoso, se habla de construir relaciones de cooperación basadas en un esquema de “Cuatro Hélices”: Universidad-Empresa-Gobierno-Sociedad Civil.

Entonces: ¿qué necesitamos para impulsar y fortalecer el ecosistema emprendedor en Gualeguaychú? Por lo pronto, entender mejor todas las ventajas que se desprenden de la integración, para

después pensar cómo resolver todos los desafíos y limitaciones.

Las principales organizaciones multilaterales de apoyo al desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe, sostienen que, si bien se ha avanzado bastante en el fomento al emprendimiento, resulta necesario dar un salto de calidad en la maduración en los ecosistemas de emprendimiento en la región. Para ello, resulta prioritario trabajar en siete dimensiones clave:

1) Capital humano emprendedor: la carencia de emprendedores dinámicos o innovadores, es un ras-

entrierios **net**
INTERNET BANDA ANCHA
DE ALTA VELOCIDAD

FIBRA OPTICA - CABLE - ADSL - INALAMBRICO
ELEGÍ TU MEJOR ANCHO DE BANDA
Servicio Xtreme 10/20/30 MB

ANDRADE 784
Tel 426555 - 427049
www.entrierios.net

go característico de toda América Latina.

2) Educación emprendedora: el grado de avance existente en este campo es todavía muy dispar. Es necesario coordinar esfuerzos para generar iniciativas conjuntas de desarrollo de contenidos y metodologías, sensibilizar a instituciones educativas y formar formadores.

3) Plataformas de ciencia, tecnología e innovación: es necesario fortalecer las actividades de investigación científica y tecnológica, y propender a su vinculación con el sistema empresarial para transformar el conocimiento en innovaciones.

4) Estructura empresarial: las empresas por lo general, se caracterizan por su bajo nivel de esfuerzo para innovar y poca formalidad organizacional.

5) Financiamiento: la falta de financiamiento para emprendimientos dinámicos es un obstáculo que termina convirtiéndose en un círculo vicioso.

6) Capital social: es una dimensión débil para la mayoría de los países latinoamericanos, dado que eleva las barreras para construir las redes de contacto.

7) Políticas y regulaciones: los sistemas tributarios y las regulaciones no deberían dificultar, sino incentivar la formalización de nuevas empresas, su crecimiento y facilitar su internacionalización.

Si efectuamos una primera mirada exploratoria sobre los actores del ecosistema emprendedor local, sus relaciones, su visión sobre el mismo y las actividades desarrolladas



en el último tiempo, pueden reconocerse importantes avances y desarrollos, junto con otro número importante de capacidades y limitaciones en el entramado institucional.

Nuestra ciudad se ha caracterizado a lo largo de la historia por ejercer un importante liderazgo cultural, entendiéndose por el mismo al conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los habitantes de Gualeguaychú y que surgen de las interrelaciones sociales, las cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establecen una identidad entre sus miembros, nos identifica y diferencia de otras comunidades.

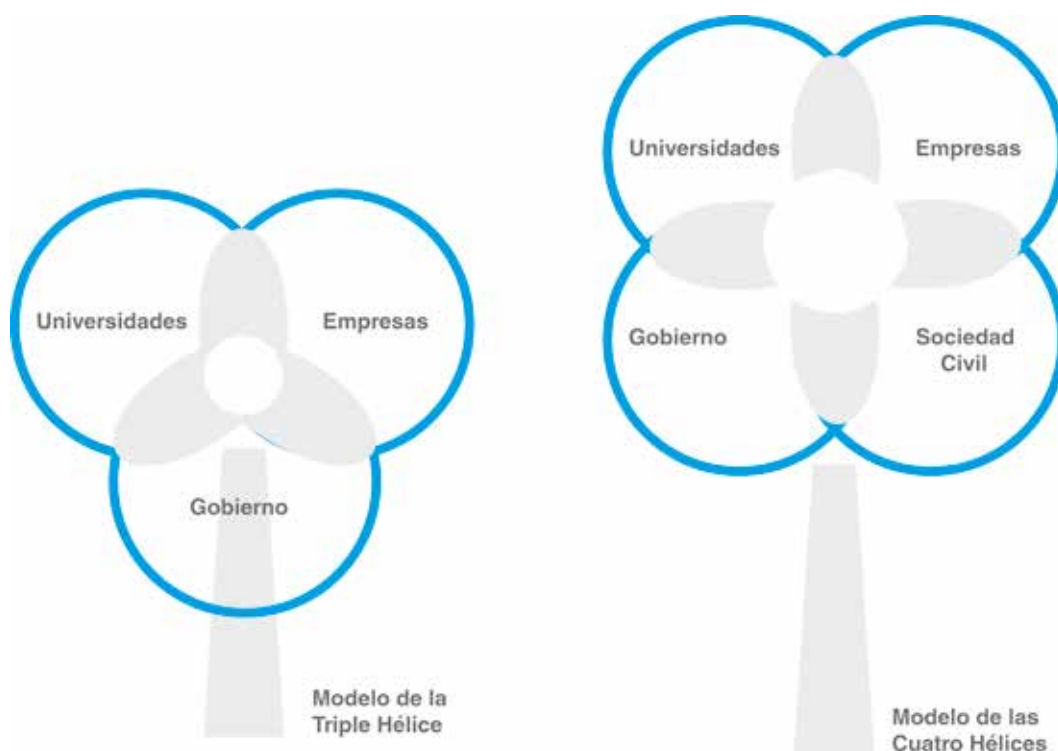
A lo largo de la historia, la ciudad reconoce diferentes artistas, científicos y escritores que nacieron o vivieron en ella, y gozan de enorme reconocimiento no solo en la provincia, sino en el país. A través de diferentes manifestaciones, Gualeguaychú se presenta como una sociedad emprendedora, cuyos habitantes tienen una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de riesgos calculados; y esos resultados son la creación de valor que beneficia a las organizaciones, la economía y la sociedad.

Este sentido de pertenencia de la comunidad, de trabajo en equipo, de soli-

daridad, de asociativismo y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente, se traducen en diferentes emprendimientos que marcan un antes y después en la vida de los gualeguaychuenses. Ejemplo de ello lo constituyen el puerto de Gualeguaychú (primer puerto de cabotaje de la República Argentina); el frigorífico (primera industria cárnica de la Argentina con capitales argentinos); el Instituto Osvaldo Magnasco (primera biblioteca del país fundada por mujeres); la Fiesta Nacional de Carrozas Estudiantiles, cuyo acervo artístico y tecnológico adquirido se fue transmitiendo en sucesivas promociones de alumnos y que, acrecentado y enriquecido con el uso de nuevos materiales y agudos inventos, dieron lugar a la creación del "Carnaval del País", uno de los espectáculos a cielo abierto más importantes del mundo.

No es casual entonces, que la ciudad tenga uno de los primeros "Clubes de Emprendedores" del país. Sí, seguramente se estará preguntando: "¿un club?, ¿cómo un club?"... Un club de emprendedores es un espacio de capacitación y trabajo colaborativo reconocido por el Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, que potencia y promueve el desarrollo económico regional, el talento local, y que tiene como objetivo facilitar el surgimiento de emprendimientos con impacto económico, ambiental y/o social, y la innovación. En los clubes se pueden conocer los proyectos de cada





ciudad y acceder a asesoramiento, capacitación, financiamiento y equipamiento tecnológico.

Gualeguaychú posee un amplio entramado institucional que contribuye en forma activa a promocionar y desarrollar la ciudad y que focaliza su accionar en los sectores e intereses más diversos de la comunidad, propendiendo a su desarrollo endógeno. La participación social en el quehacer de la ciudad por parte de muchas de estas instituciones se entiende como un valor positivo, integrador y enriquecedor, pero que requiere también en muchos casos definir su presencia en la sociedad, ya que en ocasiones aparece como punto negativo los defectos de representación y permanencia que desvirtúan su propio carácter, originados en muchos casos por la superposición de los

objetivos con otras instituciones que motivaron su creación, y con la aparición de intereses propios sobre los colectivos.

La ciudad tiene todos los recursos para construir un ecosistema emprendedor exitoso. Incluso, con los ejemplos de este artículo no se agota la relación y las diferentes fórmulas de participación social, sino que se configuran oportunidades

para que numerosos actores que conforman este modelo de las cuatro hélices local, puedan organizar una red interinstitucional tomando como eje los objetivos de las instituciones ya existentes y la participación, de modo que se optimice el uso de la infraestructura local con la ventaja adicional de fomentar sinergia y catalizar algunas acciones complementarias.



La construcción de nuestro ecosistema emprendedor –tarea en la que varios vecinos de la ciudad ya estamos involucrados–, supone un esfuerzo amplio y mancomunado de la sociedad civil, líderes de gobierno, empresas, educadores, emprendedores, líderes de pensamiento, ONG's, etcétera, a quienes les interesa crear un ambiente donde los jóvenes (y los no tan jóvenes) puedan co-crear un ambiente donde prospere el desarrollo humano. No hay fórmulas fáciles ni recetas infalibles. Pero sí se sabe que focalizarse en áreas estratégicas que sustenten la creación de conocimientos, competencias y otras riquezas locales, es lo que facilita el desarrollo de ecosistemas. 🍷

Marcelo Bonzón
Consejero en CODEGU por
el Colegio de Graduados en
Ciencias Económicas

ASEGURAMOS TODO
LO QUE **QUERÉS**

RUS®

RIO URUGUAY SEGUROS



www.riouruguay.com.ar



3442-65-7777



@riouruguayseguros

EN TODO MOMENTO EN CUALQUIERA LUGAR ESTAMOS PARA ATENDERTE

Nº de inscripción en SSN
0360

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN