



Beneficios de pertenecer: por qué a una empresa le conviene sumarse a una cámara empresaria

Pequeñas, medianas y grandes firmas, de los más diversos rubros, revelan sus experiencias luego de haberse integrado a una institución o entidad que las representa. Sus directivos destacan varios de los aspectos positivos y cuentan si esto les ha permitido crecer en ventas. ¿Cuánto se paga por mes?

Varias empresas forman parte de una, o más, **cámaras y agrupaciones sectoriales**, con el fin de **acrecer su representación e incrementar competitividad y ventas**, por la posibilidad que tienen de acceder a capacitaciones, asesoramiento profesional, rondas de negocios y ferias nacionales e internacionales, entre otros beneficios.

"Pienso que **es importante pertenecer y participar en una cámara porque permite estar actualizado en aspectos formales, como procesos licitatorios, cambios en la legislación y/o reglamentaciones**. Además, posibilita intercambiar puntos de vista con colegas, conocerlos y, sobre todo, encontrar puntos en común que permitan mejorar las condiciones del mercado específico", explica Javier Tomadoni, director de Coin Control, un emprendimiento nacional líder en provisión de tecnologías para el cobro de pasajes en el transporte y otros rubros, que opera a diario en más de 8.000 autobuses.

Esta firma, creada en 1995, se adhirió a CADIEEL, la Cámara Argentina de Industrias Electrónicas, Electromecánicas, Luminotécnicas, Telecomunicaciones, Informática y Control Automático.

Entre los beneficios de pertenecer, Tomadoni dice: "Nos envían, casi a diario, las novedades del sector. También organizan cursos de capacitación, actualización y asesoramiento en varias áreas".

Y complementa: "**Nuestra cámara posee gente idónea y bien dispuesta que atiende diferentes situaciones por las que pasan las empresas. Esto le otorga calidad y experiencia**, que son clave a la hora de encarar caminos difíciles de transitar, como la relación entre el Estado y las organizaciones privadas".

Software y videojuegos

Por otra parte, Three Melons, estudio argentino que desarrolla videojuegos para redes sociales desde 2005, y adquirido por Playdom/Disney hace dos años, integra dos agrupaciones: la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI), y la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina (ADVA).

Esta última no tiene fines de lucro, y está compuesta por empresas e individuos dedicados a la creación de entretenimientos virtuales. Su objetivo es fomentar el desarrollo de esos productos en el país, a través de diversas iniciativas.

Los motivos por los que Three Melons se unió a ellas son muy claros: "**Te encontrás con pares que entienden y comparten tus inquietudes, problemas y situaciones; y buscan soluciones en conjunto para resolverlas**", relata Pato Jutard, fundador y Engineering Manager de la insignia, que posee alrededor de 60 empleados.

En cuanto a la CESSI, es una organización sin fines de lucro que nuclea a las empresas y entidades regionales dedicadas a pensar, producir, comercializar e implementar software y las variantes de servicios relacionadas, en toda la República Argentina. Representa a más de 650 empresas, de las cuales unas 350 son socias directas (nacionales e internacionales), y otras 300 están nucleadas en polos, clusters y agrupaciones regionales asociadas. Actualmente, explica más del 80% de los ingresos del sector y cerca del 80% de los empleos.

Entre las ventajas de pertenecer a una cámara, Jutard sostiene: "**Es una red de contactos con la cual se intercambian problemáticas comunes**. Sirve para aprender unos de otros, y empujar esfuerzos. Además, genera más ventas, se organizan eventos y exposiciones con el objetivo de que las firmas se den a conocer y conozcan potenciales clientes, tanto localmente como en el exterior. Y se crece, en el sentido que uno está más informado y conectado".

A ello, Lucio Galak, CEO de la compañía Microforum International Latin América, especializada en seguridad electrónica, fabricación de pendrives, CDs, desarrollo de software, entre otros, completa: "**Una cámara genera las herramientas comunes a las empresas de una actividad, lo que, a veces, en forma individual es imposible de satisfacer**".

Y el integrante de APYME (Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas) y la Cámara de Comercio Argentino-Canadiense prosigue: "**Si existen problemas de mercado, se toma una actitud corporativa**. Lo mismo en relación a los inconvenientes que pueda tener el sector de manera específica, como con las importaciones, exportaciones, derechos arancelarios, incrementos de precios, competencia desleal, etcétera".

Para concluir: "La finalidad de la Cámara es defender los intereses del rubro y divulgar las acciones de sus asociados, no generar ventas de modo puntual", resume Galak.

Comercios

En el ámbito comercial, un ejemplo de asociación es la cadena de cafeterías gourmet The Coffee Store, surgida en 1998, que se afilió a la Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF), que es el reciente resultado de la unión de la Asociación de Franquicias y la Cámara de Grandes Marcas.

"Nuestro presidente, Sebastián Kantor, es el director de esta nueva entidad y preside el comité de Gastronomía. **Este es el lugar donde se discuten y se configura la agenda** en cuanto a los aspectos críticos de la actividad, con los dos ejes que, en la actualidad, ocupan a las marcas: el **desarrollo de la esfera gastronómica** en el país y, por otro lado, el **fortalecimiento del sistema de franquicias**, sus alcances y desarrollo a futuro", informa Sandra Ojman, directora comercial y operativa de The Coffee Store, emblema que ya cuenta con 38 tiendas en distintos puntos de Capital Federal, Gran Buenos Aires e interior del país.

Y sentencia: "**Las cámaras te permiten compartir intereses, conocimientos y hacer el análisis de las coyunturas y de los movimientos del mercado**, entre colegas, donde hay una competencia legítima, pero predomina el intercambio, el apoyo y el crecimiento del sector. A su vez, facilita estructurar acuerdos comerciales, jurídicos y generales, además de perseguir objetivos comunes que den marco, prestigio y reconocimiento al rubro".

En concreto, la Asociación le ofrece capacitaciones, actividades de actualización, asesoramiento para nuevos temas impositivos o previsionales, entre otras cuestiones. "También se debate la necesidad de una ley de franquicias y de modificar algunas cuestiones vinculadas con los alquileres y sus renovaciones, para preservar los puntos de venta", abrevia Ojman.

Una, dos y hasta tres

Otro referente es Dusen, una empresa de capitales 100% argentinos, con plantas en Cerrillos (Salta) y en General Pacheco (Buenos Aires), que se dedica a la producción, elaboración, molienda y comercialización de especias, condimentos, legumbres y semillas con alto valor nutricional.

Está inscripta en tres grupos: CAEMPA (Cámara Argentina de Especias, Molineros de Pimentón y Afines); UIT (Unión Industrial de Tigre); y en la UIPBA (Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires).

"Las cámaras y uniones industriales les permiten a las pymes **acceder a información actualizada y permanente sobre legislación laboral, oportunidades sobre créditos, programas de modernización, misiones comerciales, asesoramiento sobre normativas ambientales, impositivas y gremiales**", extracta Gabriel Duranti, uno de los dueños de Dusen, proyecto que inició en 2003, con un compañero de estudios del Posgrado en Dirección Empresaria de la Facultad de Ingeniería de la UBA. Hoy tiene 7 empleados y terceriza tanto la logística como lo contable.

Y añade: "A través de la participación en este tipo de instituciones, una empresa puede intercambiar información y experiencias para solucionar problemáticas específicas del sector, **desarrollar alianzas y aprovechar oportunidades comerciales puntuales por acciones conjuntas. Todo ello a un mínimo costo**".

Requisitos

Para integrar una cámara o agrupación empresaria se debe contar con documentación que respalde el negocio ejecutado y **abonar una cuota mensual, que puede oscilar entre 100 y 500 pesos**, dependiendo del rubro y del tamaño de la firma. En varias instituciones grupales se discriminan los aranceles a pagar en proporción a la cantidad de empleados que posee cada asociado.

Así, para afiliarse, por ejemplo, a CADIEEL, la condición es demostrar que la empresa realiza tareas industriales productivas, de acuerdo a lo establecido en el estatuto fundacional del grupo. "El arancel mensual es muy razonable y accesible, incluso para una Pyme. Nosotros pagamos 451 pesos", revela Tomadoni de Coin Control.

En el caso de CEPRARA, para asociarse se precisa "**presentar la constancia de inscripción en AFIP y completar la solicitud de socio**". Por último, abonar una cuota social sumamente accesible, cada mes", compendia Vernazza.

En tanto, Gabriel Duranti de Dusen, indica que hay que amoldarse a los estatutos, registros habilitantes propios de la actividad, disponer de la habilitación municipal, y estar inscripto en AFIP e Ingresos Brutos. "**Los costos no son un factor limitante para unirse**", aclara.

¿Se generan más clientes?

También Tomadoni despeja una duda fundamental: **¿Estar en una cámara genera más clientes?** Según el emprendedor, "la entidad brinda algunas herramientas adicionales que, bien utilizadas, pueden conducir al crecimiento en ventas de las empresas".

Y anexa que: "Más allá que no hemos recibido beneficios tan directos, sí hemos aprendido mucho de la interacción. Por eso, le recomendaría a alguien que quiera sumarse a una cámara que lo haga **sólo si está convencido de que va a participar activamente**", recomienda.

Para Sandra Ojman: "Nuestro público no creo que perciba si pertenecemos o no a una asociación, pero, sin duda, trasciende de manera indirecta. En cambio, **para nuestra red de franquicias es importante**, y para el desarrollo de nuevos franquiciados **da más respaldo** saber que quienes dirigen la empresa están al frente, o lideran, espacios más amplios de discusión y de desarrollo del sector. En otros países sólo se puede ser franquiciante si la Asociación del país lo aprueba", cita.

Gabriel Duranti señala que estar adherido "**crea en el usuario la idea que está frente a una empresa que es reconocida por sus pares**, por cumplir con las condiciones básicas necesarias para desplegar una actividad comercial", piensa. Y aconseja que se crecerá más "en la medida que se participe y se preste atención a la información que estas instituciones brindan a sus asociados".

Y finaliza Pato Jutard de Three Melons/Playdom: "Para sacar provecho de una cámara, uno debe invertir tiempo en ella, concurrir a los eventos, y relacionarse con otros miembros".

Fuente: Iprofesional