

Retos y oportunidades para enfrentar la crisis



En la última década, se crearon más de 230.000 pequeñas y medianas empresas, que, hoy, se enfrentan a un proceso de transición con alertas de posibles turbulencias macroeconómicas. Para conocer los parámetros que marcarán el camino, más de 350 asistentes se dieron cita en el 7mo. Seminario Pymes, en La Rural. Durante la jornada, organizada por *El Cronista Comercial* y las revistas *Apertura e Information Technology*, disertaron referentes como Guillermo Oliveto (Consultora W), José María Segura (PwC), Patricia Furlong (American Express), Andrés Ombrosi (Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Buenos Aires) y Mariano Otálora (Escuela Argentina de Finanzas Personales). Las claves para afrontar los próximos meses.

Macro, la mejor alternativa para tu PYME.

Sabemos de PYMES. Hablemos.

Tenemos una amplia cobertura con más de 460 sucursales en todo el país y las herramientas transaccionales necesarias para agilizar el desarrollo de tu PYME.

- Administración de custodia de valores
- Cheque pago diferido
- Valores al cobro

Tenemos respuestas.

Centros Banca Empresas
0810-555-2112
macro.com.ar

 **Macro**
Tu Banco cerca, siempre

GUILLERMO OLIVETO, CEO DE LA CONSULTORA W

Pymes 3D: obligadas a afrontar la erosión del poder adquisitivo

Un contexto de estancamiento e inflación marcará a fuego el ejercicio en curso. Entre las variables para sobreponerse al fantasma de la 'ciclo-crisis', el especialista recomienda aprovechar el freno y posicionarse para el rebote posterior. Las claves para lograrlo.

Por Rocío Pujol

El histórico ciclo económico argentino inicia con una crisis; continúa con un proceso de recuperación seguida de una etapa festiva de crecimiento; y encuentra su ocaso, con una ineludible desaceleración y recesión, para caer en una nueva crisis. Esta suscita, en el consumidor argentino, la aparición de un paradigma que Guillermo Oliveto, CEO de la Consultora W, define como el "fantasma de la ciclo-crisis".

Con un auditorio colmado de representantes del sector de la pequeña y mediana empresa nacional, Oliveto aseguró que romper este paradigma es uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta el país, ya que esta conceptualización conduce a una conducta empresarial, política, económica y microeconómica cortoplacista.

El análisis sobre el consumo actual y los desafíos a futuro resonaron en el sala Ceibo de La Rural para dar inicio al séptimo Seminario Pyme, organizado por *El Cronista Comercial* y las revistas *Apertura* e *Information Technology*. Bajo la moderación de José Del Río, director Adjunto de *El Cronista* y director Periodístico del grupo de revistas *Apertura*, el responsable de W advirtió: "Venimos de un ciclo expansivo fuerte, en el que hubo oportunidades de negocios más que atractivas, pero siempre bajo el fantasma latente de cuánto durará. Hoy, estamos, en lo que a mi modo de ver, será la peor parte del año respecto a la estanflación", resaltó.

El registro de este fenómeno de estancamiento tuvo un punto de partida en el año 2012 cuando el Gobierno rompe relaciones con Hugo Moyano y la CGT se quiebra. Según el consultor, en esos momentos y durante tres meses, el desfasaje en el equilibrio que requieren inflación y salario provocaron una transición en la que los precios nuevos convivieron con los sueldos viejos. Esto motivó que la gente re-



Guillermo Oliveto, CEO de Consultora W (izq.), en el primero de los paneles del seminario Pyme, que fue moderado por José Del Río, director Adjunto de *El Cronista Comercial* y director Periodístico del grupo de revistas *Apertura*.

“ Para este año, la proyección de inflación y de paritarias puede generar que, por primera vez en la década de gestión de este Gobierno, haya una pérdida de 3 o 5 puntos en el poder adquisitivo de algunos sectores. ”

significara el peso de la inflación que, hasta entonces, no había llegado al consumo por acción de elementos compensatorios, como la suba de la economía del 7% al 8%, la reducción del desempleo del orden de los 17 puntos (2002), los incentivos al consumo y la política social.

"Para este año, la proyección de inflación y de paritarias puede generar que, por primera vez en la década de gestión de este Gobierno, haya una pérdida de 3 o 5 puntos en el poder adquisitivo de algunos sectores", adelantó Oliveto.

Para un país que se anuncia de clase media, una baja en el

Las presidenciales 2015 y las perspectivas de consumo

"El año 2015 será mejor porque es año de elección. La Argentina se juega la próxima década y el próximo modelo económico", destacó Guillermo Oliveto, CEO de W. Para el consultor las presidenciales por venir son tan importantes como las de 2003. "Hoy, el discurso político pasa por tratar de plantear, con más o menos matices, lo que creo que será la palabra para la Argentina que viene: el desarrollo", consideró Oliveto. Quien esté al mando del sillón de Rivadavia deberá saber aprovechar las posibilidades que se le presentan en el marco global. "No sabemos si siempre los precios de la soja serán u\$s 550, pero sí se esperan precios altos de los *commodities* a futuro. Se proyectan 2.000 millones de habitantes, principalmente en los países de Asia y África; esa gente necesita comer y somos expertos en generar alimentos", señaló el CEO. Recordó que dos de los elementos más relevantes para mejorar las expectativas implican romper con el fantasma de las ciclo-crisis y la confianza. Al respecto, el analista indicó que 7 de cada 10 argentinos creen que el país tiene una oportunidad muy interesante para 2030.

poder de compra es un golpe significativo en el colectivo social, recordó el especialista. Para ilustrar la influencia y relación entre consumo y política, invitó a analizar los dos últimos ciclos antagónicos de mayor tiempo en el poder, el menemismo y el kirchnerismo, ambos dispares en múlti-

ples cuestiones ideológicas y políticas pero conectados por el consumo. "Cada uno, a su modo creyó solventar un problema y terminó con un costo colateral. Menem, resolviendo la inflación con la convertibilidad; Kirchner, el desempleo con un rápido crecimiento económico. La consecuencia

EL DATO

70%

de las ventas de consumo masivo, en 2013, lo ocupaban marcas líderes, según Consultora W. La firma proyecta que, en 2014, los consumidores tratarán de optimizar el dinero. "No quieren volver ni de casualidad a la memoria del 2001-2002", resumió Guillermo Oliveto.

www.pwc.com/ar

Celebramos que un acuerdo de palabra siga teniendo el mismo valor. Celebramos la inteligencia

pwc

BPwC_Argetina | /PwCArgetina | /PwCArgetina

Auditoría, Asesoramiento Impositivo y Legal, Consultoría.

Contactos
gabfo.boruchowicz@ar.pwc.com
claudia.coppola@ar.pwc.com
Área de Asesoramiento a PyMEs



Guillermo Oliveto recomendó no olvidar que, para 2015, la oportunidad para la Argentina seguirá vigente.



Cerca de 350 asistentes participaron de la séptima edición del Seminario Pyme.

de uno fue el desempleo y la del otro la inflación". No obstante, Oliveto también recordó que los dos ex presidentes entendieron que la mejor manera de hacer al país gobernable era sacando a la gente de la calle y llevándolos a los *shoppings* o supermercados.

En la última década, el Gobierno hizo foco en la variable del empleo para dar poder adquisitivo, poder de compra y consumo. "Esto genera un pacto en el que yo te doy gobernabilidad y después te doy voto. En 2011, funcionó muy bien -continúo Oliveto- si uno mira la evolución del índice de

“ Las personas vuelven a ahorrar ahorrando. Cuidan el dinero, sacando un plazo fijo, que está al nivel razonable de la inflación, y vuelven a comprar algunos dólares. ”

confianza de los consumidores, que mide la intención al consumir, y el índice de confianza del Gobierno, que mide opinión sobre la gestión oficial. Las curvas funcionan en espejo: cada vez que sube la confianza del consumidor, se incrementa la confianza en el Gobierno", indicó.

El escenario que el consultor prevé para 2014 sería similar a 2009, en el que se retrajo el consumo de bienes durables, mientras el mercado de consumo masivo se sostuvo con un *retail* que dio marcha a una maquinaria de estímulos, ofertas y promociones.

En marzo, las caídas del 35% de la industria automotriz,

45% en motos, entre 7 y 10% en tecnología, y, entre el 2 y 3%, en *shoppings* llevó a que el especialista haga la siguiente parábola: "Este año, es una especie de partido en altura, cero a cero es negocio. Mi proyección es que supermercados termine 1 o 1,5% arriba. Pero si empata no sería un mal resultado". Otro tema a analizar es el proceso de contracción. Según el experto, hay categorías que están casi sobre-estocadas porque hubo mucho consumo en los años previos. "Hay que dimensionar de qué se trata la caída, pero, sobre todo, ver sobre qué plataforma

Los parámetros que marcan la demanda

Para Guillermo Oliveto, presidente de la Consultora W, algunos de los puntos que se deberán tener en cuenta para entender el consumo que se viene son:

- 1. Anabólicos para el consumo.** Una vez que se acostumbró a los compradores a los descuentos y promociones estos son difíciles de retirar. Aunque no se consigan márgenes de ganancias esperados, el volumen permite cubrir los gastos fijos para evitar pérdidas.
- 2. Los descuentos no avergüenzan.** El consumidor está en una posición en la que no entiende que el dinero no alcanza para costear la calidad de vida que tenía y quiere mantener. Por eso, pagar menos, mediante el uso de promociones, ya no es como en otra época vergonzante.
- 3. Precios Cuidados.** Algunos empresarios están notando que no sumarse al plan implica perder competitividad. Para Oliveto, los proveedores registraron, en los productos integrantes de la lista de Precios Cuidados, subas del 500% o más. "Desde el punto de vista técnico, Precios Cuidados es la campaña de comunicación más potente y una de las mejor implementadas en el país", aseguró el consultor. Las exigencias del escenario comunicacional moderno exigen hacer marketing 360° para tener mayor oportunidad de influir en el hábito del consumidor. "En el canal tradicional, sobre todo en autoservicios, la caída del volumen es significativa. Hay una transferencia de consumo de los canales de cercanía a donde, de alguna manera, la campaña y el Gobierno te dice "compra ahí, que te cuidan los precios", aunque ello implique dirigirse a un local más lejano.
- 4. Tendencia del *proximity*.** Los consumidores ya no quieren pasar toda una tarde recorriendo las interminables góndolas de un hipermercado. El resultado es, por un lado, el crecimiento del *e-commerce* y, por el otro, la aparición de un formato de *retail* hacia un modelo de almacén de barrio que les da mayor capilaridad y capacidad de competencia con los *discount*, que surgieron luego de la crisis.
- 5. Los peores meses del año.** En los últimos años, marzo, abril y mayo terminarán siendo los peores meses. Así fue, en 2012 y 2013, y es altamente probable que lo sea en este 2014. Con la gran diferencia de que cuando entraba salario nuevo más el aguinaldo, el mercado recuperaba oxígeno muy rápido y después terminaba arriba de la inflación. "Hay que ver qué pasará este segundo semestre. Creo que estamos en un escenario de alta inflación, con un consumo bastante frío que vemos en varios sectores de la economía", dijo.

se trabaja; porque lo que esto marca es una economía más fría aunque todavía con una dinámica donde se pueden hacer negocios".

Para cerrar, Guillermo Oliveto habló sobre las tasas a créditos personales, que permitirían que las personas vuelvan a cuidar el dinero vía plazos fijos para quienes no tienen conocimiento de las técnicas más sofisticadas de inversión como comprar bonos o acciones. "Se vuelve a ahorrar ahorrando y eso se siente en la retracción de bienes durables y moderada en productos de consumo masivo", cerró Oliveto. El aplauso de la audiencia dejó en evidencia el interés de un empresariado pyme necesitado de respuestas.

EL DATO

1,5%

crecería el sector supermercadista este año. El segmento de bienes durables, en dirección opuesta.

EL DATO

35%

cayó la industria automotriz en el mes de marzo. El sector de motos acusó una reducción de 47%.

Llegó la **comunidad** a la medida de tu empresa.



Comunidad
PYME

¡SUMATE YA! www.lan.com/empresas

LAN 
Empresas



MARIANO OTÁLORA, DIRECTOR EJECUTIVO DE LA ESCUELA ARGENTINA DE FINANZAS PERSONALES

Adaptación: la fórmula para anticipar un futuro promisorio

Entre las medidas para superar el año, diversificar la inversión sin necesidad de incrementar la capacidad instalada se presenta como una de las principales. La otra: identificar productos innovadores, que ya se producen en el país.

Por Facundo Sonatti

La economía argentina es como un avión que despegó, tomó vuelo pero, ahora, entró en una zona de turbulencias donde hay que agarrarse fuerte. Con esta metáfora, Mariano Otálora, director Ejecutivo de la Escuela Argentina de Finanzas Personales, resumió el presente argentino. "Así está el empresariado argentino, que escucha muchos consejos pero no concreta grandes inversiones", agregó el también autor de *Amor, sos la inversión de mi vida*, su último libro.

Otálora explicó que, más allá de la cuestión temporal, el corto y largo plazo se diferencian por el precio. En el corto plazo, se evalúa si algo es caro o barato. En la inversión, pasa lo mismo. En cambio, a largo plazo, hay que mirar más allá del precio, resaltó el especialista. "Por ejemplo, un inversor que busca un lote analizará el potencial de esa superficie en materia de desarrollo a futuro y, en base a ello, considerará cuánto debe pagar por el mismo", graficó

En el medio de la turbulencia que atraviesa la economía local, el especialista propone una serie de oportunidades de inversión para el empresario pyme: acciones de empresas extranjeras con fuerte perfil innovador y vinculadas a la tecnología; en papeles de empresas argentinas, fuertemente devaluadas; y la mayor cantidad posible de préstamos



Mariano Otálora, director Ejecutivo de la Escuela Argentina de Finanzas Personales.

subsidios.

"El crecimiento demográfico continuará ascendiendo en el mundo y la demanda de alimentos, materia prima, energía y tecnologías acompañarán esa expansión", dilucidó el futuro el especialista. Al analizar estos factores, destacó el desarrollo de la tecnología en los últimos 30 años.

"Ese desarrollo tiene un factor determinante para el futuro de los países. Pero, a su vez, el crecimiento negativo en el índice de natalidad -realidad que deberá enfrentar la Argentina, a partir de 2028- posibilitará que, en los próximos 15, 20 o 50 años, convivan mayor cantidad de generaciones", agregó, apoyado en la teoría de que la ciencia ayudará a aumentar las expectativas de vida. En este proceso vertiginoso, que, según el expositor, ya comenzó, muchas pymes desaparecieron porque no supieron adaptarse y esto continuará de esa forma en los próximos años.



En el break, se aprovechó para recuperar fuerzas de la catarata de datos.

Casos testigos

En la película Forrest Gump, se relata que, a principios de 1976, el teniente Dan invierte una importante cantidad de dinero en lo que pensaba que era una empresa 'frutera'. En realidad, apostó al proyecto de Steve Wozniak y Steve Jobs. Forrest explica que Dan invierte sus beneficios de la compañía Bubba-Gump en Apple y le asegura que "no tendrá que

“ En Amsterdam, fueron más allá y construyeron un edificio con los materiales que permite generar este tipo de impresoras a gran escala. La práctica puede servir incluso para resolver problemas locales. ”

El divorcio, en una empresa familiar

"La mujer con dinero es muy compleja", indicó el panelista en su presentación a modo de introducir un tema más que delicado que afecta, en gran parte de los casos, a las empresas familiares. Otálora comentó que, cuando se llega, a la instancia de divorcio, muchos hombres, previamente, esconden parte de sus ingresos para no tener que ceder el verdadero 50% de lo ganado. "Esto sucede porque el amor está devaluado al corto plazo. Por eso, un motivo de los divorcios suele tener como desencadenante el problema financiero: falta dinero o no podemos ponernos de acuerdo con lo que tenemos", remarcó.

P L A N D E P A G O S

50% DE DESCUENTO. HASTA EL 31 DE MAYO.

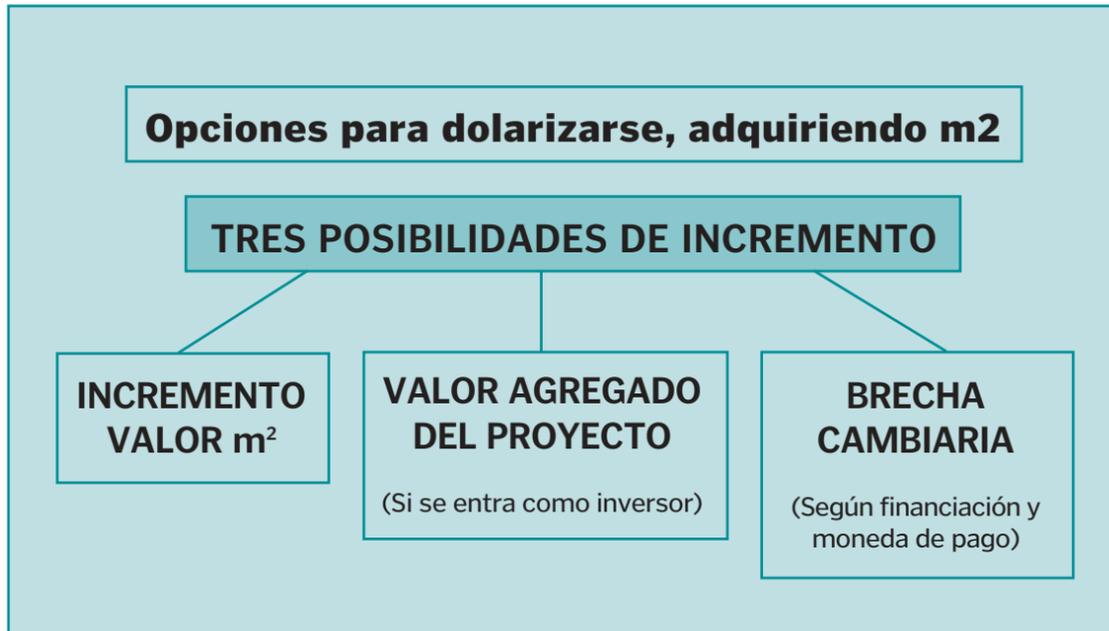
LOS MAESTROS COBRAN, ARBA TIENE QUE COBRAR.

www.arba.gov.ar - 0800-321-ARBA(2722)



Arba

BUENOS AIRES
ACTIVA
COMO NUNCA



El precio de las propiedades: largo allá, corto acá

“Hablar de corto o largo plazo es relativo según a qué país nos referimos. En los países desarrollados, una política de corto plazo significan cinco años, acá ya o mañana”, señaló Mariano Otálora. El especialista comparó el precio de las propiedades en dólares: en 1999, rondaban los u\$s 1.000 por m² y cayeron a u\$s 600, después de la crisis, en 2002. “Sólo los que tenían dólares ahorrados se beneficiaron con la compra de esas propiedades. Porque, en pesos, las propiedades incrementaron su valor hasta un 80% hacia 2003”, explicó. “Cuando se dan procesos de apreciación de la moneda, las propiedades tienden a aumentar los precios de las propiedades”, agregó.

La última devaluación que vivió el país fue la más grande de la historia argentina, en un contexto de estabilidad económica. Cuando el peso se devalúa, las propiedades tienen a aumentar en esa moneda. Sin embargo, en el contexto actual, las propiedades no tienen mucho margen de corrección e, incluso, dependiendo de la oferta y la demanda, pueden tender mínimamente a la baja.

volver a preocuparse por el dinero”. Otálora graficó en números: si el teniente invirtió u\$s 50.000, hoy, esa cifra representaría más de u\$s 6 millones. Y agregó el caso de Microsoft a la escena, que mostró una rentabilidad del 37.000% desde su salida a la Bolsa, en 1986.

Para el especialista en finanzas personales, categorías de empresas como las vinculadas a las impresoras 3D y los *drones* representan grandes oportunidades porque tienen un fuerte componente de innovación. “En el caso de las impresoras 3D, su precio es realmente accesible (200 euros), a tal punto que cualquier persona puede imprimir, hoy, en el hogar y desde su computadora, gran parte de los pro-

“ El acceso al crédito internacional, la caída del Riesgo País y la intervención del Estado influirán para que esto siga o genere un despegue. ”

ductos en circulación, sin importar el material. Por ejemplo, en los Estados Unidos, una persona ‘imprimió’ las partes de un arma de fuego y pudo disparar con ella”, resaltó. “En Ámsterdam, fueron más allá y construyeron un edificio con los materiales que permite generar este tipo de impresoras a gran escala”, agregó. El experto resaltó que la práctica puede servir para solucionar parte de los problemas loca-

les: productos que no se pueden importar se podría fabricar con estos equipos.

Por su parte, los *drones* representan pequeños aviones no tripulados, con cámaras incorporadas. “En los Estados Unidos, la inversión más fuerte en estos dispositivos está relacionada al desarrollo militar”, recordó Otálora y agregó que la firma de *e-commerce* Amazon testea utilizar estos equipos para la entrega de sus pedidos.

También, admitió que no todos reconocen una oportunidad en estas industrias. “Hay dos tipos de inversores: los optimistas y los otros. Los primeros creen que habrá una impresora 3D en cada casa. Los pesimistas creen que esto es sólo una moda”. Cabe recordar que los dispositivos, de bajo costo, ya se producen y comercializan en el país.

Crisis es oportunidad

Hoy, todos los bancos que cotizan en la Bolsa porteña valen alrededor de u\$s 9.000 millones, es decir, un cuarto del valor de una sola entidad brasileña. “Tales cifras evidencian que el precio de las acciones de las empresas está devaluado y, por ende, tienen un alto margen para crecer”, adelanta Otálora, que respalda, su postura en un contexto sólido del financiero local, libre de dólares en sus depósitos, con alta rentabilidad y préstamos de corto plazo y bajo riesgo. “El acceso a los mercados internacionales de crédito, la caída del Riesgo País y la intervención del Estado son factores

NÚMEROS

35.000

son los millones de dólares que -como mínimo- deben alcanzar las reservas del Banco Central para aspirar a un crecimiento del 2,5% del PBI.

9.000

son los millones de dólares que valen todos los bancos cotizantes del mercado argentino *versus* u\$s 36.000 millones de una sola entidad en Brasil, comparación que resalta lo devaluadas que están las empresas argentinas.

37.000%

es la expansión que experimentó la acción de Microsoft desde 1986, cuando la firma se hizo pública. Un ejemplo del potencial que tienen las firmas tecnológicas.
(Fuente: Mariano Otálora)

que influirán para que esto siga o permita un despegue en los valores”, dijo.

Deuda barata

Otra oportunidad para los empresarios locales es endeudarse a tasas negativas con respecto a la inflación. “Pueden tomar la mayor cantidad de créditos a tasas subsidiadas. Pero no para aumentar la capacidad instalada, sino crecer en innovación y desarrollo, modernizarse y bajar los costos operativos. Porque es sabido que ningún avión caerá por una turbulencia, sólo hay que pasar el momento”, aconsejó el especialista. Para cerrar, pronosticó, en términos macroeconómicos, que el país no volverá a crecer por encima del 2,5% si no tiene al menos u\$s 35.000 millones en las reservas del Banco Central.



La solución a múltiples funciones.



MULTITASKERS

Simplificamos el manejo de su Negocio

PATRICIA FURLONG, VICEPRESIDENTE Y GERENTE GENERAL DE GLOBAL CORPORATE PAYMENTS DE AMERICAN EXPRESS

Los dolores del crecimiento

El pequeño empresariado debe apostar a solventar tres etapas para lograr un estado de madurez corporativa. El principal camino para lograrlo pasa por el financiamiento. Las claves de un proceso que afronta gran parte de las pymes argentinas.

La Argentina tiene un alto porcentaje de volumen de negocios en el segmento pyme. El potencial de tal aglomeración motivó, en 2013, a la unidad de *Global Corporate Payments* de American Express a realizar un estudio para investigar cómo son y funcionan las pequeñas y medianas empresas del país. Según gráfico Patricia Furlong, vicepresidente y Gerente General de esta unidad de negocios, la iniciativa reveló que el ADN de las pymes en etapa de desarrollo exige generar capacidad para adaptarse a las necesidades del mercado. "Tienen que ser flexibles para afrontar oportunidades y amenazas, que se le vayan presentando en el camino; ser evolutivas, cumpliendo metas y objetivos", enumeró la ejecutiva, en el marco de su presentación en el séptimo Seminario Pyme.

Furlong explicó que las necesidades de las firmas surgen de lo que denominó como sus "dolores de crecimiento". Estos están relacionados con la evolución de las variables: facturación, personal e infraestructura.

El primero -la facturación- genera un incremento de las actividades administrativo contables, movimiento de recursos y demanda de proveedores y servicios, resaltó la experta. El segundo dolor de crecimiento es el aumento del personal: este impulsa un aumento de la fuga de recursos y solapamiento de actividades. Finalmente, el tercero es la infraestructura: cuando crece, suben los gastos y surgen necesidades de asegurar los activos fijos, indicó Furlong.

Una de las claves para dar el salto, sin tener que pasar por ese proceso, es el financiamiento,



Último chequeo, antes de entrar a la presentación.



Patricia Furlong, vicepresidente y Gerente General de Global Corporate Payments de American Express, marcó el principal reto que vive el sector pyme.

La evolución del sector pyme

- Más de **600.000** empresas pertenecen al segmento pyme contra 1.500 a 2.000 grandes empresas locales e internacionales.
- Unas **230.000** pymes fueron creadas, en la última década, de las cuales el **60%** fueron creadas por jóvenes emprendedores.
- Representan el **60%** del empleo. Generaron **2,8** millones de puestos de trabajo en los últimos 10 años, con 500.000, en empresas industriales.
- Participan del **45%** de las ventas totales y **60%** del PBI del país.
- El **80%** son del segmento microempresas, el **13%** son firmas pequeñas y el **2%** son empresas medianas, de acuerdo a cómo se van conformando en cada industria los niveles de facturación.

(Fuente: American Express)

reconoció la ejecutiva. Destacó que, particularmente, para el sector pyme argentino es fundamental contar con fuentes de recursos externas, que permitan enfrentar las necesidades inmediatas y, al mismo tiempo, saber demostrar solvencia financiera, ya que esta permite obtener créditos cada vez más grandes y

continuos en el tiempo. Además, tales fuentes de recursos habilitan a las firmas para optimizar el nivel de endeudamiento, pagar menos intereses y adquirir mayores deudas, sostenibles en el tiempo. "Por eso, creemos que el financiamiento es clave para mantener el equilibrio y procesos de cambio", resumió.



La audiencia con asistencia perfecta, en el panel, en el cual se presentaron los datos de la reciente investigación de American Express.

"Se crece siendo formal, eficiente y sólido"

Las pymes nacionales quieren jugar en las grandes ligas, es decir, alcanzar un estadio de madurez, según datos de American Express. Sin embargo, el proceso deberá pasar por un camino claramente definido, que no siempre es parte de los objetivos pyme en la Argentina actual. "En el mercado, madurar significa aumentar el valor de la empresa y se crece siendo formales, eficientes y alcanzando solidez, competitividad y reconocimiento", destacó Patricia Furlong.

Esto implica que el emprendedor ordene sus procesos para trabajar en una proyección analítica de crecimiento, a través de diferentes políticas como las de gastos, de inversión o fiscales. En ese tiempo, el foco deberá estar puesto en un punto: el control. "En la medida, en que las empresas crecen, estas necesidades de control empiezan a tener un rol más preponderante. Hoy, todo lo que tenga que ver con el control de gastos, de financiación de ejecución es la clave", aseguró Furlong.

Si se pasa con éxito la etapa de formalidad, el empresario llegará al siguiente nivel de crecimiento en el que deberá simplificar la ejecución de sus actividades, tareas y funciones para volverse una pyme más productiva y con menos inversiones en espacio y recursos. En este sentido, quizás uno de los desafíos actuales es mantener la solidez, es decir, contar con un capital para invertir y gastar con infraestructura y recursos humanos que permita sustentar este crecimiento y volverse competitivos.

EL DATO

40%

de las pymes argentinas se concentra en la zona CABA y GBA. Es decir, en menos del 3% del territorio nacional. Aglomerados por industria, se encuentran polos, como en Rosario, Mendoza o Córdoba. Otro ejemplo es el agro: sus firmas se ubican en ciudades de Santa Fe y en las provincias de Córdoba y Buenos Aires.

Transforme su negocio con Ricoh



RICOH
imagine. change.

Ricoh Argentina S.A.
Pedro Goyena 3394
Tel. (011) 47118000
www.ricoh.com.ar

JOSÉ MARÍA SEGURA, SOCIO DE PWC ARGENTINA, EN EL ÁREA DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA Y SERVICIOS DE ECONOMÍA

“Será promisorio tener mucho cuidado en los aspectos financieros”

En un contexto recesivo, se alargan los plazos de cobros. Las tasas de interés son altas y financiar el capital de trabajo resulta costoso. Para superar el desafío, el camino pasa por preservar el capital de trabajo y el nivel del stock. Las causas que marcan el presente.

En el marco del séptimo seminario pyme, el Socio en el área de Precios de Transferencia y Servicios de Economía de PwC, José María Segura, expuso un marco histórico económico para comprender el escenario a corto plazo. El punto de inicio fue la salida de la convertibilidad y la crisis de principio de siglo, momento en el que Argentina implementó un modelo de superávits gemelos, fiscal y externo, que desembocó en una suerte de desequilibrios. De estos, el primero, se dio en el sector energético; el segundo, en la infraestructura pública, para la cual el Estado incrementó los subsidios; y el tercero en cuanto a la decisión política frente a la entrada de flujos de capitales para que, a través del Banco Central, se compre el excedente de dólares.

A partir de 2007, no encarar la situación llevó a un contexto de desconfianza en la economía, de fuga de capitales, de caída de las reservas y presiones sobre el tipo de cambio, entre otros.

Para no caer en crisis, a fines del año pasado y principios de este, el Gobierno trató de corregir la situación, recordó Segura. Implementó una batería de medidas a partir de una devaluación inesperada. La pretensión era efectuar una devaluación no anticipada en el mercado, para que cambiaran las expectativas y renazca un poco la flexibilidad para que pequeños ahorristas puedan comprar dólares. “El objetivo: descomprimir el mercado paralelo del dólar y tratar de achicar la brecha. Juntamente con esta medida, se toman medidas que obligan a los bancos a desdolarizar sus portafolios”, afirmó Segura.

Las perspectivas

En este contexto de restricciones, parecería haber un equilibrio parcial que encuentra al país en la primera parte del año con un fuerte ingreso de divisas por la liquidación de las exportaciones de los productos agrícolas y un mercado cambiario equilibrado, con un nivel de inflación todavía creciente. La pregunta es: ¿cuáles son las perspectivas a futuro? El experto de PwC presentó tres alternativas posibles.



José María Segura, socio de PwC Argentina, durante la presentación.

La primera es un escenario - el menos probable - de un plan macroeconómico integral, que permita coordinar las expectativas y tras un breve período recesivo, la inflación converja en equilibrio de los precios relativos y se vuelva a reactivar la economía. Consiste en alcanzar el equilibrio en las variables monetarias y fiscales, esta última la más desnivelada hoy en día. “Mientras no se corrija esta variable, la política monetaria no puede ser autónoma”, indicó el analista. Si no se obtienen financiamiento para estos desequilibrios, quién va a tener que poner el dinero es el Banco Central vía emisión de pesos.

El segundo entorno, que también luce poco factible, es el de una crisis total al estilo 2001/2002. Finalmente, el tercero, que sí parecería ser viable, es aquel horizonte en el que se apliquen ciertos ajustes, tanto monetarios como fiscales. Prueba de esto son los incrementos en el precio de los cigarrillos (21%), pasajes aéreos (12%) y en el boleto de tren de la remodelada línea San Martín (100%), que se anunciaron en el boletín oficial de principios de mes y que representan el mayor aumento desde 2001.

“Probablemente tengamos costos en términos del nivel de actividad y niveles de inflación que van a estar por encima de la media de la región. El impacto en el negocio de una pyme será poco-mucho, en control de costos y rentabilidad del lado económico. Y será necesario que tengan mucho cuidado en los aspectos financieros”, aconsejó José María Segura.

“No veo un escenario donde haya un enfriamiento de la economía más allá de lo necesario para contener las presiones sobre el nivel de precios.”

En un contexto recesivo se alargan los plazos de cobros y hay que tener en cuenta el capital de trabajo y el nivel de stock, porque las tasas de interés son altas y financiar el capital de trabajo generalmente resulta costoso.

Tendencias que prometen

En socio de PwC, José María Segura, compartió las macro-tendencias que cambiarán la economía en los próximos 20 a 30 años.

1. Urbanización en aumento

Para 2050, la población urbana mundial crecerá un 72%. El principal impacto estará en el crecimiento de la infraestructura (edificios, caminos, comunicaciones). Palear tal necesidad, requerirá más energía.

2. Crecimiento demográfico

África liderará la tendencia, con tasas de crecimiento que superarán un 3%. En otras regiones, se prevé un aumento poblacional del 1% o en tasas negativas (China). La población mundial envejecerá: en 1950, los sectores mayores a 60 años representaban el 8% y, en 2000, un 10%. En los próximos 20 años, se duplique la tasa.

3. Demanda de recursos

Para 2030, se espera un aumento de las necesidades de energía en un 50%; de agua (40%) y de alimentos (35%). Si crece la población más rápido que la tasa de productividad se generarán períodos de precios altos.

4. Otro poder económico

Los países emergentes seguirán adquiriendo peso. Si, en 2009, generaban un 70% del PBI de las economías desarrolladas, para 2050, superarían el 100%.

5. La tecnología atravesará todas las industrias

La tecnología generará empresas y actividades, que competirán con las tradicionales. Asimismo, incrementará la productividad en las industrias maduras, al permitir la deslocalización de recursos y nuevos canales de acceso a los consumidores.

EL DATO

40%

crecerá el déficit fiscal en su comparación interanual, según las proyecciones de los expertos.

ANDRÉS OMBROSI, JEFE DE GABINETE DEL MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Una provincia que quiere más pymes

El funcionario del Gobierno bonaerense presentó un conjunto de iniciativas relacionadas, que buscan motorizar el desarrollo del mayor mercado del país, en población, extensión y exportaciones. Los números que hacen al 37% del PBI de la Argentina.

La meta es clara para el Gobierno de la mayor provincia argentina: que los productores puedan agregar valor en origen. "Es decir, que el productor agropecuario de soja, pueda abastecer un criadero de cerdos y así poder exportar proteínas con valor agregado al mundo", resumió Andrés Ombrosi, jefe de Gabinete del Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología de la provincia de Buenos Aires, que acudió al séptimo Seminario Pyme, en representación de su ministro, Cristian Breitenstein.

Su alocución hizo hincapié en que la provincia presenta 790 localidades de menos de 30.000 habitantes, dotadas de toda la infraestructura (cloacas, rutas, servicio eléctrico) para el desarrollo industrial. Por su parte, la región cuenta con 10 puertos, por los que se canaliza el 35% de las exportaciones del país, y 18 universidades como complementos para facilitar el desarrollo de las pymes exportadoras (ver recuadro).

La banca

"Todas las líneas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas están estructuradas por el Banco de la provincia de Buenos Aires (Bapro). Nosotros tratamos de complementar los programas que el banco encara aportando líneas que cubren las necesidades de las empresas y, en algunos casos, como el Plan Inversión Productiva (Ex Plan Fuerza Pyme), intentando subsidiar la tasa, que en este caso representa un aporte del 3,5%", explica el funcionario en su rol de expositor.

La Provincia tiene un programa que se denomina Buenos Aires Integra, recordó el funcionario, que consiste en un cuerpo de asesores que visita las localidades del interior para dialogar con los empresarios pymes y luego el asesoramiento continúa de manera telefónica. "Se lo acompaña o asiste en lo que necesite hasta que pueda concretar su proyecto, ya sea un nuevo negocio o la ampliación de su planta productiva", indicó Ombrosi. Por ejemplo, para acceder a la tasa



Andrés Ombrosi, jefe de Gabinete del Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología de la provincia de Buenos Aires (izq.) y José Del Río, director Adjunto de *El Cronista Comercial* y director Periodístico del grupo de revistas *Apertura*.

(17%) del Consejo Federal de Inversiones, los requisitos se definen entre: ser pyme, el patrimonio de quién solicite el crédito debe duplicar el monto solicitado, y una garantía por el 130% del préstamo.

Según datos oficiales, lo que más le cuesta a las pymes en este tipo de solicitudes es "ordenar las carpetas". "En pocas palabras, cuando se chequea el último pago de ganancias, los números no cierran con el monto de deuda que pretende tomar el empresario", señaló. "Nosotros tratamos de colaborar en poner los números en orden", agregó el funcionario. Sin precisar porcentajes, Ombrosi reconoció que el nivel de aceptación de las solicitudes para financiamiento es alto, en gran medida porque se los asiste para que accedan al crédito. "A su vez, chequeamos que esas tasas subsidiadas se utilicen para cubrir el verdadero motivo del préstamo porque muchas veces los montos terminan siendo utilizados en cuestiones personales", señaló.

Una carga pesada

La provincia de Buenos Aires, que tiene 307.571 km² de superficie -similar a la extensión de países como Polonia e Italia-, concentra el 37% del PBI de la Argentina. "Hoy, el 65% de los re-

Una oportunidad del otro lado de la frontera

Históricamente las Ferias internacionales fueron un canal de oportunidades para concretar negocios. "Hoy, siguen vigentes, pero la provincia busca fijar convenios particulares con, por ejemplo, la Región Centro de Chile o el Sur de Brasil, para escapar de las grandes ferias y lograr acuerdos bilaterales", señala Andrés Ombrosi, jefe de Gabinete del Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología de la provincia de Buenos Aires. "Pronto se anunciará una reunión de la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), en Montevideo, donde participarán pymes de toda América latina, con el objetivo de que sea entre firmas pares y equilibradas en materia de facturación", adelantó.

cursos tributarios financian el presupuesto anual de la provincia versus menos del 40% de una década atrás", apuntó,

En cuanto a la evasión, reconoció que el trabajo de ARBA, que busca a los evasores para que regularicen su situación, es muy valorado porque de otro modo siempre la mayor carga (impositiva) cae sobre los que cumplen, y eso no es justo. Por eso, la directiva del gobernador, Daniel Scioli, es no ir con nuevos impuestos por aquellos que ya están sino sumar a los que están evadiendo", aseguró.

En base a los últimos datos de ARBA, entre las pequeñas y medianas empresas se da el mayor nivel de evasión. Un informe de

“La presión tributaria y la evasión van de la mano y se retroalimentan.”

la Fundación Observatorio Pyme complementa esta información y asegura que el 78% de la informalidad laboral-fiscal se da en empresas que tienen entre 100 y 200 empleados y alcanza el 55% en las microempresas.

Para finalizar, el jefe de Gabinete propone que no se asusten tanto ante el proceso de regularización y asegura, que acercarse a ARBA y la AFIP, les resultará beneficioso para luego acceder a préstamos más importantes.

