



Artículo: LA VOZ DEL INTERIOR 27.12.09

Después de sobrevivir, salir con cautela

**Textiles y salud fueron favorecidas / La metalmecánica mejoró al final/
En 2010, invertir con cuidado, profesionalizar y monitorear la crisis social**

Por Diego Dávila
ddavila@lavozdelinterior.com.ar

Fue un año difícil de entender en todos los órdenes y, particularmente, en el empresario. Mientras todos esperaban la caída generalizada de la actividad, el balance final muestra negocios con bajas considerables, en otros ventas similares a 2008 y al mismo tiempo algunos que dejaron de crecer.

Por un lado, el mercado siguió concentrándose. En 2009 hubo dos hechos de impacto local: La internacional Makro cerró la compra de Roberto Basualdo e inició la de Tarquino, con lo que suma una participación del 30 al 40 por ciento del mercado mayorista local.

Entre las grandes superficies se destacó la apertura del hipermercado Carrefour en Villa Allende, lo que muestra que el supermercadismo está encontrando el nivel de saturación local.

Las grandes beneficiadas fueron las firmas vinculadas con la salud, ya que la gripe A (H1N1), entre otras enfermedades, elevaron la demanda de productos (como los de Porta y Savant Pharm) y de servicios.

El sector metalmecánico, entre tanto, empezó 2009 con muchos problemas y terminó trabajando a niveles récord gracias a la demanda de Brasil, lo que se trasladó a algunas autopartista. Una muestra fue Renault, que anunció un plan de inversiones por 500 millones, mientras que Fiat trabaja al tope de su capacidad.

El sector textil también creció 20 por ciento con relación al año pasado, beneficiado por la política de cierre de las importaciones implementado por el Gobierno nacional.

Muchas empresas entienden que vender más no permite mejorar la rentabilidad; no pocas eligieron bajar sus costos y reducir la rotación de su personal, aun cuando eso signifique no crecer durante el 2010. Javier Genero

Cómo enfrentar el nuevo año

David Levisman: “2010 es más alentador, pero hay que chequear la evolución del dólar y la inflación. Es recomendable la inversión para mantener la competitividad. El mundo todavía está en recomposición y no logó sacarse de encima la crisis. En Argentina, la tasa de riesgo es alta”.

Walter Brizuela: “Lo que sucedió en 2009 obliga a analizar cómo está “apalancado” el negocio, si el modelo sigue funcionando y cómo está actuando la gestión. Hay que monitorear esta creciente crisis social y política, los factores que más afectan al consumidor”.





Oscar Piccardo: “Será un año de más confianza económica, pero hay que tomarlo con moderación. El crecimiento será de ciclo corto por las elecciones en 2011, impulsado por la reactivación del campo y la de la demanda mundial. Las inversiones deben ser selectivas. No saltar al vacío”.

Javier Genero: “Todo lo que sea invertir en modernización y tecnología no depende del vaivén del mercado; de lo contrario, lo que no se pierde en 2010 se va a perder en 2013. Para eso, hay que aprovechar los planes oficiales de subsidios a través de la Sepyme. Además, instalar la cultura de la calidad en las empresas”.

Un año raro

Para los consultores locales, 2009 fue un año “raro”. Ante la inicial previsión de meses “durísimos”, las empresas apostaron a sobrevivir; la reactivación a fines de año dejó una agenda de temas a tener en cuenta.

Según el consultor David Levisman, las empresas prefirieron darle liquidez al negocio y a sostener las ventas, aún cuando significara una pérdida de rentabilidad. Las elecciones frenaron las inversiones, que no pudieron recuperarse ni siquiera con la reactivación.

Por su parte, Oscar Piccardo, titular de la consultora 1 Por 1, advierte que los agresivos descuentos en supermercados y shopping “dejaron heridas estructurales en las empresas que condicionarán su viabilidad”. “Ahora el cliente entra a los negocios para preguntar qué tarjetas atiende, con qué descuentos y con qué rebajas”, dice.

En tanto, el asesor Walter Brizuela explica que en las empresas familiares las generaciones nuevas vieron en la crisis las oportunidades que debían aprovechar, pero encontraron en los mayores (los titulares de las firmas) una actitud escéptica por su experiencia. El resto apostó a reordenarse internamente para dar sustentabilidad al negocio.

En tanto, para el consultor Javier Genero, en 2009 las empresas sufrieron mayores costos operativos lo que obligó a las Pymes a profesionalizarse, abandonar la improvisación y capacitar a los mandos medios para asegurar la eficiencia y la eficacia de sus sistemas de gestión. Al respecto, asegura que por la inflación “muchas entienden que vender más no implica necesariamente tener mejor rentabilidad; muchas eligen bajar sus costos y reducir la rotación de su personal, aún cuando eso signifique no crecer durante el 2010”.

FIN DEL ARTÍCULO.

