

2008 un año de desafíos y oportunidades para las empresas argentinas.

Defender la rentabilidad frente a los aumentos de costos, la responsabilidad número uno del empresario argentino.

Preservar e incrementar la rentabilidad será el desafío para las empresas de este año. El año 2008 estará signado por los aumentos de sueldos y costos de materia prima, se esperan incrementos superiores al 20%. También se esperan aumentos en los valores de energía y transporte. Según un trabajo del Observatorio PyME (OPyME), 93.1% de las PyMEs creen que los costos serán su principal problema en el 2008.

El estado de resultado de las empresas dependerá de su posibilidad de incrementar su productividad o sus precios. Muchas firmas medianas tienen mucho para mejorar en su eficiencia y en la rentabilidad de sus carteras de negocios. Esto significa una gran oportunidad para aquellas empresas dispuestas a reorganizarse y destacarse del resto.

No todos los empresarios pueden transferir la variación de costo a precio. La caída en la ventaja del tipo de cambio limita los aumentos a las compañías que exportan y abre las puertas a productos importados.

Mejora de la productividad

Según el Observatorio PyME, un 50% de las empresas prevén incorporar nuevos equipos para mejorar su productividad, pero tienen una limitación importante al momento de financiar dichas adquisiciones. El [acceso al crédito](#) es difícil para las firmas medianas y pequeñas, además si las mismas ven caer su rentabilidad, se les cerrarán muchas puertas al crédito.



Algunas empresas invirtieron para un nivel de consumo y un margen de ganancias que hoy no se corresponde con lo esperado, por

En 2007 los Precios de Materia Prima (IPMP -BCRA) aumentaron un 46%, los sueldos más del 20%, la energía a empresas 27% (CAMESA). Algunos analistas hablan de un aumento en el índice de precios al consumidor real del 20% y mayoristas del 14%, lo cierto es que muy pocas empresas deben haber logrado aumento superior al 25%, lo cual denota un importante daño a la rentabilidad.

lo cual se plantean reestructurar sus procesos operativos y comerciales.

El camino más viable para muchos empresarios argentinos será incrementar la productividad mediante la profesionalización del personal, así como la mejora en los procesos operativos y de negocio.

La capacitación del personal, junto con estudios de tiempos y métodos, permite un incremento en la productividad de la mano de obra que compensa los aumentos de salarios. La aplicación de lean manufacturing genera reducciones de tiempos muertos en procesos operativos y administrativos que muchas veces representan más del 30% de las horas máquinas.

La reducción de capital de trabajo, stock y material en proceso trae aparejado un ahorro en el área financiera. Cabe destacar que algunas empresas pagan tasas superiores al 35% anual por esos fondos. Otra medida financiera es el [estudio de los costos](#) desde una visión pro mercado que genera importantes reducciones de gastos inproductivos.

Todas estas acciones son interdependientes y deben estar coordinadas por una estrategia general basada en el buen conocimiento del mercado y la empresa

Mejora de los ingresos

El precio no es la única variable a considerar al momento de incrementar la facturación. Una definición correcta del negocio y la [reorganización de la empresa en consecuencia](#) puede permitir a la empresa ingresar a mercados más rentables con una oferta de mayor valor y menor costo.

A veces los productos y servicios no son lo que el cliente realmente necesita, desvalorizando a los mismos. Un buen [análisis de la cartera](#) comercial, junto a un análisis de comportamiento del cliente y fortalezas de la empresa, permite la separación de los negocios que son rentables de los que no lo son, como también detectar nuevas oportunidades a aprovechar.



Los aumentos de costos, como el incremento de la competencia local y extranjera forzarán

a las empresas a seleccionar mejor a sus [proveedores](#). Esto significará una transferencia de negocios a empresas costo-eficientes con una oferta de valor. Aquellas que cultiven esta oportunidad inteligentemente, podrán conformar una cartera cliente /producto rentable en el mediano y largo plazo

Conclusión.

El 2008 será un año con muchos desafíos y oportunidades. Las pautas de negocio estarán en cambio permanentes, según se desarrolle los acuerdos salariales y se desenvuelva la demanda local e internacional. Aquellas empresas que logren incrementar su productividad y diseñar un plan de negocios sólido no solo podrán sobrellevar los aumentos de costo, posiblemente puedan también ver crecer su cartera de cliente e incrementar su rentabilidad.

Para beneficiarse mejor este período de cambios, es aconsejable tener un plan de [manejo de riesgos](#) sólido. Esta herramienta les permitirá a los ejecutivos adaptar su empresa a las variaciones en los escenarios socio-económicos, prevenir sus efectos negativos y detectar las oportunidades rentables dentro de ellas.

Autor: Pablo F. Abram – Director de PA Consultores - www.paconsultores.com.ar

Muchos de estos conceptos fueron mencionados en la nota de tapa de la [Revista Fortuna del 16/02/08. Los planes de negocios modelo 2008](#)

Si quiere recibir otros artículos puede solicitarlo a [aquí](#).



Links Útiles

[Competitividad más allá de la devaluación](#) PAC

[Se acelera la creación de empleos en las pymes industriales pero se pierde rentabilidad](#)
Cronista Comercial

[La crisis financiera internacional golpea a la industria argentina](#) Cronista Comercial

[Situación y Perspectivas para la economía mundial, 2008](#) Org. Naciones Unidas

Más información en [Recursos PAC](#)

