

# ESPECIALES

PYME  
CÓRDOBA

Reunidos en el 6º Seminario Pyme, organizado por *El Cronista* en la capital cordobesa, referentes del ámbito y destacados especialistas se refirieron a la coyuntura actual y los retos que afronta el sector. Para ellos, ya empiezan a verse signos de un lento, pero sostenido, repunte económico. Las proyecciones y los rubros con mayor potencial.

Producción: Agustina Devincenzi

  
SUPERVIELLE

Impulsá el crecimiento de tu *Pyme*

[supervielle.com.ar](http://supervielle.com.ar)

0810-222-6734

MIGUEL KIGUEL, DE ECONVIEWS

# La expansión económica llegaría en 2018

El economista se refirió a los desafíos presentes y estimó un repunte de la actividad para el año próximo, con la inflación y el déficit fiscal en baja. Pese a que el proceso es lento, opinó que la economía está comenzando a seguir su rumbo.

Un desarrollismo con interés social". Así definió Miguel Kiguel, director Ejecutivo de la consultora EconViews, a la estrategia socioeconómica de la administración actual, en el 6º Seminario Pyme en Córdoba, organizado por *El Cronista*, *Apertura*, *Information Technology*, la Fundación Mediterránea y el Banco Supervielle, y moderado por el director periodístico del diario, Hernán de Goñi. "Se trata de un nuevo enfoque, no un ajuste ni un liberalismo a ultranza, sino un gradualismo, lo que no significa inacción", aseguró quien se desempeñó anteriormente en el Ministerio de Economía y el Banco Central, aunque destacó que "cuando hubo que actuar en lo importante, se accionó rápido con medidas de *shock*", y ejemplificó con el caso de los primeros au-



Miguel Kiguel, de EconViews.

## 15

años fue el período de tiempo que, de acuerdo a lo expuesto por Miguel Kiguel, la inflación no paró de crecer en la Argentina.

mentos de tarifas y la salida del *default* junto al acuerdo con los *holdouts*. Para él, donde se observa "mayor lentitud" es en lo concerniente a lo fiscal, la segunda etapa de la suba de impuestos y la apertura comercial.

En este contexto, Kiguel intentó "poner en perspectiva lo que el Gobierno está haciendo en materia económica para comprender en

"No esperemos un *boom*. No es un momento de euforia, pero se puede salir adelante".

dónde estamos parados y a dónde vamos", por lo que se refirió a tres puntos relevantes: la inflación, el tipo de cambio y el déficit fiscal. En lo que respecta a la inflación, afirmó que "persiste más de lo deseado", pero que es clara la tendencia hacia su caída. "Muestra signos de retroceso por primera vez en más de 15 años y se dirige a un solo dígito", detalló. "Tenemos un problema de atraso cambiario, con altos costos salariales y logísticos. El tipo de cambio flota, pero no sube. Tiene que ver con la política monetaria y

fiscal, que empuja a la moneda para abajo", sostuvo en relación al segundo ítem, al tiempo que agregó que se pueden llegar a dar cambios luego de 2018. En cuanto al déficit fiscal, señaló que comenzó a bajar también: "Esperamos que se ubique en línea con la meta oficial".

Sus proyecciones son favorables: "2018 que, a diferencia de este, no será un año electoral, no será recesivo. La expansión se consolidará de a poco". Asimismo, el asesor académico consideró que el país puede crecer. "No esperemos un *boom*. No es un momento de euforia, pero se puede salir adelante. La economía se está encauzando con medidas razonables. Se necesita que el sector privado se termine de activar, así como también que el Estado se impulse. Creo que es mejor moverse hacia delante y despacio", remató.

## OPINIÓN

### El lazo de las SGR y las pymes



Por Sabina Ozomek, Gerente General de Garantizar.

En muchos casos las pymes quedan relegadas, pero son el principal sostén de la economía nacional. De acuerdo a los datos relevados por la Fundación Observatorio PyME, solo un 29% de las pymes industriales obtuvo un crédito bancario y con tasas de interés ocho veces mayores en relación a los principales países de Europa.

Es por esto que se crean las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR). El problema es que la mayoría de las empresas y proyectos que buscan crecer desconocen este tipo de herramienta.

Las SGR tienen por objeto facilitar el acceso al crédito a las pymes, a través del otorgamiento de garantías. Las empresas obtienen una tasa más baja que la del mercado y pueden acceder a un monto superior al que les otorgarían si solicitaran un préstamo en el banco de forma individual.

Por lo tanto, para fortalecer la economía y apuntar a una mayor generación de empleo, es fundamental mejorar este tipo de lazos entre pymes y SGR. Porque está claro que, sin pymes desarrolladas, no hay crecimiento posible.

LUCAS DAPENA, DE FUNDACIÓN MEDITERRÁNEA

## "No es momento para pedir créditos"

Para el investigador Jefe de la filial NOA de Fundación Mediterránea, aunque cree que la situación va a mejorar, no se trata del contexto indicado para que las pymes salgan a buscar financiamiento. Su mirada acerca de las empresas del noroeste argentino.

Para evolucionar, una pyme necesita acceso al crédito, una actividad complementaria para una empresa de estas características. Pero ¿quién le presta dinero?", interrogó Juan Lucas Dapena, investigador Jefe de la filial NOA de Fundación Mediterránea y doctor en Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba.

De esta manera, Dapena aseguró que el principal problema es que se hace muy difícil recurrir a bancos comerciales en búsqueda de financiamiento. "¿Por qué estos deberían prestarles plata a pequeñas empresas cuando se la pueden dar al Banco Central, a tasas libres de riesgos a un 24%? Pongámonos en el papel de una entidad bancaria y mirémoslo desde su punto de vista. Como pymes, no te-

### Un paneo regional

En referencia a las circunstancias del NOA, Dapena mencionó que la mayor adversidad con la que se enfrentan a diario las pymes de la zona tiene que ver con los altos costos relacionados a la logística.

nemos los mismos riesgos que el Estado nacional o el Banco Central. Este escenario termina desvirtuando el círculo, junto con la inflación alta", cuestionó, mientras dio a conocer un relevamiento del Instituto de Estudios Económicos sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de



Lucas Dapena, investigador Jefe de la filial NOA de Fundación Mediterránea.

Córdoba, perteneciente a Fundación Mediterránea, que investiga si las pymes se endeudan o no: el mismo indica que el 58% no solicitó ni solicitará un préstamo en 2017. "¿Cómo hago para crecer si ya me piden de costo de capital una base de riesgo mínimo del 25%? A eso hay que sumarle el ries-

go del propio proyecto y sus gastos", continuó.

En ese sentido, el representante de la Fundación Mediterránea criticó que el consumo incide directamente en el panorama: "No termina de rehabilitarse, pese a ser lo último que uno deja. Cuando en términos generales cae, más allá de que

puede haber rubros que funcionen, la conclusión que se extrae es que no mejora".

"No quiero ser pesimista, pero sepamos interpretar la cancha en la que jugamos. No están dadas las condiciones para pedir dinero prestado. No se puede competir con las demás posibilidades de inversión. En el mientras tanto, hay que mantenerse y esperar. Queda a criterio de cada uno cuándo salir a buscar financiamiento y endeudarse. Hay una idea de que la situación va a repuntar y cada vez estamos un poquito mejor", finalizó su ponencia quien es también miembro del Consejo Asesor de la Maestría en Comercio Internacional e integrante del Consejo Académico de la Especialización en Contabilidad Superior y Auditoría de la Facultad de Ciencias Económicas de Córdoba.



## OTRA NUEVA FORMA DE DARTE EL MUNDO

Centro de Envío FedEx

Dean Funes 720, local 2, Córdoba Capital

Lunes a viernes, de 9:00 a 12:30 h - 15:30 a 18:00 h

fedex.com/ar 0810.333.3339

**FedEx**  
Express



JOSÉ LUIS PANERO, DE GRUPO SUPERVIELLE

# “Hay oportunidades en el mercado financiero”

El directivo de Supervielle habló sobre cómo la baja de la inflación provocaría un aumento de la actividad del sector. Asimismo, enumeró los segmentos de la economía que ya empezaron a activarse.

José Luis Panero es el gerente General de Grupo Supervielle y, además, presidente de Supervielle Management y director de Banco Supervielle, Cordial Compañía Financiera y Supervielle Seguros. A lo largo de su trayectoria, hizo carrera en la entidad ocupando distintos cargos, como el de gerente de Finanzas y Mercado de Capitales, y subgerente general.

Convocado por *El Cronista* en el 6º Seminario Pyme, que se llevó adelante en Córdoba, el ejecutivo ofreció un completo panorama sobre opciones de créditos bancarios, tasas, plazos y monedas. “Para obtener financiamiento, primero hay que tener una moneda en la que confiar. Hoy, en la Argentina, podemos otorgar créditos en pesos, dólares y UVIs. Se están abriendo oportunidades y las compañías pueden elegir entre distintas alternativas que mejor se adapten a sus condiciones”, apuntó, al tiempo que añadió que, al momento de evaluar a las pymes, les “interesa más el flujo que los activos”. “Nuestra oferta se dirige a satisfacer necesidades transaccionales, de capital de trabajo o de inversión, con o sin garantías”, expresó.

Por su parte, el directivo de Supervielle se mostró optimista en sus estimaciones económicas: “El mundo pyme requiere de un entendimiento. En la medida en que el Gobierno reduzca la



José Luis Panero, gerente General de Grupo Supervielle.

inflación, el nivel de actividad financiera crecerá exponencialmente, intermediando entre el ahorro y los préstamos, y colaborando con las pequeñas y medianas empresas”, aseguró, y se refirió a las mayores posibilidades de acceder a una línea crediticia: “Con una inflación baja, el país llegó a tener préstamos sobre el PBI del 30%. Hoy, estamos entre el 12% y el 15%. Con un índice de inflación del 30%, es más complejo sacar un crédito. Con un 5%, resulta más sencillo”.

Un año atrás, el grupo logró aumentar su capital a través de una concreción de acciones en el exterior. “Nos preparamos anticipadamente al cambio electoral que se venía. Hacía más de 10 años que ningún gru-

“En la medida en que el Gobierno logre reducir la inflación, el nivel de actividad financiera crecerá de manera exponencial”.

po financiero cotizaba en la Bolsa argentina y estadounidense. Esto nos permitió crecer un 65% interanual en el nivel de préstamos, muy por encima del promedio del sistema, que fue del 30% aproximadamente”, expuso el directivo de la compañía, que brinda líneas para pymes con plazos entre cinco y 10 años en diversas monedas. “También,

la colocación de una ON por \$ 4.800 millones nos permitió dar créditos”, agregó.

En consecuencia, Panero enumeró a los sectores que demuestran mayores oportunidades para el desarrollo de las pymes: el agro, la energía (desde rubros como el petróleo y el gas, pasando por la eficiencia energética, hasta los recursos renovables), la construcción (tanto la obra pública como privada), algunas economías regionales (como la vitivinícola, la azucarera y la de cítricos), pymes proveedoras de grandes compañías y algunos segmentos del comercio (como los concesionarios de autos y motos) evidencian una demanda creciente. Asimismo, Panero opinó que “si bien el consumo está funcionando más lento de lo que quisiéramos, hay ciertos modelos que operan bien”. “Las franquicias, por ejemplo, siempre tienen mayor probabilidad de éxito en su desarrollo que aquellos emprendimientos que se lanzan e intentan sobrevivir sin este paraguas”, se refirió al respecto, mientras comentó que Supervielle tiene líneas específicas para financiar a franquicias desde el momento inicial.

JOSÉ MARÍA SEGURA, DE PWC

# Con miras a la recuperación

Para el especialista, la mejora de los ingresos en las personas haría girar la rueda en los próximos meses.



José María Segura, de PwC.

José María Segura, socio y economista en jefe de la práctica de Servicios de Economía de PwC Argentina, inició su panel diciendo que “venimos de una economía acelerada, que iba a gran velocidad, pero en contramano e inflada por un consumo artificial que dejó tres desequilibrios: un desajuste monetario, fiscal y externo”.

En línea con las consideraciones de los especialistas que participaron de la jornada, Segura expresó que se visualizan perspectivas de mejora, donde sectores como el agro y su cadena de valor (tal como la maquinaria agrícola), la construcción, los préstamos hipotecarios y las transacciones inmobiliarias muestran indicadores de progreso, en contraste con rubros enfocados al mercado interno y el consumo, los más retrasados hoy. “La industria sufre también por la contracción brasileña, que experimenta su propio proceso de ajuste, aunque hay indicios de que se está recuperando”, agregó, mientras señaló que, pese a todo, es un importante socio estratégico para la Argentina.

En este sentido, las expectativas del ejecutivo de PwC para el segundo semestre contemplan que la baja en la inflación (que, según él, finalizaría 2017 alrededor del 20%, una cifra “aceptable y deseable”) y las actualiza-

ciones salariales incrementen el ingreso disponible en la población e impacten de forma positiva en el consumo: “Esperamos que la macro tienda a normalizarse y empiece a girar la rueda del círculo virtuoso: mayor crecimiento económico significará más cantidad de recursos tributarios, que corregirán a su vez el resultado fiscal, lo que conducirá a un punto de equilibrio más adelante”.

“Nos encaminamos hacia un período donde debemos aumentar la eficiencia siendo más productivos y bajando los costos, de la mano de la tecnología, que presenta oportunidades en los procesos y la innovación. Las pymes deberían tomar la iniciativa y no esperar que todo venga del Estado, y utilizar herramientas como la incorporación de las nuevas tecnologías y la Ley Pyme”, afirmó.

En ese sendero hacia adelante, el experto cree que es importante mantener el rumbo, aunque no descarta riesgos impredecibles. “Por un momento, se generó algo de temor con el acceso de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos. Sin embargo, el Congreso actuó como limitante y, de alguna manera, trajo cierta calma. El mundo es volátil e incierto. No obstante, esa incertidumbre todavía no desembocó en escenarios críticos”, concluyó el directivo de PwC.

## Crecimiento con proyección internacional

Sobre la coyuntura presente, Panero argumentó que, con el cambio de Gobierno, es más fácil operar en el extranjero: “En la época del cepo cambiario, hacerlo implicaba un dolor de cabeza, incluso también para nosotros como banco. Esas trabas desaparecieron y están dadas las condiciones para volver a apostar por el mercado internacional, tanto para vender como para comprar”. En su compro-

miso de ayuda a las pymes, Supervielle es parte de una red internacional de *factoring*, Factors Chain International, que permite a quienes exportan dar más plazo a sus proveedores, ya que en el destino hay otro banco que actúa como contragarantía. “De esta forma, la pyme no debe preocuparse por la capacidad crediticia de su cliente. Somos el único grupo local en hacer esto”, mencionó.

NUESTRA TECNOLOGIA  
AL SERVICIO DE TU EMPRESA



FiberCorp

GUSTAVO KONISZCZER, DE FUTUREBRAND

# El peso de la marca propia: una pata relevante en el negocio de las pymes

El ejecutivo disertó sobre la importancia que tiene, para una pequeña o mediana empresa, el concepto de marca y sugirió estrategias para poner en marcha su implementación. De igual modo, se refirió al peso de las audiencias y los nuevos códigos que ellas imponen.

Gustavo Koniszczzer, *Managing director* para Hispanoamérica de FutureBrand, consultora global en estrategia y creación de marcas, abrió su disertación con una metáfora que planteó un escenario hipotético y opuesto al actual. "Imaginemos que caminamos por un pasillo de un supermercado y todos los artículos poseen una misma etiqueta blanca, con letra Arial, que describe lo más neutralmente posible sus contenidos. No sabríamos qué elegir en esta góndola sin estímulos. Hoy, nos encontramos en el extremo contrario", relató en el evento que se llevó a cabo en el Centro Cultural de la capital cordobesa.

Para el número uno de FutureBrand, las marcas suponen un vínculo emocional entre producto y consumidor, así como también entre servicio y usuario: "En el mundo en el que vivimos, es imposible pretender una evaluación racional permanente. Por más racionales que seamos, las grandes de-



Gustavo Koniszczzer, de FutureBrand.

cisiones que tomamos están basadas en elementos irracionales o, para decirlo menos violentamente, emocionales". Por eso, bajo el lema "las marcas son mucho más que un logo", quien codirige las oficinas de la firma en Buenos Aires, Santiago, Lima, Bogotá y México, invitó al público presente a reflexionar sobre dos ejes: el propósito y la experiencia. "A veces, nos quedamos con una imagen y un diseño solo porque nos gustaron. Hay que definir qué objetivo persigue una *brand* cuando se la concibe", señaló en relación al

primer tópico. Con respecto al segundo, afirmó que durante el *costumer journey* (el camino del consumidor) hay que procurar relacionarse con el cliente de la mejor manera en todos los puntos de contacto. "Cuanto más fuerte sea la conexión que se logre, mayor será la fidelidad", recomendó.

Para trabajar estos dos puntos, dio un paso más y propuso pensar acerca de cuestiones como la identidad (es decir, estar dentro de una tendencia, pero con un valor agregado que se distinga de la competencia)

"La frase 'A toda empresa le llega su Uber' es extrapolable a todos los segmentos. Constantemente, nos vemos obligados a redefinir nuestro negocio".

y la consistencia (o sea, ser creíble, cumpliendo aquello que se prometió).

A la pregunta de Hernán De Goñi, director periodístico de *El Cronista* y moderador de las distintas conferencias en el seminario, sobre los nuevos desafíos que impone el mundo digital, respondió: "La frase 'a toda empresa le llega su Uber' es extrapolable a todos los segmentos. Compañías como Uber o Airbnb surgen a partir de la insatisfacción de los mismos consumidores. Debemos redefinir nuestro negocio constantemente", in-

dicó, mientras comentó que la digitalización es transversal a casi todos los sectores y alcanza a la mayoría de las categorías de las pymes, por lo que "hay que tener en claro que vamos a tener que funcionar en todos los terrenos". Con canales de comercialización que se proyectan mayoritariamente *online* y las nuevas formas de comunicación en los medios sociales, Koniszczzer, quien perteneció a la primera promoción de egresados de la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Buenos Aires (UBA) en 1987, sostuvo que es importante establecer un tono de conversación con el cliente que sea amigable, sin invadirlo o abrumarlo. Asimismo, de cara al futuro, Koniszczzer puntualizó en una de las demandas que nota con más frecuencia. "Tenemos que darles respuesta a las audiencias con una visión convincente del mañana, debido a que comienzan a interperlar qué es lo que los negocios están haciendo en términos de sustentabilidad", aclaró.

## Una gran góndola

Existe un ranking mundial que mide anualmente las percepciones globales sobre un país en función a distintas variables, como importaciones e inversiones. Koniszczzer calificó a la *performance* argentina de los últimos años en el listado como "muy buena". "Los estados también son una especie de productos que integran una gran góndola. Un ejemplo de ello son las rondas de inversiones, donde se decide en qué zonas inyectar dinero. La Argentina, México y Brasil son las tres marcas país mejor posicionadas en América latina. Entre las tres, explican el 65% del PBI de la región", afirmó.

MARIANO OTÁLORA, DE LA ESCUELA ARGENTINA DE FINANZAS PERSONALES

# "Es muy difícil ganarle a la inflación"

El experto en planificación financiera personal y mercado de capitales analizó las oportunidades actuales de inversión en la Argentina y comparó distintas opciones. La tasa de interés, la inflación y el dólar, dimensiones claves que hay que tomar en consideración, según él, para elegir de forma correcta.

A la hora de escoger, hay que tener en cuenta la tasa de interés, la inflación y el dólar", dijo Mariano Otálora, licenciado en Administración de Empresas, especializado en planificación financiera personal y mercado de capitales, y director Ejecutivo de la Escuela Argentina de Finanzas Personales. "Estas tres variables responden a muchas de las dudas que nos surgen como pequeños in-

versores. Los instrumentos siempre son los mismos, hay que mirar estas dimensiones para ver cuál conviene", profundizó quien divulga en la sociedad, desde hace años, las distintas opciones a la hora de ahorrar e invertir, mediante charlas, talleres, libros y su programa *Qué hacemos con los pesos*. "Cuando sube la tasa de interés, suben las inversiones en pesos. En la situación inversa, la gente se vuelca al



Mariano Otálora.

consumo o a los dólares", sostuvo, mientras expuso que los plazos fijos fueron la alternativa más elegida en el último tiempo. "Aunque rige la creencia general de que los que apuestan por las Lebac alcanzan un retorno mayor a la tasa de inflación, debo decirles que no es tan así. Ya sea que se opte por plazos fijos, UVAs, bonos CER o Lebac, casi siempre se está por debajo del índice. Se puede combatir a la in-

flación, pero es muy difícil ganarle", opinó al respecto. Para quienes deseen asumir riesgos moderados, Otálora recomendó poner en práctica la famosa "bicicleta financiera", bajo dos modalidades: vendiendo una divisa y subiéndose a otra con mayor valor, o tomando prestado dinero a un país extranjero y luego ganar una diferencia colocándola a nivel local a una tasa de interés alta.

Que el Banco Central establezca una meta inflacionaria resulta crucial, de acuerdo a la cabeza de la Escuela Argentina de Finanzas Personales. "Es lo que le propuso Prat Gay a Kirchner y no se dio. Hoy, al mando de Sturzenegger, se está poniendo en marcha. Desde Sudáfrica e Israel, hasta estados de la región como Colombia, que logró en 11 años bajar la tasa de 30% a 2%, fue efectiva", comentó.

www.pwc.com/ar

## Las grandes cuestiones no se resuelven solas

**pwc**

#PwCArgentina | /PwCArgentina | /PwCArgentina | /PwCArgentina | /PwCArgentina

©2017 En Argentina, las Entidades miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PwC Legal S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.

Auditoría, Asesoramiento Impositivo y Legal, Consultoría, Global Outsourcing Solutions.

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