

¿Modificó los planes que tenía en su empresa para la segunda mitad de año?

■ **Juan Ignacio Rosati,** gerente comercial de Prokrete Argentina S.A., empresa dedicada desde hace 30 años a la producción y comercialización de pisos, revestimientos industriales, impermeabilizantes y químicos para la construcción.

El principal ajuste que debimos hacer fue en torno a lo financiero. En este sentido, hemos recortado el crédito debido a la incertidumbre y a los problemas de cobranza.

A principios de año, nuestros proyectos eran iniciar negocios en México, Panamá y continuar con la apertura de nuevos mercados. En cuanto al mercado local, nos proponíamos continuar con el crecimiento y contratar más gente para el departamento comercial. También comenzar con la construcción de una nueva planta de

"No tomamos la gente prevista y dejamos sin efecto varias inversiones."

baja en las ventas para finales del próximo año. Todavía venimos con el arrastre de los últimos años.

Nuestro proyecto era abrir oficinas en San Pablo y Santiago de Chile, acciones que hemos potenciado a raíz de la situación local. A fin de año estamos abriendo ambas.

También debimos notificar a nuestra representada la situación local ya que trabajamos con proyecciones de venta.

Aunque no postergamos planes de inversión o toma de personal, estimamos un escenario menos optimista. Hay más incertidumbre en la gente. Necesitamos que se aclare un poco el panorama político y económico.

No proyectamos cambios en nuestra estructura, pero deseamos un escenario más tranquilo, más predecible y menos turbulento para poder crecer.

■ **Carolina Bandoli,** directora de Hipernet, empresa de desarrollo de software a medida

caso de Hipernet, mantendremos las previstas inicialmente. No estamos considerando hacer nuevas inversiones. El año que viene nos mantendremos alertas en relación a la evolución de los mercados y de la economía.

■ **Sol Cortes y Jazmín Ligato,** dueñas de Qma pastelería

Teníamos pensado abrir otra sucursal pero debido a la inestabilidad económica del país decidimos postergarlo. El año pasado dimos un gran salto, logramos posicionarnos y estabilizar los resultados financieros de nuestro negocio después de mucho esfuerzo y dedicación. Para este año proyectamos integrar más gente al equipo y establecer alianzas con otras empresas para convertirnos en proveedores de algunos reconocidos restaurantes. Por suerte, lo logramos. También abrimos otra unidad de negocios QMA KIDS, animaciones gastronómicas para niños, en la que obtuvimos excelentes resultados. Sólo nos quedó pendiente abrir una confitería en nuestro local.

No debimos hacer ajustes muy significativos; este año planeábamos abrir el local a la calle y además un centro de elaboración en otra zona pero por ahora, no pudimos concretarlo. De todas formas, es nuestra próxima prioridad. El segundo semestre se perfila mucho mejor, para este tipo de negocios fin de año es la mejor época. Todas nuestras estrategias de marketing están ahora depositadas en los regalos empresariales de fin de año y los catering para los eventos.

Para el año que viene también planeamos contratar más profesionales que se integren al equipo y que trabajen con la misma fuerza que nosotros. Otra meta es expandirnos a través de la posibilidad de la franquicia.

■ **Jerónimo Serafini,** presidente de Anura, una compañía que brinda servicio de telefonía pública para comercios y cybers mediante voz sobre IP

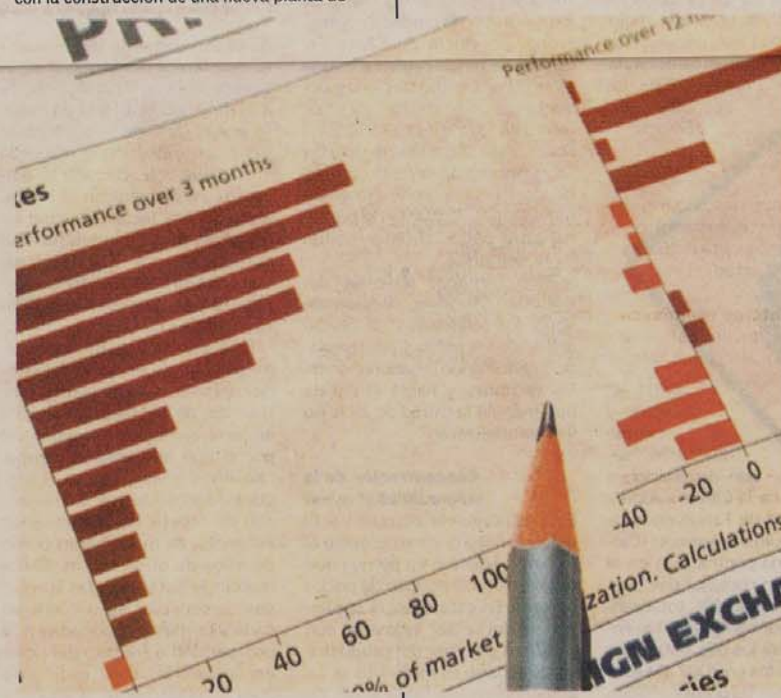
Este año tenemos previsto crecer en la instalación de locutorios a un ritmo del 15% mensual, y no hemos modificado nuestros planes. Crecer a este ritmo es la única forma de no fundirnos, dado el contexto de tarifas congeladas y una merma en el consumo que se está notando en los últimos meses. Lo que hicimos fue enfocarnos en Capital y Gran Buenos Aires, dado que es la zona donde se concentra el 70% de las conexiones de Internet de banda ancha, imprescindibles para este servicio de telefonía sobre Internet.

Nuestros planes de inversión siguen en marcha, a pesar de la incertidumbre sobre el futuro económico. Lo que hacemos es reinvertir cada peso que entra en el negocio.

No sabemos ciertamente qué va a pasar con la economía el año que viene, nadie lo sabe. Apostamos a que habrá un ajuste de tarifas, porque están congeladas desde hace 10 años y esto es una situación irreal. Sin embargo, no contamos con eso en nuestros planes. Estamos en el medio de una tormenta, y lo que tenemos que hacer es navegar más rápido y hacer más grande y más fuerte el barco para pasarla. Si nos quedamos quietos, nos vamos a ahogar.

"No cambiamos nuestros planes. Estamos en una tormenta y hay que navegar más rápido."

Y usted qué opina



producción.

Como parte de los ajustes que debimos hacer no tomamos la cantidad de gente prevista y dejamos sin efecto varias inversiones proyectadas, entre ellas el inicio de la construcción de la nueva planta.

Preveimos un segundo semestre difícil, con poca obra nueva, poca inversión, y ajustando niveles de producción, dado el freno en la construcción. Todavía no tenemos claro el horizonte del año que viene.

■ **Waldo Wolff,** CEO de Masparking

Nuestra empresa representa a Klaus Multiparking, la multinacional alemana que provee sistemas de plataformas móviles que multiplican espacios de estacionamiento. Nuestros principales clientes son los desarrollistas inmobiliarios. No tenemos una baja de lanzamientos de emprendimientos. Como nuestro producto recién se instala al final de los desarrollos, estimamos una

"Potenciamos la apertura de oficinas en Brasil y Chile."

Si bien el mercado ha mostrado una clara cautela al momento de tomar decisiones y realizar inversiones en materia de IT, nuestros planes para el segundo semestre no han variado en relación a lo presupuestado.

Nuestra principal inversión está en el desarrollo de nuevos productos y en el desarrollo de nuevas funcionales de los existentes. Lo que estamos haciendo en Hipernet es seguir más de cerca los proyectos en términos de rentabilidad, ya que los costos han aumentado considerablemente y los márgenes se han acotado. La variación de los costos dificultan comprometerse en contratos de largo plazo sobre todo con el exterior.

En principio no hicimos ajustes, pero evaluamos continuamente la evolución del mercado y de los negocios de modo de reaccionar a tiempo ante cambios imprevistos de la coyuntura. Los clientes y prospectos son mucho más cautelosos en relación al futuro. La coyuntura no es muy alentadora de nuevas inversiones, en el

"En principio no hicimos ajustes pero evaluamos continuamente el negocio."