

# PYME

\$ 4.500.000.000 en créditos:  
Para producir bienes.  
Para producir trabajo.

BANCO NACIÓN. SPONSOR OFICIAL  
DE LOS SUEÑOS DE LOS ARGENTINOS



BANCO DE LA  
NACION ARGENTINA

0810-666-4444  
www.bna.com.ar

## Reestructurar a tiempo Camino a la expansión



*Con el objetivo de no perder mercados, que se han tornado más competitivos y exigentes, la reformulación del negocio es parte del proceso de crecimiento. Debe entenderse como una estrategia de innovación y anticipación, que ayuda a mantener o aumentar competitividad. Claves para su exitosa implementación*

MARTÍN COCCARO Buenos Aires

Durante la década del 90, mencionar la palabra reestructuración conducía inexorablemente a pensar en achicamiento, despidos y menor productividad. En ese período, la principal variable de ajuste en las empresas se vinculaba con el personal. Actualmente sucede lo contrario, ya que el motivo por el cual las Pymes se ven forzadas a ejecutar procesos de reformulación de su negocio, tiene una directa relación con la expansión del mismo.

"En la medida que las empresas van creciendo, viejas prácticas convencionales deben ir quedando de lado, ya que hoy se enfrentan a mercados más competitivos, exigentes, clientes con mayores necesidades, productos con nuevos desarrollos; situación que fuerza a las Pymes a readaptar su estructura al nuevo escenario", enfatiza Adrián Arroyo, consultor de empresas de la Fundación Banco Credicoop y capacitador del IADE (Instituto Argentino para el Desarrollo Económico).

"Hoy el objetivo de toda pequeña y mediana compañía es la diferenciación. Entonces, la innovación es un ítem fundamental a la hora de reformular un negocio y pensar a futuro. Debe ser un proceso constante", puntualiza Marcelo Barrios, coordinador de estudios de la Escuela de Dirección de Empresas (EDDE), quien destaca que el mejor momento para una reestructuración se debe vincular al poder de anticipación. "Hay que olfatear cuándo un modelo de negocios se está por agotar y se avecina un cambio. La inteligencia de mercado, monitorear lo que sucede en forma continua, es una forma óptima de trabajar en esta temática, para no llegar a tener que cambiar cuando el negocio dejó de funcionar", agrega el catedrático.

### Sube y baja



**49%** creció el valor de las ventas de productos agropecuarios argentinos a los países del Mercosur, a u\$s 493 millones, en el primer trimestre de 2006, respecto del mismo período del año pasado

**0,7%** bajó la canasta básica alimentaria durante abril, ubicándose en \$ 397,03, según el Indec. Una familia tipo necesitó \$ 857,60 para no caer en la pobreza, un 0,27% menos que en marzo



### la cifra

# 860

millones de pesos Se volcarán al sector para llevar a delante el plan ganadero con el que se busca aumentar la producción en 1,4 millón de terneros al año y llegar a una faena mínima de 15,7 millones de cabezas anuales en los próximos cuatro años