

Fecha: 16-06-2018

Medio: La Nación - Online

Nota: La visión de los fabricantes de materiales para la construcción

Los empresarios, con un moderado optimismo, anticipan un crecimiento más lento al esperado, pero mantendrán sus planes de inversión

Con los ánimos moderadamente optimistas -a pesar de la coyuntura macroeconómica poco amigable- directivos de empresas fabricantes de materiales de la construcción admitieron que "el temblor financiero" reducirá sus proyecciones de crecimiento para lo que resta del año, aunque igual aseguraron que el saldo arrojará resultados positivos. Se espera un repunte para 2019 con perspectivas de más actividad dado el potencial de desarrollo que el sector tiene por delante.

"Este año será de crecimiento y probablemente el que viene podamos crecer con un poco más de fuerza ", afirmó Fernando Martínez, presidente de Tecnoperfiles, aunque destacó que "siempre es más sano crecer poco, pero sostenido". La empresa que lidera tuvo "un buen 2017" dado que recibieron un mayor requerimiento de productos eficientes energéticamente, demanda impulsada por los aumentos de las tarifas de los servicios públicos. Edgardo Gioia, socio y director General del Grupo Unicer - que reúne a varios fabricantes de ladrillos cerámicos- planteó otra mirada En el marco del ciclo de conferencias de Batev, la exposición de la Vivienda y la Construcción que se realizó del 6 al 9 de junio en La Rural. "Este año terminará duro, pero 2019 se ve bien. El Gobierno tomó nota. Tienen que aplicar medidas de fondo y empezar a gestionar de cara al 2019 porque la fiesta siempre alguien la paga", analizó. Y, más optimista, destacó que están ampliándose las plantas de Cerámica Fanelli, Later-Cer y Cerámica Rosario. En tanto, Miroslavo Puches, director Comercial de Aluar, confesó que en la compañía esperaban que la industria del aluminio creciera 10 por ciento durante este año - suba similar al 2017-. Pero, "está claro que esa expectativa se desinflará un poco" dado el cambio de condiciones: "Actualmente hay un elemento disruptivo de corto plazo que no permite definir. Habrá que esperar un poco de tiempo para ver cómo sigue la situación", advirtió. Aunque a pesar de ello su mirada es optimista: "Al final del recorrido habrá un crecimiento. Será menor a lo proyectado inicialmente, pero será un crecimiento al fin".

Como referencia del consumo de aluminio per cápita en Argentina, Puches informó que es de 5 kilos por habitante por año mientras que en los países desarrollados es de 25 kilos. "Si algún día el país fuese hacia eso, no alcanzarían tres Aluares para abastecer al mercado local. Es abismal donde estamos parados. Claramente hay potencial para este negocio desde donde se lo mire", se entusiasmó. "Como en el primer trimestre Argentina creció 4 por ciento, eso deja un arrastre para el resto del año. Seguramente la segunda parte de 2018 será más dura. Hay que esperar un crecimiento menor al esperado, pero terminará siendo positivo de todas maneras y todos tenemos confianza en salir y que se vuelva a crecer. Hay que ver cómo queda nuestra economía después del temblor financiero de estas semanas, dado que el motor del crecimiento fueron los créditos hipotecarios que llegaron en forma masiva en 2017 y habrá que ver cómo queda ese mercado después de la suba de tasas y del tipo de cambio. Pero, igual, somos optimistas", agregó; Pablo Gaynecotche, director Gerente de la vidriería Vasa, quien de todas formas aclaró que la compañía mantendrá sus inversiones.

Luciano Tiburzi, CEO de Egger Argentina, coincidió con sus colegas en mostrar una mirada positiva de las proyecciones a largo plazo: "La empresa tiene una visión muy optimista del mercado, hizo una inversión al llegar a América Latina y a la Argentina particularmente -donde compraron la maderera Masisa- con muchas expectativas. A nivel local tuvimos un segundo

semestre del año pasado muy positivo y tenemos muchas expectativas puestas -más allá de la coyuntura actual- de lo que pasará en 2018 y 2019".

Para este ejecutivo el mercado tiene "una enorme potencialidad que estará dada a medida que las condiciones para la toma de créditos hipotecarios sean razonables dado que hoy no lo son. Hay una necesidad tan extrema de vivienda que obliga a la gente a tomar créditos hipotecarios en una condición por sobre lo que sería natural. El otro punto, tiene que ver con que el Gobierno tome acciones un poco más rápidas en términos de mejora de la competitividad".

Para potenciar el crecimiento económico, los CEOs fueron claros: la Argentina debe reducir urgentemente el déficit fiscal para bajar la inflación y las tasas de financiamiento. Sin vueltas, Gaynecotche afirmó: "El mayor problema que tiene la Argentina desde hace 60 años es el déficit fiscal. Es la madre de todo. Hay que empezar a arreglarnos con lo que tenemos y, a partir de ahí, seguramente se van a corregir todas las distorsiones macroeconómicas que hoy por hoy estamos viviendo".

Nota Web:



The screenshot shows the top portion of a news article on the LA NACION website. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, the 'LA NACION' logo, and a user profile 'EMPATIA_COMU'. Below the navigation bar, there are several news snippets with small images and text. The main article title is 'La visión de los fabricantes de materiales para la construcción'. Below the title is a large image of a tall brick building with many windows. To the right of the main image, there is a section titled 'TUS TEMAS Y AUTORES' with a 'Configurar' button and a list of '9 NUEVAS NOTAS' with small thumbnail images and brief text descriptions.

Link: <https://www.lanacion.com.ar/2144441-la-vision-de-los-fabricantes-de-materiales-para-la-construccion>