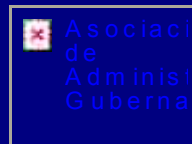


Revista

# APORTES

*para el Estado y la  
Administración Gubernamental*



Asociación de  
Administradores  
Gubernamentales



## OBSERVATORIO PERMANENTE DE LAS PyMIs

La Unión Industrial Argentina, a través de su Instituto para el Desarrollo Industrial ha implementado el Observatorio PyMIs con el propósito de reunir la información necesaria para afinar las políticas hacia el sector. Se presentan en el artículo los resultados de la Primera Encuesta Estructural realizada en 1997.

Unión Industrial Argentina

Actualmente las PyMIs argentinas representan aproximadamente el 50% de la industria; sin embargo, existe escasa información sobre ellas. Esto obliga a las mismas empresas y al propio Gobierno a operar a ciegas, lo que constituye un grave problema en el presente contexto de gran competitividad y necesidad de afinación de las políticas públicas dirigidas al sector industrial. Por otra parte, los bancos con la escasa información disponible, tampoco pueden elegir correctamente los sujetos de crédito.

El Observatorio PyMIs se propone llenar este vacío informativo. Consideramos que una mayor disponibilidad de información ayudará a definir más nítidamente los legítimos intereses de cada sector y en consecuencia, a realizar una más ilustrada discusión de las soluciones a los problemas identificados.

Para ello se realizan las siguientes actividades y se producen los siguientes productos informativos:

- a. Encuesta industrial cuatrimestral en todo el país.
- b. Encuesta industrial anual en todo el país destinada a presentar datos de tipo estructural y cuantitativos sobre la evolución de la industria.
- c. Recopilación sistemática de información internacional sobre la evolución de las PyMIs y sobre las políticas públicas de apoyo.
- d. Identificación cuanti-cualitativa de las aglomeraciones territoriales/sectoriales de PyMIs existentes en Argentina y de su evolución.

## ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL DE LAS ACTIVIDADES DEL OBSERVATORIO

Las actividades del "Observatorio" son promovidas institucionalmente en todo el país a través de las organizaciones territoriales empresarias e informalmente por los líderes industriales locales más prestigiosos. En cada provincia donde el "Observatorio" realiza actividades de recopilación de información se individualiza a un líder empresario que asume el liderazgo local de la iniciativa del IDI. Dos veces al año los líderes de todo el país se reúnen para discutir los resultados del "Observatorio".

La promoción de las actividades del "Observatorio" son fundamentales para lograr la disponibilidad, la colaboración y la atención de las empresas locales. La influencia de los líderes locales empresarios es también fundamental para difundir entre sus colegas la idea-fuerza del IDI y del "Observatorio": "Conocer para Debatir".

De esta manera, el "Observatorio PyMIs" del IDI cuenta, en cada provincia, con una base de apoyo institucional que será la asociación industrial local, un líder local empresario promotor de la iniciativa entre sus colegas y un grupo de encuestadores contratados, seleccionados a partir del personal que utilizan los institutos provinciales de estadísticas y eventualmente algunos institutos de investigaciones de las provincias de referencia.

### **Encuesta cuatrimestral y encuesta anual**

Las encuestas y la recopilación de la información son realizadas por encuestadores especialistas contratados por el IDI a tal efecto, de quienes depende la correcta realización de las encuestas.

Las variables relevadas en la encuesta cuatrimestral son las siguientes: cartera de pedidos, producción, stocks y capacidad instalada; precios de la producción; tasas de interés, deudas y créditos comerciales (montos y plazos de pagos y cobros), cobrabilidad de cheques y documentos; inversión; empleo; principales problemas a enfrentar; previsiones para el próximo cuatrimestre.

Las variables relevadas una vez por año conjuntamente con la encuesta cuatrimestral son las siguientes : noticias de carácter general; características de la fuerza de trabajo; noticias sobre el estado patrimonial y el estado de resultados; actividades de inversión y de investigación y desarrollo; internacionalización, organización y acuerdos contractuales; capital de riesgo y otros instrumentos financieros; acceso a beneficios otorgados por las leyes de promoción y por los servicios reales promovidos para las PyMIs.

### **Observatorio Internacional**

Por lo que se refiere a la recopilación sistemática de información internacional sobre la evolución de las PyMIs y sobre las políticas públicas de apoyo, se han centralizado las actividades del IDI en el Observatorio. Las actividades comprenden, la organización de una pequeña biblioteca y hemeroteca, como así también la administración de eventuales bancos de datos con información estadística.

Las prioridades informativas son Mercosur (y Chile) y OECD (especialmente los países europeos que son los más activos y experimentados en lo que se refiere a políticas públicas).

Sobre esta base de datos el "Observatorio" publicará anualmente un informe sobre la evolución de las políticas públicas en los principales países y los principales cambios que se vayan registrando en el debate y en la implementación de las mismas.

### **Identificación de aglomeraciones sectoriales/territoriales**

Las aglomeraciones territoriales/sectoriales de Pymes existentes en Argentina son identificadas a través del testimonio vivo de los empresarios de la región y de la organización de los datos recopilados por la misma asociación empresaria territorial. La participación de las asociaciones empresarias territoriales en esta iniciativa contribuirá a mejorar la calidad de la información disponible sobre la industria del interior del país.

Para el desarrollo de esta tarea el "Observatorio" del IDI proveerá a las distintas organizaciones territoriales la asistencia técnica necesaria para la recopilación de la información de campo. Las fuentes de datos que serán "cruzadas" para la identificación de las aglomeraciones serán: a) los datos censales a nivel de partido o distrito, b) las informaciones proporcionadas por los institutos provinciales de estadísticas y censos, c) las informaciones provenientes de las encuestas cuatrimestrales y anuales, d) el testimonio de los empresarios nucleados en la asociación empresaria regional.

### **METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA ESTRUCTURAL**

El estudio fue realizado a partir de una muestra de 1000 empresas industriales estadísticamente representativas, seleccionadas de los registros del Censo Nacional Económico de 1994 y a las cuales les fue enviado un cuestionario y se les solicitó el balance o datos sobre el mismo.

Se consideró PyMI a la empresa que en 1994 ocupaba entre 10 y 200 personas y facturaba menos de 20.000.000 de pesos. Con el objetivo de uniformar los datos económicos-financieros a partir de los balances de las empresas, se excluyeron del conjunto estudiado las empresas constituidas como

sociedades unipersonales y de hecho, dado que las mismas no tienen la obligación de registrar dichas informaciones. Debido a la alta probabilidad de error en el registro del dato del CNE 94, se excluyó también del conjunto estudiado aquellas empresas cuyo cociente facturado/ocupados resultó ubicado en valores extremos.

Las estimaciones realizadas a partir de la muestra son muy confiables, siendo el error esperado en todos los casos menor del 7%.

## **SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS**

### **Dimensiones representativas:**

- en promedio las firmas ocupan 35 personas y facturan anualmente 2.300.000 pesos.
- el 50% de las empresas ocupa menos de 23 personas y 1.280.000 pesos anuales.
- el 95% de las empresas ocupa menos de 104 personas y factura anualmente menos de 8.400.000 pesos.
- las PyMIs más grandes se encuentran localizadas en la región Sur del país y las más pequeñas en Capital Federal, Córdoba y Santa Fe.

### **Productividad**

- el promedio de facturación anual por ocupado es de 67.000 pesos.
- las empresas con mayor facturación por ocupado se encuentran en Capital Federal, Santa Fe y Córdoba; las de menor facturación por ocupado, en la región NOA.
- el aumento de la productividad (ventas/ocupados) durante 1996 fue del 4%. · las PyMIs que más aumentaron su productividad durante 1996 fueron aquellas localizadas en la región NEA, le siguen las del Sur del país y luego las de Buenos Aires.

### **Edad**

- el 40% de las empresas tiene más de 30 años. · el 8% de las mismas nació después de 1990.
- en promedio son más antiguas que sus pares de otros países más desarrollados.

### **Demografía industrial**

- no existen aún en Argentina estadísticas sobre la natalidad y mortalidad de empresas.

### **Grupos económicos conformados por PyMIs**

- el 10% de las empresas forma parte de un grupo económico que ocupa en total, menos de 200 personas.

### **Estructura de los mercados**

- 55% de las empresas operan en mercados de alta competencia y el restante 45%, en nichos de mercado.
- 55% de las empresas compite con empresas de mayor dimensión.
- las regiones geográficas donde las empresas compiten relativamente más frecuentemente en nichos de mercado son la Sur y la NOA.

### **Origen de los competidores**

- la gran mayoría de las PyMIs compite con otras empresas nacionales; sólo el 23% compite con empresas

extranjeras.

- en la región NEA la competencia con empresas extranjeras es insignificante y en la región NOA, no alcanza al 10% de las empresas.
- las PyMIs de la provincia de Buenos Aires y las de la región Sur son aquellas que muestran mayor exposición a la competencia con empresas extranjeras.

### **Tipología de los clientes:**

- 38% de las ventas está dirigido a otras empresas industriales; las ventas al público y a negocios minoristas son el 19% del total. Estos datos reflejan una gran proporción de las ventas realizadas con los propios canales comerciales.
- las PyMIs de menores dimensiones colocan una mayor proporción de sus ventas a través de sus propios canales comerciales en comparación con las PyMIs de mayor tamaño.
- las PyMIs localizadas en la región NOA, comparadas con sus pares de otras regiones, son aquellas que colocan una mayor proporción de sus ventas a través de sus propios canales comerciales. Las que colocan una menor proporción de sus ventas a través de los propios canales comerciales son las de la Capital Federal, Córdoba y Santa Fe.
- en comparación con otros países de mayor desarrollo industrial las PyMIs argentinas muestran una baja proporción de sus ventas como resultado de acuerdos de subcontratación.

Ventas: · las ventas en 1996 fueron superiores en un 10% a 1995.

- el 92% de las ventas está dirigido al mercado interno y el restante 8%, a los mercados internacionales.

### **Empleo y modalidades de contratación:**

- la ocupación en 1996 fue superior en un 6% a 1995.
- el 89% del personal de estas empresas se encuentra en relación de dependencia (contrato de duración indeterminada) y el restante 11%, bajo otras modalidades contractuales.
- el NEA y el NOA son las regiones del país que hacen uso más intensivo de modalidades contractuales diferentes a la de relación de dependencia.

### **Calificación del personal:**

- el 17% del personal ocupado son técnicos.
- el NOA y el NEA son las regiones del país que muestran una menor participación de técnicos en el personal ocupado. Le sigue la Provincia de Buenos Aires.
- la participación de los técnicos en el personal ocupado es relativamente baja si se la compara con países de mayor desarrollo industrial.

### **Desempeño durante 1991-1996:**

- el 59% de las empresas mostró un crecimiento normal o acelerado, mientras que el restante 41%, atravesó una fase de estancamiento o achicamiento.

### **Estrategias productivas/comerciales durante 1991-1996:**

- el 63% de las empresas aumentó su grado de especialización y el peso de esta estrategia crece a medida que aumenta el tamaño de las empresas.

- el 30% descentralizó fases productivas y de servicios y el peso de esta estrategia crece a medida que aumenta el tamaño de las empresas. La estrategia de descentralización es mucho más frecuente en las regiones más industrializadas del país.

- el 29% comenzó a comprar en el mercado partes y piezas que antes producía internamente. Esta estrategia es más frecuente a medida que aumenta el tamaño de las empresas y a medida que nos desplazamos de las regiones menos industrializadas a las más industrializadas del país. El 45% de las PyMIs aumentó la participación de partes, piezas e insumos importados en su proceso productivo. El peso de esta estrategia aumenta a medida que aumenta el tamaño de la empresa.

- el 20% integró el catálogo de ventas con bienes finales importados y el peso de esta estrategia aumenta a medida que aumenta el tamaño de las empresas.

### **Inversiones en el período 1991-1996:**

- el 90% de las empresas realizó inversiones, de las cuales un 30% fueron muy importantes.

- el 50% de las empresas incorporó bienes de capital importados. La incorporación es más frecuente entre las PyMIs de mayor tamaño.

- sin embargo, el 63% de las empresas declara un rezago tecnológico comparado con sus competidores internacionales.

- las inversiones realizadas apuntaron principalmente a aumentar la calidad y la producción.

### **Exportaciones:**

- sólo la mitad de las empresas nunca realizaron la experiencia exportadora. Las razones aducidas fueron en primer lugar organizativas.

- el 15% de las empresas exportan sistemáticamente el 26% de sus ventas. · casi la mitad de las exportaciones se dirige a países del Mercosur (el 60% si se incluye Chile), 13% a EEUU y 10% a Europa.

### **Ranking de necesidades declaradas:**

1. Adquisición de bienes de capital

2. Reestructuración de instalaciones y certificación de calidad.

3. Capital de trabajo.

### **Cambios en la propiedad de las empresas:**

- sólo el 33% de las empresas no ha sufrido ningún cambio en la estructura de propiedad y este porcentaje aumenta a medida que disminuye el tamaño de las firmas. Por otra parte, los cambios de propiedad fueron más sustanciales a medida que aumenta el tamaño de las empresas.

### **Estructura patrimonial en 1996:**

- bajas deudas financieras, de corto plazo y con alto costo.

- alta liquidez y predomina la autofinanciación de la inversión.

- alta capitalización de las empresas comparadas con sus similares de otros países desarrollados.