



La situación de las pequeñas y medianas industrias argentinas antes y después de la devaluación

Observatorio
Pymi 

Observatorio Permanente de las Pymi

La situación de las pequeñas y medianas industrias argentinas antes y después de la devaluación

Diciembre 2003

Director:

Dr. Vicente N. Donato, Università di Bologna

Equipo de trabajo:

Lic. Christian Haedo (Università di Bologna)

Lic. Sara Novaro (Università di Bologna)

Lic. Diego Obere (Università di Bologna)

Lic. Patricia Holtzman (Observatorio PyMI)

Sr. Pablo Pagano (Observatorio PyMI)

Lic. Gonzalo Pellejero (Observatorio PyMI)

Act. Guido Wolman (Observatorio PyMI)

Srta. Marcela Cherem (Observatorio PyMI)

Srta. Vanesa Arena (Observatorio PyMI)

Lic. María Freier (Observatorio PyMI).

Socios y sostenedores del Observatorio:

Banco de la Nación Argentina

Banco de la Provincia de Buenos Aires

Banco de Inversión y Comercio Exterior

Fundación de la Unión Industrial Argentina

Ministerio de la Producción de la Provincia de Córdoba

Organización Techint



El Observatorio PyMI, de las pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera, fue fundado en 1996 por iniciativa del Ing. Roberto Rocca. Desde entonces, produce información útil para la toma de decisiones tanto del sector privado como del sector público. Roberto Rocca ya no está con nosotros; no obstante, nuestro compromiso con el Observatorio PyMI continua con renovado espíritu en homenaje a él y a su dedicación e interés en este ambicioso proyecto.

El proyecto ha sido el resultado de un coordinado esfuerzo del sector público y del sector privado, que conjuntamente han financiado la iniciativa y decidido los temas estratégicos sobre los cuales concentrar los esfuerzos informativos.

Esperamos que esta cooperación siga vigente en esta nueva etapa del Observatorio PyMI y agradecemos nuevamente a los socios fundadores: Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Banco de la Nación Argentina, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Secretaría de Ciencia y Técnica, Fundación de la Unión Industrial Argentina y Organización Techint. Agradecemos también a las instituciones que con sus aportes financieros y técnicos han permitido el desarrollo del plan de trabajo durante estos años: Banco de Inversión y Comercio Exterior, Ministerio de la Producción de la Provincia de Córdoba, Instituto de Desarrollo Empresarial Bonaerense, Red de Centros BID-Unión Industrial Argentina, Direzione Generale di Cooperazione allo Sviluppo del Ministero degli Affari Esteri de Italia y Università di Bologna.

En esta publicación presentamos los resultados de una nueva etapa en el desarrollo de nuestro Plan de Trabajo. Tras la renovación de un panel de alrededor de 1000 empresas estudiadas durante un primer quinquenio de investigación, hemos iniciado un nuevo período de estudio sobre un panel de empresas renovadas.

Aprovechamos la oportunidad para agradecer de modo especial a los empresarios, nuestros verdaderos interlocutores, que desinteresadamente responden a nuestras encuestas anuales y coyunturales. Agradecemos a todos los empresarios miembros del panel anterior por su esfuerzo quinquenal, del cual ahora los liberamos, y a los nuevos miembros por su compromiso actual y futuro. Un agradecimiento particular para los empresarios que participaron del panel anterior, y que por razones del azar estadístico, les tocó formar parte también del nuevo panel.

Vicente N. Donato
Universidad de Bolonia

Se presentan en este trabajo los resultados de la nueva encuesta de 2003. Con el propósito de complementar el análisis de algunos temas, se han incorporado resultados de las encuestas anteriores, así como del ensayo piloto Argentina-México de 2002 para un futuro Observatorio Latinamericano de las PyME; éste último fue realizado por la Università di Bologna en cooperación, entre otras instituciones, también con el Observatorio PyMI.

El lector podrá encontrar en el **primer capítulo** de esta publicación datos sobre el desempeño general de las empresas durante los últimos años. Las informaciones se presentan en relación con:

- el tamaño de las empresas
- la actividad de las empresas
- la localización geográfica

En el **segundo capítulo** se presentan las características estructurales de las PyMI, información que consideramos de gran utilidad a la hora de diseñar y definir programas públicos de apoyo a las empresas manufactureras, como también para la toma de decisiones privadas.

Los apartados de este segundo capítulo incluyen:

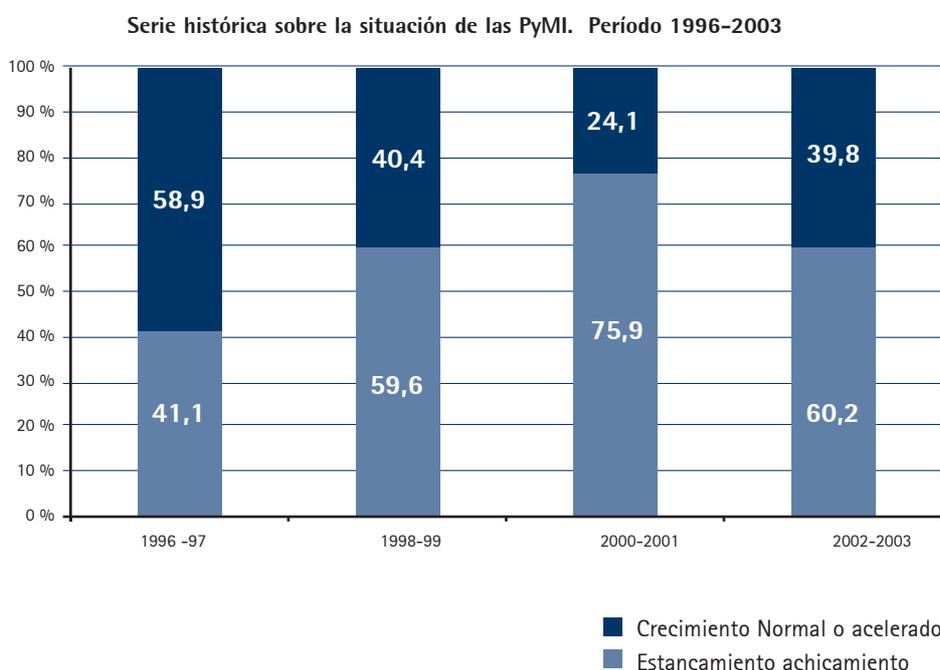
- Características básicas de las empresas: edad, forma jurídica, pertenencia a grupos económicos, participación del capital extranjero en el capital social, y grado de formalización de los procedimientos internos
- Características de los responsables de las empresas: edad, sexo y nivel de escolaridad de los empresarios.
- Características de los ocupados: nivel de escolaridad, capacitación por parte de la empresa
- Antigüedad de las maquinarias utilizadas en el proceso productivo.
- Clientes, proveedores y competidores: tipo, cantidad, grado de concentración y localización de clientes; cantidad, grado de concentración y localización de los proveedores; cantidad y origen de competidores directos.
- Informatización: cantidad de computadoras en uso, conexión a Internet y tipo de conexión, motivos de utilización.
- Inserción internacional: grado de apertura exportadora e importadora.
- Estrategias y mercados: especialización vs. diversificación, niveles de subcontratación, áreas prioritarias de atención de la conducción de la empresa.
- Acceso al crédito e índices económicos financieros: cantidad de bancos con los cuales operan las empresas, solicitud de créditos, índices económico-financieros.
- Políticas públicas: oferta de programas y preferencias empresarias.

Visión general y síntesis de los resultados

El importante cambio de precios relativos provocado por la devaluación del peso a principios de 2002 introdujo un rápido cambio en la situación de las PyMI con respecto a los últimos años.

En efecto, el porcentaje de PyMI en situación de estancamiento-achicamiento que en el bienio 2000-2001 había alcanzado un máximo del 76% de las empresas, disminuyó al 60% en 2002-2003. Las proporciones de PyMI en situación de estancamiento-achicamiento se encuentran hoy en los mismos niveles que en 1998, año en que comenzó la recesión. Sin embargo, estamos aún lejos de las proporciones observadas en 1996-1997 cuando sólo el 40% de las PyMI se encontraba en esta situación.

Gráfico 1



Fuentes: Observatorio PyMI, 1996-2003 y Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002.

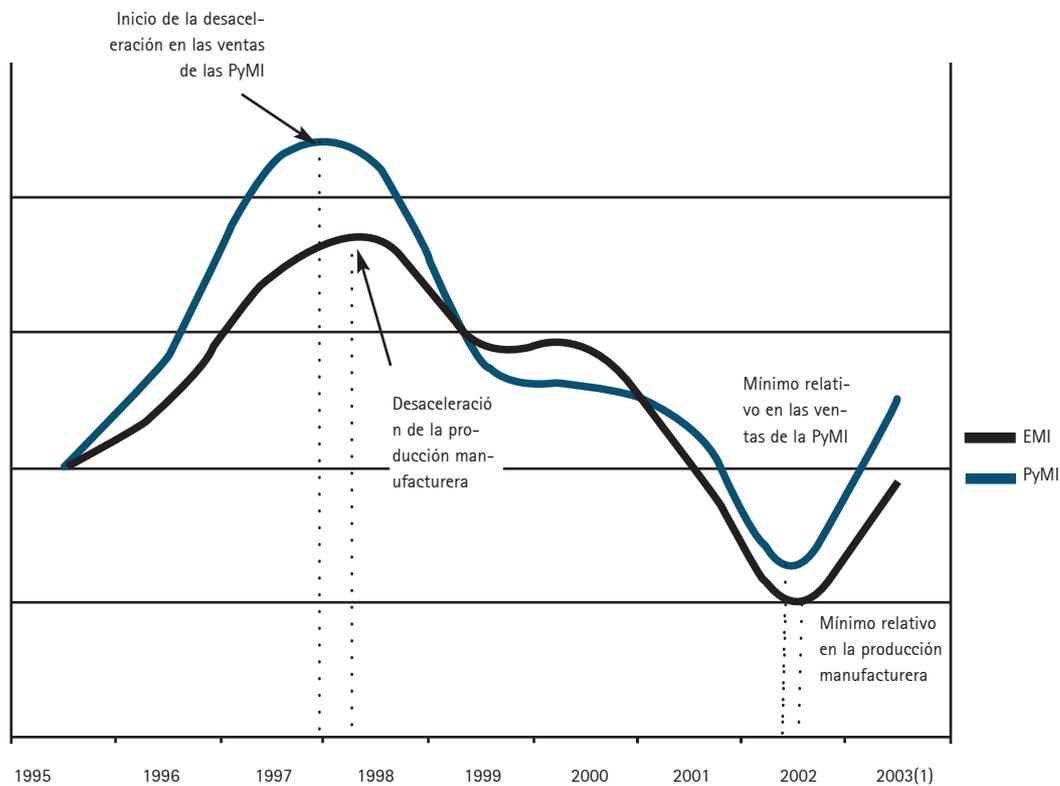
Para poder comprender mejor el verdadero alcance de los cambios ocurridos en el sector de las PyMI luego del abandono de la Ley de Convertibilidad, a principios de 2002, es conveniente recapitular brevemente cómo fue la evolución de las empresas durante la segunda mitad de los años 90.

La rápida recuperación de las PyMI que se produjo luego de la crisis del Tequila, tanto en términos de ocupados como de ventas, comenzó a desacelerarse ya a principios de 1998, tal como lo detectaron tempranamente las encuestas realizadas por el Observatorio; un semestre antes de la detección de la recesión a partir de datos generales referidos al conjunto total de las empresas manufactureras, los resultados de las encuestas a PyMI reflejaban la caída.

En efecto, los síntomas recesivos en el sector de las PyMI se anticiparon a los de las empresas más grandes de la economía argentina. Como puede verse en el gráfico 2, el incremento de las ventas de las PyMI alcanzó un punto máximo antes que el conjunto de la industria (muy influido, este último, por las grandes empresas manufactureras y representado para este análisis por la evolución del Estimador Mensual Industrial, que elabora el INDEC).

Gráfico 2

Evolución de las ventas de las PyMI y del total de la industria manufacturera.
Base 1995=100

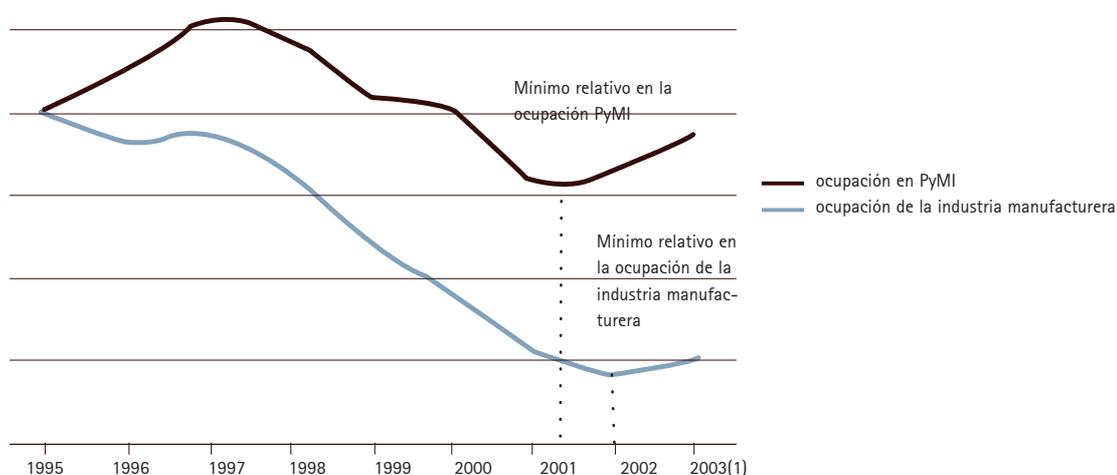


(1) Los datos de 2003 corresponden al primer semestre y fueron extrapolados, con la misma tasa de crecimiento, para la totalidad del año.
Fuentes: Observatorio PyMI, 1996-2003 y Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002.
Estimador Mensual Industrial. Encuesta Mensual Industrial, 1995-2003, INDEC.

Es de notar que las encuestas del Observatorio habían mostrado que las PyMI también se habían anticipado a las empresas más grandes en la salida de la recesión provocada por la crisis mexicana de 1995. En el gráfico 3 puede verse que mientras desde 1995 el conjunto de la industria continuó expulsando mano de obra, las PyMI comenzaron a generar nuevamente ocupación ya desde 1996 y durante todo 1997. Por otra parte en el mismo gráfico puede verse que el sector de las PyMI comenzó nuevamente a generar puestos de trabajo en 2002, mientras que para el conjunto del sector industrial esta dinámica positiva se observa sólo a partir de 2003.

Gráfico 3

Evolución de la ocupación en PyMI y en la industria manufacturera



(1) Los datos de 2003 corresponden al primer semestre y fueron extrapolados, con la misma tasa de crecimiento, para la totalidad del año.

Fuentes: Observatorio PyMI, 1996-2003 y Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002.

Índice de obreros ocupados en la industria. Encuesta Mensual Industrial, 1995-2003, INDEC.

Se demuestra así, una vez más, la mayor sensibilidad de estas empresas a la coyuntura económica, en comparación con las más grandes. Esta mayor sensibilidad, convierte a este segmento de empresas en un importante termómetro para anticipar lo que ocurrirá con el resto de la industria en el futuro próximo. Por esta razón, recomendamos observar con gran atención la evolución de la situación económico-financiera de este segmento en una perspectiva comparativa con las empresas más grandes.

Veamos, por ejemplo, esta evolución durante la segunda mitad de los años 90. Las restricciones financieras derivadas de la disminución del flujo de financiamiento externo recibido por el país, a partir del cambio en el contexto financiero internacional que comenzó a gestarse a mitad de los años 90, retardaron sus efectos sobre las grandes empresas; sin embargo, impactaron inmediatamente sobre las PyMI. Las grandes empresas desplazaron del mercado del crédito a las PyMI a partir de 1996 y mantuvieron fluido acceso a este mercado hasta que, a su vez, fueron desplazadas en 1999 por el sector público.

La primera parte de esta secuencia se ve reflejada en los cuadros que se presentan a continuación. Así, en el cuadro 1, se observa que mientras las PyMI comenzaron a realizar un drástico ajuste financiero ya en 1997, reduciendo notoriamente su nivel de pasivo, las grandes empresas, todavía en dicho año, expandían sus actividades a costa de un mayor endeudamiento.

Cuadro 1.

**Estructura porcentual económico-financiera comparativa entre
Grandes Empresas y PyMI. 1996-1997**

Rubros	Año 1996		Año 1997		Variación porcentual de los montos	
	PyMI %	Grandes %	PyMI %	Grandes %	PyMI 97/96	Grandes 97/96
Activo corriente	59	44	56	43	-7,5	7,5
Activo no corriente	41	56	44	57	4,6	11,9
Activo total	100	100	100	100	-2,5	10,0
Pasivo corriente	42	37	32	35	-25,7	4,0
Pasivo no corriente	11	12	13	15	15,2	37,5
Pasivo total	54	49	45	51	-17,2	12,2
Patrimonio neto	46	51	55	49	16,5	5,7
Pasivo total + Patrim. Neto	100	100	100	100	-2,5	10,0

Fuente: Informe a las Empresas sobre el Resultado de la Tercera Encuesta Estructural. Observatorio PyMI. Octubre 2000. Buenos Aires.

En el cuadro 2 se observa que en 2000-2001, las grandes empresas mostraban niveles de endeudamiento financiero muy superiores a las PyME para los mismos sectores de la economía (industria manufacturera, comercio mayorista y servicios a las empresas).

Cuadro 2.

**Índice económico financieros de las Grandes Empresas
(año 2000) y PyME (año 2001)**

Indices económico-financieros	INDUSTRIA		COMERCIO		SERVICIOS	
	Grandes	PyME	Grandes	PyME	Grandes*	PyME
Activo corriente / Activo no corriente	0,66	1,47	1,70	3,71	2,85	5,04
Ventas (sin IVA) / activos	0,82	1,16	1,35	1,39	1,64	2,30
Patrimonio Neto / Pasivo	0,96	0,95	0,67	0,79	0,61	1,22
Deudas Bancarias / Pasivo	0,37	0,08	0,39	0,03	0,40	0,00
(Créditos a Clientes Corrientes y No Corrientes / Ventas) x 360 días	79	55	97	36	60	43
(Deudas con Proveedores Corrientes y No Corrientes / Compras) x 360 días	112	62	71	52	135	30
Gastos financieros / Ventas	0,05	0,02	0,02	0,01	0,03	0,00
Resultado del ejercicio / Ventas	0,03	0,02	0,03	0,03	0,18	0,06

* Datos provisorios

Fuente: Propuesta Metodológica para un Observatorio Latinoamericano de las PyME. Resultados de la Prueba Piloto Argentina-México. Serie de Buenas Prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible. Banco Interamericano de Desarrollo, octubre 2003.

Los bajos niveles de endeudamiento financiero, prácticamente nulos, con los cuales las PyME llegaron al momento de la crisis financiera y de la devaluación de la moneda, explican la rápida y positiva reacción del sector a la nueva coyuntura y las buenas perspectivas económico-financieras de este segmento de empresas.

Como se observa en el cuadro 3, que compara la velocidad de recuperación de las PyMI con respecto al conjunto de la industria, influenciado por las grandes empresas manufactureras, las PyMI salieron de la larga recesión que comenzó en 1998, un semestre antes que las grandes empresas. En efecto, durante el segundo semestre de 2002, se observó que las PyMI aumentaron sus ventas un 15,3% con respecto a igual período del año anterior, mientras que el conjunto de la industria registró una caída del 3,5% y sólo en el primer semestre del año 2003 presentaron una tasa positiva.

CUADRO 3.

Evolución de las ventas de las PyMI y del total de la industria manufacturera a valores constantes

Semestre	Variación porcentual respecto a igual semestre del año anterior	
	PyMI	Total Industria*
2001		
II	s/d	-11,2
2002		
I	-21,3	-17,4
II	15,3	-3,5
2003		
I	24,8	17,3

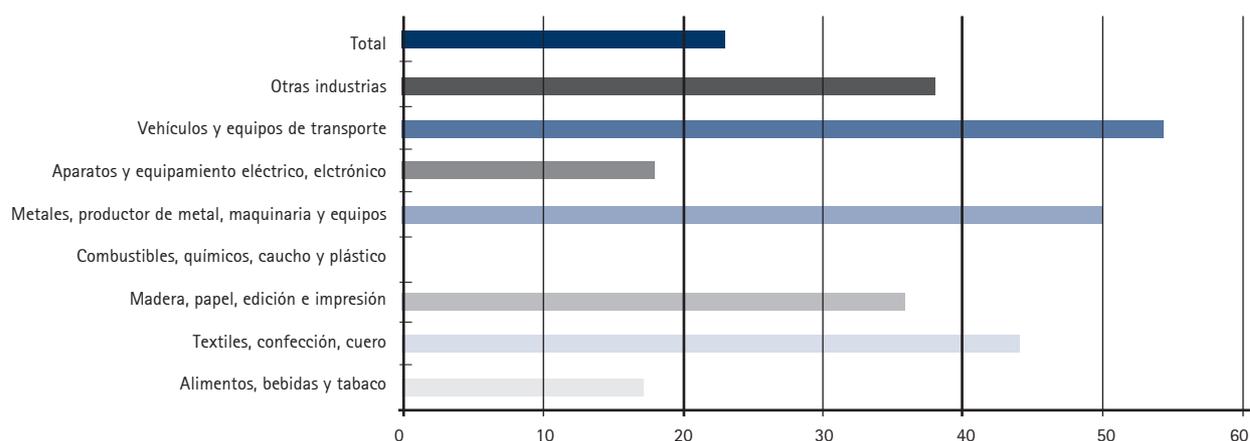
Fuentes: Observatorio PyMI, 2003.

Estimador Mensual Industrial. Encuesta Mensual Industrial, 2001-2003, INDEC.

Los incrementos de las ventas de las PyMI durante el primer semestre de 2003 con respecto a igual semestre del año anterior, para los distintos sectores de actividad industrial, pueden verse en el siguiente gráfico.

Gráfico 4.

Variación porcentual de las ventas respecto a igual semestre del año anterior, por sector de actividad industrial



Fuente: Observatorio PyMI, 2003.

Como conclusión, podemos señalar que tanto los niveles de ventas en franca recuperación, que sitúan la actual producción en valores similares a los registrados en 2000, como los costos financieros, que prácticamente no inciden sobre la rentabilidad neta de las empresas, ponen de manifiesto el buen escenario actual.

El futuro

Las buenas perspectivas del sector de las PyMI pueden comenzar a evaluarse a partir de la opinión y expectativas de los empresarios entrevistados.

- Del total de empresas que durante 2001-2002 estaban atravesando un período de achicamiento, el 69% de sus directivos opina que crecerán durante los próximos tres años.
- Del total de empresas que durante 2001-2002 estaban atravesando una situación de estancamiento, el 88% de sus directivos opina que crecerán durante los próximos tres años.
- Del total de empresas que durante 2001-2002 estaban atravesando un período de crecimiento, más del 90% de sus directivos opina que continuarán creciendo en los próximos tres años.

CUADRO 4.

Expectativas de evolución de las PyMI según su desempeño en los dos últimos años. Año 2003

Desempeño durante los dos últimos años	Evolución próximos tres años				Total
	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	
Crecimiento acelerado	15,97	74,35	9,68	.	100,0
Crecimiento normal	7,66	88,31	3,18	0,84	100,0
Estancamiento	3,72	84,46	11,41	0,42	100,0
Achicamiento	4,88	64,57	25,84	4,71	100,0
Total	5,94	81,04	11,54	1,48	100,0

Fuente: Observatorio PyMI, 2003.

¿Cuáles son las condiciones generales que deben verificarse para que estas previsiones de crecimiento sean efectivamente realizadas? Estas condiciones generales pueden deducirse a partir de la situación actual, y en contraposición con la situación general vigente durante la segunda mitad de los años 90.

Actualmente las empresas afrontan precios relativos favorables, totalmente distintos a los vigentes durante la segunda mitad de los años 90. Por otra parte, continúa la falta de crédito que se verificó durante la última parte de la década pasada. Con este escenario general las empresas lograron cambiar su perspectiva de crecimiento: la tradicional desventaja financiera fue compensada con creces por la ventaja comercial.

La diferencia esencial con el pasado es que entre 1995 y 2001, la ausencia de crédito se combinaba con precios relativos desfavorables: desventaja financiera más desventaja comercial. Este fue el escenario que terminó llevando a la mayoría de las empresas a una situación de estancamiento-achicamiento.

Como conclusión podemos afirmar que para que la reactivación consolide su rumbo y se transforme en crecimiento, no debería deteriorarse el tipo de cambio real (cambio negativo en los precios relativos) al tiempo que se mantiene la falta de crédito financiero a las empresas. Una creciente desventaja comercial de las empresas podría ser sólo mitigada mediante un buen acceso al mercado financiero, como principal instrumento para financiar fuertes inversiones destinadas a lograr importantes aumentos de productividad.

En síntesis, para evaluar las perspectivas de crecimiento de este sector hay que prestar simultánea atención a los precios relativos y al acceso al mercado financiero.

La evolución del tipo de cambio es fácilmente observable. Pero ¿cómo observar la evolución del acceso de las PyMI al mercado financiero y, sobre todo, cómo calificar de satisfactorio o no el nivel de acceso? Un nivel satisfactorio de acceso al mercado financiero podría ser definido simplemente como un retorno a los niveles de endeudamiento financiero similares a los registrados en 1994, que el Observatorio PyMI había cuantificado en un 17% del activo. Este nivel era sólo tres puntos inferior al nivel de endeudamiento registrado por las PyMI en España (21%), aunque todavía muy lejano al nivel de endeudamiento de las PyMI en Italia (25%), EEUU (27%) y Japón (41%).

Actualmente, el nivel de endeudamiento de las PyMI argentinas puede estimarse entre un 4 y 7% del activo total. Retornar a los niveles de 1994 comportaría un aumento de 10 a 13 puntos porcentuales, que significarían aproximadamente entre 1.700 y 2.200 millones de pesos.

Esta es una cifra perfectamente alcanzable, aún para el maltrecho sistema financiero argentino, pero hará falta un fuerte compromiso de los bancos a perseguir estrategias que permitan lograr una mayor bancarización de las PyMI. El nivel de bancarización de las empresas, lejos de ser el resultado de las políticas macroeconómicas y considerando los modestos volúmenes de crédito antes estimados, depende solamente del propio accionar de los bancos.



Desempeño general de las PyMI



1

En el presente capítulo se describe el desempeño general de las empresas durante los últimos años. Las informaciones se presentan primero en relación con el tamaño de las empresas, luego por localización geográfica y, por último por tipo de actividad que desarrollan. En cada apartado se analiza la evolución de las ventas, de la ocupación, productividad, exportaciones, inversiones, la situación del pasado reciente y las expectativas de los empresarios. Finalmente, se analizan los principales problemas que afectan a las empresas.

1. INFORMACIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA

1.1 Evolución de las Ventas

Tabla 1.1.

Variación porcentual de las ventas entre el primer semestre de 2001 y el primer semestre de 2003, por tramos de ocupación.

Tramos de ocupación	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Entre 8 y 30 ocupados	-20,0	-25,0	20,0
Entre 31 y 200 ocupados	-5,0	-20,0	24,0
Total	-10,0	-21,0	23,0

Durante el periodo de gestación y desenlace de la crisis, la ventas de las PyMI cayeron en términos reales un 21%. La caída fue más importante entre las empresas más pequeñas (menos de 30 ocupados) que entre aquellas más grandes. Por otra parte se observa que la recuperación comenzó ya durante el segundo semestre del 2002, cuando las ventas comenzaron a repuntar y permitieron cerrar el año con niveles de caída inferiores a los registrados durante los meses anteriores. De nuevo la recuperación fue mucho más rápida entre las PyMI de mayor tamaño que entre las más pequeñas.

Finalmente, la velocidad de la plena recuperación se observa durante la primera mitad del 2003, cuando todos los tamaños de PyMI aumentan notablemente sus ventas, pero las más grandes lo hacen a tasas superiores que las más pequeñas.

Tabla 1.2

Evolución de las ventas anuales del sector PyMI a precios constantes. Base 1995=100

		Años								
		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003*
PyMI	Ventas (1995=100)	100,0	108,4	122,5	122,3	107,9	106,0	103,1	92,8	105,2
	Variación Porcentual		8,4	13,0	-0,2	-11,8	-1,8	-2,7	-10,0	13,4
EMI	Nivel Gral. (1995=100)	100,0	104,8	114,3	116,8	109,1	108,8	100,6	89,9	98,7
	Variación Porcentual		4,8	9,1	2,2	-6,6	-0,3	-7,6	-10,6	9,7

* Los datos de 2003 corresponden al primer semestre y fueron extrapolados, con la misma tasa de crecimiento, para la totalidad del año.

Observando la evolución de las ventas en perspectiva histórica, se puede señalar que el primer semestre del 2003 marca la primera recuperación del facturado luego de cuatro años continuos de disminución. Los niveles actuales de facturado se sitúan en niveles ligeramente inferiores a los de 1998, año del comienzo de la recesión, pero superiores a los niveles de 1996, año en el cual las empresas se estaban recuperando del efecto negativo de la crisis mexicana de 1995.

1.2 Evolucion de la ocupación

Tabla 1.3

Variación porcentual de la ocupación entre 2001 y 2003, por tramos de ocupación

Tramos de ocupación	Variación anual diciembre 2002/ diciembre 2001	Variaciones semestrales			
		dic 2001/ junio 2001	junio 2002 / dic. 2001	dic. 2002 / junio 2002	junio 2003/ dic. 2002
Entre 8 y 30 ocupados	-2,1	-6,0	-0,3	-1,7	10,1
Entre 31 y 200 ocupados	3,1	-0,3	-5,4	9,0	1,9
Total	1,1	-2,6	-3,4	4,6	5,0

Durante el período comprendido entre junio 2003 y junio 2002, la ocupación en las PyMI creció un 9.8%. En el período anterior, junio 2002-junio 2001, la ocupación había caído en un 5,9%. El empleo industrial comenzó a recuperarse fuertemente en el segundo semestre del 2002, cerrando el año 2002 con un ligero aumento del 1.1% con respecto a diciembre 2001.

Tardaron más en recuperarse las empresas de menor tamaño. Las PyMI que ocupan más de 30 personas muestran un incremento positivo desde el segundo semestre de 2002. Esta dinámica es análoga a la que presentan las empresas de menor tamaño en el primer semestre de 2003.

Tabla 1.4

Evolución de la ocupación entre 1995 y 2002. Base 1995=100

		Años								
		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003*
PyMI	Ocupados	100,0	105,3	111,1	108,7	101,8	100,5	96,5	97,6	102,5
	Variación Porcentual		5,3	5,5	-2,2	-6,3	-1,3	-4,0	1,1	5,0
Ind manuf	Ocupados	100,0	96,4	97,4	92,4	84,1	78,4	71,5	68,4	70,5
	Variación Porcentual		-3,6	1,0	-5,1	-9,0	-6,8	-8,8	-4,3	3,0

* los datos de 2003 corresponden a información del primer semestre que ha sido extrapolada para todo el año

Si analizamos la evolución histórica de la ocupación durante la segunda mitad de los noventa, vemos que el conjunto total de la industria expulsó mano de obra prácticamente durante todo el período. Las PyMI, en cambio, incrementaron el empleo hasta 1997 y, mantuvieron un nivel superior al de 1995 hasta el año 2001. Muestran también una recuperación desde 2002, y en el primer semestre del corriente año muestran el nivel de 1995.

1.3 Evolución de la productividad

Tabla 1.5

Variación porcentual de la productividad entre 2001 y 2003, por tramos de ocupación

Tramos de ocupación	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Entre 8 y 30 ocupados	-17,9	-18,1	10,3
Entre 31 y 200 ocupados	-8,7	-14,1	16,6
Total	-11,7	-15,4	14,5

La evolución de la productividad acompaña el ciclo económico. Cuando caen las ventas y la ocupación (aunque esta última en menor medida) cae también la productividad. Como se observa en el cuadro, la disminución de la productividad durante la recesión es menor y su aumento al comenzar la expansión mayor entre las PyMI de mayor tamaño. Así, se estaría evidenciando un incipiente aumento de la brecha de productividad entre las PyMI de mayor y menor tamaño.

Tabla 1.6

acumulada de la productividad entre 1995 y 2002. Base 1995=100.

		Años							
		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
PyMI	Nivel General	100,0	102,9	110,3	112,5	106,0	105,5	106,8	95,1
	Variación Porcentual		2,94	7,11	2,04	-5,79	-0,49	1,30	-11,70
Ind manu- facturera	Nivel General	100,0	108,7	117,4	126,3	129,8	138,8	140,7	131,4
	Variación Porcentual		8,69	7,99	7,64	2,73	6,94	1,34	-6,58

La evolución de la productividad presenta dos patrones disímiles entre las empresas PyMI y la industria manufacturera en su conjunto a partir de 1998. La productividad en las PyMI prácticamente disminuye a partir de 1998 mientras que la industria en su conjunto presenta un aumento notorio y sostenido hasta 2001. Esto se debe a que las empresas de mayor tamaño expulsaron mano de obra en una mayor proporción como respuesta a la caída de las ventas a partir de 1998.

De esta forma, la brecha de productividad entre empresas PyMI y aquellas de mayor tamaño se amplió durante el período analizado. En 2002, las PyMI presentaron niveles de productividad menores a los de 1995.

1.4 Evolución de las exportaciones

Tabla 1.7

Porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales de las empresas PyMI, por tramos de ocupación

Tramos de ocupación	Año 2001	Año 2002	Primer semestre de 2003
Entre 8 y 30 ocupados	7,2	9,2	11,1
Entre 31 y 200 ocupados	5,8	7,7	7,0
Total	6,3	8,2	8,3

A partir de 2002, en un contexto caracterizado por una caída de la demanda interna y precios re-lativos más favorables, la participación de las exportaciones en las ventas se incrementó. Este fenómeno es más notorio entre las empresas de hasta treinta ocupados.

Tabla 1.8

Porcentajes de exportaciones sobre las ventas de las PyMI exportadoras, por tramo de ocupación

Tramos de ocupación	Año 2001	Año 2002	Primer semestre de 2003
Entre 8 y 30 ocupados	32,2	35,0	36,5
Entre 31 y 200 ocupados	17,9	21,7	21,9
Total	21,4	24,8	26,3

Entre las PyMI exportadoras también se observa un leve crecimiento en la participación de las exportaciones. Este aumento es relativamente superior en las de mayor tamaño.

Tabla 1.9

Distribución porcentual de las exportaciones según destino.

Destinos	Años		
	2001	2002	2003
Brasil	20,4	18,7	16,5
Chile	16,4	20,8	21,3
Resto del Mercosur	21,2	20,1	20,3
Resto de América Latina	18,1	17,8	17,4
EE.UU.	8,6	8,5	7,4
Unión Europea	8,3	7,9	9,1
Asia	4,0	2,6	2,6
Otros	3,0	3,5	5,4
Total	100,0	100,0	100,0

El MERCOSUR y Chile concentran más del cincuenta por ciento de las exportaciones. Dentro de este grupo Chile aumentó su participación mientras que lo contrario ocurrió con Brasil. El resto de América Latina tiene una participación de aproximadamente un 18%, con lo cual solo un cuarto de las exportaciones se dirigen a otros mercados.

1.5 Evolución de las inversiones

Tabla 1.10

Distribución porcentual de las empresas según que los montos invertidos en 2001 hayan sido mayores, iguales o menores a los del año anterior, por tramos de ocupación.

Inversiones					
Tramos de ocupación	Mayores	Iguales	Menores	No invirtió	Total
Entre 8 y 30 ocupados	23,6	19,0	15,1	42,3	100,0
Entre 31 y 200 ocupados	35,8	26,6	15,6	22,0	100,0
Total	28,7	23,2	15,4	32,7	100,0

Las empresas con más de treinta ocupados invirtieron en mayor proporción y monto que las más pequeñas.

Tabla 1.11

Distribución porcentual de las empresas según que los montos invertidos en el primer semestre de 2003 hayan sido mayores, iguales o menores a los invertidos en el mismo período del año anterior, por tramos de ocupación.

Inversiones primer semestre 2003					
Tramos de ocupación	Mayores	Iguales	Menores	No invirtió	Total
Entre 8 y 30 ocupados	30,8	8,9	15,3	45,1	100,0
Entre 31 y 200 ocupados	33,4	10,8	16,0	39,7	100,0
Total	31,7	10,1	14,9	43,3	100,0

En 2003, el porcentaje de PyMI que no realizaron inversión alguna se acrecienta en relación con 2001. Sin embargo, la cautela en las inversiones parece ser más prevaeciente entre las PyMI de mayor tamaño, ya que entre las que ocupan menos de 30 personas el porcentaje de empresas que no invirtió aumentó solo ligeramente desde el 42% en 2001 al 45% en 2003.

1.6 Desempeño y expectativas de los empresarios

Tabla 1.12

Distribución porcentual de las empresas según la situación que atraviesan en el bienio 2002-2003, por tramos de ocupación

Desempeño durante los dos últimos año					
Tramo de ocupación	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	Total
Entre 8 y 30 ocupados	3,2	33,48	42,4	20,93	100,0
Entre 31 y 200 ocupados	7,99	39,41	29,76	22,84	100,0
Total	4,62	35,24	38,65	21,49	100,0

El 40% de las empresas considera que durante los dos últimos años (2003 y 2002) atraviesa un período de crecimiento. La proporción de empresas en crecimiento es 10 puntos mayor entre las PyMI que ocupan hasta 30 personas que entre las que ocupan menos de 30 (47% y 37% respectivamente).

Tabla 1.13

Cambios en la evaluación del desempeño de las empresas, según la opinión de sus directivos, a lo largo del período 1996–2003: porcentaje de empresas en situación de estancamiento– achicamiento o de crecimiento

Desempeño							
Estancamiento–Achicamiento				Crecimiento normal o acelerado			
1996–97	1998–99	2000–2001	2002–2003	1996–97	1998–99	2000–2001	2002–2003
41,1	59,6	75,9	60,2	58,9	40,4	24,1	39,8

Fuentes: Observatorio PyMI, 1996–2003 y Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002.

La proporción de empresas en crecimiento en 2002–2003 es sustancialmente mayor a la proporción de empresas en crecimiento registrada en 2000–2001, inmediatamente antes de la devaluación, cuando se registró sólo un 24% de empresas en crecimiento; pero la proporción de empresas en crecimiento en 2002–2003 es aún sustancialmente inferior a la registrada en el período 1996–1997.

Tabla 1.14

Distribución porcentual de las empresas según sus expectativas de evolución, por tramos de ocupación.

Evolución próximos tres años					
Tramo de ocupación	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	Total
Entre 8 y 30 ocup.	5,7	80,33	12,38	1,59	100,0
Entre 31 y 200 ocup.	6,02	81,57	11,5	0,91	100,0
Total	5,79	80,69	12,12	1,39	100,0

Las expectativas de crecimiento son altas tanto para las PyMI más pequeñas como para las de mayor tamaño.

Tabla 1.15

Distribución porcentual de las empresas según sus expectativas de evolución en los próximos 3 años.

Evolución próximos tres años					
	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	Total
Total	7,8	60,2	20,4	11,7	100,00

Fuente: Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002

También a fines del año 2002 la proporción de empresas con expectativas de crecimiento era relativamente alta pero, en ese entonces, un tercio de las empresas esperaba una situación desfavorable para los años siguientes.

Tabla 1.16

Distribución porcentual de las empresas según sus expectativas de evolución en los próximos 3 años, por categoría de desempeño en los dos últimos años.

Desempeño durante los dos últimos años	Evolución				Total
	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	
Crecimiento acelerado	15,97	74,35	9,68	.	100,00
Crecimiento normal	7,66	88,31	3,18	0,84	100,00
Estancamiento	3,72	84,46	11,41	0,42	100,00
Achicamiento	4,88	64,57	25,84	4,71	100,00
Total	5,94	81,04	11,54	1,48	100,00

Un crecimiento normal es lo más frecuentemente esperado por las empresas, aún para las que pasaron por una situación de achicamiento en los años 2001-2002. Las expectativas de crecimiento acelerado son mayores para las empresas que atravesaron esta misma situación. Las expectativas de estancamiento o achicamiento también son relativamente más elevadas para las que pasaron por una situación desfavorable.

1.7 Principales problemas

Tabla 1.17

Principales problemas declarados por los empresarios: porcentajes de empresas por tramos de ocupación.

Principales problemas	Tramo de ocupación		Total
	entre 8 y 30	entre 31 y 200	
Disminución de la rentabilidad	47,2	48,4	47,6
Dificultades en la obtención de financiamiento	42,7	49,2	44,7
Aumento del costo operativo	31,9	38,3	33,9
Alto grado de evasión en la competencia	27,1	31,3	28,4
Caída de las ventas	29,5	21,1	26,9
Fuerte competencia en los mercados a nivel nacional	20,5	20,3	20,4
Retrasos en los pagos de los clientes	14,2	14,8	14,4
Excesivos trámites gubernamentales	17,4	13,3	16,1
Elevados costos financieros	17,4	10,9	15,4
Fuerte competencia de los productos brasileños	13,9	18,0	15,1
Insuficiente capacidad productiva	9,4	8,6	9,1
Otros	8,7	7,8	8,4
Fuerte competencia en los mercados internacionales	3,1	7,8	4,6

Actualmente los problemas más frecuentes entre las PyMI son la disminución de la rentabilidad y las dificultades en la obtención de financiamiento: casi la mitad de las empresas señaló estas dificultades. El tercer problema más frecuente es el aumento de los costos operativos. No se observan diferencias relevantes por tramos de ocupación.

Tabla 1.18

Principales problemas declarados por los empresarios. Cambios entre Octubre de 2002 y julio de 2003

	2002	2003
Disminución de la rentabilidad	45,9	47,6
Dificultades en la obtención de financiamiento	21,0	44,7
Aumento del costo operativo	9,0	33,9
Alto grado de evasión en la competencia	14,7	28,4
Caída de las ventas	73,0	26,9
Fuerte competencia en los mercados a nivel nacional	22,3	20,4
Elevados costos financieros	27,5	15,4
Retrasos en los pagos de los clientes	52,4	14,4
Otros	22,6	8,4
Fuerte competencia en los mercados internacionales	7,5	4,6

Fuente: Observatorio PyMI, año 2003 y Observatorio Latinoamericano de las PyME, Prueba Piloto, 2002

Los problemas más frecuentemente declarados por las PyMI, a fines del año 2002, fueron de naturaleza distinta que los de mediados del año 2003. En el año 2002 los más frecuentes fueron el de la caída de las ventas y el de los retrasos en los pagos de los clientes. La disminución de la rentabilidad fue declarada como problema por un porcentaje similar de empresas en ambos años. Las dificultades para obtener financiamiento y el aumento de los costos operativos, no aparecían como problemas relevantes en el año 2002.

1.9 Crédito comercial

Tabla 1.19

Cantidad de días transcurridos para el cobro a clientes y para el pago a proveedores, por tramos de ocupación.

Tramos de ocupación	COBROS A CLIENTES				PAGOS A PROVEEDORES			
	Promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90	Promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90
Entre 8 y 30	31,8	10,0	30,0	60,0	18,0	0,0	15,0	30,0
" 31 y 200	33,5	7,0	30,0	60,0	21,8	4,0	20,0	30,0

Actualmente las PyMI tienen crédito comercial negativo. En efecto, en promedio pagan a alrededor de 20 días y cobran pasados los 30 días. Sólo una décima parte de las empresas cobra a sus clientes a menos de 10 días; también una décima parte de ellas paga a sus proveedores a más de 30 días.

2. POR REGION GEOGRAFICA

2.1 Evolución de las ventas

Tabla 1.20

Variación porcentual de las ventas entre el primer semestre del 2001 y el primer semestre del 2003, por regiones geográficas

Región geográfica	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Area metropolitana	-11,0	-2,0	22,0
Centro	-7,0	-15,0	28,0
Resto del país	-14,0	-21,0	17,0
Total	-10,0	-21,0	23,0

Las PyMI localizadas en el conjunto de regiones agrupadas bajo la denominación "resto del país" son las que tuvieron un desempeño relativamente menos favorable, con tasas de incremento de ventas en el período de recuperación inferiores a cinco puntos de la región Metropolitana y once puntos de la región Centro. Las PyMI de la región Centro fueron las que demostraron un mejor desempeño en la fase de recuperación aunque, para aquellas de la zona metropolitana, la caída en el período más agudo de la crisis fue menor.

2.2 Evolución de la ocupación

Tabla 1.21

Variación porcentual de la ocupación entre 2001 y 2003, por región geográfica

Región geográfica	Diciembre 2001 /junio 2001	junio 2002/ Diciembre 2001	Diciembre 2002 Junio 2002	Junio 2003 Diciembre 2002	Años 2002 / 2001
Area metropolitana	-4,0	-2,5	4,2	5,1	1,5
Centro	-0,2	-3,2	5,4	6,0	2,1
Resto del país	-1,7	-6,3	4,6	3,4	-1,9
Total	-2,6	-3,4	4,6	5,0	1,1

Las dos regiones más dinámicas desde el punto de vista del empleo son Centro y Metropolitana. En ambas ya en 2002 se observó un incremento de la ocupación, mientras que en el resto del país la ocupación cayó del 2%. Durante los últimos doce meses, aunque todas las regiones del país mostraron un incremento de la ocupación, la región Centro fue aquellas donde se registró una mayor tasa de incremento.

2.3 Evolución de la productividad

Tabla 1.22

Variación de la productividad entre 2001 y 2003, por regiones geográficas

Región geográfica	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Area metropolitana	-13,0	-19,3	18,8
Centro	-9,5	-12,0	13,9
Resto del país	-11,4	-10,6	6,8
Total	-11,7	-15,4	14,5

La productividad de la región Metropolitana evolucionó mas negativamente que en el resto de las regiones durante la fase recesiva del ciclo económico, pero como contrapartida mostró un mayor incremento durante la fase de recuperación. Como consecuencia, no se observan tendencias sistemáticamente divergentes en productividad de las distintas regiones de Argentina.

2.4 Evolución de las exportaciones

Tabla 1.23

Porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales de las empresas del sector PyMI, por regiones geográficas

Región geográfica	Año 2001	Año 2002	Primer semestre 2003
Area metropolitana	7,2	9,1	10,8
Centro	3,9	7,3	5,9
Resto del país	7,4	6,8	5,8
Total	6,3	8,2	8,3

Las PyMI del área metropolitana parecerían ser las que mejor aprovecharon las ventajas en los precios relativos tras la devaluación, incrementando la participación de las exportaciones en tres puntos porcentuales. Esto ocurre, a pesar de ser las PyMI de esta región las que poseían previamente una mayor apertura exportadora.

Tabla 1.24

Porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales de las PyMI exportadoras, por regiones geográficas

Región geográfica	Año 2001	Año 2002	Primer semestre 2003
Area metropolitana	20,9	24,2	27,8
Centro	14,2	21,9	18,8
Resto del país	50,9	39,3	48,7
Total	21,4	24,8	26,3

Entre las PyMI exportadoras, se destaca una mejoría en la performance exportadora de aquellas localizadas en el área metropolitana y en la región del Centro y, un deterioro de las situadas en el resto de país. Esto último es llamativo si se tiene en cuenta que estas empresas estaban fuertemente relacionadas con los mercados externos aún con anterioridad a la devaluación.

Tabla 1.25

Variación porcentual de exportaciones de 2002 con respecto al año anterior, por regiones geográficas

Región	Variación porcentual año 2002 / año 2001
Metropolitana	13,7
Centro	71,6
Resto del País	-21,5
Total	16,4

Durante el año 2002, se destaca la gran variación en las exportaciones de las PyMI de la región Centro con respecto al período precedente. Este incremento fue del 71%; contrasta fuertemente con la disminución del 21% en las exportaciones del resto del país.

2.5 Evolución de la inversión

Tabla 1.26

Distribución porcentual de las empresas según que los montos invertidos en el primer semestre de 2003 hayan sido mayores, iguales o menores a los invertidos en el mismo período del año anterior, por regiones geográficas

Región geográfica	Inversiones				Total
	Mayores	Menores	Iguales	No realizó inversiones en ambos períodos	
Metropolitana	31,77	7,92	17,71	42,6	100,0
Centro	37,18	15,41	7,69	39,72	100,0
Resto del País	22,62	6,53	18,63	52,22	100,0
Total	31,55	9,45	15,51	43,49	100,0

El mejor comportamiento inversor lo encontramos entre las PyMI de la región Centro. En esta región se encuentra la menor proporción de empresas que no han invertido en 2002 y en 2003. Además, esta región también concentra una mayor proporción de empresas que en 2003 han realizado inversiones en un monto superior a los de 2002. La mayor proporción de empresas que no han invertido en 2002 y 2003 se encuentra en el "resto del país", donde además se localiza la menor proporción de empresas que han invertido en 2003 mayores montos que en 2002.

2.6 Desempeño y expectativas de los empresarios

Tabla 1.27

Distribución porcentual de las empresas según la situación que atraviesan en el bienio 2002-2003, por regiones geográficas

Desempeño durante los dos últimos años					
Región geográfica	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	Total
Metropolitana	5,39	35,55	33,99	25,06	100,0
Centro	4,58	39,87	40,52	15,03	100,0
Resto del País	2,15	25,81	50,65	21,4	100,0
Total	4,62	35,24	38,65	21,49	100,0

La mayor proporción de PyMI en crecimiento se encuentra en aquellas localizadas en la región Centro (45%), mientras que la menor proporción se encuentra en el resto del país.

Tabla 1.28

Distribución porcentual de las empresas según sus expectativas de evolución en los próximos tres años, por regiones geográficas

Evolución					
Región geográfica	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	Total
Metropolitana	6,0	82,2	9,8	1,9	100,0
Centro	4,7	79,2	15,4	0,7	100,0
Resto del País	7,5	77,7	14,1	0,7	100,0
Total	5,9	80,8	11,8	1,5	100,0

El 87% de las PyMI manifiesta expectativas de crecimiento en los próximos tres años. No se observan diferencias significativas de expectativas entre las PyMI de las tres regiones consideradas.

2.7 Principales problemas

Tabla 1.29

Principales problemas declarados por los empresarios: porcentajes de empresas por regiones geográficas

Principales problemas	REGION			
	Metropolitana	Centro	Resto del País	Total
Disminución de la rentabilidad	46.3	50.6	47.9	47.6
Dificultades en la obtención de financiamiento	43.3	47.2	45.8	44.7
Aumento del costo operativo	31.2	34.8	39.6	33.9
Alto grado de evasión en la competencia	27.3	32.6	27.1	28.4
Caída de las ventas	26.0	20.2	35.4	26.9
Fuerte competencia en los mercados a nivel nacional	20.8	20.2	19.8	20.4
Excesivos trámites gubernamentales	18.2	9.0	17.7	16.1
Elevados costos financieros	15.6	13.5	16.7	15.4
Fuerte competencia de los productos brasileños	16.5	20.2	7.3	15.1
Retrasos en los pagos de los clientes	16.9	9.0	13.5	14.4
Insuficiente capacidad productiva	7.8	16.9	5.2	9.1
Otros	10.4	6.7	5.2	8.4
Fuerte competencia en los mercados internacionales	3.9	4.5	6.3	4.6

El problema que más caracteriza a las PyMI es el de la disminución en la rentabilidad, seguido este de las dificultades en la obtención de financiamiento y los aumentos en los costos operativos. Para la región Centro se destaca la mayor problemática causada por la fuerte competencia de los productos brasileños y la insuficiencia de la capacidad productiva. Mientras tanto, en la región resto del país un problema más frecuente en relación con otras regiones es el de la caída en las ventas. Lo contrario parece ocurrir con la competencia de los productos brasileños, que no es considerado un problema significativo para las PyMI de esta región.

2.8 Crédito comercial

Tabla 1.30

Cantidad de días transcurridos para el cobro a clientes y el pago a proveedores, por regiones geográficas

Región geográfica	COBROS A CLIENTES				PAGOS A PROVEEDORES			
	Promedio	Percentil 10	Mediana	Percentil 90	Promedio	Percentil 10	Mediana	Percentil 90
Metropolitana	33	10	30	60	19	0	15	30
Centro	30	7	30	60	20	0	15	30
Resto del País	32	7	30	60	16	0	15	30

No se observan diferencias significativas entre las regiones. En las tres regiones, el 90% de las empresas cobra a 60 días o menos y paga a sus proveedores en un período de hasta 30 días. Por lo tanto puede afirmarse que el crédito comercial es negativo para la PyMI de las tres regiones.

Solo la décima parte de las empresas cobra a sus clientes menos de diez días y pagan a sus proveedores a más de 30 días.

3. POR ACTIVIDAD INDUSTRIAL

3.1 Evolución de las ventas

Tabla 1.31

Variación porcentual de las ventas entre el primer semestre de 2001 y el primer semestre 2003, por actividad Industriales

Actividad industrial	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Alimentos, bebidas y Tabaco	-15,0	-17,0	17,0
Textiles, confección, y cuero	-28,0	-31,0	44,0
Madera, papel, edición e impresión	-19,0	--24,0	36,0
Combustibles, químicos, caucho y plástico	20,0	6,0	0,0
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	-24,0	-39,0	50,0
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	-11,0	-33,0	18,0
Vehículos y equipos de transporte	17	-7,0	54,0
	-36,0	-60,0	38,0
Total	-10,0	-21,0	23,0

Las ventas del año 2002 en relación con las de 2001 disminuyeron en prácticamente todos los sectores, salvo los sectores de "Vehículos y equipos de transporte" y "Combustibles, químicos, caucho y plástico" que en este período mostraron una evolución positiva.

El cambio de tendencia se ve reflejado claramente al comparar las ventas del primer semestre de 2003 con el mismo período del año anterior, en donde, salvo el sector "Combustibles, químicos, caucho y plástico" que no tuvo variaciones, el resto de los sectores mostraron un importante incremento de sus ventas. Entre los sectores que más incrementaron sus ventas se destacan los de "Vehículos y equipos de transporte" (54%) y "Metales, productos de metal , maquinaria y equipos" (50%).

3.2 Evolución de la ocupación

Tabla 1.32

Variación porcentual de la ocupación entre 2001 y 2003, por actividad industrial

Actividad industrial	Diciembre 2001 / junio 2001	Junio 2002 / diciembre 2001	Diciembre 2002 / junio 2002	Junio 2003 / diciembre 2002	Año 2002 / 2001
Alimentos, bebidas y Tabaco	-8,1	6,2	-6,2	11,4	-0,4
Textiles, confección, y cuero	-2,0	-5,5	17,2	-1,5	10,9
Madera, papel, edición e impresión	-2,2	-3,5	0,9	1,1	-2,6
Combustibles, químicos, caucho y plástico	2,3	0,1	5,5	3,7	5,8
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	-1,6	-7,7	4,9	6,3	-3,3
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	-2,3	-19,2	4,9	7,1	-14,5
Vehículos y equipos de transporte	-5,3	-4,7	9,8	10,6	4,6
Otras actividades	-4,5	-1,8	4,2	7,2	2,5
Total	-2,6	-3,4	4,6	5,0	1,1

Durante el período de crisis, el único sector que mantuvo el empleo fue el de "Combustibles, químicos, caucho y plásticos". El resto de los sectores mostró una caída de la ocupación, destacándose la del sector de los "Aparatos y equipamiento eléctrico y electrónico" (-21%). Hacia fines de 2002, todos los sectores comenzaron a generar ocupación, cerrando el año algunos con variaciones positivas con respecto al año 2001. Los dos sectores que reaccionaron más rápidamente fueron el "Textil, confecciones y cuero" (+11%) y el de los "Vehículos y equipos de transportes" (+4.6%). El sector de los "Combustibles, químicos, caucho y plástico" siguió generando ocupación.

Durante los últimos 12 meses, todos los sectores sin excepción generaron ocupación. Los más dinámicos fueron "Vehículos y equipos de transporte" (21%) y "Textiles, confecciones y cuero" (13%).

3.3 Evolución de la productividad

Tabla 1.33

Variación porcentual de la productividad entre 2001 y 2003, por sectores industriales

Actividad industrial	Variación anual 2002/2001	Variaciones semestrales	
		Primer semestre 2002 / 2001	Primer semestre 2003 / 2002
Alimentos, bebidas y Tabaco	-15,0	-12,8	10,7
Textiles, confección, y cuero	-36,1	-23,6	22,4
Madera, papel, edición e impresión	-17,2	-19,8	1,9
Combustibles, químicos, caucho y plástico	13,5	4,6	3,1
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	-22,0	-31,9	34,3
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	-11,2	-28,6	11,7
Vehículos y equipos de transporte	11,3	3,9	28,7
Otras actividades	-37,0	-55,6	42,3
Total	-11,8	-15,4	14,3

La productividad del año 2002 en relación con la de 2001 disminuyeron en prácticamente todos los sectores, salvo los sectores de "Vehículos y equipos de transporte" y "Combustibles, químicos, caucho y plástico" que en este período mostraron una evolución positiva.

Los menores aumentos de productividad durante primer semestre de 2003 comparados con el mismo período del año anterior, se observaron en los sectores "Madera, papel, edición e impresión" (1.9%) y "Combustibles, químicos, caucho y plástico" (3.1%). Sin embargo, observando el desempeño histórico de estos dos sectores notamos una diferencia sustancial. Mientras en el sector "Combustibles..." , la productividad no cayó ni aún en los momentos más dramáticos de la crisis, el sector "Madera" experimentó una importante caída durante 2002.

Los mayores aumentos de productividad durante primer semestre de 2003 comparados con el mismo período del año anterior, se observaron en los sectores en los sectores "Metales, productos de metal, maquinaria y equipos" (34%) y "Otras actividades" (42%).

3.4 Evolución de las exportaciones

Tabla 1.34

Porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales de las empresas del sector PyMI, por actividad industrial

Actividad industrial	Año 2001	Año 2002	1er semestre 2003
Alimentos, bebidas y Tabaco	3,7	4,9	2,1
Textiles, confección, y cuero	10,3	12,0	6,1
Madera, papel, edición e impresión	5,8	6,7	10,0
Combustibles, químicos, caucho y plástico	4,2	5,3	4,7
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	5,5	9,3	8,7
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	12,4	8,4	10,3
Vehículos y equipos de transporte	9,2	19,1	26,7
Otras actividades	9,2	6,8	6,4
Total	6,3	8,2	8,3

La apertura exportadora de las PyMI (exportaciones / ventas totales de las exportadoras y no exportadoras) en el primer semestre de 2003 es mayor en las pertenecientes a los sectores de "Vehículos y equipos de transporte", "Madera, papel, edición e impresión" y "Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico". Los dos primeros sectores muestran un constante crecimiento de sus ventas hacia mercados internacionales.

Durante el 2002, los sectores que exportaron una mayor proporción de sus ventas totales son los de "Textiles, confección y cuero" y "Vehículos y equipos de transporte". Mientras que los que exportan una menor proporción son "Alimentos, bebidas y tabaco" y "Combustibles, químicos, caucho y plástico".

Tabla 1.35

Porcentaje de exportaciones sobre las ventas de las PyMI exportadoras, por actividad industriales

Actividad industrial	Año 2001	Año 2002	1er semestre 2003
Alimentos, bebidas y Tabaco	48,3	55,9	32,6
Textiles, confección, y cuero	64,4	55,5	52,6
Madera, papel, edición e impresión	16,6	13,9	21,8
Combustibles, químicos, caucho y plástico	11,2	15,1	11,5
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	15,0	22,7	19,9
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	29,6	20,5	28,1
Vehículos y equipos de transporte	26,3	40,3	50,0
Otras actividades	17,0	11,8	13,7
Total	21,4	24,4	26,3

Al analizar la apertura exportadora de las PyMI que exportan sobre el total de las ventas de las PyMI exportadoras, en el primer semestre de 2003, podemos observar que ésta es mayor en los sectores "Textiles, confección, y cuero", "Vehículos y equipos de transporte" y "Alimentos, bebidas y tabaco". Además, estos sectores muestran el mayor nivel de apertura exportadora en los tres periodos analizados .

Tabla 1.36

Variación porcentual de las exportaciones de 2002 con respecto al año anterior, por actividad industrial.

Actividad industrial	Var 2002/2001
Alimentos, bebidas y tabaco	3,9
Textiles, confección y cueros	-15,1
Madera, papel, edición e impresión	-5,0
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	53,9
Metales, prod de metal, maq y equipos	29,1
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	-38,1
Vehículos y equipos de transporte	142,9
Otras actividades	-53,7
Total	16,4

Los sectores que más han aumentado los monto de ventas exportados entre el año 2002 y 2001, son principalmente "Vehículos y equipos de transporte" y "Combustibles, químicos, caucho y plásticos". Mientras que los sectores que más han disminuido los monto de ventas son "Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos" y "Otras actividades".

3.5 Evolución de las inversiones

Tabla 1.37

Distribución porcentual de las empresas según que los montos invertidos en el primer semestre de 2003 hayan sido mayores, iguales o menores a los invertidos en el mismo período del año anterior, por actividad industrial.

Actividad industrial	Inversiones				Total
	Mayores	Menores	Iguales	No realizó inversiones en ambos períodos	
Alimentos, bebidas y Tabaco	22,6	8,9	7,3	61,2	100,0
Textiles, confección, y cuero	26,5	15,8	19,5	38,2	100,0
Madera, papel, edición e impresión	30,3	8,0	7,1	54,6	100,0
Combustibles, químicos, caucho y plástico	37,9	13,5	16,8	31,9	100,0
Metales, productos de metal, maquinaria y equipos	39,2	4,1	15,5	41,2	100,0
Aparatos y equipamiento eléctrico, electrónico	19,8	19,1	26,6	34,5	100,0
Vehículos y equipos de transporte	38,8	5,3	28,5	27,5	100,0
Otras actividades	24,8	15,0	3,4	56,8	100,0
Total	31,7	10,1	14,9	43,3	100,0

Las PyMI que muestran mayor cautela inversora, es decir, aquellas que no han realizado inversiones en ambos períodos, son las de los sectores "Alimentos, bebidas y tabaco" y "Madera, papel, edición e impresión". Mientras que las que muestran una mayor difusión de una actitud inversora son las de los sectores "Metales, productos de metal, maquinarias y equipos", "Vehículos y equipos de transporte" y "Combustibles, químicos, caucho y plástico".

3.6 Desempeño y expectativas de los empresarios

Tabla 1.38

Distribución porcentual de las empresas según la situación que atraviesan en el bienio 2002-2003, por actividad industrial

Actividad industrial	Desempeño				Total
	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	
Alimentos, bebidas y tabaco	5,8	28,3	39,7	26,2	100,0
Textiles, confección y cueros	4,3	35,0	30,4	30,4	100,0
Madera, papel, edición e impresión	4,6	27,6	44,6	23,2	100,0
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	6,0	45,5	30,5	18,0	100,0
Metales, prod de metal, maq y equipos	4,4	33,8	41,4	20,4	100,0
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	.	23,2	50,6	26,3	100,0
Vehículos y equipos de transporte	10,5	52,8	22,2	14,5	100,0
Otras actividades	.	34,7	49,2	16,1	100,0
Total	4,7	34,9	38,3	22,1	100,0

Durante 2002 y 2003, los sectores que mostraron una mayor proporción de PyMI en crecimiento normal y/ acelerado son "Vehículos y equipos de transporte" (63%), y "Combustibles, químicos, caucho y plástico" (51%). La menor proporción de PyMI en crecimiento durante dicho período se observó en el sector "Aparatos y equipos eléctricos y electrónicos" (23%).

Durante 2002 y 2003, los sectores que mostraron una mayor proporción de PyMI en estancamiento y/o achicamiento son "Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos" y "Madera, papel, edición e impresión".

Tabla 1.39

Distribución porcentual de las empresas según sus expectativas de evolución en los próximos tres años, por actividad industrial.

Actividad industrial	Evolución				Total
	Crecimiento acelerado	Crecimiento normal	Estancamiento	Achicamiento	
Alimentos, bebidas y tabaco	.	74,3	23,6	2,1	100,0
Textiles, confección y cueros	5,9	81,9	12,2	.	100,0
Madera, papel, edición e impresión	3,9	72,9	18,7	4,5	100,0
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	10,3	74,0	13,5	2,2	100,0
Metales, prod de metal, maq y equipos	7,6	86,4	5,4	0,6	100,0
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	8,9	72,0	15,9	3,2	100,0
Vehículos y equipos de transporte	.	100,0	.	.	100,0
Otras actividades	7,4	83,6	9,0	.	100,0
Total	5,8	80,8	11,9	1,5	100,0

Todas las PyMI del sector "Vehículos y equipos de transporte", esperan crecer en los próximos tres años. Para el resto de los sectores, este porcentaje es no menor al 70% . Le siguen en grado de difusión del optimismo las del sector "Metales, productos de metales, maquinarias y equipos, las PyMI de "Otras actividades" y las PyMI del sector "Textiles, confecciones y cuero".

Entre las PyMI que en mayor proporción esperan atravesar un período de estancamiento y/o achicamiento, se destacan las de los sectores de "Alimentos, bebidas y tabaco" y "Madera, papel, edición e impresión"

3.7 Principales problemas

Tabla 1.40

Principales problemas declarados por los empresarios: porcentajes de empresas, por actividad industrial.

	Alimentos, bebidas y tabaco	Textiles, confección y cueros	Madera, papel, edición e impresión	Combustibles, químicos, caucho y plásticos	Metales, prod de metal, maq y equipos	Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	Vehículos y equipos de transporte	Otras actividades
Dificultades en la obtención de financiamiento	42,4	39,0	35,3	45,6	46,7	40,9	57,1	56,3
Disminución de la rentabilidad	44,1	44,1	60,8	63,2	45,7	59,1	21,4	34,4
Excesivos trámites gubernamentales	22,0	10,2	7,8	22,8	18,1	18,2	14,3	9,4
Caída de las ventas	22,0	20,3	37,3	24,6	21,0	45,5	21,4	40,6
Insuficiente capacidad productiva	5,1	8,5	7,8	1,8	12,4	9,1	32,1	3,1
Retrasos en los pagos de los clientes	10,2	13,6	23,5	19,3	11,4	,	10,7	25,0
Fuerte competencia en los mercados a nivel nacional	22,0	16,9	29,4	24,6	17,1	27,3	14,3	12,5
Fuerte competencia de los productos brasileños	1,7	27,1	3,9	7,0	22,9	18,2	21,4	15,6
Aumento del costo operativo	42,4	30,5	41,2	35,1	22,9	31,8	39,3	43,8
Elevados costos financieros	20,3	11,9	15,7	7,0	21,0	18,2	10,7	12,5
Fuerte competencia en los mercados internacionales	5,1	5,1	3,9	7,0	4,8	4,5	3,6	,
Alto grado de evasión en la competencia	40,7	35,6	23,5	14,0	30,5	22,7	14,3	34,4
Otros	8,5	11,9	3,9	8,8	10,5	9,1	7,1	3,1

Las dificultades en la obtención de financiamiento es el problema más difundido en el sector "Vehículos y equipos de transporte" y en el sector de las "otras actividades". La disminución de la rentabilidad está más difundida en los sectores "Combustibles, químicos, caucho y plásticos" y "Madera, papel, edición e impresión".

La caída en las ventas está más difundida en el sector "Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos", "Otras actividades" y "Madera, papel, edición e impresión". El aumento de los costos operativos está más difundido en el sector "Alimentos, bebidas y tabaco" y en "Otras actividades". El alto grado de evasión de la competencia muestra mayor difusión en el sector "Alimentos, bebidas y tabaco".

El retraso en los pagos de los clientes, la competencia con productos brasileños y la competencia en mercados internacionales, están poco difundidos entre las PyMI de los distintos sectores.

3.8 Crédito comercial

Tabla 1.41

Cantidad de días transcurridos para el cobro a clientes, por actividad industrial.

Actividad industrial	Promedio	Percentil 10	Mediana	Percentil 90
Alimentos, bebidas y tabaco	29	7	30	60
Textiles, confección y cueros	37	7	30	60
Madera, papel, edición e impresión	32	7	30	60
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	35	15	30	60
Metales, prod de metal, maq y equipos	30	15	30	45
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	28	15	30	60
Vehículos y equipos de transporte	37	0	30	
Otras actividades	33	7	30	60
Total	32	7	30	60

En promedio, las PyMI de todos los sectores les cobran a sus clientes a 30 días. Sólo el 10% de las PyMI de todo los sectores les cobra a sus clientes a más de 45 días.

Tabla 1.42

Cantidad de días transcurridos para el pago a proveedores, por actividad industrial

Actividad industrial	Promedio	Percentil 10	Mediana	Percentil 90
Alimentos, bebidas y tabaco	20	5	18	30
Textiles, confección y cueros	19	0	15	30
Madera, papel, edición e impresión	17	0	15	30
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	21	0	15	45
Metales, prod de metal, maq y equipos	19	0	15	30
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	21	0	20	45
Vehículos y equipos de transporte	17	0	15	30
Otras actividades	20	0	20	45
Total	19	0	15	30

En promedio, las PyMI de todos los sectores les paga a sus proveedores a 20. Sólo el 10% de las PyMI les paga a sus proveedores a más de 30 días.

De los últimos dos cuadros surge que todos los sectores de la industria manufacturera disponen de un crédito comercial negativo de 10 días en promedio.

4. Apéndice estadístico: estructura dimensional, regional y por tipo de actividad industrial del universo relevado

Cuadro 1.43

Distribución porcentual de la muestra según tramos de ocupación, por regiones geográficas

Tramo de ocupación	REGION			Total
	Metropolitana	Centro	Resto del País	
Entre 8 y 30	59,5	23,8	16,8	100,0
Entre 31 y 200	62,4	22,6	15,0	100,0
Total	60,4	23,4	16,2	100,0

Cuadro 1.44

Distribución porcentual de la muestra según region geográfica por tramo de ocupación

	REGION			Total
	Metropolitana	Centro	Resto del País	
Entre 8 y 30	68.5	70.6	71.9	69.5
" 31 y 200	31.5	29.4	28.1	30.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Cuadro 1.45

Distribución porcentual de la muestra según tramos de ocupación, por actividad industrial

Actividad industrial	Tramo de ocupación		Total
	Entre 8 y 30	Entre 31 y 200	
Alimentos, bebidas y tabaco	11,6	15,8	12,9
Textiles, confección y cueros	13,7	14,8	14,0
Madera, papel, edición e impresión	12,7	13,2	12,8
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	11,5	18,8	13,7
Vehículos y equipos de transporte	7,4	6,4	7,1
Metales, prod de metal, maq y equipos	30,6	17,9	26,8
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	6,0	3,4	5,2
Otras actividades	6,6	9,7	7,5
Total	100,0	100,0	100,0

Cuadro 1.46

Distribución porcentual de la muestra según regiones geográficas por actividad industrial

	REGION			Total
	Metropolitana	Centro	Resto del País	
Alimentos, bebidas y tabaco	6.2	16.9	32.2	12.9
Textiles, confección y cuero	16.3	10.4	10.6	14.0
Madera, papel, edición e impresión	12.8	9.1	18.1	12.8
Combustibles, químicas, caucho y plástico	17.4	7.8	8.4	13.7
Metales, productos de metal, maquinaria y equipo	27.1	36.4	11.5	26.8
Aparatos y equip eléctrico y electrónico	7.0	3.2	1.2	5.2
Vehículos y equipos de transporte	6.4	11.0	3.8	7.1
Otras actividades	6.7	5.2	14.2	7.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Cuadro 1.47

Distribución porcentual de la muestra según tramos de ocupación, por actividad industrial

Actividad industrial	Tramos de ocupación		
	Entre 8 y 30	Entre 31 y 200	Total
Alimentos, bebidas y tabaco	62,6	37,4	100,0
Textiles, confección y cuero	68,0	32,0	100,0
Madera, papel, edición e impresión	68,8	31,2	100,0
Combustibles, químicas, caucho y plástico	58,4	41,6	100,0
Metales, productos de metal, maquinaria y equipo	79,6	20,4	100,0
Aparatos y equip eléctrico y electrónico	80,4	19,6	100,0
Vehículos y equipos de transporte	71,4	28,6	100,0
Otras actividades	61,8	38,2	100,0
Total	69,6	30,4	100,0

Cuadro 1.48

Distribución porcentual de la muestra según actividades industriales, por región geográfica

Actividad industrial	REGION			
	Metropolitana	Centro	Resto del País	Total
Alimentos, bebidas y tabaco	29,50	30,53	39,97	100,00
Textiles, confección y cuero	70,76	17,18	12,07	100,00
Madera, papel, edición e impresión	60,86	16,54	22,59	100,00
Combustibles, químicas, caucho y plástico	76,98	13,21	9,81	100,00
Metales, productos de metal, maquinaria y equipo	61,52	31,63	6,85	100,00
Aparatos y equip eléctrico y electrónico	81,82	14,49	3,69	100,00
Vehículos y equipos de transporte	55,23	36,19	8,58	100,00
Otras actividades	53,82	16,08	30,10	100,00
Total	60,77	23,26	15,98	100,00



Datos estructurales de las PyMI



2

1. DIMENSIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS

En promedio, las PyMI argentinas ocupaban en el año 2002 a 30 personas y facturaban 1.560.074 pesos anuales. El 50% de estas empresas empleaban menos de 21 personas y facturaban menos de 707.416 pesos, mientras que en el 90% de ellas trabajaban menos de 62 personas y poseían una facturación inferior a 3.474.802 pesos anuales.

Cuadro 2.1

Cantidad de ocupados y monto de ventas a pesos constantes de 2001.
Año 2002.

	En promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90
Ocupados	30	10	21	62
Ventas	1.560.074	145.123	707.416	3.474.802

Las más pequeñas ocupaban en promedio 17 personas y las más grandes 61. Las más pequeñas facturaban en promedio 734.000 pesos y las más grandes 3.180.000. Sólo el 10% de las empresas ocupa más de 107 personas y facturaban más de 8.000.000 de pesos.

Cuadro 2.2

Cantidad de ocupados y monto de ventas a pesos constantes de 2001, por tramos de ocupación.
Año 2002.

	En promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90
OCUPADOS				
Entre 8 y 30 ocupados	17	9	15	27
Entre 31 y 200 ocupados	61	33	49	107
VENTAS				
Entre 8 y 30 ocupados	734.146	130.642	445.223	1.665.654
Entre 31 y 200 ocupados	3.178.980	464.272	1.946.756	8.011.145

Las PyMI de la Región Centro son las más grandes del país, ocupaban en 2002 en promedio 35 personas y facturaban en promedio 1.976.902 pesos. Las más pequeñas son las de la Región Metropolitana, ocupaban en promedio 28 personas y facturaban en promedio 1.392.241 pesos.

Cuadro 2.3

Cantidad de ocupados y monto de ventas a pesos constantes de 2001, por región geográfica. Año 2002

Región Geográfica	En promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90
OCUPADOS				
Área Metropolitana	28	10	20	54
Centro	35	10	22	91
Resto del País	32	11	20	80
VENTAS				
Área Metropolitana	1.392.241	178.283	732.472	3.032.085
Centro	1.976.902	133.859	714.761	5.986.031
Resto del País	1.580.950	113.893	565.400	4.427.360

Las PyMI de mayor dimensión se encuentran en los sectores "Combustible, químico, caucho y plástico" y en el sector "Alimentos, bebidas y tabaco". Las PyMI del primer sector mencionado ocupaban en promedio en 2002 38 personas, y facturaban en promedio 3.599.209 pesos anuales. Las del segundo sector ocupaban en promedio en el mismo año 35 personas, y facturaban en promedio 2.222.699 pesos anuales.

Las PyMI más pequeñas se encuentran en el sector "Metales, productos de metal, maquinarias y equipos". En 2002 ellas ocupaban en promedio 22 personas y facturaban en promedio 806.838 pesos.

Una situación particular se observa con las PyMI del sector "Otras actividades" donde las PyMI muestran una menor facturación anual promedio que las del sector "Metales, productos de metales, maquinaria y equipo", pero ocupan en promedio un número mayor de personas (32) mostrando así un muy bajo nivel de productividad de la mano de obra.

Cuadro 2.4

Cantidad personas ocupadas y monto de ventas a pesos constantes de 2001, por actividad.
Año 2002.

Actividad	En promedio	Percentil 10	Percentil 50	Percentil 90
PERSONAS OCUPADAS				
Alimentos, bebidas y tabaco	35	10	22	72
Textiles, confección y cueros	34	10	20	98
Madera, papel, edición e impresión	29	10	25	60
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	38	11	28	71
Metales, prod. de metal, maq. y equipos	22	9	15	46
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	23	9	19	58
Vehículos y equipos de transporte	33	12	23	91
Otras actividades	32	9	18	75
VENTAS				
Alimentos, bebidas y tabaco	2.222.699	152.991	1.072.559	5.706.059
Textiles, confección y cueros	1.361.345	201.453	707.416	3.212.095
Madera, papel, edición e impresión	1.328.121	137.296	829.601	2.659.940
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	3.599.209	468.564	1.551.816	8.011.145
Metales, prod. de metal, maq. y equipos	806.838	132.293	453.841	2.117.240
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	1.020.064	179.627	636.472	2.787.520
Vehículos y equipos de transporte	1.867.784	183.641	1.034.980	5.986.031
Otras actividades	776.370	54.007	420.290	1.233.103

El nivel de productividad se ha medido a través de las ventas por ocupado. En el total de las PyMI, la productividad ha disminuido en promedio alrededor de un 10% en 2002 con respecto al año anterior; esta disminución algo más notoria entre las PyMI de mayor tamaño.

Es de notar que la productividad de las PyMI más pequeñas es superior, en ambos años, al de las PyMI de mayor tamaño. También en ambos años, el mayor nivel de productividad se observa para las PyMI del Área Metropolitana, y el menor para las de la Región Centro.

Las PyMI pertenecientes a los sectores "Alimentos, bebidas y tabaco" y "Combustibles, químicos, caucho y plásticos" presentan, en ambos años, los mayores niveles de productividad; mientras que los sectores "Metales, productos de metal, maquinaria y equipos" y el de "Otras actividades manufactureras", los más bajos.

Cuadro 2.5

Productividad de las PyMI (ventas por ocupado), por tramos de ocupación, por actividad y por región geográfica, a pesos constantes de 2001.

Años 2001 y 2002.

	Productividad año 2001	Productividad año 2002
TOTAL PyMI	56.886	51.957
TRAMOS DE OCUPACIÓN		
Entre 8 y 30 ocupados	55.861	49.329
Entre 31 y 200 ocupados	54.049	44.369
ACTIVIDAD		
Alimentos, bebidas y tabaco	71.027	60.368
Textiles, confección y cueros	58.165	37.142
Madera, papel, edición e impresión	53.434	44.223
Combustibles, químicos, caucho y plásticos	71.344	80.980
Metales, prod. de metal, maq. y equipos	46.033	35.926
Aparatos y equipos eléctricos, electrónicos	51.555	45.789
Vehículos y equipos de transporte	48.123	53.562
Otras actividades	36.677	23.117
REGIÓN GEGRÁFICA		
Área Metropolitana	57.640	52.164
Centro	54.785	48.567
Resto del País	55.861	49.329

2 CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS EMPRESAS

Se ilustran aquí las características básicas de las pequeñas y medianas empresas manufactureras a través de algunas variables características: edad, forma jurídica, pertenencia a un grupo económico, participación del capital extranjero en el capital social, grado de especialización productiva y grado de formalización de los procesos internos (técnicos y administrativos).

Edad

Casi un cuarto de las empresas (24%), nacieron después de 1992, es decir, con posterioridad a las crisis de hiperinflación que sufrió la Argentina a fines de los 80 y principios de los 90; esta proporción aumenta hasta casi un tercio (29,5%) entre las empresas más pequeñas.

Cuadro 2.6

Distribución porcentual de las empresas según tramos de antigüedad.

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Antigüedad en años						Total
	De 1 a 4	De 5 a 9	De 10 a 12	De 13 a 19	De 20 a 49	50 ó más	
Total	10,2	13,7	11,2	14,8	45,9	4,1	100,0
Hasta 15	10,9	18,6	5,3	17,0	45,9	2,3	100,0
De 16 a 30	13,0	12,5	15,9	14,2	40,7	3,7	100,0
De 31 a 50	6,5	11,7	10,7	11,0	53,7	6,5	100,0
De 51 a 100	2,4	10,6	14,7	14,5	56,2	1,5	100,0
Más de 100	14,8	6,2	8,6	18,7	35,7	16,0	100,0

Forma jurídica

Observamos que el 17% de las empresas no está conformada jurídicamente como sociedad. Existe una clara asociación entre el tamaño de las PyMI y el grado de formalización jurídica: las empresas más pequeñas conformadas como unipersonales o sociedades de hecho representan el 29%, mientras que entre las más grandes sólo el 6%. Entre aquellas empresas que se conformaron como sociedades, la forma de la sociedad anónima crece simultáneamente con el tamaño de la firma, mientras que las sociedades de responsabilidad limitada, son menos frecuentes a medida que aumenta el tamaño de la empresa.

Cuadro 2.7

Distribución porcentual de las empresas según forma o categoría jurídica.

Total y por tramos de ocupación. Año 2002.

Ocupados	Organización jurídica						Total
	Unipersonal	Sociedad de hecho	Sociedad anónima	Sociedad de responsabilidad limitada	Cooperativas	Otras	
Total	10,5	6,5	50,0	29,8	1,2	2,0	100,0
Hasta 15	17,5	11,4	31,7	36,7	0,5	2,2	100,0
16-30	9,6	6,6	48,4	31,6	1,1	2,7	100,0
31-50	3,7	0,5	67,2	24,6	2,3	1,7	100,0
51-100	7,9	3,0	72,9	14,6	1,6		100,0
Más de 100	2,2	3,6	69,4	21,2	1,8	1,8	100,0

Pertenencia a un grupo económico y participación del capital extranjero en el capital social

Solamente el 8% de las empresas forma parte de un grupo económico y sólo el 3% del total tiene participación extranjera en el capital social. De esta forma podemos concluir que la típica pequeña y mediana industria argentina es una empresa independiente y de capital nacional.

Cuadro 2.8

Distribución porcentual de las empresas según la conformación de su capital y la pertenencia a un grupo económico. Año 2002.

Pertenencia a un grupo económico	Capital extranjero		
	Total	Si	No
Total	100,0	3,3	96,7
Si	7,6	1,7	5,9
No	92,4	1,6	90,8

Especialización productiva

El 70% de las empresas produce un único tipo de producto (definido a 4 dígitos de la CIIU, Rev. 3) y no se observa una correlación clara entre tamaño de empresa y especialización. El mayor grado de especialización productiva se observa en las industrias que ocupan entre 51 y 100 personas.

Cuadro 2.9

Distribución porcentual de las empresas según tramos de antigüedad.

Total y por tramos de ocupación. Año 2002.

Ocupados	Una	Más de Una	Total
Total	69,6	30,4	100,0
Hasta 15	68,5	31,5	100,0
De 16 a 30	68,0	32,0	100,0
De 31 a 50	67,3	32,7	100,0
De 51 a 100	84,6	15,4	100,0
Más de 100	66,7	33,3	100,0

Grado de formalización de los procedimientos internos (técnicos y administrativos)

Podemos observar que el 39% de las empresas dispone de un manual de procedimientos, el 20 % posee certificaciones de calidad ISO, el 37,5% tiene procedimientos para tratar los propios residuos, el 24% tiene patentes o licencias en uso y el 68% utiliza alguna técnica para mejorar la calidad o la productividad.

Todas las variables esgrimidas para captar el grado de formalización de los procedimientos internos se asocian positivamente con la dimensión de la empresa. Sin embargo, las variables que más se vinculan con el tamaño son: las certificaciones ISO, la disponibilidad de manuales de procedimientos y la disponibilidad de técnicas para el tratamiento de los residuos.

Cuadro 2.10

Porcentaje de empresas que:

- Cuentan con certificaciones ISO.
- Utilizan técnicas para el tratamiento de residuos.
- Utilizan técnicas de mejora de calidad o de productividad.
- Disponen de manuales de procedimientos.
- Usan licencias o patentes.

Total y por tramos de ocupación. Año 2002.

Ocupados	Certificaciones ISO	Tratamiento de residuos	Técnicas para calidad o producción	Manuales de procedimientos	Licencias o patentes
Total	19,6	37,5	67,9	38,7	24,1
Hasta 15	9,1	24,2	56,9	24,4	24,4
De 16 a 30	21,4	39,7	69,6	38,6	20,4
De 31 a 50	21,1	40,4	73,7	45,6	25,9
De 51 a 100	30,7	52,1	77,8	58,6	25,5
Más de 100	42,3	64,7	83,9	64,2	38,7

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS RESPONSABLES DE LA EMPRESA

En esta sección se describen las características generales de los socios que participan directamente en la conducción de la empresa. Se analiza el sexo, la edad, el nivel de educación formal y las experiencias laborales precedentes. Por último se analiza también el proceso de recambio generacional en la empresa.

Edad y sexo

El 55% de los socios tiene entre 40 y 59 años, mientras que otro 24% se ubica en el tramo de más de 60 años. Los socios con menos de 25 años son sólo el 2,2%. Los varones representan el 81% del total de los socios que participan directamente en la conducción de la empresa, y las mujeres el 19% restante.

CUADRO 2.11

Distribución porcentual de los socios por edad y sexo.
Año 2002.

Edad	Total	Masculino	Femenino
Total	100,0	81,4	18,6
Hasta 20	0,2	0,2	0,1
De 21 a 25	2,0	1,4	0,6
De 26 a 39	19,0	15,0	4,0
De 40 a 59	54,9	44,9	10,0
60 y más	23,9	20,0	3,9

Nivel de educación

Con respecto al nivel de educación formal, el 25% de los socios tiene un nivel de formación universitario o superior. Otro 24% tiene un nivel de educación técnica profesional o universitaria incompleta. El 12% tiene sólo formación primaria. El nivel de educación formal de las mujeres participantes en la conducción de la empresa es superior al de los varones.

Cuadro 2.12

Distribución porcentual de los socios por sexo y nivel de instrucción.

Año 2002.

Nivel	Total	Masculino	Femenino
Total	100,0	81,4	18,6
Primario incompleto	1,8	1,7	0,1
Primario completo	10,5	9,6	0,9
Secundario incompleto	7,3	6,6	0,7
Secundario completo	29,5	22,2	7,3
Técnico incompleto	2,4	2,1	0,2
Técnico completo	9,1	8,1	0,9
Universitario incompleto	14,4	11,6	2,8
Universitario completo	22,9	17,8	5,1
Maestría incompleto	0,7	0,4	0,3
Maestría completo	0,9	0,8	0,1
Doctorado incompleto	0,0	0,0	0,0
Doctorado completo	0,5	0,4	0,1

Recambio generacional

La continuidad en el futuro del carácter familiar de las empresas se manifiesta observando la gran frecuencia con la que los empresarios declaran que sus sucesores en la conducción de la empresa serán familiares directos. Por el contrario, quienes declaran que sus sucesores directos serán los actuales gerentes, asistentes u otros empresarios no superan el 27%.

Cuadro 2.13

Porcentaje de empresas según el recambio generacional esperado para la conducción futura.

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Familiares directos	Actuales asistentes o gerentes	Venta a otros empresarios	Otros
Total	72,7	18,6	7,8	11,9
Hasta 15	22,6	4,8	3,1	3,5
De 16 a 30	26,3	6,9	2,0	4,5
De 31 a 50	12,7	4,0	1,9	2,0
De 51 a 100	7,3	1,4	0,6	1,5
Más de 100	3,8	1,5	0,2	0,3

4. RECURSOS HUMANOS



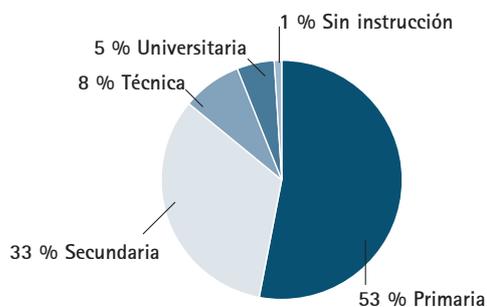
En esta sección se describe el nivel de formación de los recursos humanos que se desempeñan en las empresas, como así también la eventual capacitación que reciben dentro de las mismas.

Nivel de formación

El 53% de los ocupados en las PyMI poseen sólo formación escolar primaria, mientras que otro 41% posee un título de educación secundaria o técnica. Sólo el 5% de los ocupados posee un título de educación universitaria.

GRÁFICO 2.1

Distribución porcentual del personal de planta y eventual según nivel de escolaridad. Año 2001.



Planes de capacitación

El 58% de las empresas realizaron planes de capacitación para su personal (incluidos los socios). Se observa una clara correlación con el tamaño de la empresa: cuanto mayor es la dimensión de la empresa, más alta es la frecuencia de las que realizaron planes de capacitación.

GRÁFICO 2.14

Capacitación del personal: Porcentaje del total de empresas que capacitaron a su personal Total y por tramos de ocupación. Años 2000 y 2001.

Ocupados	Capacitaron	
	Si	No
Total	58,1	41,9
Hasta 15	42,6	57,4
De 16 a 30	58,3	41,7
De 31 a 50	71,0	29,0
De 51 a 100	64,5	35,5

La mayoría de los planes de capacitación fueron orientados a formar el personal de planta y en menor medida a los socios participantes en la conducción de la empresa. El personal eventual y el de agencia, también recibió capacitación, pero con escasa frecuencia. Los esfuerzos de capacitación se dirigen fundamentalmente al personal estable.

Cuadro 2.15

De las empresas que capacitaron: porcentajes según el tipo de personal capacitado.

Total y por tramos de ocupación.

Años 2000 y 2001.

Ocupados	Socios	Personal de planta	Personal eventual	Personal de agencia u otros
Total	49,7	96,4	5,5	4,6
Hasta 15	54,2	92,1	4,1	1,9
De 16 a 30	55,9	95,7	2,1	3,0
De 31 a 50	45,1	100,0	6,2	3,9
De 51 a 100	38,4	97,6	9,3	5,8
Más de 100	37,7	100,0	17,4	20,1

➤ **5 ANTIGÜEDAD DE LA MAQUINARIA**

Las maquinarias utilizadas en el proceso productivo son en su mayoría modernas, lo que evidencia una consistencia en el proceso de inversiones en equipamiento realizado durante los años '90. En efecto, el 61,3% de las empresas considera que el equipamiento actualmente en uso es moderno, y otro 12,5% declara poseer equipos que pueden ser considerados de punta. Se observa una evidente relación entre el tamaño de las empresas y la difusión de las maquinarias de punta. De esta forma, la presencia de maquinarias antiguas disminuye a medida que aumenta la dimensión de las empresas. No obstante, es importante destacar que la difusión de la maquinaria moderna es uniforme en todos los tamaños, y en ningún estrato dimensional representan menos del 56% del parque total.

Cuadro 2.16

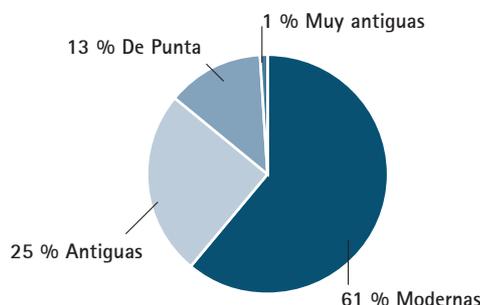
Distribución porcentual de las empresas según la antigüedad de la maquinaria utilizadas en el proceso productivo. Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Antigüedad de la maquinaria				Total
	De punta	Modernas	Antiguas	Muy antiguas	
Total	12,5	61,3	25,3	0,9	100,0
Hasta 15	6,6	62,7	29,0	1,7	100,0
De 16 a 30	11,4	56,3	31,8	0,4	100,0
De 31 a 50	12,8	66,5	19,7	1,0	100,0
De 51 a 100	28,5	57,9	13,6	.	100,0
Más de 100	23,5	76,5	.	.	100,0

GRÁFICO 2.2

Distribución porcentual de las empresas según la antigüedad de la maquinaria utilizadas en el proceso productivo. Año 2002



6. CLIENTES, PROVEEDORES Y COMPETIDORES



En este capítulo se analizan las relaciones de cooperación y competencia entre las PyMI y otras empresas con las cuales se relacionan. Se analiza la tipología de los clientes, la concentración geográfica de las ventas y de las compras, el grado de dependencia de clientes y proveedores, las diferencias dimensionales, tecnológicas y de precios con los principales competidores.

Como se verá, la concentración geográfica de la actividad de las PyMI es muy alta, al igual que la concentración de las ventas y de las compras en el principal cliente y proveedor. De manera que las transacciones de estas empresas tienen un carácter marcadamente regional. Por otra parte observaremos como las empresas desarrollan sus actividades en mercados altamente competitivos, tanto en tecnologías como en precios.

Con respecto a la estructura de las ventas por tipo de cliente, se observa un alto nivel de integración vertical de las empresas en la función comercial. Al contar con cadenas de distribución propias, las PyMI colocan una proporción muy importante de sus ventas directamente entre el público consumidor y clientes minoristas, que conjuntamente representan una proporción similar a la de las ventas a clientes mayoristas.

Tipología de clientes

Observamos que los clientes mayoristas representan sólo el 21% del total, lo que implica que las empresas muestran un alto grado de integración vertical de la función comercial (distribución) concentrando el 24% de sus ventas entre clientes minoristas, el 6,4% en supermercados y el 35% en ventas directas a otras empresas industriales.

Cuadro 2.17

Distribución porcentual del total de ventas de las empresas según tipo de clientes.

Total y por tramos de ocupación.

Año 2001.

Ocupados	Venta directa al público	Venta a minoristas	Venta a mayoristas	Venta a supermercados	Venta a indus.	Ventas al exterior o a exportadores	Otros clientes	Total
Total	7,2	17,0	20,9	6,4	34,8	4,8	9,0	100,0
Hasta 15	15,2	21,7	21,9	4,0	26,8	3,4	7,0	100,0
De 16 a 30	9,4	13,3	20,1	5,1	37,3	8,0	7,0	100,0
De 31 a 50	5,9	16,3	24,1	11,1	31,8	5,9	4,9	100,0
De 51 a 100	2,0	18,6	18,8	7,4	40,4	2,9	9,9	100,0
Más de 100	8,8	18,0	20,5	2,9	32,1	3,1	14,6	100,0

Número de clientes y concentración de las ventas

El 50% de las PyMI manufactureras tiene menos de 100 clientes, y este número aumenta con la dimensión de la empresa. Entre ellos, el cliente principal concentra el 20% de las ventas (no se observan diferencias significativas por tamaño) y se localiza a menos de 30 km de distancia. La distancia de localización del principal cliente aumenta a medida que crece la dimensión de la empresa.

Cuadro 2.18

Promedio y medianas de:

- Cantidad de clientes
- Porcentaje de ventas al cliente principal
- Distancia, en km, al cliente principal

Total y por tramo de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Cantidad de clientes		% de ventas al cliente principal		Distancia al cliente principal	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Total	582,5	100	26,6	20	429,4	30
Hasta 15	276,6	70	26,5	20	279,7	25
De 16 a 30	350,1	116	29,0	20	326,1	30
De 31 a 50	506,7	200	25,1	20	514,4	30
De 51 a 100	1.164,7	200	24,4	20	590,9	30
Más de 100	3.385,2	400	20,7	15	1.577,0	100

Desde el punto de vista regional, las PyMI localizadas en el Gran Buenos Aires y en la Región Noroeste demuestran una mayor concentración geográfica de su actividad de ventas y compras. Esto se debe a que, en el caso de las primeras, el radio de operación es corto porque residen en el lugar del principal mercado del país. En el caso de las empresas del Noroeste probablemente se deba a un insuficiente desarrollo de la cadena de comercialización.

Cuadro 2.19

Promedio y medianas de:

- Cantidad de clientes
- Porcentaje de ventas al cliente principal
- Distancia, en km, al cliente principal

Total y por región. Año 2002.

Región	Cantidad de clientes		% de ventas al cliente principal		Distancia al cliente principal	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Total	582.5	100	26.6	20	429.4	30
Centro	753.5	100	28.0	20	403.2	125
Cuyo	256.3	50	33.9	30	1,491.8	160
Gran Bs.As	361.0	150	24.8	20	285.7	20
Noreste	222.1	50	29.9	25	765.1	375
Noroeste	2,360.4	140	20.3	15	295.3	15
Sur	195.0	50	46.3	40	111.0	0

Nota: Sólo 5 casos con respuesta en la Región Sur

Número de proveedores y concentración de las compras

Podemos observar que el 50% de las empresas tiene menos de 20 proveedores. El número de proveedores aumenta con la dimensión de la empresa. De ellos, el principal se localiza a menos de 40 Km. y representa el 35% de las compras. La dependencia del proveedor principal disminuye con el tamaño de la empresa, mientras que distancia de localización aumenta.

Cuadro 2.20

Promedio y medianas de:

- Cantidad de proveedores
- Porcentaje de compras al proveedor principal
- Distancia, en km, al proveedores principal

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Cantidad de proveedores		% de compras al proveedor principal		Distancia al proveedor principal	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Total	48,6	20	40,8	35	97,3	40
Hasta 15	28,1	15	41,7	40	336,2	25
De 16 a 30	32,7	20	45,1	40	459,3	40
De 31 a 50	69,1	30	37,0	35	1.396,7	50
De 51 a 100	74,7	40	31,3	25	445,5	60
Más de 100	168,9	50	36,6	30	763,3	220

Desde el punto de vista regional, las empresas localizadas en la Región Sur o Noroeste se encuentran más alejadas de sus proveedores, mientras que las del Gran Buenos Aires y las del Noreste son las más cercanas.

Cuadro 2.21

Promedio y medianas de:

- Cantidad de proveedores
- Porcentaje de compras al proveedor principal
- Distancia, en km, al proveedor principal

Total y por región.

Año 2002.

Región	Cantidad de proveedores		% de compras al proveedor principal		Distancia al proveedor principal	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Total	48,6	20,0	40,8	35	597,3	40
Centro	54,1	20,0	40,2	35	701,9	280
Cuyo	59,3	15,0	43,0	40	555,7	250
Gran Bs.As	45,8	20,0	40,2	35	528,3	20
Noreste	31,7	15,0	44,7	40	234,3	100
Noroeste	30,0	12,5	44,2	40	715,3	900
Sur	50,0	12,0	37,6	40	1.650,0	2.000

Nota: Sólo 5 casos con respuesta en la Región Sur

Competidores

El 58,4% de las empresas tiene al menos 4 competidores, y no se observa una correlación entre el número de competidores y la dimensión de la empresa. El resto de las empresas se desempeña en mercados con pocos competidores directos y con bajas barreras de entrada.

Cuadro 2.22

Distribución porcentual de las empresas según cantidad de competidores

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Cantidad de competidores					Total
	Más de 4	de 2 a 4	Uno	Ninguno	Sin dato	
Total	58,4	33,0	4,2	3,3	1,0	100,0
Hasta 15	54,4	39,2	2,7	3,7	.	100,0
De 16 a 30	59,3	32,0	4,3	3,2	1,3	100,0
De 31 a 50	59,5	30,2	3,8	4,2	2,3	100,0
De 51 a 100	53,8	33,5	10,5	2,2	.	100,0
Más de 100	82,5	12,3	2,2	.	3,0	100,0

El perfil característico del principal competidor es el siguiente: empresa nacional de mayores dimensiones, con tecnología y precios sustancialmente iguales. No se observan diferencias significativas en las características del principal competidor entre los diferentes tamaños de PyMI.

Cuadro 2.23

Porcentajes de empresas según las siguientes características de sus competidores

- Origen del competidor principal
- Dimensión del competidor principal con respecto a la empresa encuestada

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Origen			Dimensión			
	Nacional	Extranjero	Total	Inferior	Similar	Mayor	Total
Total	89,3	10,7	100,0	18,2	33,2	48,6	100,0
Hasta 15	90,5	9,5	100,0	14,5	37,5	48,0	100,0
De 16 a 30	90,3	9,7	100,0	17,6	36,7	45,7	100,0
De 31 a 50	85,1	14,9	100,0	16,8	29,8	53,5	100,0
De 51 a 100	89,5	10,5	100,0	22,4	24,4	53,2	100,0
Más de 100	88,3	11,7	100,0	39,3	12,9	47,8	100,0

GRÁFICO 2.3

Origen del competidor principal. Año 2002

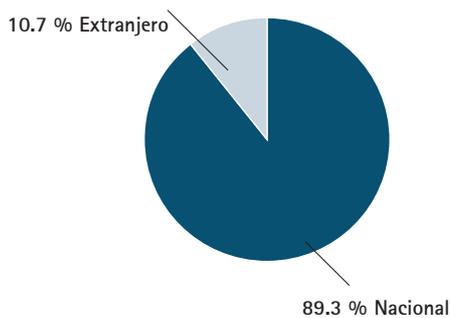
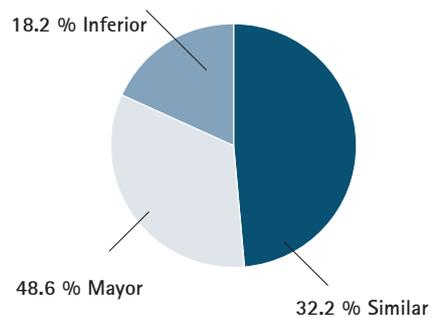


GRÁFICO 2.4

Dimensión del competidor principal con respecto a la empresa encuestada. Año 2002



Cuadro 2.24

Porcentajes de empresas según las siguientes características de sus competidores

- Tecnología del competidor principal con respecto a la empresa encuestada
- Precios del competidor principal con respecto a la empresa encuestada

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Tecnología				Total	Precios			
	Superior	Igual	Inferior	No la conoce		Superiores	Iguals	Inferiores	Total
Total	27,3	42,6	19,2	10,9	100,0	19,8	58,9	21,3	100,0
Hasta 15	32,5	42,1	13,7	11,7	100,0	19,3	59,3	21,4	100,0
De 16 a 30	25,1	41,0	23,1	10,7	100,0	22,8	55,8	21,4	100,0
De 31 a 50	30,9	44,1	13,7	11,2	100,0	16,1	65,0	18,9	100,0
De 51 a 100	16,2	48,7	24,7	10,4	100,0	24,1	56,0	19,9	100,0
Más de 100	20,5	39,5	33,1	7,0	100,0	5,6	63,2	31,2	100,0

GRÁFICO 2.5

Tecnología del competidor principal con respecto a la empresa encuestada. Año 2002

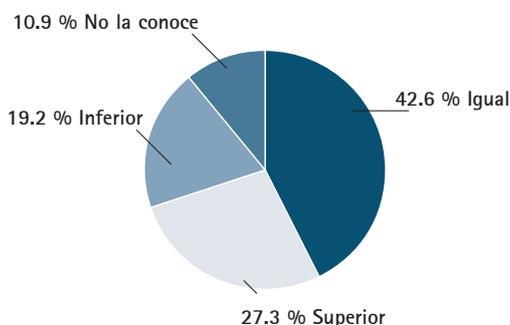
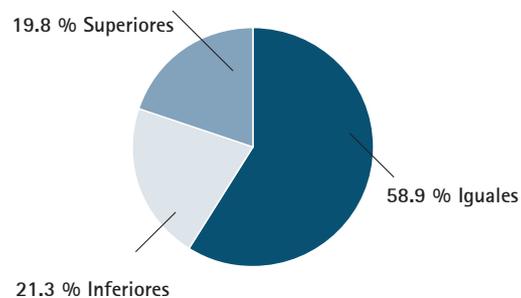


GRÁFICO 2.6

Precios del competidor principal con respecto a la empresa encuestada. Año 2002



7. INFORMATIZACIÓN

Las PyMI disponen en promedio de una computadora por cada 5 personas ocupadas. La disponibilidad de computadoras es más alta entre las PyMI que ocupan más de 100 personas, aunque las diferencias entre los distintos tamaños de PyMI no es significativa.

Cuadro 2.25

Relación entre el total de personas ocupadas de las empresas y el total de puestos de trabajo con computadoras. Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Personas/Puestos de computación
Total	4,9
Hasta 15	4,7
De 16 a 30	4,5
De 31 a 50	5,2
De 51 a 100	4,8
Más de 100	5,7

El 87% de las empresas posee una conexión a Internet, y esta proporción aumenta con el tamaño de la empresa desde un mínimo del 76% para las empresas que ocupan menos de 15 personas, hasta un máximo de 96% para aquellas que ocupan más de 100 personas.

Cuadro 2.26

Porcentaje de empresas con conexión a Internet

Total y por tramos de ocupación.

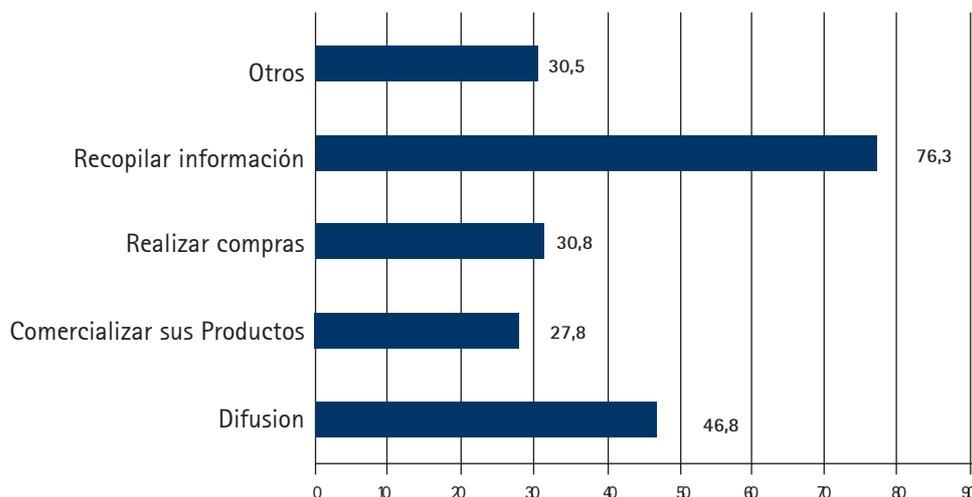
Año 2002.

Ocupados	Internet	
	Si	No
Total	87,4	12,6
Hasta 15	75,9	24,1
De 16 a 30	90,3	9,7
De 31 a 50	93,6	6,4
De 51 a 100	97,7	2,3
Más de 100	96,0	4,0

Por otra parte, el 76% de las empresas utilizan Internet para recopilar información, mientras que para difundir información de la empresa, la utiliza el 46,8% de las PyMI. Una menor difusión tiene la utilización de Internet para realizar ventas y compras; el 28% de las empresas lo utiliza para comercializar sus productos y 31% para realizar compras.

GRÁFICO 2.7

Empresas con conexión a internet: Porcentaje según motivos por los que la utiliza. Año 2002

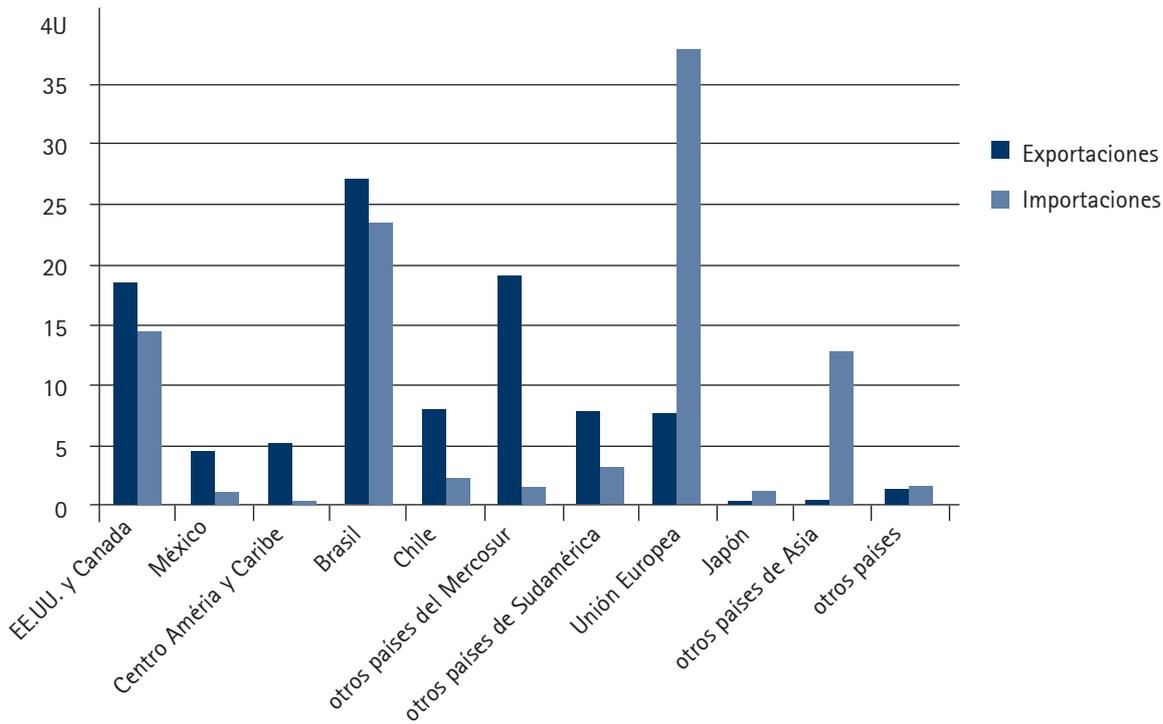


8. INSERCIÓN INTERNACIONAL: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

En el siguiente gráfico puede observarse como para Estados Unidos, Brasil, Chile y el resto de los países del Mercosur, la balanza comercial PyMI en el año 2002 arrojaba un saldo exportador positivo. Por el contrario las importaciones provenientes de la Unión Europea, Japón y otros países asiáticos superaban ampliamente a las exportaciones a estas mismas regiones.

GRÁFICO 2.8

Exportaciones vs. Importaciones: Porcentajes según destinos. Año 2002



Las exportaciones de las PyMI no han modificado sustancialmente su destino durante el trienio 2001-2003; sólo se registra una caída de la participación de Brasil, que disminuye su contribución porcentual de 20,4% en el 2001 hasta un 16,5% en el primer semestre del corriente año. Por el contrario, se observa el crecimiento de la participación de Chile que aumento de 16,4 a 21,3% durante el mismo trienio.

Cuadro 2.27

Distribución porcentual de los destinos de las exportaciones de las PyMI. Años 2001, 2002 y primer semestre de 2003.

Destinos	Años		1° Sem. 2003
	2001	2002	
Brasil	20,4	18,7	16,5
Chile	16,4	20,8	21,3
Resto del MERCOSUR	21,2	20,1	20,3
Resto de América Latina	18,1	17,8	17,4
EE.UU.	8,6	8,5	7,4
Unión Europea	8,3	7,9	9,1
Asia	4,0	2,6	2,6
Otros	3,0	3,5	5,4
Total	100,0	100,0	100,0

9. ESTRATEGIAS Y MERCADOS

Especialización vs. Diversificación

Algo más de la mitad de las PyMI persigue estrategias de aumento de la especialización, mientras que un 45% adopta estrategias de mayor diversificación. Entre las PyMI de menor tamaño, ambas estrategias están bien repartidas por mitades, entre las de mayor tamaño, es más frecuente la estrategia de especialización.

Cuadro 2.28

Porcentaje de empresas según estrategias de especialización y de diversificación en el bienio 2000-2001. Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Estrategias		
	Aumento de especialización	Aumento de diversificación	Otra
Total	50,8	45,4	3,9
Hasta 15	47,7	46,4	5,9
De 16 a 30	52,2	45,7	2,1
De 31 a 50	50,2	47,5	2,4
De 51 a 100	51,3	45,4	3,3
Más de 100	61,1	29,1	9,8

Descentralización productiva

Durante los años 2000 y 2001, alrededor del 25% de las empresas descentralizó parte de sus actividades subcontratándolas a terceros. Este proceso ocurrió con bastante uniformidad en todas las dimensiones de empresas.

Cuadro 2.29

Porcentaje de empresas que han tercerizado alguna actividad en el bienio 2000-2001. Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Contratan a terceros	
	Si	No
Total	25,2	74,8
Hasta 15	23,6	76,4
De 16 a 30	28,1	71,9
De 31 a 50	21,8	78,2
De 51 a 100	25,8	74,2
Más de 100	25,6	74,4

La producción de partes y piezas fue la actividad tercerizada con mayor frecuencia durante el 2000-2001. En un segundo lugar -y a gran distancia de la primera- se ubica la tercerización de las actividades de mantenimiento. Le siguen, ambas con igual importancia, las actividades administrativas o contables y el desarrollo informático.

Cuadro 2.30

Empresas que han tercerizado alguna actividad en el bienio 2000-2001: Actividades que contratan. Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Partes o fases del proceso productivo	Tareas administrativas o contables	Administración financiera	Logística comercial	Desarrollo informático	Mantenimiento	Otras
Total	68,0	23,6	3,6	13,3	23,0	32,7	12,1
Hasta 15	64,6	14,0	3,2	11,0	16,1	38,6	7,5
De 16 a 30	71,7	31,6	2,3	10,7	27,4	33,0	13,6
De 31 a 50	63,5	22,7	4,0	17,9	17,9	27,7	17,9
De 51 a 100	64,9	32,3	11,6	6,0	20,7	23,9	8,8
Más de 100	77,2	.	.	46,5	46,5	30,7	15,7

Áreas de atención de los principales directivos

Los principales directivos de la empresa dedican su atención a los temas comerciales y productivos por partes iguales. Los aspectos relacionados con la investigación y desarrollo y con el planeamiento estratégico -más estrechamente relacionados con el largo plazo- reciben menor atención directa por parte de la conducción. La distribución de estas características es uniforme en todos los tamaños de PyMI.

Cuadro 2.31

Porcentaje de empresas por áreas a las que la conducción les presta mayor atención.

Total y por tramos de ocupación.

Año 2002.

Ocupados	Aprovisionamiento y logística	Servicios a los clientes	Investigación y desarrollo	Producción	Planeamiento	Calidad	Marketing	Ventas	Otras
Total	30,5	59,6	9,1	58,3	31,9	54,4	23,6	65,6	4,5
Hasta 15	28,1	67,0	5,6	59,6	26,7	55,1	19,8	67,1	2,8
De 16 a 30	29,6	60,5	31,4	57,1	31,4	54,7	25,0	68,5	4,0
De 31 a 50	33,7	47,8	29,7	57,5	34,9	54,1	27,8	62,0	5,1
De 51 a 100	27,6	56,2	35,9	63,5	35,4	50,2	23,9	54,5	9,5
Más de 100	45,8	55,6	18,1	52,2	50,2	57,5	21,2	69,6	6,0

10. MERCADO DEL CRÉDITO E ÍNDICES ECONÓMICO-FINANCIEROS

En los dos últimos años, sólo el 46% de las empresas solicitó crédito bancario. La frecuencia de las solicitudes realizadas se incrementa uniformemente a medida que aumenta la dimensión de la empresa. Entre las más pequeñas, sólo el 38% de las empresas solicitó crédito, mientras que entre las más grandes esta proporción asciende al 60%. En promedio, cada PyMI opera normalmente con 2,3 bancos y este índice asciende hasta 3,6 entre las más grandes.

Cuadro 2.32

Promedio de la cantidad de bancos con los que operan las empresas

Porcentaje de empresas que solicitaron algún crédito bancario en los años 2000 y 2001.

Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Cantidad media de Bancos	Solicitud de crédito	
		Si	No
Total	2,3	46,3	53,7
Hasta 15	1,8	37,8	62,2
De 16 a 30	2,3	44,9	55,1
De 31 a 50	2,5	52,8	47,2
De 51 a 100	2,9	58,1	41,9
Más de 100	3,6	59,9	40,1

Del total de las empresas que solicitaron crédito bancario, el 79% lo consiguió. Se observa una correlación directa entre la frecuencia con que se obtiene un crédito bancario y la dimensión de la empresa. Mientras entre las más pequeñas el porcentaje de rechazo de la solicitud es del 28%, entre las más grandes este porcentaje se reduce al 17%.

Cuadro 2.33

Empresas que solicitaron algún crédito bancario en los años 2000 y 2001: Porcentaje que los obtuvieron.

Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Obtuvieron crédito	
	Si	No
Total	79,3	20,7
Hasta 15	72,0	28,0
De 16 a 30	80,4	19,6
De 31 a 50	82,4	17,6
De 51 a 100	82,3	17,7
Más de 100	83,0	17,0

El principal motivo de rechazo de la solicitud de crédito es el desinterés del banco en el proyecto (61%) y en segundo lugar, con igual nivel de frecuencia, la falta de garantías adecuadas y la alta deuda acumulada por la empresa. El desinterés del banco por los proyectos no tiene sesgos claros de tamaño, lo mismo que el problema de las insuficientes garantías. Sin embargo, se observa una clara conexión positiva entre tamaño y frecuencia de alto endeudamiento; las PyMI de mayor tamaño están más endeudadas.

Cuadro 2.34

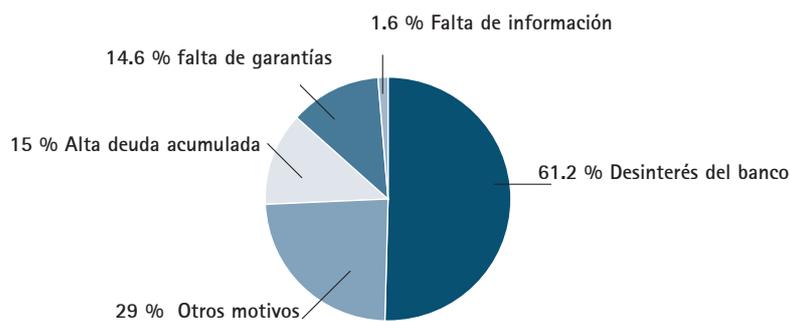
Empresas que solicitaron y no obtuvieron crédito bancario en los años 2000 y 2001: Porcentaje según motivos por los que no lo obtuvieron.

Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Falta de garantías	Falta de información	Desinterés del banco	Alta deuda acumulada	Otros motivos
Total	14,6	1,6	61,2	15,0	29,0
Hasta 15	17,6	.	61,5	13,1	28,7
De 16 a 30	14,3	4,9	71,3	.	26,4
De 31 a 50	20,6	.	43,0	4,6	29,0
De 51 a 100	10,5	.	51,2	66,3	.
Más de 100	.	.	6,5	.	69,4

GRÁFICO 2.9

Empresas que solicitaron y no obtuvieron crédito bancario en los años 2000 y 2001: Porcentaje según motivos por los que no lo obtuvieron



El análisis de los índices económico-financieros confirma el bajo endeudamiento de las empresas (sólo el 8% del pasivo) y los altos gastos financieros (2% de las ventas). El nivel de capitalización de las empresas es alto (patrimonio neto igual pasivo), pero la productividad del activo es baja (ventas/ activos), de lo que resulta una baja tasa de rentabilidad (2,7% sobre ventas). La liquidez de las empresas es buena (activo corriente/ activo no corriente).

Cuadro 2.35

Índices económico-financieros del último balance: medianas de las distribuciones de los índices por empresa. Total y por tramos de ocupación.

Ocupados	Activo corriente/ Activo no corriente	Ventas/ Activos	Patri- monio neto/ Pasivo	Deudas banca- rias/ Pasivo	(Créditos a clientes/ Ventas)x360	(Deudas con Proveedores/ Compras)x360	Gastos financieros/ Ventas	Resultado del ejercicio/ Ventas
Total	1,470	1,160	0,950	0,080	55	62	0,019	0,022
Hasta 15	1,016	1,090	0,713	0,000	44	46	0,008	0,010
De 16 a 30	1,470	1,248	0,955	0,060	58	68	0,010	0,027
De 31 a 50	1,980	1,040	1,200	0,110	60	76	0,030	0,031
De 51 a 100	1,530	1,180	0,920	0,150	45	78	0,023	0,025
Más de 100	1,770	1,140	1,000	0,290	42	70	0,040	0,035

Nota: Los porcentajes de casos sin datos en estas variables fueron de hasta un 34% en el total de empresas. La falta de datos fue relativamente mayor entre las empresas del primer tramo de personal(hasta 38%) y menor en el tramo de las empresas de mayor tamaño (hasta 24%).

A partir del año 2002 se decidió renovar el panel muestral con el fin representar mejor la estructura productiva actual, luego de varios años de recesión y estancamiento.

Para ello, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) utilizó como marco de muestreo los registros de la Administración Federal de Ingresos Públicos y de la Administración Nacional de la Seguridad Social. Con estos registros administrativos el INDEC elaboró, para el año 2000, un Directorio de Unidades Económicas (DINUE) que contiene datos de identificación, de ubicación y de personal ocupado de las empresas.

El nuevo Universo encuestado es el de las empresas que, según los datos del DINUE con respecto al personal ocupado, corresponden a la definición operativa de PyME adoptada y cuyas actividades pertenecen a la siguiente división de la clasificación CIIU, Revisión 3.

Divisiones de la clasificación CIIU (rev. 3)	Descripción de la actividad	Personal ocupado
15	Elaboración de productos alimenticios y bebidas	8 a 200
17	Fabricación de productos textiles	8 a 200
18	Fabricación de prendas de vestir	8 a 200
19	Producción y fabricación de productos de cuero	8 a 200
20	Producción y fabricación de productos de madera	8 a 200
21	Fabricación de papel y productos de papel	8 a 200
22	Actividades de edición e impresión	8 a 200
24	Fabricación de sustancias y productos químicos	8 a 200
25	Fabricación de productos de caucho y plástico	8 a 200
26	Fabricación de productos y materiales no metálicos	8 a 200
27	Fabricación de metales comunes	8 a 200
28	Fabricación de productos de metal, excepto maquinaria y equipo	8 a 200
29	Fabricación de maquinaria y equipo	8 a 200
31	Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos	8 a 200
34	Fabricación de vehículos, automotores y autopartes	8 a 200
35	Fabricación de otros tipos de equipo de transporte	8 a 200
36	Fabricación de muebles y otras industrias manufactureras	8 a 200

La muestra para el sector Industrial se ajustó básicamente al criterio de conservar aspectos de la muestra anterior, aunque se modificó la definición de los dominios de análisis geográficos:

REGIONES GEOGRAFICAS	
BAS	Ciudad de Buenos Aires, y los partidos del Conurbano Bonaerense
CTR	Demás partidos de la Provincia de Buenos Aires, y las provincias de Córdoba y Santa Fe
CUY	San Juan, San Luis y Mendoza
NEA	Formosa, Chaco, Misiones, Entre Ríos y Corrientes
NOA	Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja y Santiago del Estero
SUR	La Pampa, Río Negro, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego

El Universo se limitó a las empresas con ocupación en el tramo de 8 a 200 personas, con el cual se definieron 7 estratos según la cantidad de personas ocupadas:

	Tramo de ocupados
Estrato 1	entre 8 y 14
Estrato 2	entre 15 y 24
Estrato 3	entre 25 y 34
Estrato 4	entre 35 y 49
Estrato 5	entre 50 y 74
Estrato 6	entre 75 y 99
Estrato 7	entre 100 y 200

A la vez, las empresas fueron clasificadas de acuerdo a su situación en el último Censo Económico en: altas, censadas y No identificadas en el archivo censal.

Finalmente, dentro de cada dominio de análisis geográfico, las empresas se ordenaron por provincia, por Rama de actividad (CIU a cuatro dígitos y con apertura adicional de un quinto dígito utilizado por el INDEC), estrato ocupacional y situación censal.

Con arranque aleatorio se realizó una selección sistemática de titulares y reemplazos. Para los reemplazos se utilizó el criterio de coincidencia en actividad y provincia.

Las fracciones de selección fueron calculadas de manera de mantener tamaños de muestra por región similares a los del diseño anterior (con algunas compensaciones debidas a la redefinición de regiones):

Los tamaños resultantes se muestran la siguiente tabla:

REGION	TAMAÑO DE LA MUESTRA	TAMAÑO DEL UNIVERSO
BAS	588	8.820
CTR	176	3.872
CUY	106	1.166
NEA	52	728
NOA	52	468
SUR	50	450
TOTAL	1.024	15.504

