

Observatorio Pymeregional

Provincia de Salta

Industria Manufacturera. Año 2008

OBSERVATORIO PYME REGIONAL Provincia de Salta

Instituciones promotoras:

Università di Bologna, Representación en Buenos Aires
Fundación Observatorio PyME
Unión Industrial de Salta
Ministerio de Desarrollo Económico y Ministerio de Finanzas
y Obras Públicas del Gobierno de la Provincia de Salta
Universidad Católica de Salta

Instituciones y empresas que apoyan el proyecto:

Consejo Federal de Inversiones

Alliance One Tobacco	Banco Macro	Borax Argentina
Central Térmica Güemes	Cerámica Andina	Cerámica del Norte
Compañía Industrial Cervecera	Edesa	Frigorífico Bermejo
Gasnor	Ingenio San Isidro	Ingenio Tabacal
La Moraleja	Massalin Particulares	Minera del Altiplano
Minera Santa Rita	Oeste Embotelladora	Refinor
Salta Refrescos	Salvador Marinaro e Hijo	
Hijos de Salvador Muñoz	Tecpetrol	

Donato, Vicente

Industria manufacturera año 2008 : observatorio Pyme Regional Provincia de Salta / Vicente Donato ; dirigido por Vicente Donato. - 1a ed. - Buenos Aires : Fund. Observatorio Pyme: Bononiae Libris: Unión Industrial de Salta : Universidad Católica de Salta, 2009.

144 p. : il. ; 30x21 cm.

ISBN 978-987-24223-9-4

1. Pequeña y Mediana Empresa. I. Donato, Vicente, dir. II. Título
CDD 338.47

Fecha de catalogación: 25/08/2009

Equipo de trabajo

Proyecto Observatorios PyME Regionales

Dirección: Vicente Donato, Università di Bologna

Coordinación general: Christian Haedo, Università di Bologna, Representación en Buenos Aires

Coordinación institucional: Silvia Acosta, Fundación Observatorio PyME

Università di Bologna - Representación en Buenos Aires, Centro de Investigaciones

Metodología y estadística:

Andrés Farall

Directorio de locales industriales:

Cecilia Queirolo

Fundación Observatorio PyME

Metodología y Estadística:

Pablo Rey

Organización de Encuestas:

Constanza Schejter

Investigación:

Ignacio Bruera

Vladimiro Verre

Comunicación y Prensa:

Ivonne Solares

Asistencia general:

Vanesa Arena

Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Coordinación: Abel Fernández Castro

Investigación: Lisandro De los Ríos

Supervisora de campo: Patricia Ulloa

Encuestadores:

Lorena Saca

Liliana Viana Navarro

Mirtha Vivas

Abel Mendilaharzu

Jimena Noguera

Luciana Revilla

Néida Copa

Julio Hoyos

Guido Cazón

Eloisa Mene

Sumario

Prólogo	
Presentación	
Introducción	11
Capítulo 1: Caracterización de la región y su industria	19
Capítulo 2: La situación actual de las PyME con actividad industrial	37
A. Caracterización de las PyME industriales de la provincia	39
B. Cadenas productivas y competencia	44
C. Tecnología, capital físico y humano	50
D. Políticas públicas, entorno y gobierno local	64
E. Financiamiento	67
F. Desempeño y expectativas	72
G. Indicadores Económico - Financieros	74
Capítulo 3: Análisis comparativo de los datos de la Provincia de Salta	77
Anexo I: Información por sector de actividad	103
Anexo II: Procedimientos de recolección y elaboración de datos	113
Cuestionario de la Encuesta 2008	
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta	

Prólogo

La Provincia de Salta, a través del Ministerio de Desarrollo Económico e instituciones del sector privado y académico han logrado una articulación sin precedentes, con el objetivo claro y genuino de enriquecer las decisiones y la participación que se base en la información para alcanzar los propósitos de toda nuestra sociedad, que son el crecimiento y el desarrollo.

Nuestra Salta tiene valoradas características que la colocan en una posición de alta potencialidad, es por eso que nuestra visión de desarrollo comprende la necesidad de que cada sector productivo conozca que las prioridades compartidas con el Estado son: un fuerte sentido de competitividad, la mejora de la productividad y la creación condiciones favorables para el crecimiento. Esta visión requiere que los esfuerzos se despojen cada vez más de subjetividad e incorpore toda aquella información que pueda obtenerse de la mejor fuente: los agentes de la actividad productiva.

Este emprendimiento conjunto para conocer en profundidad el sector pyme de nuestra provincia no habría sido posible sin el compromiso y esfuerzo de instituciones de prestigio como la Unión Industrial Salta, la Universidad Católica de Salta, la Università di Bologna Representación en Buenos Aires, la Fundación Observatorio Pyme y el inestimable apoyo financiero del CFI.

La creación del Observatorio Pyme Regional Provincia de Salta, sumado a nuestro Plan Estratégico de Desarrollo Productivo y la Oferta Exportable de Salta, es un instrumento de vinculación público - privada que nos va a permitir seguir desarrollando nuestra provincia en un marco en el cual cada día incorporemos valor a la producción primaria. Todo ello en pos de incrementar año a año la participación del sector industrial en el producto bruto geográfico provincial. De esta manera podremos exportar el trabajo de los salteños, mejorar la distribución del ingreso con más y mejores empleos y profundizar el proceso de inclusión social que hemos iniciado en diciembre de 2007.

El horizonte internacional nos demanda diversificar las miradas y profundizar diagnósticos dinámicos para identificar las oportunidades y ventajas que se presentan en un marco global de alta competitividad y complejidad. En este escenario es imposible formular políticas públicas acertadas sin información confiable, es por ello que valoramos los aportes que el Observatorio Pyme Regional de la provincia proveerá con su trabajo.

CPN Julio Cesar Loutaif
Ministro de Desarrollo Económico
Gobierno de la Provincia de Salta

Presentación

El Observatorio Pyme Regional Provincia de Salta es un paradigma de participación responsable y democrática entre actores fundamentales de la sociedad contemporánea: el sector público, representado por el Ministerio de Desarrollo Económico de la Provincia de Salta, el sector privado productivo, a través de la Unión Industrial de Salta, y el sector privado académico, en la figura de la Universidad Católica de Salta, adoptando el esquema institucional y metodológico de los Observatorios Pyme Regionales que propone la Fundación Observatorio Pyme y la dirección científica y analítica de la Università di Bologna - Italia.

El Observatorio Pyme Regional Provincia de Salta integra una red de observatorios regionales y nacionales con el objetivo fundamental de conocer la problemática de cada territorio con información fidedigna que permita generar propuestas de desarrollo local y estimular una decisión más acertada de políticas públicas y privadas a nivel municipal y provincial.

La presente publicación es una clara muestra de la adecuada articulación público-privada en la que diversos protagonistas brindaron sus contribuciones institucionales y económicas para generar un estudio de alcance general: la administración pública municipal, provincial y nacional; las organizaciones y entidades privadas y otros representantes organizados de la sociedad civil. Este trabajo trasciende el mero ejercicio estadístico para transformarse en una herramienta fundamental para la definición de políticas y toma de decisiones estratégicas vinculadas al desarrollo provincial. Plan estratégico que debe tener como uno de sus ejes el fomento, crecimiento y fortalecimiento, de las Pyme en general y de las industriales, en particular, como motorizadoras del empleo, la inclusión social y el bienestar comunitario.

Esta publicación será distribuida entre los actores de la producción, los representantes de organizaciones sociales y los responsables de las decisiones políticas, con el propósito de sumar adhesiones a este importante emprendimiento cuya sustentabilidad contribuirá al crecimiento económico y la interacción consensuada de los componentes esenciales del quehacer provincial. Acciones éstas que derivarán en una mayor equidad social y dignidad de los habitantes de nuestra provincia y de la Argentina toda.

Daniel Chavez Diaz
Presidente de la Unión Industrial de Salta

Alfredo Puig
Rector de la Universidad Católica de Salta

José Ignacio De Mendiguren
Presidente de la Fundación Observatorio Pyme

Giorgio Alberti
Director del Alma Mater Studiorum Università di Bologna Representación en Buenos Aires

Introducción

El Pacto Territorial para el desarrollo productivo de las PyME de la Provincia de Salta

El proyecto de crear un Observatorio PyME en la Provincia de Salta se inspira en la fructífera experiencia italiana y europea de desarrollo territorial y de las PyME.

Desde los años setenta, la economía mundial asiste a un proceso de transformación radical que afecta a la lógica del funcionamiento interno de las empresas, sus redes de relaciones externas, su demanda de recursos y sus pautas de localización. En este proceso se destaca la masiva incorporación de innovaciones radicales e incrementales, la globalización de los mercados, la producción flexible y la creciente importancia de las redes horizontales y verticales de pequeñas y medianas empresas.

La crisis financiera internacional que impactó los mercados de la economía real con toda su fuerza durante 2008 agregó nuevos elementos al proceso de transformación de la economía mundial, reforzando la tendencia hacia una mayor presencia competitiva de grandes países emergentes como China, India y Brasil. Este nuevo escenario agudizará cada vez más la competencia productiva internacional, exigiendo una reacción cada vez más articulada entre empresas e instituciones subnacionales, nacionales y regionales. Gobiernos, empresarios y universidades constituirán cada vez más, como ya lo hacen desde al menos dos décadas, el trípode competitivo donde se asentarán las energías capaces de defender estaciones del mercado interno y externo y generar nueva ocupación (o por lo menos evitar pérdidas).

En este nuevo esquema productivo emergente, la competitividad de las empresas ya no puede descansar en los bajos costos de la mano de obra, la abundancia de recursos naturales, los diferenciales de tipo de cambio o tasas de interés. Es decir, las fuentes de ventajas comparativas de carácter estático. Las ventajas competitivas serán cada vez más dinámicas, es decir construidas y logradas por el deliberado accionar de la política pública articulada verticalmente entre los diferentes niveles de Estado y el sector privado territorialmente localizado. Las empresas ya no pueden enfrentar la pugna competitiva de los mercados por sí solas, sino que dependen cada vez más de un sistema estatal de apoyo, que inicia por el propio municipio y se articula luego verticalmente con el estado provincial y sucesivamente con el estado nacional. Fuertes localismos abiertos al mundo constituirán el nuevo modo de inserción internacional.

Guiados por esta visión del desarrollo, entonces, se trata de promover la constitución de un “Pacto Territorial” entre gobiernos provinciales y municipales, universidades locales y empresarios salteños con el objetivo central de fortalecer el desarrollo productivo provincial, pilar básico de la cadena de valor nacional.

El primer acuerdo del “Pacto Territorial” está referido a la necesidad de construir un instrumento informativo capaz de proveer información actualizada y continua sobre la realidad productiva salteña. Este instrumento es el “Observatorio PyME Regional” cuyo objetivo general es la producción consensuada de “Información para la acción”. Sin información es imposible tomar decisiones públicas y privadas acertadas ni pensar en una mínima programación del desarrollo productivo a nivel municipal y provincial.

Los objetivos específicos de un Observatorio PyME Regional son:

1. Estimación de las tasas anuales de natalidad y de mortalidad de las PyME por sector de actividad y departamento o municipio.
2. Diagnósticos territoriales-sectoriales e identificación de las principales dificultades de las empresas y de sus locales en la provincia.
3. Identificación y promoción de proyectos locales de inversión.
4. Propuestas de acción de políticas públicas ejecutables y controlables a nivel municipal y provincial.

Es importante destacar inmediatamente las tres características básicas que debe poseer la información que se propone producir en el Observatorio PyME Regional:

- a) participación directa de los actores sociales del territorio;
- b) continuidad y comparabilidad en el tiempo;
- c) comparabilidad regional e internacional.

En primer lugar, se busca que la producción de la información sea responsabilidad directa de los mismos actores territoriales (funcionarios políticos provinciales y municipales, dirigentes empresariales y gremiales, rectores universitarios y dirigentes de ONG), ya que sólo así el programa informativo será

capaz de responder a las necesidades reales de la Provincia de Salta. Las organizaciones empresariales y las universidades, acompañadas por el estado provincial y municipal y por ONG dedicadas a la promoción productiva, forman parte activa del núcleo fundacional y administrador del “Observatorio PyME Regional Provincia de Salta”.

En segundo lugar, la permanente actualización de los datos estadísticos constituye uno de los desafíos más importantes, ya que en un mundo de cambios vertiginosos no es posible tomar decisiones contando solamente con la información producida por los Censos Económicos cada diez años.

Para un análisis dinámico de la situación provincial y municipal, es necesario complementar la información censal y de otras fuentes nacionales con datos locales sobre las pequeñas y medianas empresas. Con este objetivo, el Observatorio PyME Regional Provincia de Salta se propone producir periódicamente datos estadísticos e información sobre la evolución de las empresas, proporcionada por los mismos empresarios PyME de la provincia.

En tercer lugar, los datos producidos tienen que ser comparables en el tiempo y en el espacio (entre diferentes años, entre diferentes provincias y micro-regiones de Argentina y también entre diferentes países). Sólo mediante la comparación se puede establecer la específica problemática provincial y su evolución en el tiempo. Actualmente, cada año se publican un número importante de encuestas y de estudios especiales sobre los distintos aspectos de la realidad productiva de las PyME. Sin embargo, estos estudios no son rigurosamente comparables, tanto por las diferentes metodologías y variables utilizadas, como por las asincronías temporales. Por esta razón, el Observatorio PyME Regional Provincia de Salta se propone aplicar metodologías uniformes, probadas internacionalmente, con utilización de técnicas de panel sobre muestras probabilísticas y actualizadas.

Debido a que la metodología aplicada es compatible con otros trabajos en curso en otras provincias argentinas y en otros países latinoamericanos y europeos, los datos producidos por el Observatorio PyME Regional Provincia de Salta son también comparables regional e internacionalmente. En este sentido es importante la experiencia realizada por la Università di Bologna que, mediante un contrato con el BID, ha desarrollado una metodología para estudiar comparativamente la evolución de las PyME latinoamericanas¹. También es enriquecedora la experiencia histórica realizada por el Observatorio Italiano de las PyME del Mediocredito Centrale², pionero en la aplicación de las técnicas de panel para investigar la evolución de las PyME, y del Observatorio Europeo de las PyME que utiliza técnicas mixtas, de panel y de yuxtaposición de encuestas independientes realizadas por diversas instituciones europeas³.

En la primera fase de este proceso de producción de “información para la acción”, la información que se presenta en este informe se refiere sólo a las empresas que tienen actividad industrial en la Provincia de Salta. Paulatinamente en informes sucesivos se incorporarán al análisis las empresas que desarrollan actividades de servicios a la producción y de comercio mayorista. Año tras año, se irán sumando nuevas actividades cuya dinámica importe para el desarrollo económico provincial.

De acuerdo a las experiencias ya realizadas, los principales usuarios de la información son:

1. Los intendentes, que conocerán anualmente la tasa de natalidad y de mortalidad empresarial de su distrito, y el desempeño de los distintos sectores de actividad localizados en su territorio de acción.
2. Los empresarios, que dispondrán de una sólida y actualizada base estadística para identificar problemas comunes y mantener un diálogo efectivo con el gobierno municipal, provincial y nacional.
3. Las universidades, que conocerán detalladamente la evolución de los problemas tecnológicos y generales de las PyME de su región de influencia y así podrán adaptar continuamente la oferta educativa y la investigación a tales necesidades.
4. Los gobiernos provinciales, que dispondrán de información actualizada para tomar decisiones de políticas públicas.
5. Los inversores nacionales e internacionales, que podrán evaluar la dinámica sectorial y territorial descubriendo nuevos espacios de inversión en la Provincia.

En esta primera publicación del Observatorio PyME Regional Provincia de Salta se incluyen los resultados de la primera encuesta realizada en la Provincia (Ver Recuadro “La región estudiada”). El

¹Observatorio Latinoamericano de las PyME: un estudio panel en Argentina y México. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Departamento de Desarrollo Sostenible. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C., septiembre 2003.

²El Mediocredito Centrale ha sido un pujante banco de desarrollo que canalizó desde la posguerra hasta su reciente privatización la totalidad del financiamiento público italiano a las PyME.

³El Observatorio Europeo de las PyME, financiado por la UE y elaborado por el European Network for SME Research, se basa en una serie de informes realizados con datos provistos por Eurostat y en una encuesta propia de panel realizada entre 7.600 PyME en 19 países.

trabajo incluye informaciones sobre las características estructurales de las empresas y de sus locales en la Provincia, su desempeño productivo reciente y sus desafíos de cara al futuro. Finalmente se incluye un Anexo Metodológico con la información técnica referida a los procedimientos utilizados para la recolección de la información de base, y una copia de los cuestionarios utilizados para entrevistar a las empresas.

Los cuestionarios incluyen las siguientes secciones:

- Datos referidos a las empresas con menos de 200 ocupados y con locales industriales en la Provincia de Salta:

1. Características generales de la empresa.
2. Clientes y proveedores.
3. Desempeño, problemas y expectativas.
4. Inversiones y financiamiento.
5. Indicadores económico – financieros.
6. Políticas públicas.

- Datos referidos a los locales industriales pertenecientes a las empresas antes citadas:

1. Clientes y proveedores del local.
2. Tecnología e inversiones.
3. Empleo y capacitación.
4. Infraestructura y gobierno local.

Antes de concluir esta introducción es importante destacar que el inicio del proyecto de Observatorio PyME en Argentina fue posible gracias a la idea pionera del Ing. Roberto Rocca (1922-2003) y al sostén científico brindado por la Universidad di Bologna. Actualmente el proyecto es promovido a nivel nacional por la Fundación Observatorio PyME y participan activamente del mismo universidades nacionales, asociaciones empresariales y gobiernos provinciales y municipales de todo el país. Esperamos que esta primera publicación contribuya a focalizar las fortalezas e identificar las debilidades, las amenazas y las oportunidades de las PyME industriales salteñas, constituyendo una guía operativa para la toma de decisiones públicas y privadas.

A continuación se destacan los aspectos más importantes de la situación de las PyME industriales de la Provincia de Salta.

La proporción de empresas en situación de crecimiento durante 2008 fue sólo ligeramente inferior a la proporción nacional (62% vs 65%), mientras que la dinámica de la ocupación fue sustancialmente mejor (4,7% vs 1,9%). Las expectativas de las PyME industriales de Salta no se diferencian de las del resto de Argentina: para el año 2009 un tercio de las empresas estima que disminuirán sus ventas y un sexto que disminuirá personal. Los problemas que tienen mayor grado de difusión entre las empresas se refieren al incremento de los costos de producción y a la caída de las ventas, que juntas determinan una caída de la rentabilidad. Gran difusión tiene el problema de la alta carga tributaria nacional (no provincial ni municipal).

Desde el punto de vista estructural, dos son los aspectos de la PyME salteñas que se destacan especialmente, a pesar de ser compartidos con sus colegas del NOA. Se trata de la juventud de las empresas y de su fuerte aislamiento del mercado internacional, debido principalmente a los límites de las vías de comunicación de la región NOA con los principales puertos del comercio internacional. Efectivamente, más de un tercio de las empresas inició sus actividades a partir de 2001, evidenciando a través de varios indicadores estadísticos que aún no han superado la fase de la consolidación de su posicionamiento en el mercado.

Por otra parte, una proporción mínima de las empresas salteñas, menos del 3% (muy similar a Tucumán), son exportadoras. También es mínima la proporción de empresas salteñas que sienten que su mercado interno es amenazado por competidores internacionales. La situación es de relativo aislamiento internacional, tanto de salida como de entrada.

Las PyME salteñas, al igual que las tucumanas y de sus colegas del NOA, se dedican sustancialmente a abastecer el mercado local y provincial, tal como se constata observando que el 80% de ellas tiene su principal cliente localizado a menos de 80 Km. de su planta productiva. Un rasgo que evidencia una gravedad ligeramente mayor a la registrada en Tucumán, es la gran distancia a la cual se sitúan los proveedores, sobre todo los industriales. Para el 30% de las PyME salteñas el principal proveedor se sitúa a más de 1.000 Km.

Así la situación estructural de las PyME salteñas queda conformada por una cierta situación de “insularidad”, donde el abastecimiento del mercado local queda en alguna medida condicionado por el abastecimiento de insumos industriales extra-regionales. El principal problema de estas empresas, pero también la principal oportunidad, se encuentra en esta situación de “insularidad”.

Una situación muy especial se verifica entre las PyME del sector maderero, ya que la principal ventaja de localización de estas empresas se encuentra en el abastecimiento local de materia prima. Sin embargo, los problemas surgidos con la explotación del bosque nativo junto con la absoluta insuficiencia de las hectáreas de bosque implantado, están amenazando la existencia de este sector que representa aproximadamente un 20% de la actividad provincial de las PyME industriales. En efecto, el sector maderero es el único sector industrial de la provincia que durante 2008 disminuyó su planta de personal (- 5%). El 62% de las PyME del sector está actualmente atravesando una fase de estancamiento-achicamiento. La proporción de empresas madereras que declararon que disminuirán el empleo en 2009 es el triple que la registrada en los otros sectores. No se trata de un problema sectorial nacional. El problema de la madera es principalmente salteño, ya que durante el mismo período de tiempo las PyME madereras a nivel nacional incrementaron la ocupación en un 2%.

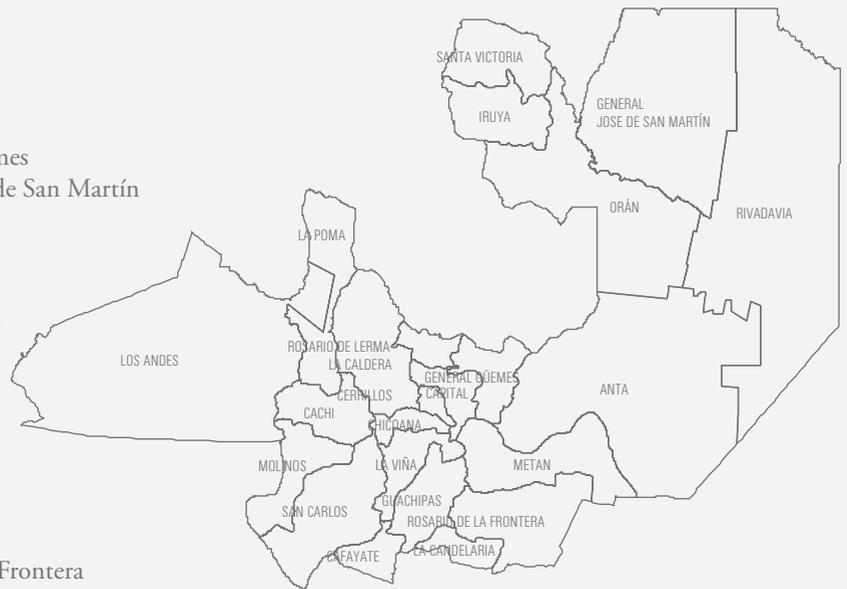
Por último, hay que señalar que las PyME del sector de alimentos y bebidas, sin bien han tenido un muy buen desempeño durante 2008, están aún muy por debajo de sus potencialidades de desarrollo en la provincia. Los lácteos y sus derivados, los derivados de las carnes, las frutas y hortalizas elaboradas tienen un importante espacio de desarrollo aún inexplorado.

La región estudiada

La región estudiada comprende la superficie territorial de los 23 departamentos que integran la Provincia de Salta. En el siguiente mapa se presenta la división política de la región estudiada.

Salta

Anta
Cachi
Cafayate
Capital
Cerrillos
Chicoana
General Güemes
General José de San Martín
Guachipas
Iruya
La Caldera
La Candelaria
La Poma
La Viña
Los Andes
Metán
Molinos
Orán
Rivadavia
Rosario de la Frontera
Rosario de Lerma
San Carlos
Santa Victoria



Definición operativa de PyME

Bajo un criterio operativo, en los estudios realizados por los Observatorios PyME Regionales se aplica una definición de PyME basada en los datos de personal ocupado y próximos al tramo comprendido entre 10 y 200 personas; las empresas con cantidades de ocupados cercanos a estos límites también se incluyen, habida cuenta de las pequeñas fluctuaciones temporales que puede haber en la mano de obra ocupada.

En esta encuesta, una empresa fue clasificada como PyME si:

- la cantidad total de ocupados de la empresa estaba comprendida entre 10 y 200, en al menos una de las fechas de referencia (junio y diciembre de 2007 y junio de 2008),
- la empresa no pertenecía a un grupo económico integrado por empresas que, en su conjunto, sumaban más de 200 personas ocupadas.

En los casos en que no se contaba con el dato de personal ocupado total de una empresa encuestada en un local pequeño, con menos de 10 personas ocupadas, la empresa también fue clasificada como PyME si tenía más de una planta industrial.

A su vez, para excluir las empresas que pertenecen a grupos económicos, se constató que efectivamente dependen de otra sociedad controlante y que el grupo excede el límite de personas ocupadas.

Cómo se han recolectado los datos

El operativo de encuesta fue organizado por el personal del Observatorio PyME Regional Provincia de Salta, con el apoyo del Centro de Investigaciones de la Representación de la Università di Bologna. El equipo de recolección de datos estuvo integrado por coordinadores locales, investigadores senior a cargo de la encuesta, supervisores y encuestadores de la Dirección Provincial de Estadísticas provincial.

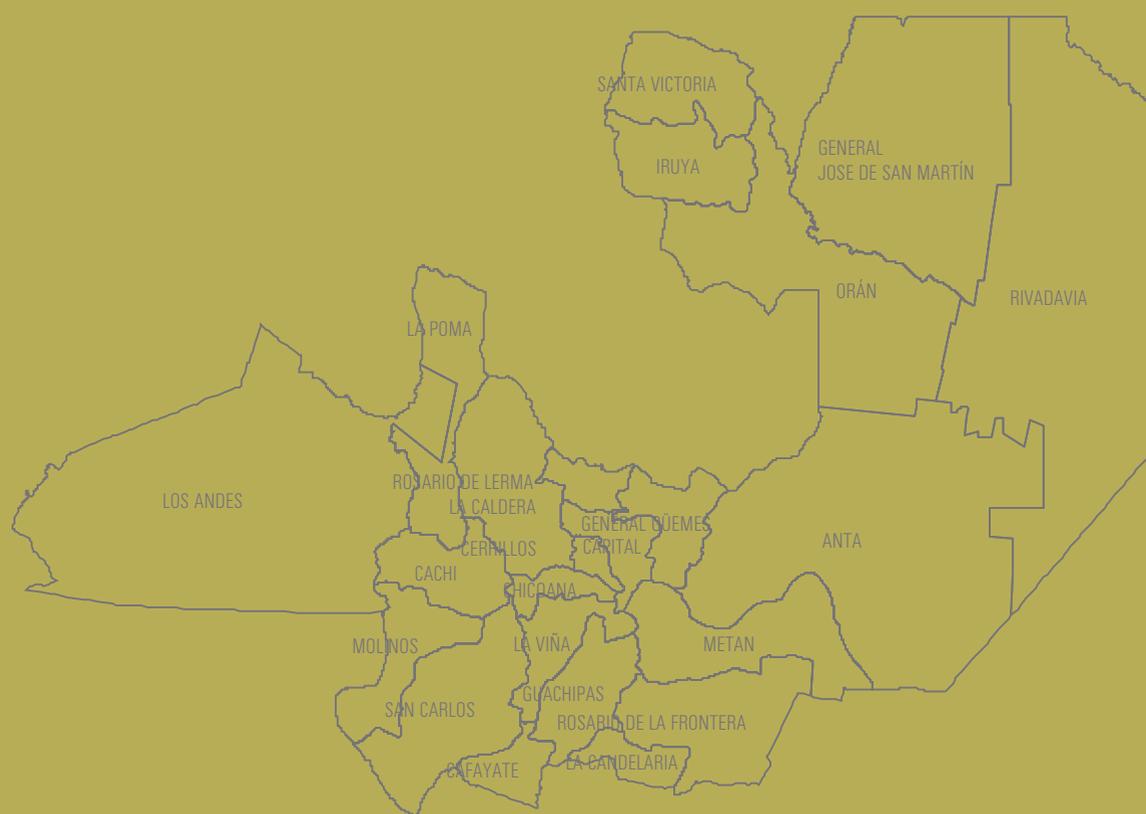
Los locales fueron visitados para ser encuestados mediante entrevistas personales y, una vez establecido si correspondía realizar la encuesta, la persona informante (responsable o encargada de la conducción del local o de la empresa) tenía la opción de completar por sí misma el cuestionario. Cuando el informante no podía responder en el momento de la entrevista, se le dejaba el cuestionario para su llenado y, posteriormente, era retirado por el encuestador.

Completado el cuestionario, y antes de finalizar la última entrevista, el encuestador aplicaba una breve hoja de control al cuestionario, de modo de detectar posibles omisiones e incongruencias en las respuestas a las preguntas básicas y corregir, junto al informante o por contacto telefónico, las omisiones o errores detectados.

La recepción de las encuestas ya realizadas estuvo a cargo de los supervisores, quienes controlaron dicho material, a la vez que controlaron también el trabajo en campo de los encuestadores.

La recolección de los datos de la encuesta comenzó a mediados de septiembre y finalizó en diciembre de 2008.

Capítulo 1: Caracterización de la Provincia y su industria

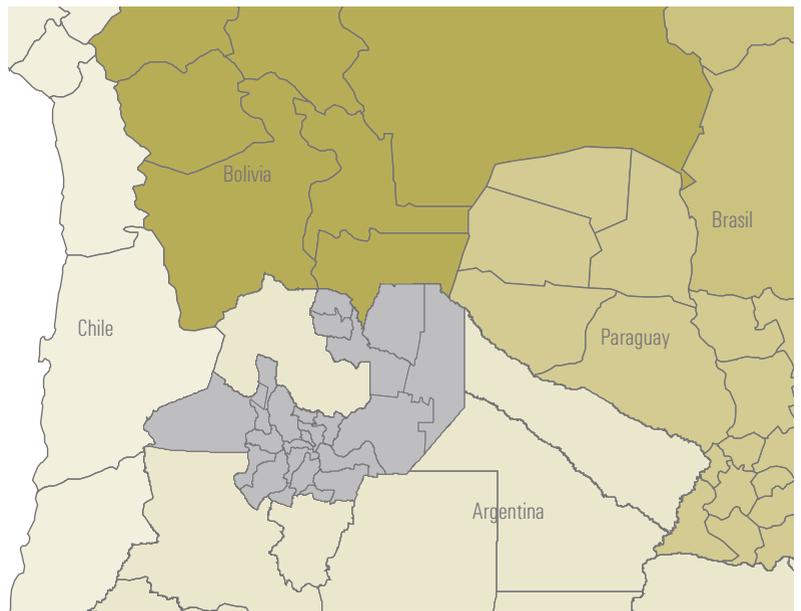


Ubicación geográfica y estructura económica

La Provincia de Salta se encuentra ubicada en la región noroeste (en adelante NOA) de la República Argentina, ocupando una superficie de 155.488 km², que representan el 5,6% de la superficie continental del país. Su ubicación en territorio limítrofe con tres países distintos (Chile, Bolivia y Paraguay) le confiere características geopolíticas muy particulares, especialmente debido a los flujos migratorios de Bolivia y la necesidad de profundizar la conectividad infraestructural con estos países para facilitar el acceso de

la producción provincial a los mercados regionales e internacionales.

Desde el punto de vista edafológico (relación entre el suelo y la vegetación), la Provincia se divide en tres áreas bien delimitadas: en el oeste el área de la Puna, en el centro las áreas montañosas y los valles intermontanos, en el este la llanura Chaco-Salteña. La temperatura media de la Provincia es de 17, 2 grados, destacándose una diversidad de climas áridos y tropicales.



El Producto Bruto Geográfico de Salta representa un poco más del 1% del Producto Bruto Interno de Argentina. Si comparamos la estructura económica de la Provincia de Salta con respecto a la estructura económica nacional se destaca en importancia el sector agropecuario y la silvicultura, la explotación de minas y canteras y la producción de electricidad, gas y agua. En sentido contrario, destaca la menor importancia relativa de la industria manufacturera, el sector comercial y los servicios empresariales. Una nota aparte merece el sector de la administración pública que al

igual que en el resto de las provincias del NOA tiene gran importancia, pero que en el último quinquenio se ha reducido de manera importante dejando mayor espacio a la producción de bienes.

Efectivamente, los siete puntos porcentuales en los cuales disminuyó su participación la administración pública en el Producto Bruto Geográfico entre 1994 y 2006, fueron sustituidos por la producción de bienes del sector de la agricultura y silvicultura y de las minas y canteras.

Cuadro 1.1. Composición del Producto Bruto. Comparación entre Salta y Argentina. Año 2008

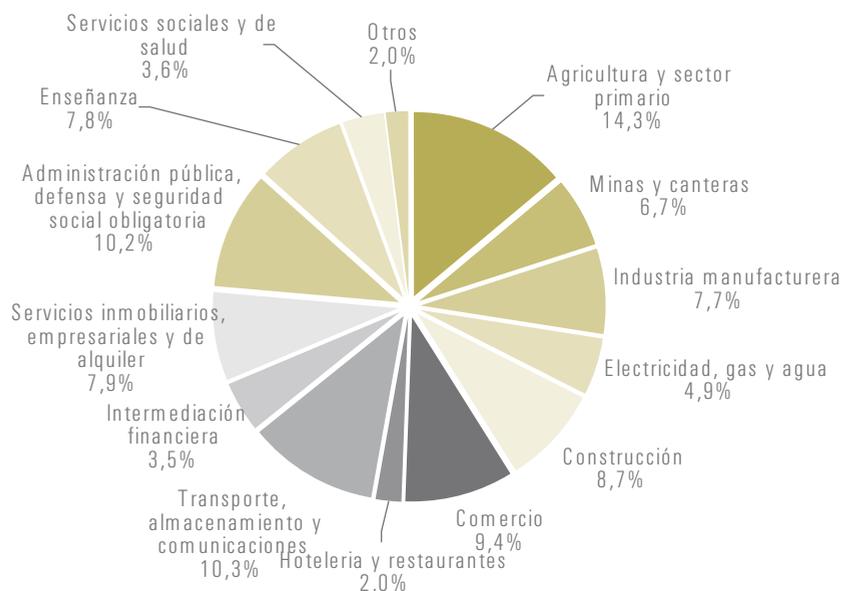
	Salta	Argentina
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	14,0%	5,4%
Explotación de minas y canteras	6,0%	1,5%
Industria manufacturera	7,7%	17,4%
Electricidad, gas y agua	4,9%	2,8%
Construcción	8,7%	6,6%
Comercio	9,4%	14,0%
Servicios de hotelería y restaurantes	2,1%	2,6%
Servicios de transporte, de almacenamiento y de comunicaciones	11,3%	11,8%
Intermediación financiera y otros servicios financieros	4,5%	5,7%
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	7,9%	13,7%
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	10,2%	4,7%
Otros	13,4%	13,9%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Dirección General de Estadísticas de Salta – Datos provisorios PBG 2008

Según el Censo Nacional Económico 2004, el 53% de los locales de la Provincia de Salta pertenece al sector comercio, el 38% al sector servicios y el 6% al sector

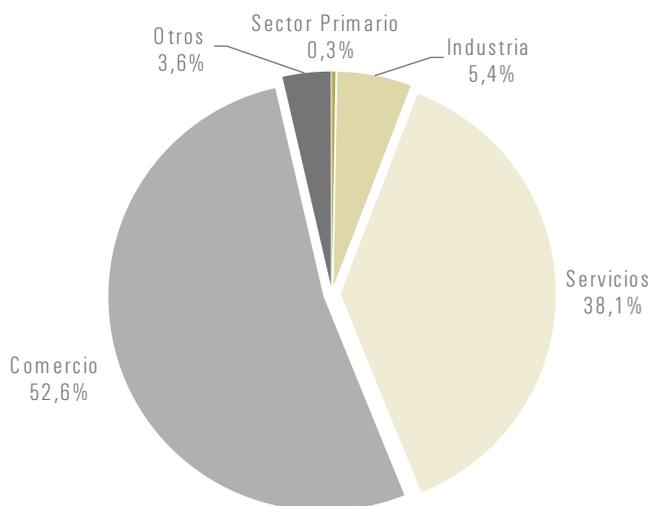
manufacturero. El restante 3% de los locales pertenece al resto de los sectores, incluido el agrícola.

Gráfico 1.1. Participación de cada Sector Económico en el número total de locales. Año 2004.



Fuente: Dirección General de Estadísticas de Salta.

Gráfico 1.2. Participación de cada sector industrial en el Producto Bruto Geográfico manufacturero. Año 2008.



Fuente: Dirección General de Estadísticas de Salta.

La participación de la industria manufacturera salteña en el producto es de aproximadamente el 8%, mientras que en el resto del país este porcentaje es del 17%, mostrando de esta manera el amplio espacio de crecimiento industrial que tiene la Provincia de Salta para el futuro. Desde el punto de vista de la composición interna del sector manufacturero, unos pocos sectores representan más del 80% de la producción manufacturera local: alimentos y bebidas, tabaco, derivados del petróleo/carbón, productos químicos y plásticos.

El producto per cápita de la Provincia de Salta es aproximadamente el 32% o el 36% del promedio nacional, según se lo mida a precios corrientes o constantes de 1993, lo cual nos indica la larga distancia que Salta aún tiene que recorrer. No obstante en los últimos años Salta haya crecido a un ritmo superior al promedio nacional, el dato de producto bruto se ve también afectado por la alta tasa de crecimiento demográfico.

Distribución territorial de la población y de los locales industriales

El territorio de la provincia se divide en 23 departamentos y 59 municipios, destacándose que en los municipios ubicados en el Valle de Lerma, alrededor del Departamento Capital, se concentra la mayor parte de la actividad económica, de las empresas y de la población. El segundo núcleo económico y poblacional en importancia se ubica en el norte de la provincia, en los departamentos de Orán y Gral. San Martín.

Son muchos los criterios con los cuales puede ser dividida la provincia según los diferentes fines de análisis. Para los fines de este trabajo, que concentra su atención en la industria manufacturera y especialmente en las pequeñas y medianas empresas, la Provincia de Salta puede ser dividida en cuatro áreas.

a) Pre-puna, Puna y Valles Calchaquíes (departamentos de Santa Victoria, Iruya, Los Andes, La Poma, Cachi, Molinos, San Carlos y Cafayate)

Esta región alberga 56.693 habitantes (5,2% del total provincial) y el 3% de los locales industriales

b) Yunga y Chaco (departamentos de Gral. José de San Martín, Orán y Rivadavia)

Esta región alberga 290.603 habitantes (26,9% del total provincial) y 28% de los locales industriales

c) Sureste y cuenca del río Juramento (departamentos de La Candelaria, Rosario de la Frontera, Metán y Anta)

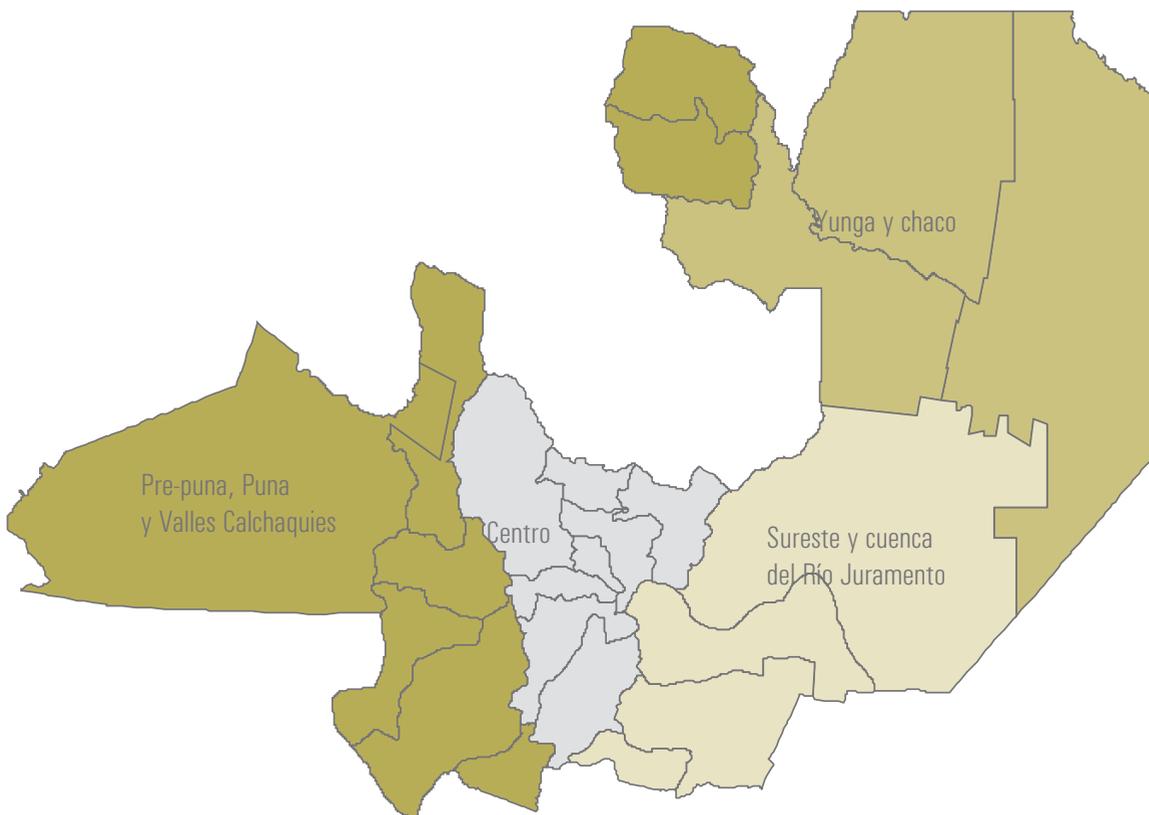
Esta región alberga 122.146 habitantes (11, 3% del total provincial) y el 7% de los locales industriales.

d) Centro (Capital, Rosario de Lerma, La Caldera, Cerrillos, Gral. Güemes, Chicoana, La Viña y Guachipas)

Esta región alberga 609.609 habitantes (56,5 % del total provincial) y el 62% de los locales industriales.

La concentración territorial de la actividad económica es alta. Entre la región del Centro y la Yunga (excluida

la micro-región del chaco), albergan el 80% de la población y el 90% de los locales de la industria manufacturera. La concentración urbana es también alta. Sólo tres ciudades (Salta, Orán y Tartagal) concentran el 55% del total de los habitantes de la provincia.



La tasa de crecimiento anual de la población salteña más que duplica al promedio nacional (el número medio de personas que se incorporan anualmente a la población total por 1.000 habitantes es para Argenti-

na y Salta, respectivamente 10,1 vs 21,1) y por esta misma razón la población menor de 14 años equivale al 34% de la población mientras que a nivel nacional esta proporción es del 26%.

Cuadro 1.2 Indicadores demográficos estimados de la región estudiada. Año 2001

Departamento	Población		Superficie		Habitantes por Km ²
	2001		en Km ²	en %	Año 2001
Total Salta	1.079.051		155.488	100,0%	6,9
Anta	49.841		21.945	14,1%	2,3
Cachi	7.280		2.925	1,9%	2,5
Cafayate	11.785		1.570	1,0%	7,5
Capital	472.971		1.722	1,1%	274,7
Cerrillos	26.320		640	0,4%	41,1
Chicoana	18.248		910	0,6%	20,1
General Güemes	42.255		2.365	1,5%	17,9
General José de San Martín	139.204		16.257	10,5%	8,6
Guachipas	3.211		2.785	1,8%	1,2
Iruya	6.368		3.515	2,3%	1,8
La Caldera	5.711		867	0,6%	6,6
La Candelaria	5.286		1.525	1,0%	3,5
La Poma	1.735		4.447	2,9%	0,4
La Viña	7.152		2.152	1,4%	3,3
Los Andes	5.630		25.636	16,5%	0,2
Metán	39.006		5.235	3,4%	7,5
Molinos	5.565		3.600	2,3%	1,5
Orán	124.029		11.892	7,6%	10,4
Rivadavia	27.370		25.951	16,7%	1,1
Rosario de la Frontera	28.013		5.402	3,5%	5,2
Rosario de Lerma	33.741		5.110	3,3%	6,6
San Carlos	7.208		5.125	3,3%	1,4
Santa Victoria	11.122		3.912	2,5%	2,8

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Cuadro 1.3 Variación de la población de la Provincia de Salta. Años 1991- 2001

Departamento	1991	2001	Var % 1991-2001
Total Salta	866.153	1.079.051	24,6
Anta	39.213	49.841	27,1
Cachi	6.157	7.280	18,2
Cafayate	9.264	11.785	27,2
Capital	373.586	472.971	26,6
Cerrillos	20.099	26.320	31,0
Chicoana	15.003	18.248	21,6
General Güemes	35.573	42.255	18,8
General José de San Martín	106.688	139.204	30,5
Guachipas	2.716	3.211	18,2
Iruya	5.809	6.368	9,6
La Caldera	4.037	5.711	41,5
La Candelaria	4.643	5.286	13,8
La Poma	1.411	1.735	23,0
La Viña	6.493	7.152	10,1
Los Andes	4.981	5.630	13,0
Metán	34.284	39.006	13,8
Molinos	5.074	5.565	9,7
Orán	100.747	124.029	23,1
Rivadavia	20.992	27.370	30,4
Rosario de la Frontera	25.842	28.013	8,4
Rosario de Lerma	26.246	33.741	28,6
San Carlos	6.737	7.208	7,0
Santa Victoria	10.558	11.122	5,3

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Nivel de industrialización y especialización de los departamentos

La evolución industrial de la Provincia de Salta con respecto al promedio nacional mostró durante la última década una tendencia decreciente, evidenciando de esta manera el creciente espacio que ocupa la producción agrícola tal como se observa en el cuadro 1.1 de este capítulo. En efecto, el nivel de industrialización de la provincia se ubica actualmente en un nivel igual al 37% del promedio nacional, mientras que a mediados de los años '90 se ubicaba en el 40%¹.

A pesar de este ligero retroceso con respecto al nivel nacional, no se observan prácticamente cambios en la posición relativa de los niveles de industrialización de las distintas regiones provinciales. Tal como hace una

década, los departamentos del Centro muestran un nivel de industrialización 15% superior al promedio provincial, mientras que la región sureste y de la cuenca del río Juramento, netamente agrícola, muestra al igual que hace 10 años un nivel de industrialización que no alcanza el 50% del promedio. Los departamentos de la Yunga y el Chaco se ubican hoy como ayer muy cerca del promedio provincial. Una nota separada merece la región de los Valles Calchaquíes, donde la actividad de la elaboración de vinos en Cafayate y las artesanías en Molinos, alcanzan niveles de industrialización que superan por mucho el promedio provincial.

¹Para medir el nivel de industrialización de un determinado territorio con indicadores comparables internacionalmente se adoptan indicadores muchas veces imperfectos pero que permiten identificar tendencias estructurales. En este trabajo hemos adoptado el indicador de la proporción de ocupados industriales con respecto a la población total del mismo territorio.

Cuadro 1.4 Nivel de industrialización de las regiones de Salta (1994-2004)

	1994	2004
Pre-puna, puna y Valles calchaquíes	0,75	0,75
Yunga y chaco	1,00	0,97
Sureste y cuenca del río Juramento	0,41	0,44
Centro	1,15	1,15
Total Salta	1,00	1,00

Como se observa en el cuadro 1.5, si concentramos la atención en la especialización sectorial de las empresas manufactureras localizadas en las distintas regiones salteñas, podemos observar que en las regiones Centro y Sureste y cuenca del río Juramento, la especialización productiva de las empresas es en el sector

de los alimentos. La especialización de las empresas ubicadas en los departamentos de Yunga y Chaco es en el sector madera. Por último en la Pre-puna, Puna y Valles Calchaquíes, la especialización manufacturera más importante es en el sector de los vinos.

Cuadro 1.5 Especialización sectorial de las PyME industriales por región, según ocupados. Año 2005

	1° especialización	2° especialización	3° especialización
Pre-puna, puna y Valles calchaquíes	Bebidas	Otras manufacturas (artesanías)	Alimentos
Yunga y chaco	Producción de madera	Elaboración de azúcar	Derivados de petróleo
Sureste y cuenca del río Juramento	Alimentos	Mueble	Productos de metal
Centro	Alimentos	Bebidas	Tabaco

Un elemento importante que ayuda a describir otro aspecto de la industria manufacturera salteña es la identificación de la especialización sectorial-territorial de empresas. Es importante conocer en cuáles sectores industriales se especializan las empresas de las distintas regiones o de los distintos departamentos de la Provincia de Salta. Para ello se calcula un índice de especialización territorial-sectorial para cada territorio bajo análisis que consiste básicamente en contar cuántas empresas y ocupados de un mismo sector se “aglomeran” en un determinado territorio².

Las aglomeraciones territoriales de empresas generan algunas economías de escala externas a la empresa que la literatura más reciente identifica como uno de los

factores estructurales de competitividad empresarial. El cuadro 1.6 identifica las 20 aglomeraciones territoriales de empresas del mismo sector más importantes de la provincia de Salta. Observamos que en la región Centro se ubica la aglomeración de empresas y ocupados alimenticios de la provincia, mientras que en la región Yunga-Chaco se ubica la aglomeración de empresas y ocupados de la industria de la madera y en la misma región se encuentra la principal aglomeración de empresas y ocupados azucareros. En el cuarto lugar del ranking se ubica la aglomeración de empresas y ocupados del sector bebidas de la región Centro y en quinto lugar, la aglomeración de empresas y ocupados de la industria vitivinícola de los Valles Calchaquíes.

$$LQ_i = \frac{L_{ij} \setminus L_i}{L_j \setminus L} \text{ donde:}$$

L_{ij} : Número de establecimientos industriales del sector j en la circunscripción i

L_i : Número de establecimientos industriales de la circunscripción i

L_j : Número de establecimientos industriales del sector j a nivel provincial

L: Número de establecimientos industriales a nivel provincial

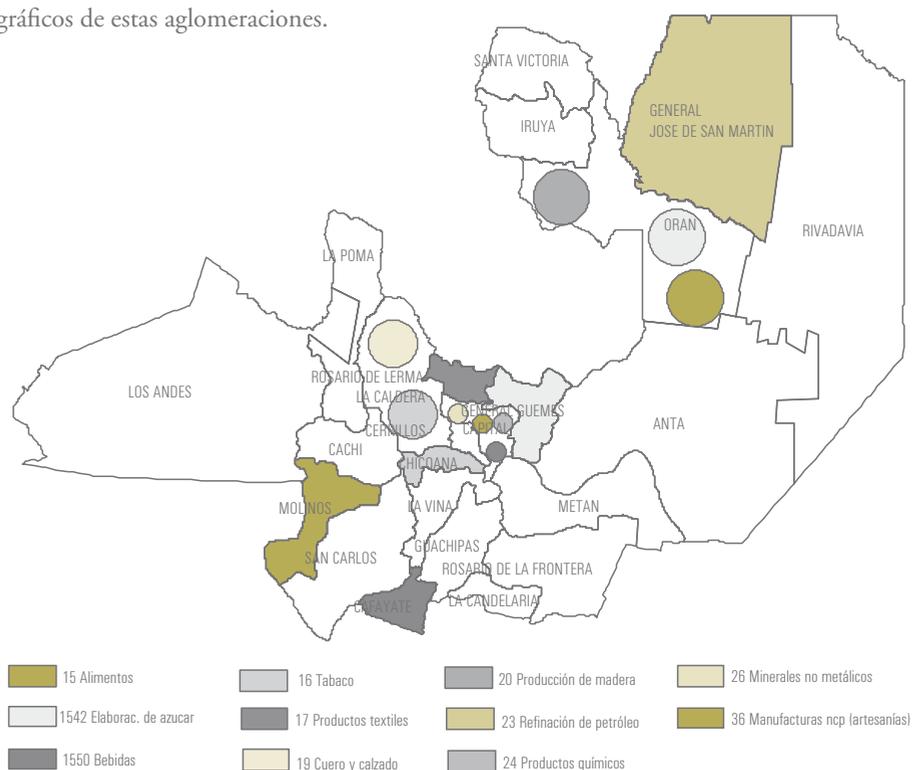
El índice viene posteriormente ponderado por O_{ij} (número de ocupados del sector j en la circunscripción i).

Cuadro 1.6 Las primeras 20 aglomeraciones territoriales de empresas del mismo sector. Año 2005.

Ranking	Micro-región	Sector	Índice E
1	Centro	15	2106,7
2	Yunga y chaco	20	1097,8
3	Yunga y chaco	1542	930,8
4	Centro	1550	818,5
5	Pre-puna, puna y Valles calchaquíes	1550	806,6
6	Yunga y chaco	23	671,6
7	Centro	16	636,6
8	Yunga y chaco	15	614,7
9	Centro	26	592,6
10	Pre-puna, puna y Valles calchaquíes	36	558,7
11	Yunga y chaco	3610	485,2
12	Centro	24	456,0
13	Centro	28	443,4
14	Centro	20	335,3
15	Centro	19	313,7
16	Centro	22	309,5
17	Sureste y cuenca del río Juramento	15	222,2
18	Centro	38	217,8
19	Centro	18	212,9
20	Yunga y chaco	28	145,7

La situación competitiva de las empresas localizadas en estas aglomeraciones monosectoriales, o clusters o distritos industriales como se denominan en Italia, es superior a las empresas del mismo sector que funcionan de modo aislado, es decir localizadas fuera de los límites geográficos de estas aglomeraciones.

Por último, trasladando el análisis de las aglomeraciones mono-sectoriales de empresas del nivel regional al nivel departamental, observamos en el siguiente mapa las primeras quince.



Energía, infraestructura, servicios básicos, educación y pobreza

Infraestructura, energía y servicios básicos

Infraestructura logística de la Provincia de Salta.

En Argentina los sistemas de transporte regionales suelen presentar deficiencias relacionadas con sus aspectos constitutivos dados por la infraestructura física; la infraestructura intangible que comprende las instituciones económicas, las regulaciones, las políticas, el sistema de logística y la base de conocimientos para la gestión del transporte; los vehículos y la tecnología de la información cuya finalidad es incrementar la capacidad y la funcionalidad de las operaciones, de los equipamientos y de la infraestructura del transporte. La situación de la Provincia de Salta constituye quizás uno de los casos más críticos en la mayoría de estos aspectos.

La provincia cuenta con una red vial de 8.630 Km. (esta magnitud incluye solamente rutas nacionales y provinciales). De este total, las rutas pavimentadas alcanzan sólo a 1.650 Km., las mejoradas 2.880 Km. y las de tierra 4.100 Km. El acceso a la provincia está limitado por accesos saturados y/o infraestructura vial a mejorar con pavimentación, señalización y obras complementarias. Las principales rutas de comunicación son las RN 9, 34, 16, 50, 51, 68 y 81.

La RN 9 integra el corredor norte-sur y une las ciudades de San Miguel de Tucumán y Salta Capital. La RN 34 integra el corredor norte-sur y une la ciudad de Santiago del Estero con la localidad de Salvador Mazza en el norte de provincia en el límite con Bolivia. La RN 16 pertenece al corredor este-oeste al sur de la provincia y la vincula con la Provincia del Chaco. La RN 81 integra el corredor este-oeste al norte de la provincia y la vincula con la provincia de Formosa. La RN 51 integra el corredor este-oeste y conecta la provincia con la República de Chile por el paso de Sico. Las tres rutas nacionales del corredor este-oeste son estratégicamente importantes porque conforman el corredor bioceánico norte que une los puertos del norte de Chile con los del sur de Brasil. Las RN 68 y 40 forman parte del circuito turístico principal, donde la primera une la ciudad de Salta con la localidad de Cafayate en los Valles Calchaquíes y la segunda atraviesa los Valles Calchaquíes desde la Provincia de Tucumán, pasando por Cachi y llegando hasta San Antonio de los Cobres.

En materia de transporte ferroviario, si bien existen diversos ramales que conectan a Salta con los puertos del Pacífico y del Atlántico, como así también con Bolivia y la región central del país, estos no se encuentran operativos desde hace aproximadamente 20 años. Actualmente se están realizando inversiones para reactivar el Ferrocarril Belgrano, pero su puesta a punto demandará probablemente algunos años, esto siempre y cuando se desbloquee la coalición de intereses que ha impedido la reactivación del ferrocarril en Argenti-

na. El panorama indica una situación de penalización para la Provincia en tema de comunicaciones, con las imaginables consecuencias para el sector productivo.

En cuanto a la **infraestructura física** suele argumentarse que el NOA en general cuenta con una ausencia relativa de modos de transporte alternativos al vial como el ferrocarril que harían más eficiente la producción de origen. Sin embargo, también se destaca que dicha infraestructura sería utilizada sólo por un conjunto determinado de actividades económicas que cuentan con mayor flexibilidad en los tiempos de entrega y que pueden asumir costos asociados a la baja calidad del servicio tal cual está planteado actualmente – dados por pérdidas, roturas e inseguridad. Por lo tanto, en términos de “ganancia temprana” los beneficios de impulsar un ferrocarril eficiente conectado con terminales logísticas y puertos que compita con el transporte vial no se volcarían al conjunto de la base económica en el corto plazo.

En el plano de la **infraestructura intangible** uno de los aspectos cruciales está dado por las regulaciones nacionales que limitan la oferta de operadores logísticos a empresas nacionales reduciéndose de manera considerable la oferta de opciones modales y de vehículos para el transporte de bienes con especificidades particulares. De esta manera, el bajo desarrollo del mercado logístico condiciona el surgimiento y la consolidación de una oferta estable y confiable de operadores logísticos, y una elevada proporción de fletes vacíos que atraviesan la provincia desde y hacia los países limítrofes.

En el plano de **infraestructura física** pero también de la **intangible** se destacan otras demandas más concretas y factibles en el corto plazo tales como aduanas secas que permitirían una gestión en el territorio de cargas en igualdad de condiciones con respecto a otras aduanas en puerto, y plataformas logísticas que permitirían mejorar y ampliar la gestión de los flujos de tráfico de mercaderías mediante la racionalización del sistema de transporte con el desarrollo de nodos intermodales a lo largo de las principales centros de producción de áreas urbanas y periurbanas.

Finalmente, un aspecto determinante en el debate sobre qué esquemas de desarrollo del sistema de transporte y qué infraestructuras proponer para la Provincia está representado por el bajo valor agregado de gran parte de las actividades que conforman su base económica. Esta realidad conduce a una relación entre costo logístico y productividad empresarial de bajo nivel que limita los efectos externos positivos de las aglomeraciones urbanas e industriales. Este aspecto es de particular relevancia en regiones alejadas del Valle de Lerma como General José de San Martín – cuya cabecera es Tartagal - y Orán donde el costo logístico

y las dificultades para poner en funcionamiento los diferentes elementos que conforman la cadena de abastecimiento son mayores.

Energía. La actividad minera y la disponibilidad de gas en la provincia impulsaron el crecimiento de la demanda y la oferta de energía, aumentando la participación del sector energético en la estructura económica provincial. Actualmente, la ecuación entre capacidad instalada, consumo interno y exportaciones a Chile, permite gozar a la provincia de la condición de “exportador neto” de energía. Esta condición se explica también por el aún bajo nivel de industrialización y el relativamente bajo nivel de ingreso *per cápita* de la provincia. Efectivamente la Provincia de Salta participa sólo del 1,5% del total de energía comercializada en el país, si bien cubre un 5,6% del territorio nacional, el 3% de la población y el 2,2% del total de clientes consumidores.

La generación de energía está en manos privadas (un grupo privado nacional y otro chileno) mientras que

la distribución es gestionada por el sector público. Estructuralmente la provincia necesita aumentar su capacidad de transporte de energía ya que todavía cuenta, como el resto del NOA, con una línea de sólo 132 kilovoltios. A finales de 2008 el Ministerio de Planificación Federal suscribió un contrato para la construcción de una línea de distribución de 500 kilovoltios en la Provincia de Salta que beneficiará a todo el NOA.

Salta presenta grandes variaciones en la presencia relativa de los servicios esenciales. La cobertura de agua de red y energía eléctrica es superior al 90%, mientras que la red cloacal alcanza solo al 63% y la red de gas no llega al 50%. Al mismo tiempo se observan grandes asimetrías a nivel departamental. La falta de red de gas en la mayor parte del territorio provincial (prácticamente 70% del mismo) convierte a la población en dependiente del sistema de gas envasado u otro medio combustible, encareciendo el acceso a este servicio.

Cuadro 1.7 Prestación de servicios esenciales. Año 2001

Departamento	Población en hogares	Presencia relativa de servicio en el segmento				Teléfono Público
		Alumbrado Público	Pavimento	Recolección de Residuos	Transporte Público	
Total Salta	1.068.873	84,7%	49,0%	83,1%	70,7%	60,2%
Anta	49.656	76,8%	22,3%	70,5%	28,3%	37,4%
Cachi	7.225	41,6%	13,5%	42,2%	47,3%	27,9%
Cafayate	11.616	92,0%	54,1%	90,1%	18,6%	54,4%
Capital	467.060	95,7%	72,4%	97,4%	95,3%	85,1%
Cerrillos	26.173	76,2%	38,5%	74,4%	75,6%	52,8%
Chicoana	18.152	71,5%	44,9%	74,0%	73,6%	37,0%
General Güemes	42.115	92,4%	32,0%	89,1%	64,3%	52,6%
General José de San Martín	137.949	80,1%	29,4%	71,0%	58,4%	37,2%
Guachipas	3.208	59,9%	23,1%	57,9%	54,7%	25,3%
Iruya	6.223	33,9%	-	35,1%	5,3%	24,3%
La Caldera	5.623	82,3%	36,9%	85,6%	59,9%	49,7%
La Candelaria	5.278	69,6%	18,6%	69,0%	56,5%	48,1%
La Poma	1.714	35,9%	-	42,4%	-	19,0%
La Viña	7.091	70,9%	35,3%	75,8%	82,0%	52,2%
Los Andes	5.532	61,2%	13,8%	74,4%	32,3%	24,6%
Metán	38.704	86,9%	46,9%	85,4%	18,1%	57,9%
Molinos	5.544	24,6%	2,4%	25,6%	28,8%	25,5%
Orán	123.163	85,1%	34,5%	83,1%	75,6%	41,1%
Rivadavia	27.168	21,3%	-	8,0%	10,6%	17,2%
Rosario de la Frontera	27.856	86,9%	41,3%	82,1%	15,6%	46,7%
Rosario de Lerma	33.588	80,3%	37,9%	81,4%	63,1%	49,1%
San Carlos	7.149	58,8%	36,6%	51,9%	56,5%	42,8%
Santa Victoria	11.086	13,8%	2,9%	9,4%	3,0%	6,5%

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Educación y pobreza

La distribución territorial del nivel de educación y de la satisfacción de las necesidades básicas aumenta a

medida que nos desplazamos del norte hacia el sur y del oeste hacia el sureste de la provincia.

Cuadro 1.8 Indicadores poblacionales y educativos de Salta.

	Tasa de analfabetismo	Población con NBI	Población (>15 años) con terciario o universitario completo	N° Escuelas técnicas
Pre-puna, puna y Valles calchaquíes	10,7	42	4,1	3
Yunga y chaco	7,9	44	5,5	8
Sureste y cuenca del río Juramento	6,5	35	5,4	6
Centro	2,3	24	7	12
Total Salta	4,7	31,6	6,7	29

Si bien el promedio de escuelas técnicas de la provincia de Salta es muy similar al promedio del país, en la región Centro se evidencia una menor proporción de escuelas técnicas que en el resto de las regiones salteñas. Paradójicamente la disponibilidad de escuelas técnicas es superior en la región de la Pre-puna, la Puna y los Valles Calchaquíes (5 c/100.000 habitantes) que en la región Centro (2 c/100.000 habitantes) que es la más desarrollada de la Provincia.

La Provincia cuenta con dos universidades, una pública y otra privada (católica). Ambas concentran su matrícula casi exclusivamente en la Ciudad de Salta, pero mientras que en la universidad pública se puede

estudiar ingeniería y ciencias exactas (20% del total de la matrícula) además de ciencias de salud, en la universidad privada la matrícula se compone básicamente por las carreras de abogacía y administración de empresas.

En las micro-regiones más septentrionales de la provincia limitantes con Bolivia y Paraguay (Santa Victoria, Iruya, norte de Rivadavia) es donde se concentra la población más pobre, con índices de necesidades básicas insatisfechas que alcanzan a porcentajes de la población superiores al 50% (Ver apéndice estadístico del capítulo).

APÉNDICE

Cuadro 1.9 Población y Hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas. Año 2001

Departamento	Hogares			Población		
	Total	NBI	% Hogares	Total	NBI	% Población
Total Salta	241.407	66.434	27,5	1.070.527	338.484	31,6
Total Argentina	10.075.814	1.442.934	14,3	35.927.409	6.343.589	17,7
Anta	10.689	4.152	38,8	49.687	21.791	43,9
Cachi	1.533	528	34,4	7.227	2.616	36,2
Cafayate	2.534	641	25,3	11.616	3.183	27,4
Capital	109.515	20.313	18,5	468.259	99.914	21,3
Cerrillos	5.504	1.718	31,2	26.193	9.336	35,6
Chicoana	3.881	1.244	32,1	18.217	6.351	34,9
General Güemes	9.599	2.654	27,6	42.123	13.227	31,4
General José de San Martín	30.710	10.854	35,3	138.036	56.126	40,7
Guachipas	798	335	42,0	3.208	1.433	44,7
Iruya	1.371	676	49,3	6.223	3.091	49,7
La Caldera	1.326	405	30,5	5.634	1.849	32,8
La Candelaria	1.242	405	32,6	5.278	1.854	35,1
La Poma	345	129	37,4	1.714	744	43,4
La Viña	1.624	519	32,0	7.092	2.416	34,1
Los Andes	1.237	459	37,1	5.532	2.317	41,9
Metán	8.739	2.410	27,6	38.735	11.869	30,6
Molinos	1.042	457	43,9	5.544	2.681	48,4
Orán	26.037	9.770	37,5	123.247	53.254	43,2
Rivadavia	5.667	3.320	58,6	27.278	17.868	65,5
Rosario de la Frontera	6.793	1.640	24,1	27.856	7.400	26,6
Rosario de Lerma	7.338	2.060	28,1	33.593	10.469	31,2
San Carlos	1.454	460	31,6	7.149	2.522	35,3
Santa Victoria	2.429	1.285	52,9	11.086	6.173	55,7

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Cuadro 1.10 Condición de alfabetismo en la población de 10 años o más

Departamento	Población de 10 años o más	Condición de alfabetismo			
		Alfabetos	%	Analfabetos	%
Total Argentina	29.439.635	28.672.608	97,4%	767.027	2,6%
Total Salta	812.920	775.007	95,3%	37.913	4,7%
Anta	36.434	33.023	90,6%	3.411	9,4%
Cachi	5.163	4.829	93,5%	334	6,5%
Cafayate	9.023	8.693	96,3%	330	3,7%
Capital	368.594	362.349	98,3%	6.245	1,7%
Cerrillos	19.076	18.295	95,9%	781	4,1%
Chicoana	13.672	13.147	96,2%	525	3,8%
General Güemes	32.047	30.493	95,2%	1.554	4,8%
General José de San Martín	102.005	94.474	92,6%	7.531	7,4%
Guachipas	2.388	2.229	93,3%	159	6,7%
Iruya	4.366	3.682	84,3%	684	15,7%
La Caldera	4.312	4.091	94,9%	221	5,1%
La Candelaria	3.941	3.736	94,8%	205	5,2%
La Poma	1.165	1.067	91,6%	98	8,4%
La Viña	5.378	5.097	94,8%	281	5,2%
Los Andes	3.812	3.427	89,9%	385	10,1%
Metán	29.869	28.536	95,5%	1.333	4,5%
Molinos	3.818	3.469	90,9%	349	9,1%
Orán	89.928	83.823	93,2%	6.105	6,8%
Rivadavia	18.730	15.607	83,3%	3.123	16,7%
Rosario de la Frontera	21.419	20.394	95,2%	1.025	4,8%
Rosario de Lerma	25.070	23.932	95,5%	1.138	4,5%
San Carlos	5.224	4.713	90,2%	511	9,8%
Santa Victoria	7.486	5.901	78,8%	1.585	21,2%

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 1.11 Nivel de instrucción alcanzado. Porcentaje de población de 15 años o más

Nivel de instrucción	Sin instrucción o primaria incompleta	Primaria completa y secundaria incompleta	Secundaria completa y terciario o universitario incompleto	Terciario o universitario completo
Total Argentina	17,9%	48,9%	24,5%	8,7%
Total Salta	22,4%	48,5%	22,4%	6,7%
Anta	40,2%	44,6%	10,9%	4,3%
Cachi	33,8%	54,9%	7,3%	4,0%
Cafayate	20,1%	54,3%	19,5%	6,1%
Capital	11,7%	48,1%	31,0%	9,2%
Cerrillos	23,5%	53,8%	18,3%	4,3%
Chicoana	23,7%	53,7%	17,9%	4,7%
General Güemes	24,5%	51,1%	19,9%	4,5%
General José de San Martín	31,5%	47,9%	16,0%	4,6%
Guachipas	33,7%	53,4%	10,9%	2,0%
Iruya	52,0%	40,3%	4,3%	3,3%
La Caldera	23,1%	45,9%	22,8%	8,2%
La Candelaria	30,8%	52,6%	11,6%	4,9%
La Poma	48,1%	43,0%	4,9%	4,1%
La Viña	27,1%	56,0%	13,0%	3,9%
Los Andes	36,2%	48,2%	11,4%	4,2%
Metán	24,3%	50,2%	18,7%	6,9%
Molinos	36,3%	54,7%	5,0%	4,0%
Orán	32,2%	48,8%	14,6%	4,4%
Rivadavia	58,8%	34,6%	3,7%	2,9%
Rosario de la Frontera	25,9%	53,1%	15,3%	5,7%
Rosario de Lerma	24,1%	53,0%	18,7%	4,2%
San Carlos	36,7%	50,8%	9,1%	3,4%
Santa Victoria	62,2%	31,3%	2,8%	3,8%

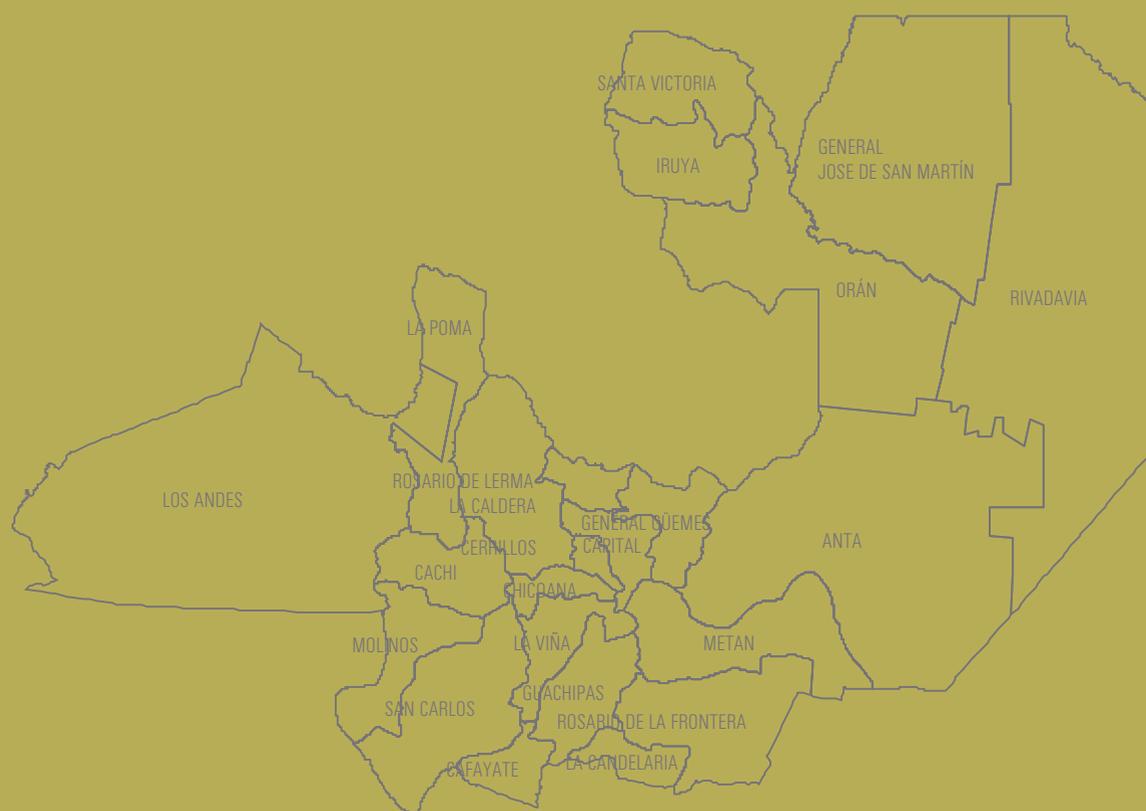
Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Cuadro 1.12 Escuelas técnicas por departamento

Departamento	Cantidad escuelas Técnicas	Población 2001	Esc. Técnicas c/100.000 Hab.
Total Provincia	29	1.067.929	2,7
Total Argentina	1098	36.260.130	3,0
Anta	1	49.841	2,0
Cachi	0	7.280	0,0
Cafayate	2	11.785	17,0
Capital	7	472.971	1,5
Cerrillos	1	26.320	3,8
Chicoana	0	18.248	0,0
General Güemes	3	42.255	7,1
Gral. José de San Martín	4	139.204	2,9
Guachipas	0	3.211	0,0
Iruya	1	6.368	15,7
La Caldera	0	5.711	0,0
La Candelaria	0	5.286	0,0
La Poma	0	1.735	0,0
La Viña	0	7.152	0,0
Los Andes	0	5.630	0,0
Metán	3	39.006	7,7
Molinos	0	5.565	0,0
Orán	3	124.029	2,4
Rivadavia	1	27.370	3,7
Rosario de la Frontera	2	28.013	7,1
Rosario de Lerma	1	33.741	3,0
San Carlos	0	7.208	0,0
Santa Victoria	0	11.122	0,0

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Capítulo 2: La situación actual de las PyME con actividad industrial



A. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LAS PyME INDUSTRIALES DE LA PROVINCIA

El trabajo de campo del Observatorio PyME de Salta registró a mediados de 2008 la existencia de 317 PyME industriales en funcionamiento. Como veremos, más de un tercio de estas empresas se creó a partir del año 2001, mostrando que durante el último quinquenio la tasa neta de creación de empresas fue positiva. Sin embargo, acompañando una tendencia nacional, existen

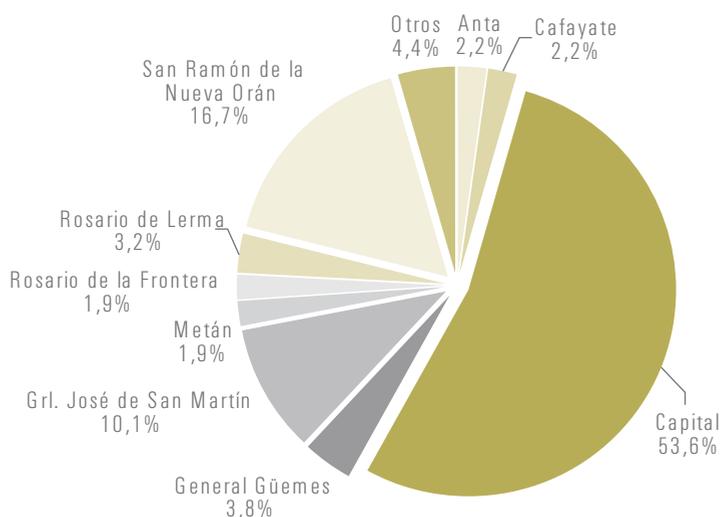
algunos indicios que este proceso positivo de creación de empresas se habría revertido a partir de 2008. No existen todavía estadísticas confiables sobre natalidad y mortalidad empresarial y por lo tanto no es posible analizar por ahora en detalle la dinámica demográfica de la industria salteña de los últimos años.

Ubicación, tamaño y actividad

El 70% de las PyME industriales de Salta se ubica en los departamentos que ocupan el Valle de Lerma, especialmente en el Departamento Capital (54%) y en aquellos aledaños al mismo, como Rosario de Lerma

y Gral. Güemes. Los departamentos de Orán y Gral. San Martín, en el norte de la Provincia, constituyen otra importante región productiva donde se localiza el restante 30% de las PyME industriales.

Gráfico 2.1: Distribución de las PyME por Departamento



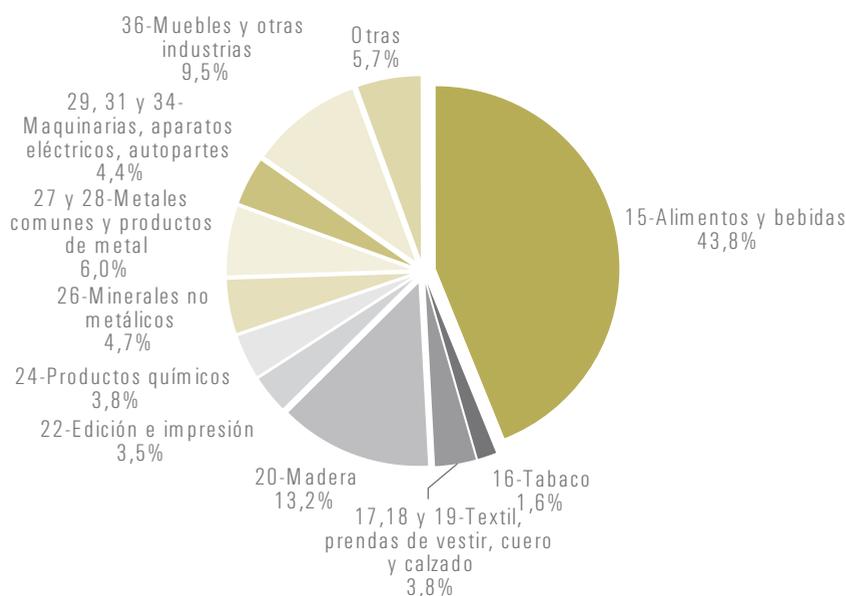
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Hay que destacar que el 88% de las PyME industriales de Salta ocupan menos de 50 personas, mientras que a nivel nacional esta proporción desciende al 73%, lo que indica la alta preponderancia de los establecimientos industriales pequeños en la Provincia de Salta.

Por otra parte se observa una marcada concentración sectorial de la actividad industrial de las PyME salte-

ñas. El 77% de las empresas se desempeñan en sólo tres sectores: alimentos y bebidas (44%), madera y productos de madera (23%) y metalmecánica (10%). El restante 23% se distribuye en una serie variada y heterogénea de actividades, entre las cuales se destacan los minerales no metálicos, los químicos, la edición e impresión, las prendas de vestir, textiles y calzados.

Gráfico 2.2: Distribución de las PyME por sector industrial.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

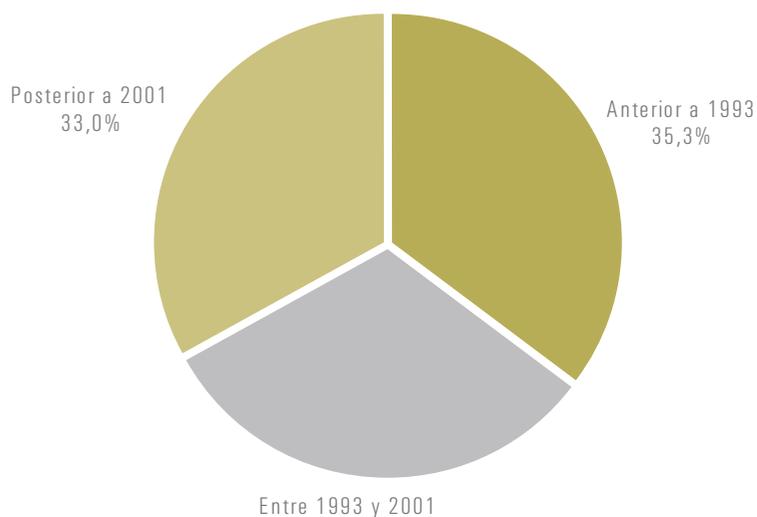
Edad, forma jurídica y recambio generacional

Uno de los rasgos más característicos de las PyME industriales salteñas es su juventud. El 33% de las empresas inició sus actividades con posterioridad al 2001, una muestra de la vigorosidad del proceso de crecimiento económico que se verificó luego de la crisis de la Ley de Convertibilidad de la moneda argentina y al mismo tiempo una comprobación de la fragilidad de un tercio del sector de las PyME industriales provinciales que deriva de su juventud.

Por otra parte hay que destacar la solidez del otro tercio del sector de las PyME industriales salteñas que iniciaron sus actividades con anterioridad a 1993 y que por lo tanto han superado algunas de las más profundas

crisis económicas argentinas como la hiperinflación de los '80 y la crisis del año 2000/2001. Esta última se originó en el abandono del Plan de Convertibilidad que había estabilizado la economía mediante el establecimiento de un tipo de cambio fijo que resultó inconsistente con la política fiscal y la capacidad de las empresas de aumentar su productividad al ritmo de sus competidores internacionales. Es importante observar que la mitad de las PyME industriales que nacieron después de 2001 superaron rápidamente el escalón ocupacional de los 50 ocupados y que la mayor tasa de natalidad a partir del 2001 se observó en el sector maderero (ver anexo sectorial).

Gráfico 2.3. Año de inicio de actividades con la actual razón social. Porcentaje de empresas.

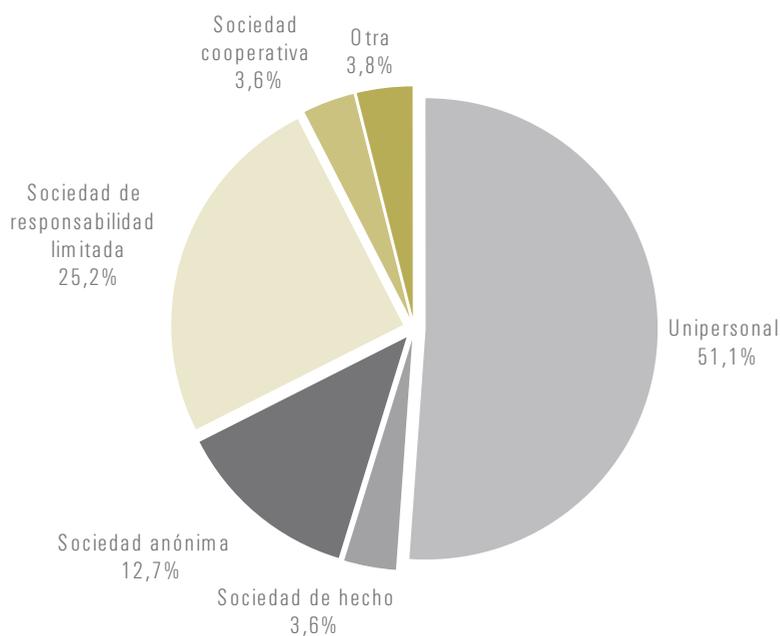


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

La fragilidad que se deriva de la juventud de las empresas encuentra su correlato en la fragilidad jurídica del sector. El 50% de las PyME industriales está constituido como sociedad unipersonal y otro 4% como sociedad de hecho. En consecuencia, la distinción entre patrimonio personal y patrimonio de la empresa no existe en más del 50% de los casos, hecho que constituye probablemente un importante impedimento para aumentar las inversiones en capital fi-

sico de las empresas. El 50% restante del sector está jurídicamente organizado y por lo tanto con mayores capacidades de crecimiento. Es importante destacar que el 4% de las empresas adoptó la forma jurídica de sociedad cooperativa y que esta proporción es el doble del nivel nacional, lo que confiere importancia específica a esta forma de organización de las PyME industriales salteñas.

Gráfico 2.4. Forma jurídica de las empresas. Porcentaje de empresas.

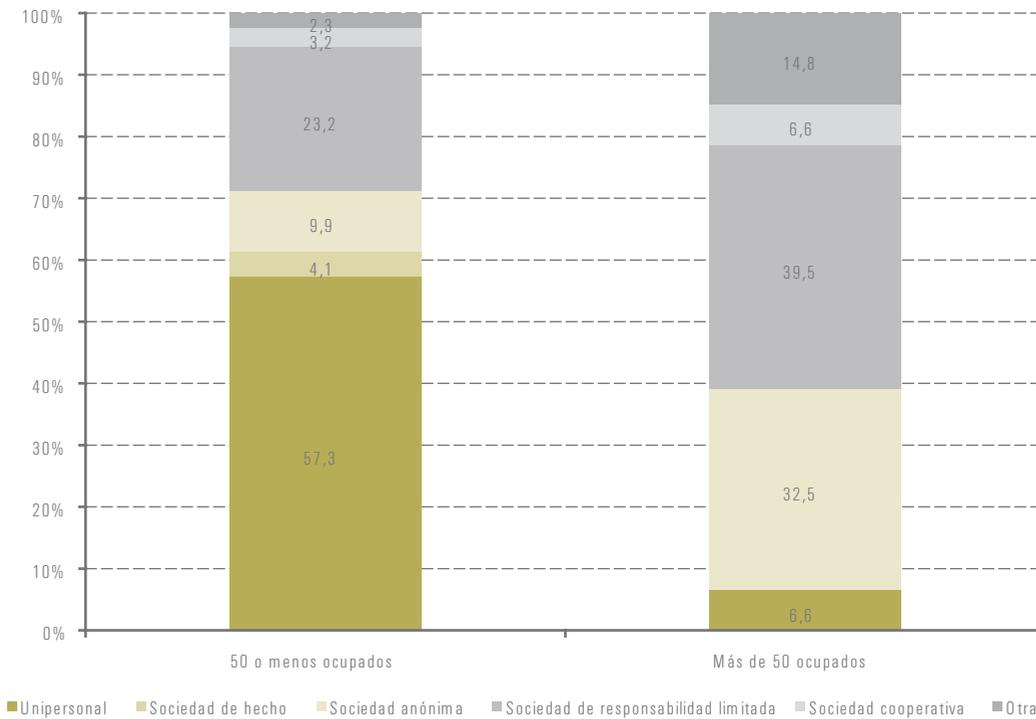


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Como era de esperar, la fragilidad jurídica se concentra casi exclusivamente en las empresas de menor tamaño. Entre las empresas con más de 50 ocupados, no se registran sociedades de hecho y sólo el 7% mantiene la forma de empresa unipersonal. Hay que destacar la particular organización jurídica del sector de la

producción de madera, donde el 70% de las empresas son unipersonales y el 24% sociedades anónimas (ver anexo sectorial), conviviendo así en el mismo sector los dos extremos de la formalidad empresarial.

Gráfico 2.5. Forma jurídica de las empresas según tamaño. Porcentaje de empresas.

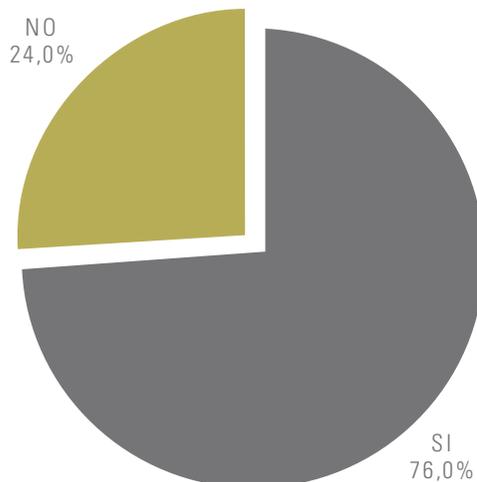


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Por último hay que destacar que el 76% de las empresas son familiares, pero que en el sector de las empresas con más de 50 ocupados este porcentaje se reduce al 50%, lo que muestra entre las PyME industriales más grandes un importante nivel de profesionalización en la gestión de la empresa. De todas maneras, la importancia de la sucesión familiar en la conducción de las empresas es un factor determinante para el futuro de

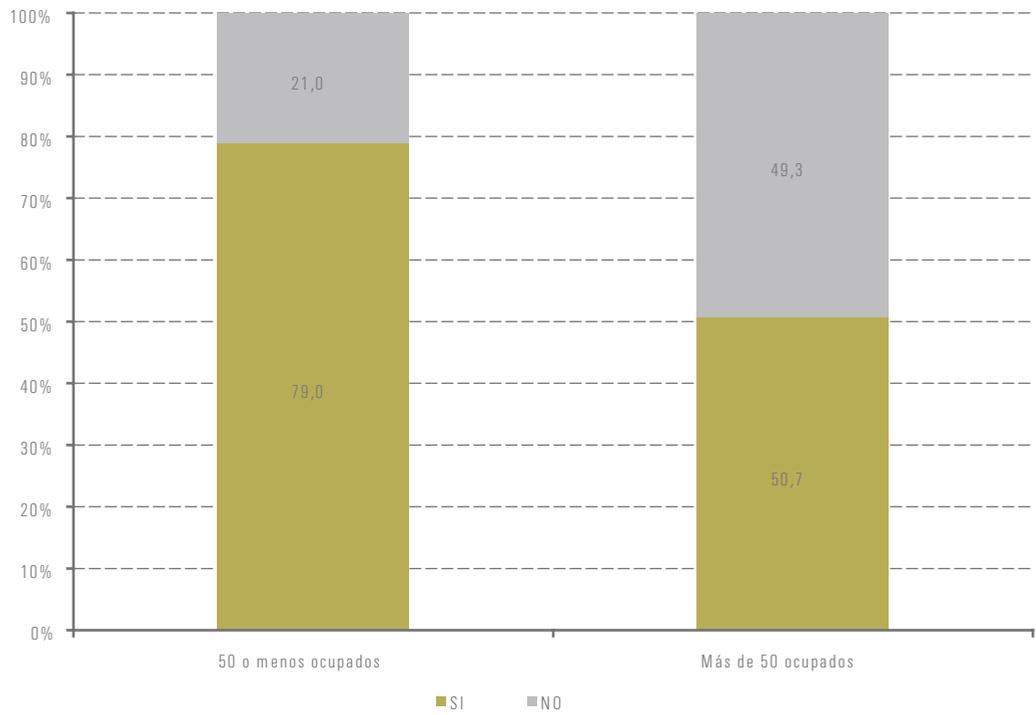
las PyME industriales provinciales, donde el 88% de los empresarios actualmente en la conducción de la empresa prevé que sus sucesores serán también familiares. Todavía el 65% de las empresas es conducido por sus fundadores, de manera que un gran porcentaje de las empresas del sector estarán sometidas en los próximos años a la tensión jurídica y organizacional que siempre genera la sucesión en la conducción.

Gráfico 2.6: Condición de empresa familiar. Porcentaje de empresas.



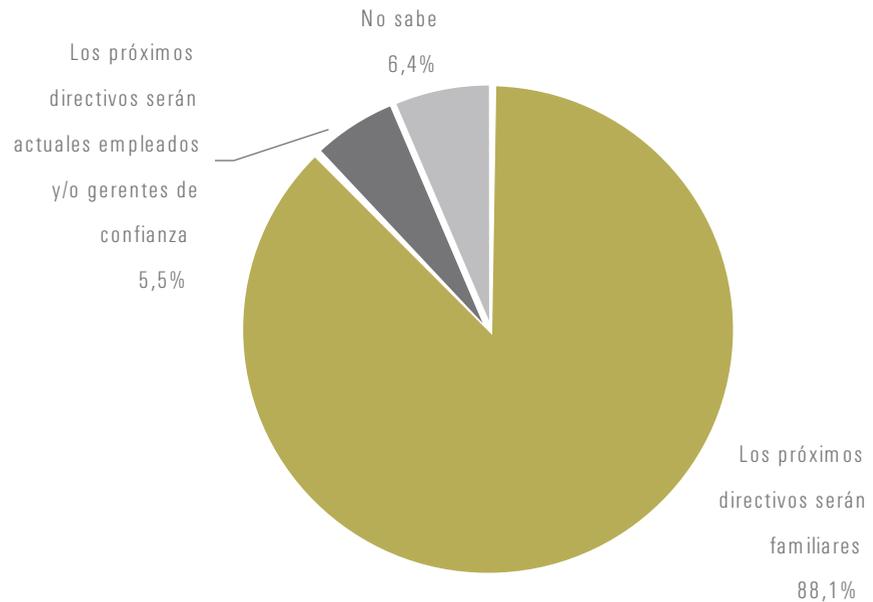
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.7: Empresas familiares, según su tamaño. Porcentaje de empresas



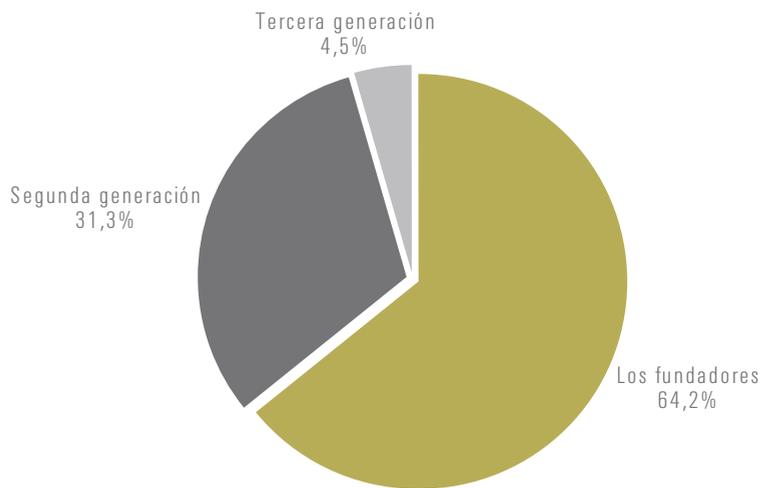
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.8. Modalidades del recambio generacional. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.9. Estructura generacional de la conducción de las empresas. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

B. CADENAS PRODUCTIVAS Y COMPETENCIA

Se entiende por cadena productiva al conjunto de empresas que están relacionadas por el mercado en un proceso productivo donde cada una de ellas genera valor agregado para que el proceso continúe hasta llegar al consumidor final. El enfoque de la cadena productiva tiene varias ventajas: permite una visión amplia de los procesos, ayuda a identificar cuellos de botella y/o puntos críticos, favorece la identificación de soluciones más efectivas y de mayor impacto para mejorar la

competitividad de la cadena, permite la búsqueda de sinergias entre los diferentes actores para lograr una mejor competitividad sistémica.

En este apartado se analizarán las características principales de algunos eslabones fundamentales en las cadenas productivas de las que participan las PyME industriales salteñas. Se analizan también las características de sus competidores directos.

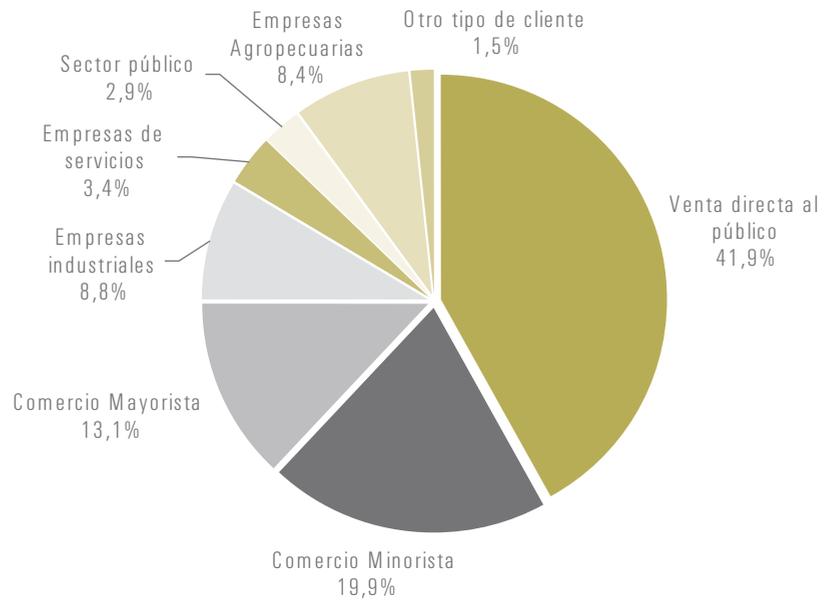
Clientes: tipo, tamaño, participación y distancias

¿A quiénes abastecen las PyME industriales salteñas? ¿Venden directamente al público o, en cambio, proveen a otras firmas industriales, comerciales o agropecuarias? Interesa saber si las ventas de las PyME industriales salteñas están concentradas en unos pocos clientes o están diversificadas. Conocer si el cliente principal es una empresa pequeña o de gran envergadura, o simplemente consumidores finales, puede ser de gran utilidad al momento de diseñar políticas públicas y privadas. De igual modo, conocer si el cliente principal es una empresa con sede en la provincia, en otras provincias o en el exterior, ayuda a delinear estrategias públicas y privadas.

En el gráfico 2.10 se observa la elevada proporción de PyME industriales que venden sus productos di-

rectamente al público (42%) y al comercio minorista (20%). Esta concentración de ventas en el público y en comercios minoristas depende en gran parte de la estructura sectorial de las PyME industriales salteñas donde el sector de los alimentos y bebidas es el más importante, pero también del escaso desarrollo de las cadenas de comercialización existentes en la provincia. Otra característica destacable es la igual participación en las ventas que tienen los clientes industriales y los clientes agropecuarios (9 y 8% respectivamente). Sin embargo, las cadenas productivas están bien diferenciadas: las empresas del sector maderero venden el 30% de su producción a clientes agropecuarios, mientras que las metalmecánicas venden el 30% de su producción a clientes industriales (ver anexo sectorial).

Gráfico 2.10. Tipo de cliente de las PyME industriales. Porcentaje de empresas.

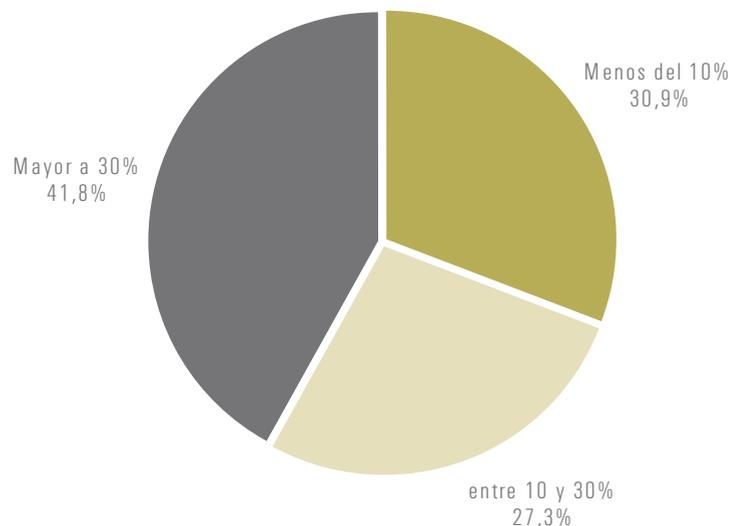


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Una importante concentración de las ventas en el principal cliente es una característica del 42% de las empresas, sin diferencias significativas por sector industrial y con algunas diferencias por tamaño (un

poco más de concentración entre las más pequeñas). El restante 58% de las empresas le vende a su principal cliente menos del 30% del total, lo que indica un significativo grado de diversificación.

Gráfico 2.11. Concentración de las ventas al principal cliente. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Solo para el 17% de las PyME industriales salteñas su principal cliente es una gran empresa. Para el 41% de las PyME industriales su principal cliente es otra PyME. Para casi el 80% de las empresas salteñas su principal cliente se localiza a menos de 80 Km de

distancia, mostrando la importancia que tiene para el buen funcionamiento de estas empresas el mantenimiento o mejoramiento de la red vial de comunicación intraprovincial.

Gráfico 2.12. Dimensión del principal cliente. Porcentaje de empresas

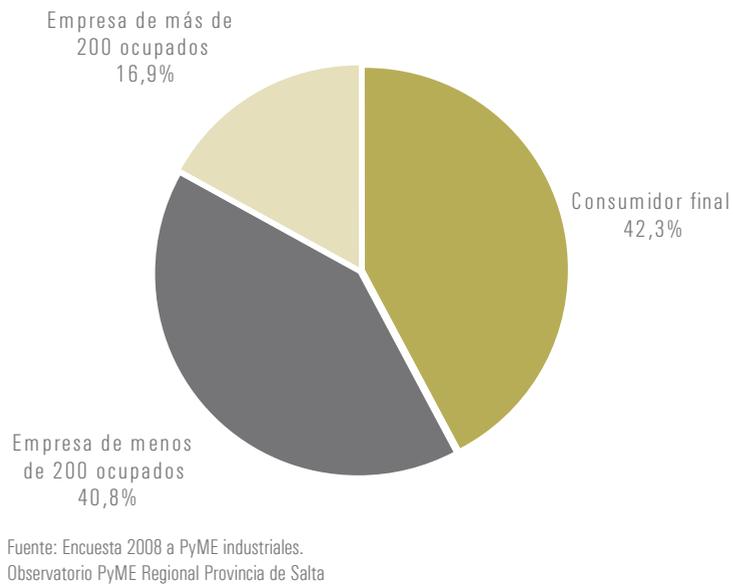
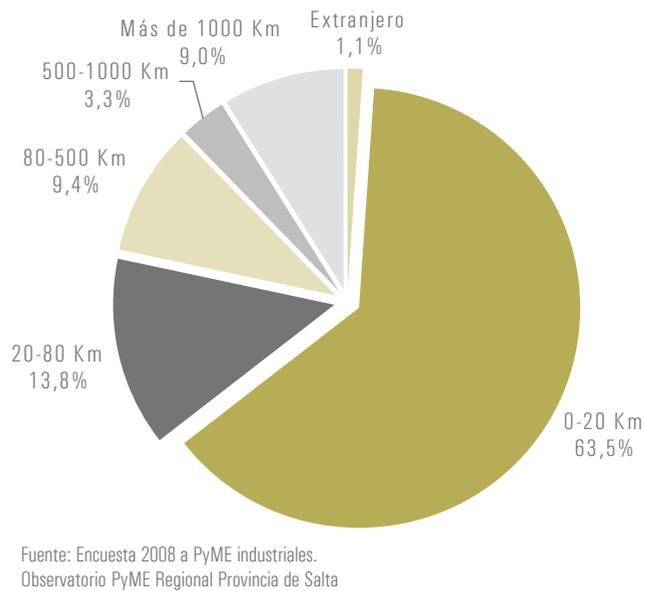


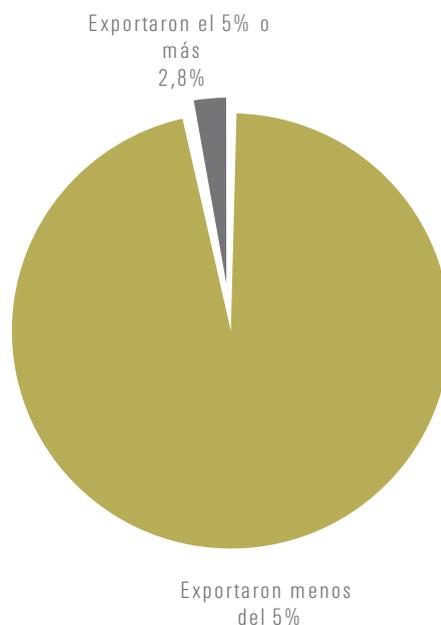
Gráfico 2.13. Distancia de ubicación del principal cliente de las PyME de la Provincia.



Por último es importante destacar que sólo un 2,8% de las PyME industriales salteñas posee un cliente con-

solidado en el exterior, es decir que exportan al menos un 5% de sus ventas.

Gráfico 2.14 Clientes en el exterior: la base exportadora (porcentaje de empresas que exportan más del 5% de sus ventas)



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

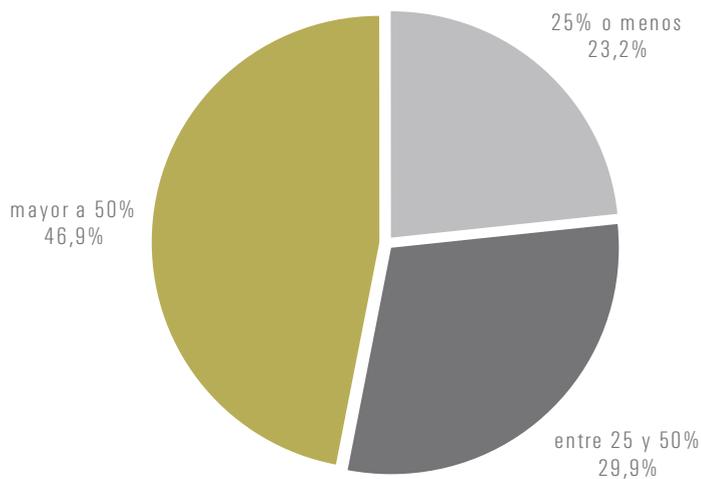
Proveedores: concentración de las compras, sector de pertenencia, distancia de localización

Los proveedores constituyen un eslabón crucial en la cadena productiva. Su caracterización en cuanto a tamaño y distancia del local que provee, así como la relación de poder entre las empresas resulta de mucho valor para estudiar las fortalezas y debilidades de la cadena productiva.

El primer dato importante es el nivel de concentración de las compras y el sector de pertenencia de la empresa proveedora, ya que estas informaciones nos proporcionan una primera idea de como se estructura esta parte de la cadena productiva. En Salta, en el

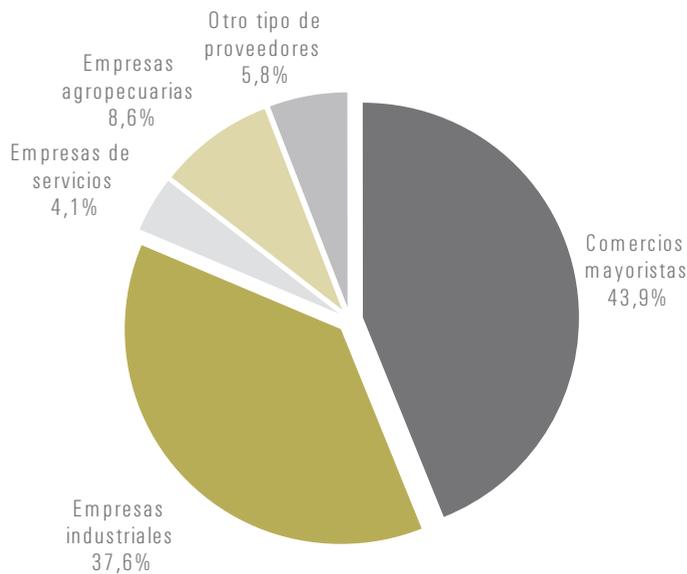
47% de las PyME industriales el principal proveedor representa más del 50% de las compras, lo que representa un elevado nivel de concentración y que podría estar indicando asimetrías en el poder de negociación entre empresas. Por otra parte, el 38% de las compras de las empresas se realizan a proveedores industriales, mientras que sólo un minoritario 9% al sector agropecuario. El 43% de las compras se realizan a comercios mayoristas, probablemente debido a que las PyME industriales salteñas no tienen una escala tal que permita un mayor porcentaje de compras directas a otras empresas productoras.

Gráfico 2.15. Concentración de las compras al principal proveedor. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.16. Tipo de proveedor de las PyME de la Provincia. Porcentaje de empresas.

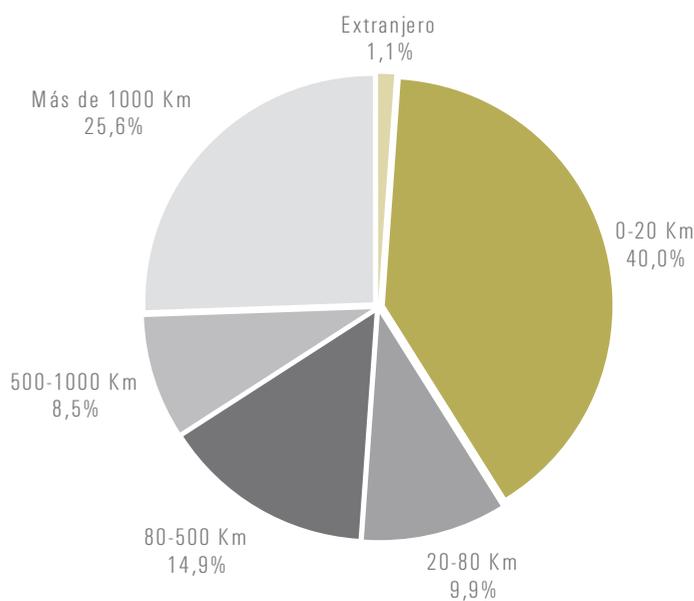


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Salvo en el sector de las PyME madereras donde los proveedores agropecuarios explican el 30% de las compras, en los restantes sectores de las PyME industriales salteñas los proveedores industriales representan entre el 30 y 40% de las compras (ver anexo sectorial), mostrando de esta manera un relativamente fuerte entra-

mado industrial. Es importante hacer notar que, salvo para las empresas del sector maderero, aproximadamente para el 30% de las empresas el principal proveedor se localiza a más de 1000 km con el consiguiente perjuicio derivado de los costos de transporte.

Gráfico 2.17. Distancia del principal proveedor. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Logística

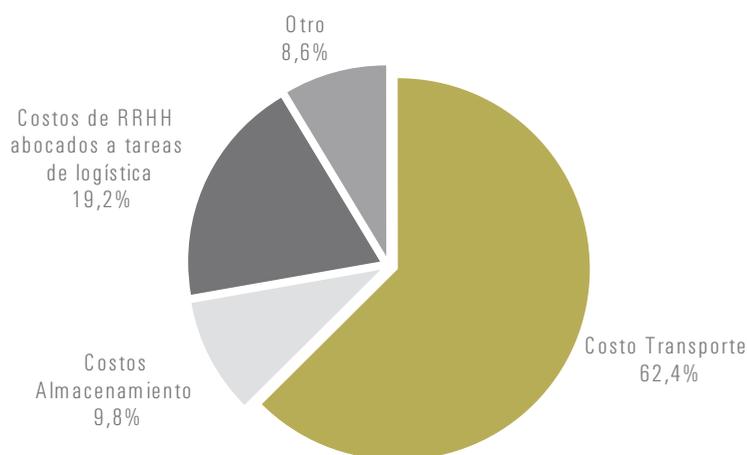
La logística suele involucrar la gestión y la planificación de las actividades de traslado, almacenaje, mantenimiento y distribución de mercaderías, insumos, materias primas y componentes.

Para las PyME industriales salteñas, éste costo representa, en promedio, el 16% de las ventas totales¹. El costo logístico ponderado por ventas es mayor en las pequeñas empresas (25,3%) que en las medianas (13,6%). El alto costo logístico que afrontan las PyME locales se vincula directamente con la distancia de los proveedores ya que, como se puede observar

más adelante, la mayor parte de este costo corresponde al transporte.

El costo de transporte es el principal componente del costo logístico. Le sigue en importancia el costo de los recursos humanos abocados a tareas de logística y por último los costos de almacenamiento. Para las PyME industriales de Salta, disminuir el costo logístico significa disminuir el costo de transporte, que por otra parte es exclusivamente vial (en transporte propio 60% y contratado 40%).

Gráfico 2.18. Conformación del costo logístico.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

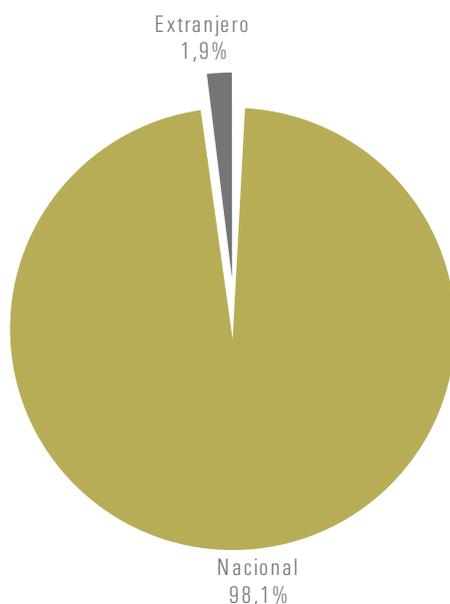
Competidores

¿Quiénes son los competidores de las PyME industriales salteñas? ¿Son nacionales o extranjeros? Si el competidor es nacional se puede esperar que la competencia transite por un plano de igualdad al menos en lo relacionado con la política macroeconómica, aunque puedan surgir diferencias de políticas provinciales que brinden facilidades impositivas y subsidios a las empresas radicadas en su territorio. En cambio, la competencia con empresas extranjeras radicadas en países con mayor estabilidad de sus reglas de juego económicas y mayor desarrollo que la Argentina, tiene claras desventajas.

Sólo el 2% de las PyME industriales salteñas compite con empresas extranjeras. Por otra parte, el 86% de las empresas no siente amenazadas sus ventas en el mercado interno. Así, como conclusión se puede afirmar que la amenaza competitiva extranjera no constituye un problema difundido actualmente entre las empresas salteñas. Como veremos más adelante, este análisis se ve corroborado por el ranking de difusión de los problemas de las PyME industriales salteñas en el cual la competencia internacional está en último lugar.

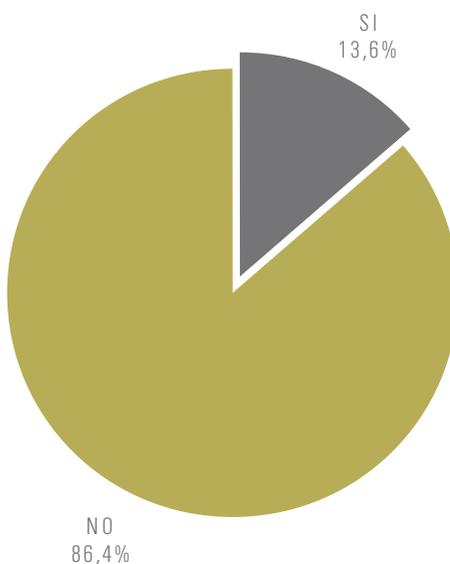
¹Facturación sin IVA para el año 2007.

Gráfico 2.19. Origen del principal competidor directo. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.20. Amenaza importadora en el mercado interno. Porcentaje de empresas amenazadas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

C. TECNOLOGÍA, CAPITAL FÍSICO Y HUMANO

La inversión en capital físico y humano, junto con la introducción de nuevas tecnologías duras y blandas (organización) constituye el instrumento fundamental para el logro del crecimiento sostenido de las empresas. Sin el impulso de la inversión y la innovación tecnológico-organizativa, las empresas languidecen y tienden a desaparecer. Las decisiones de inversión y los esfuer-

zos de innovación tienen impacto en el mediano y largo plazo, por esta razón el desempeño actual de las empresas sólo puede ser comprendido observando sus decisiones pasadas. La dimensión temporal de la inversión en capital físico y humano y la innovación, hace que no siempre se realicen los diagnósticos correctos cuando se analizan los magros desempeños de

una empresa, asignándole a un momento particular situaciones que fueron generadas en el pasado por la falta de inversión.

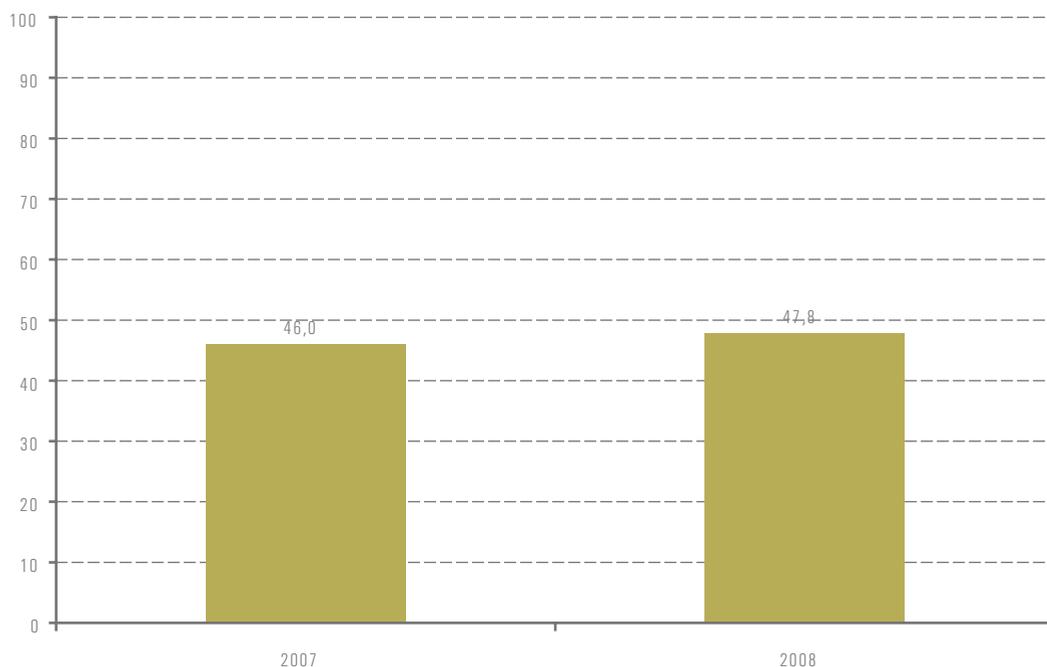
Se entiende por inversión la aplicación de recursos financieros a la capacitación de recursos humanos y a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de las empresas.

El proceso inversor

La proporción de PyME industriales inversoras aumentó levemente entre 2007 y 2008, alcanzando en este último año al 48% del total de las empresas. La proporción de empresas que declara su condición de

inversoras es baja si comparada a nivel internacional, pero de todas maneras algo superior al promedio nacional (45%).

Gráfico 2.21. Empresas inversoras en 2007 y 2008. Porcentaje de empresas

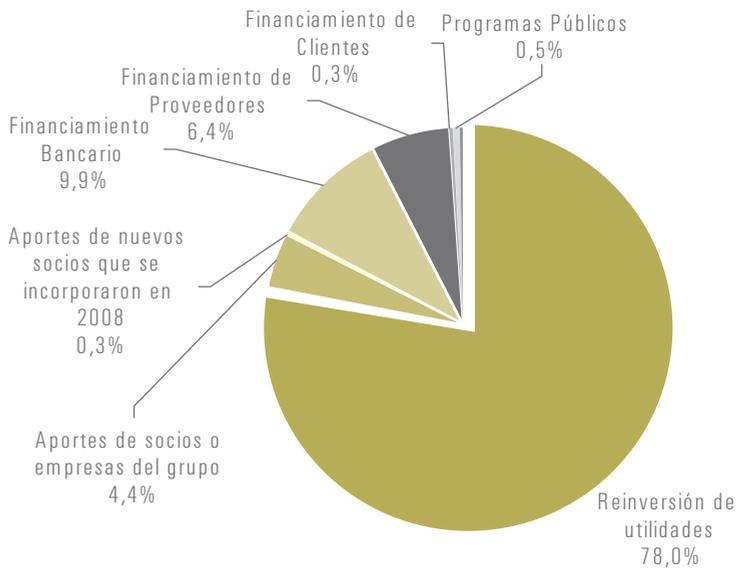


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

La fuente casi exclusiva de financiamiento de las inversiones fueron los recursos propios (re inversión de utilidades y nuevos aportes de socios), el financiamiento bancario y de proveedores se ubica mucho más atrás como fuente de financiamiento. Sin embargo el financiamiento bancario y de proveedores crece mucho en importancia a medida que aumenta el tamaño de la empresa. En aquellas PyME industriales que ocupan

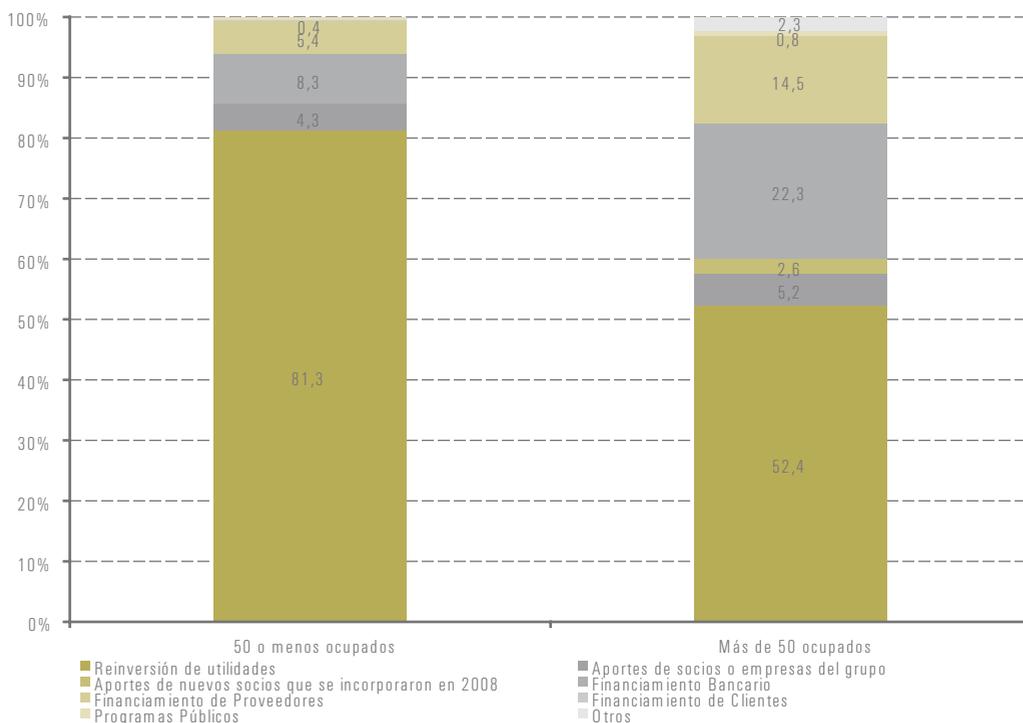
más de 50 personas, el financiamiento bancario de las inversiones representó el 22% y el de proveedores el 14%, evidenciando de esta manera que el desfinanciamiento externo es grave en las empresas más pequeñas. Es importante notar que no existe prácticamente el financiamiento de clientes y de programas públicos, ni en las pequeñas ni en las medianas empresas.

Gráfico 2.22. Fuentes de financiamiento de las inversiones. Participación en porcentaje.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.23. Fuentes de financiamiento de las inversiones. Porcentaje por tamaño de empresa.

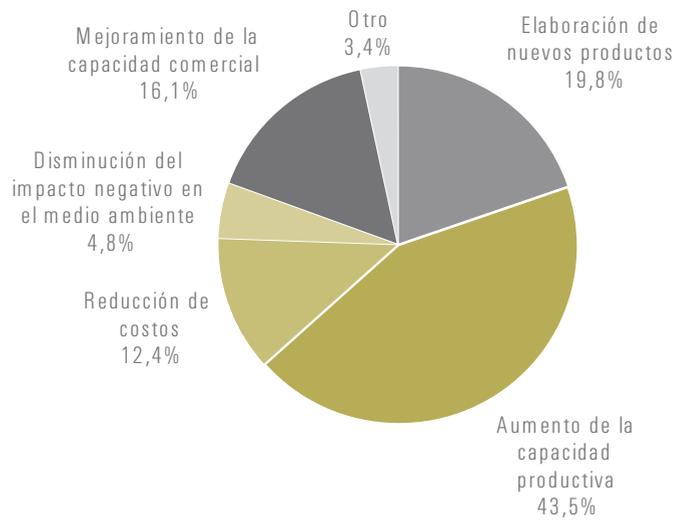


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

El propósito principal de las inversiones fue el de aumentar la capacidad productiva (43%). El propósito de elaborar nuevos productos (20%) y de aumentar la capacidad comercial (16%) denotan un dinamismo innovativo de las empresas inversoras que repercutirá favorablemente en el desempeño de estas firmas en los

próximos años. El intento de reducir costos llevado adelante por el 12% de las empresas, muestra una saludable tensión competitiva en un mercado regional que todavía no ha sufrido los grandes embates de las importaciones como en las regiones más industrializadas del país.

Gráfico 2.24. Propósito de las inversiones 2007-2008. Participación en porcentaje.

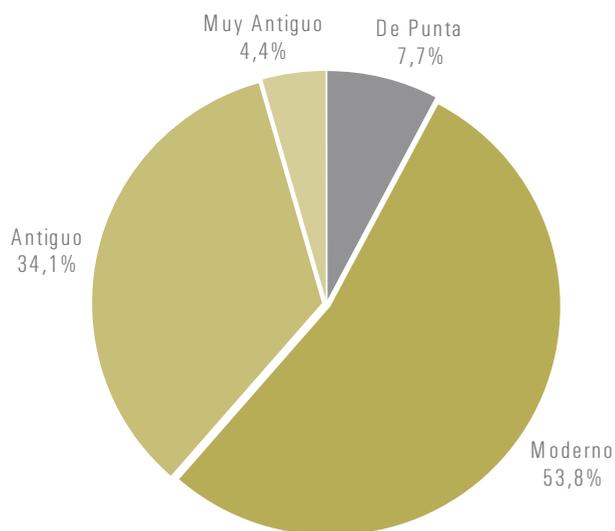


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

La modernización del parque maquinarias de las PyME industriales salteñas es una necesidad coincidente con las empresas del resto del país, ya que prácticamente el 40% de las empresas declara trabajar con un parque maquinaria antiguo o muy antiguo, situa-

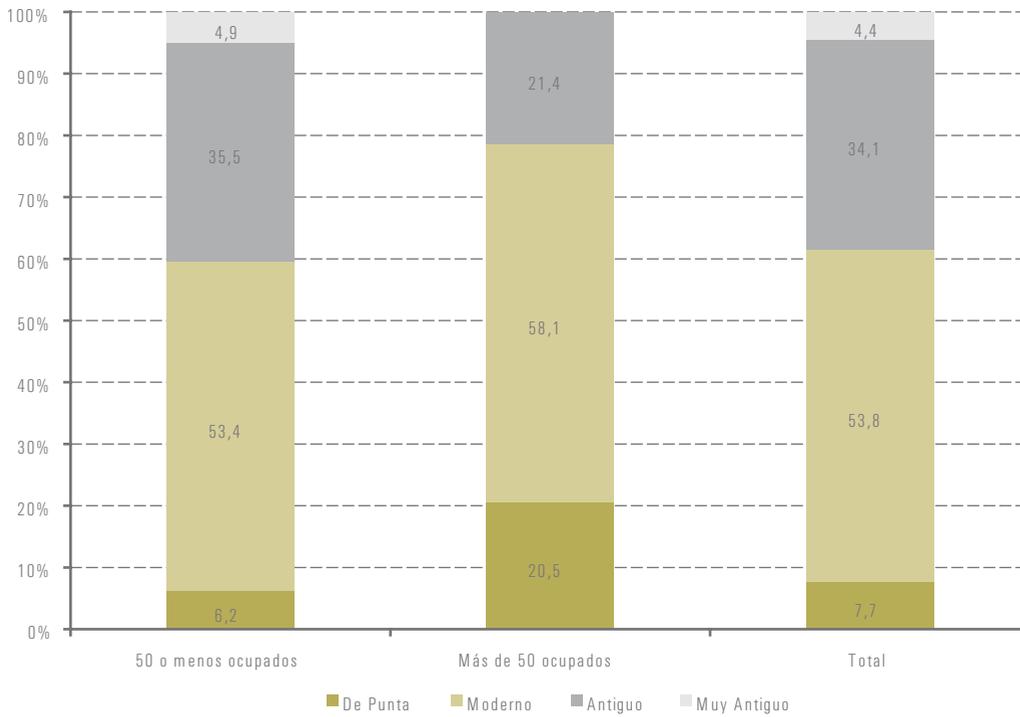
ción que se agrava entre las empresas más pequeñas. El sector que muestra el parque maquinaria más antiguo es el de la madera, donde el 70% de las empresas dispone de máquinas antiguas o muy antiguas (ver anexo sectorial).

Gráfico 2.25. Estado del parque maquinarias. Participación porcentual.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.26. Estado del parque maquinarias por tamaño. Participación porcentual.

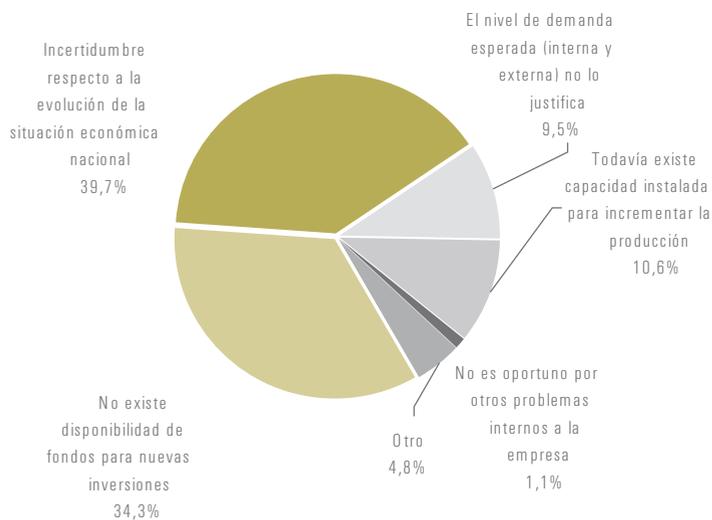


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Los dos principales motivos por los cuales más de la mitad de las PyME declaró no haber invertido en el último bienio (2007-2008), fueron la incertidumbre sobre la evolución de la situación económica del país (40%) y la no disponibilidad de fondos propios y de terceros para nuevas inversiones (34%). Para otro 20%

ni la capacidad instalada de la empresa, ni el nivel actual de demanda justifican nuevas inversiones. La percepción de incertidumbre y el racionamiento de fondos son un poco más graves en Salta que en el promedio nacional.

Gráfico 2.27. Motivos de los no inversores. Participación porcentual.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

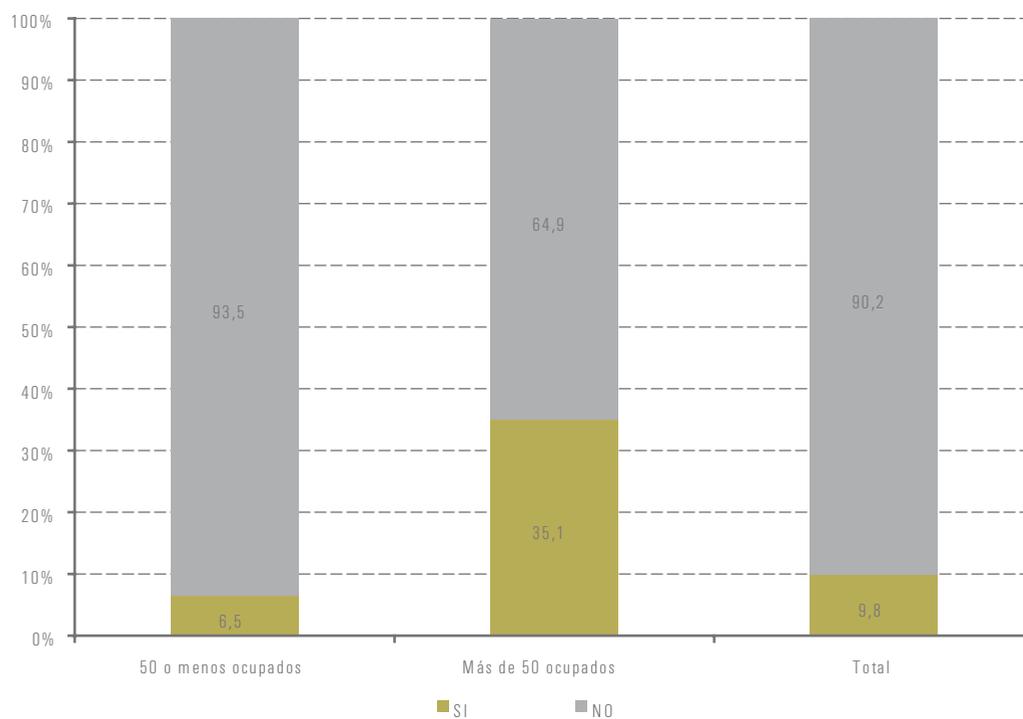
Las inversiones en tecnologías de organización y tecnologías de la información y comunicación (TIC's)

Para obtener las certificaciones de calidad, como por ejemplo las extendidas por las normas ISO, es necesario dotar a las empresas de un importante grado de organización interna. Podemos razonablemente asociar la condición de 'empresa certificada' con la condición de 'empresa bien organizada'. Asimismo podemos asociar la incorporación de TIC's en una empresa con el avance en el proceso organizativo interno de la misma. Por esta razón consideramos como indicadores de buena organización la existencia de normas de certificación ISO y la disponibilidad de TIC's.

El 10% de las PyME industriales salteñas ha logrado

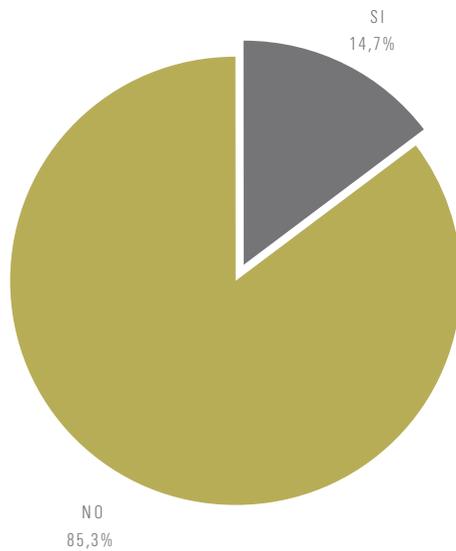
normas ISO de certificación de calidad, alcanzando el nivel del 35% entre las empresas medianas. Este promedio, aunque representa la mitad del registrado a nivel nacional, es casi el doble del registrado en otras provincias o micro-regiones con similares niveles de desarrollo que Salta, evidenciando de esta manera un cierto dinamismo diferencial de los industriales de la provincia. En el mismo sentido se puede observar que el 15% de las empresas no certificadas planea lograr la certificación durante el próximo año. De concretarse estas intenciones empresarias, el nivel de certificación de Salta alcanzaría los niveles de certificación de algunas de las áreas más industrializadas de Argentina.

Gráfico 2.28. Normas de certificación ISO. Porcentaje de empresas certificadas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.29. Plan de certificación durante el próximo año. Porcentaje de empresas.

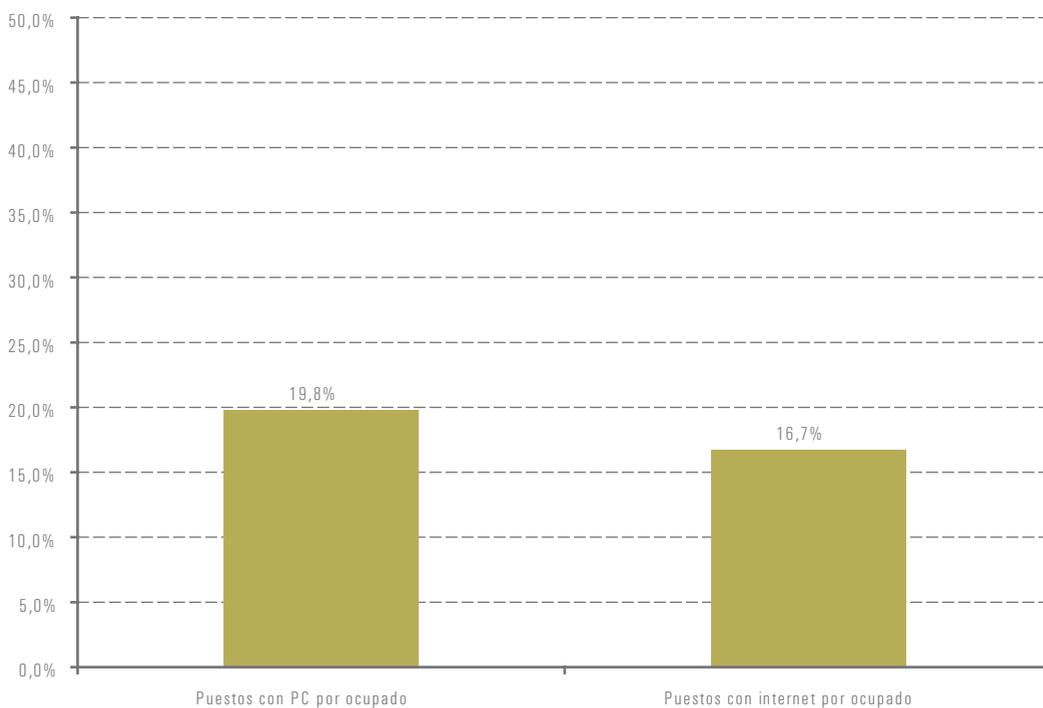


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Con respecto a las TIC's, en las PyME industriales salteñas el 20% de los puestos de trabajo dispone de computadora y el 17% de acceso directo a internet. Además el 26% de las empresas dispone de compu-

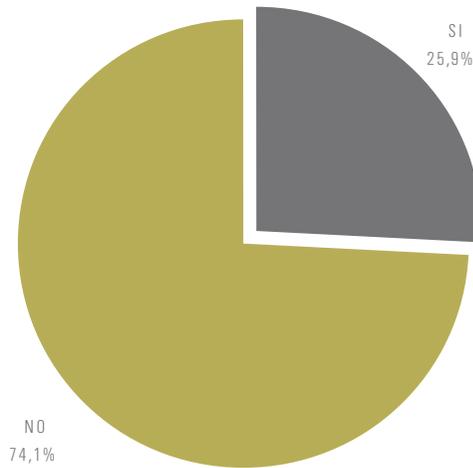
tadoras incorporadas al proceso productivo. En todos los casos estos porcentajes son 20% inferiores al promedio nacional, lo que indica que el camino por recorrer es todavía amplio.

Gráfico 2.30. Disponibilidad de computadoras e Internet. Porcentaje de puestos de trabajo



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.31. Disponibilidad de computadoras en la línea de producción. Porcentaje de empresas.

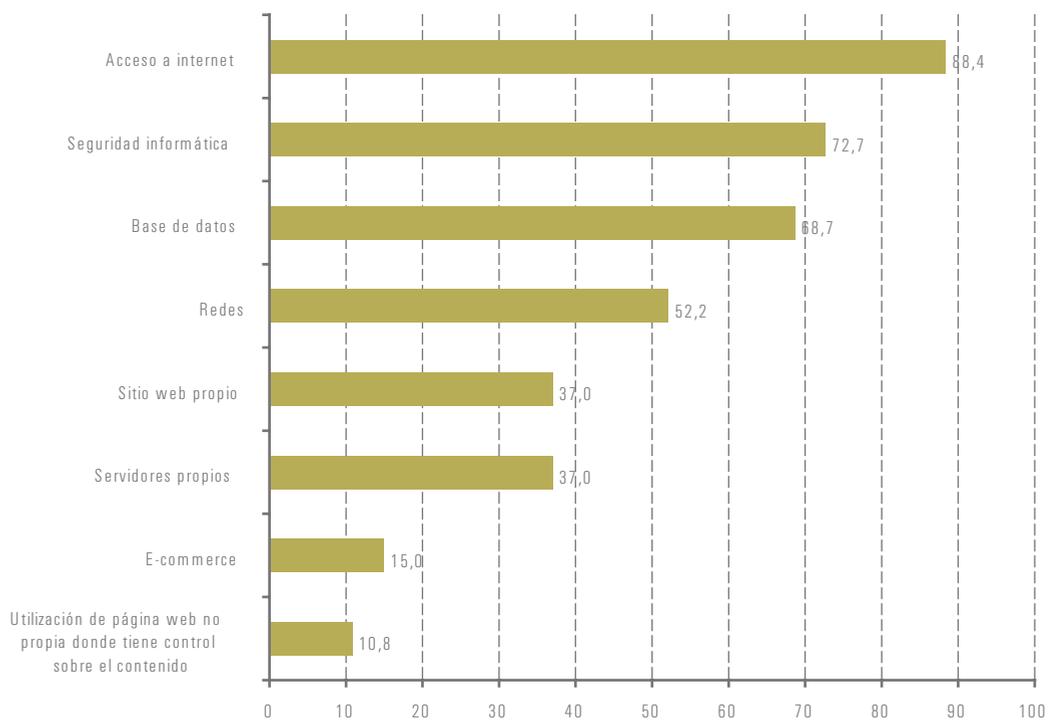


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

La disponibilidad de recursos informáticos es siempre inferior al promedio nacional, variando la distancia de acuerdo a los recursos específicos. Por ejemplo, mientras que el nivel de acceso a internet es sólo un 10% inferior al promedio nacional (88% vs. 97%), la seguridad informática se ubica un 20% por debajo (73%

vs. 92%) y el acceso a redes 30% por debajo (52% vs. 76%). La disponibilidad de sitios web propios es inferior a un 45% del promedio nacional (37% vs. 68%). En lo que respecta a la disponibilidad de recursos informáticos entonces existe un importante déficit que será necesario subsanar.

Gráfico 2.32. Disponibilidad de recursos/servicios informáticos. Porcentaje de empresas.

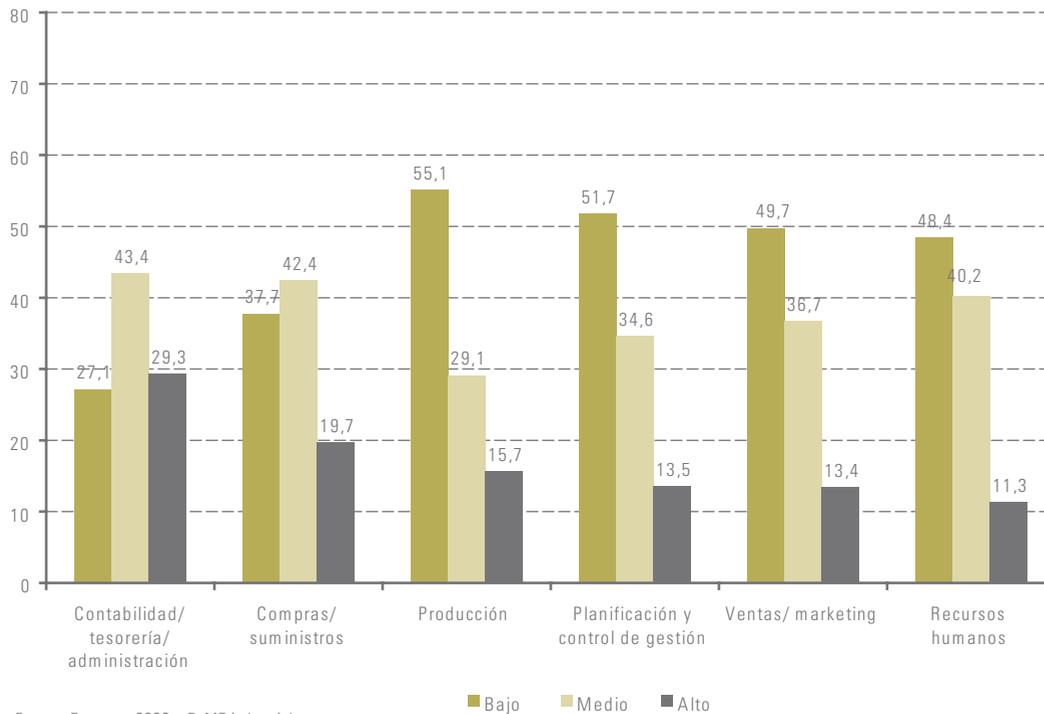


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Las áreas más informatizadas de las PyME industriales de Salta son las contables/administrativas y de compras, con niveles muy superiores a la informatización

de las áreas de planificación/control de gestión, ventas/marketing y producción.

Gráfico 2.33. Grado de informatización de las distintas áreas/funciones de las empresas.

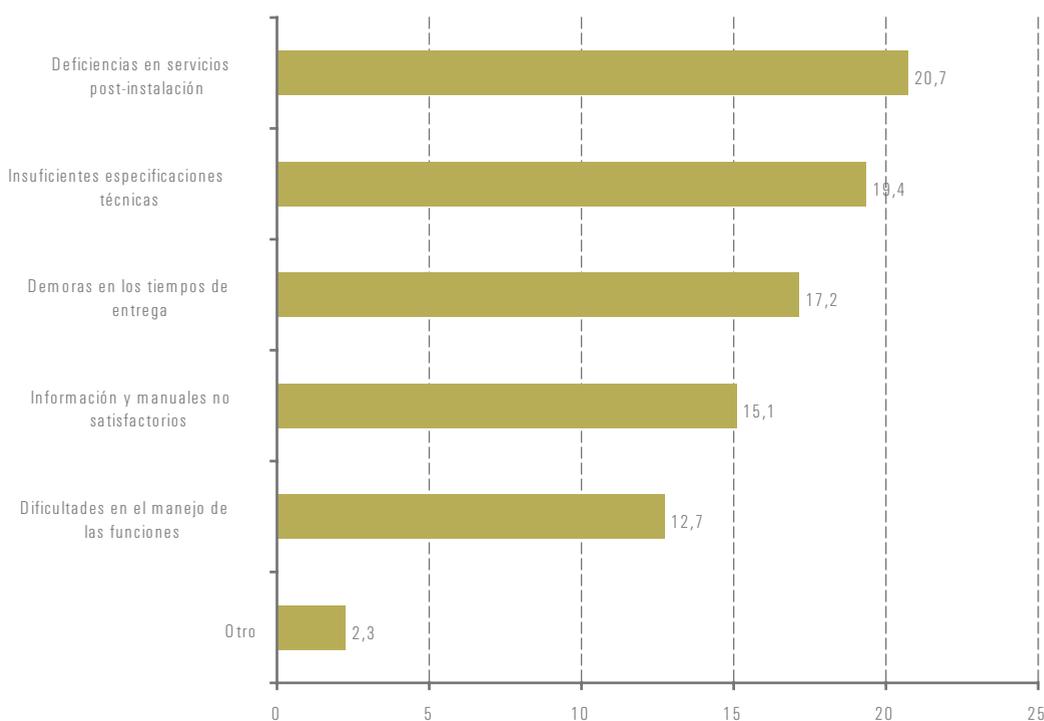


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

La escala de las deficiencias a la hora de incorporar tecnologías de la información señaladas por los empresa-

rios salteños es análoga a la señalada por las empresas del resto del país.

Gráfico 2.34. Problemas para incorporar software. Porcentaje de empresas.



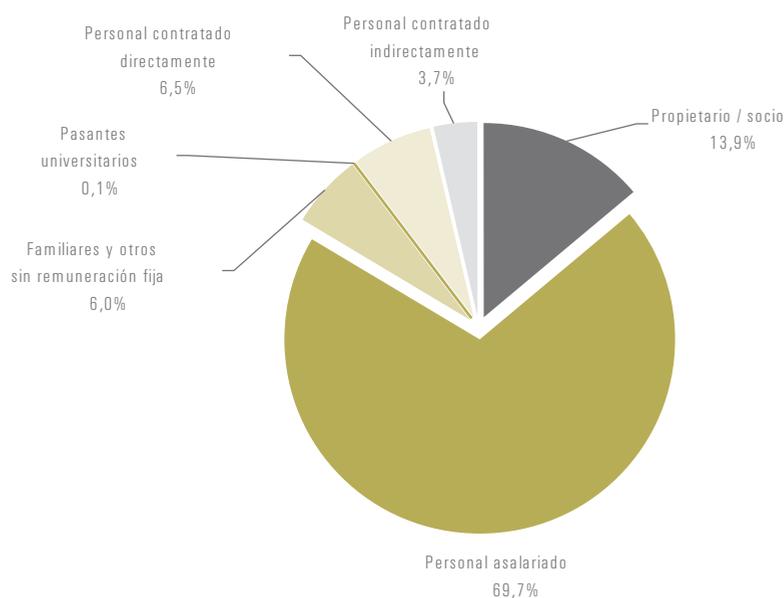
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Disponibilidad de recursos humanos y capacitación de la mano de obra

La tarea de reclutamiento y capacitación de recursos humanos es una de las funciones más demandadas y delicadas dentro de las organizaciones empresariales. Encontrar el personal que se adapte a los requerimientos de la firma insume tiempo y recursos escasos. El capital humano constituye uno de los activos más flexibles para la expansión de las capacidades productivas adaptando las empresas a situaciones contingentes.

Entre los recursos humanos de las PyME industriales afectados al proceso productivo se destacan por su importante presencia los propietarios/socios y los familiares sin remuneración fija. En total representan un 20% del personal de la empresa, siendo esta proporción aproximadamente el doble del promedio nacional. Los asalariados en relación de dependencia representan el 70% del personal.

Gráfico 2.35. Ocupados según su relación con la firma.

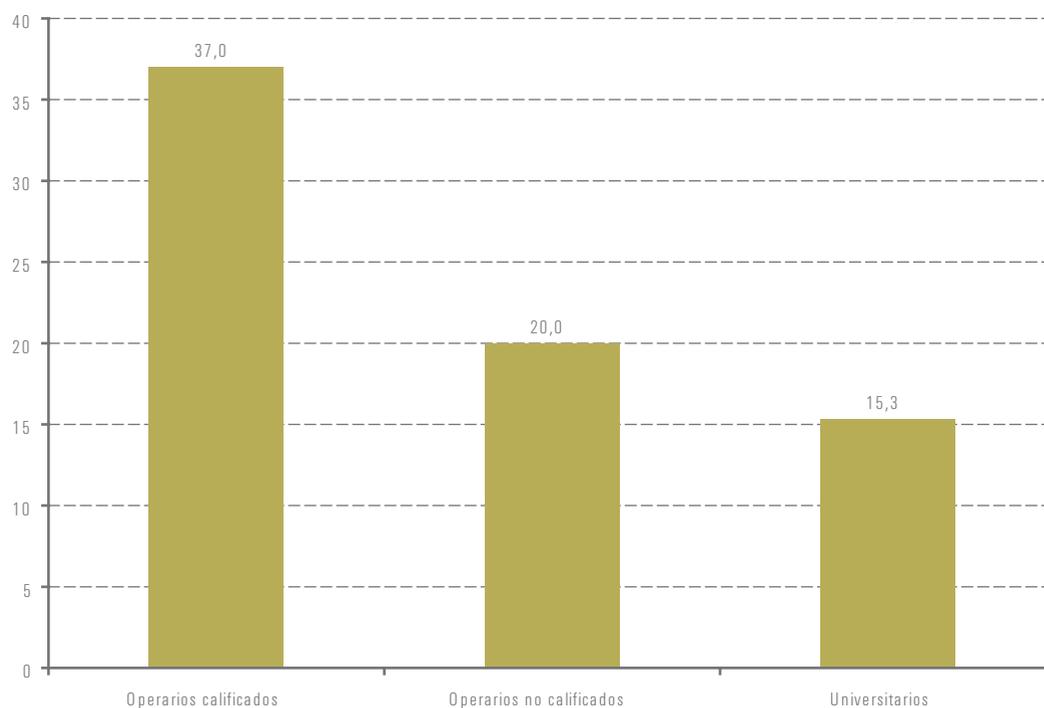


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Es importante destacar que el 80% de las empresas no realizó búsquedas de personal durante 2008; entre los que sí efectuaron búsqueda de personal, el 37% requirió operarios calificados, 20% operarios no calificados y 15% empleados con formación universitaria. Las mayores dificultades se verificaron en la búsqueda de operarios calificados, siguiéndole en orden los empleados con formación universitaria y por último los

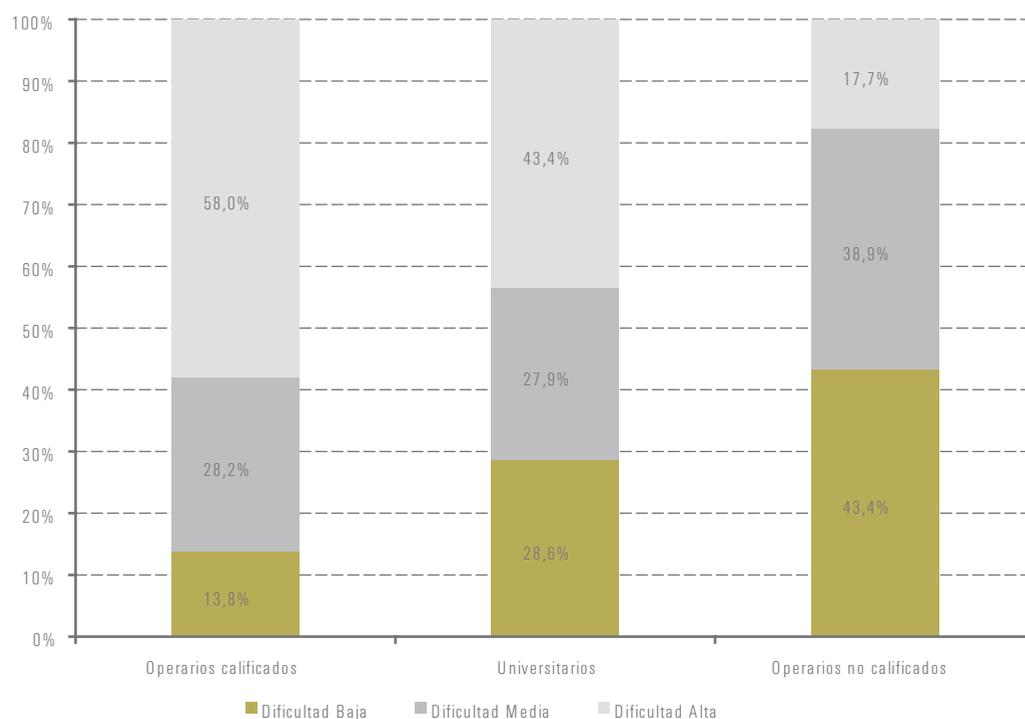
operarios no calificados. Impresiona constatar la limitada dimensión del mercado del trabajo provincial observando que, aún para la contratación de personal sin ningún tipo de calificación para el trabajo de fábrica, casi el 60% de las PyME industriales se enfrentó con dificultades medias o altas. En el proceso de contratación de operarios calificados las dificultades medias o altas se verificaron casi en el 90% de las empresas.

Gráfico 2.36. Búsqueda de personal por categoría. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.37. Grado de dificultad para contratar personal según categoría. Porcentaje de empresas.



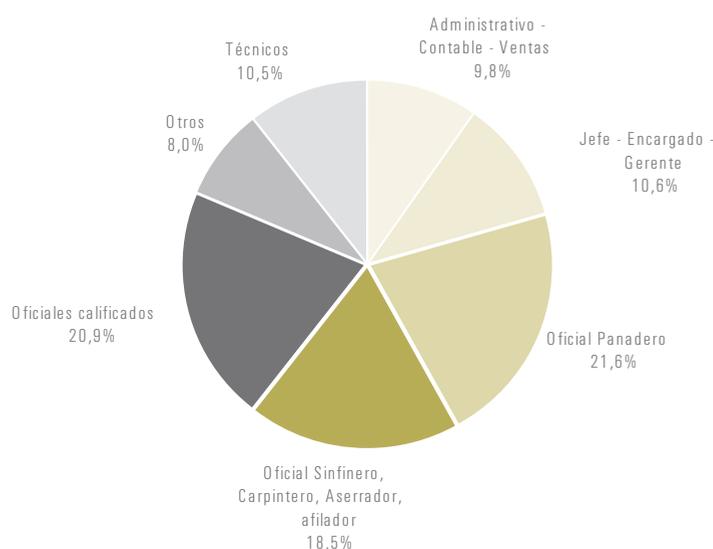
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Desde el punto de vista sectorial, el sector maderero se configura como un actor muy particular ya que se observan dificultades altas para contratar mano de obra no calificada y dificultades para contratar mano de obra calificada, mientras que ninguna empresa busca empleados con formación universitaria. El sector metalmeccánico, es el más castigado a la hora de buscar operarios calificados y personal universitario (ver

anexo sectorial).

Los puestos de trabajo no cubiertos y con mayores dificultad de reclutamiento fueron en el área de gestión, los empleados administrativos/contables/ventas y los jefe/encargados/gerentes. En el área de producción fueron los técnicos, oficiales calificados, oficiales sinfineros, carpinteros, aserradores, afiladores, panaderos.

Gráfico 2.38. Puestos no cubiertos o con mayores dificultades para cubrir. Participación porcentual.

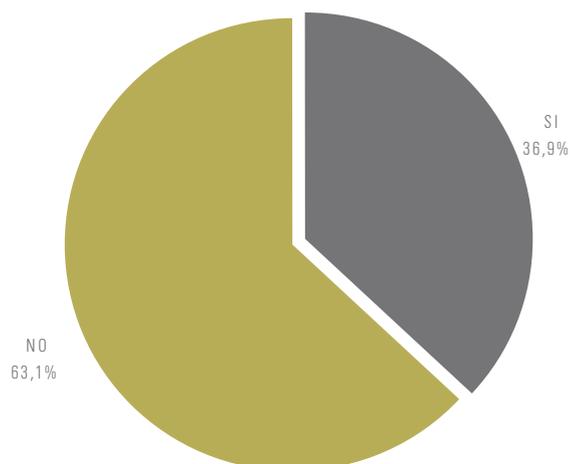


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Las dificultades en la contratación de recursos humanos, especialmente mano de obra, se acompañaron con relativos esfuerzos de las empresas por capacitar el personal. El 37% de las empresas emprendió planes de capacitación, incrementándose esta proporción hasta el 65% en las empresas medianas. El sector más activo

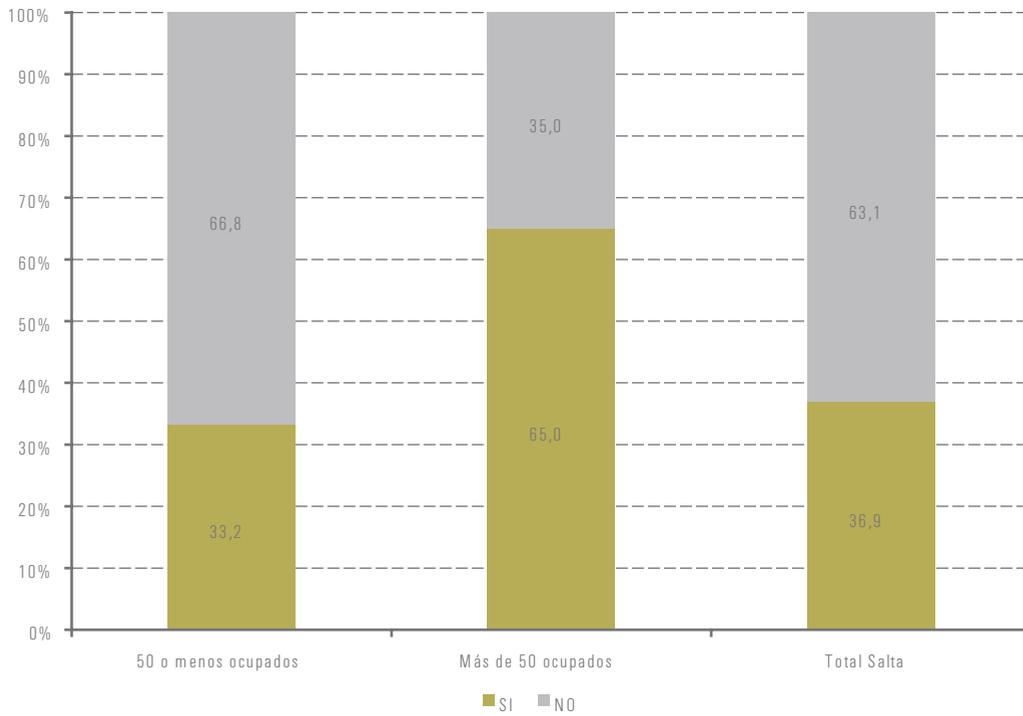
fue el metalmeccánico y el menos activo el sector de los productos de madera. El sector público acompañó al 30% de las empresas en sus planes de capacitación, con muy buenos resultados de satisfacción por parte de las empresas, especialmente entre las medianas y las del sector de alimentos y bebidas.

Gráfico 2.39. Actividades de capacitación. Porcentaje de empresas.



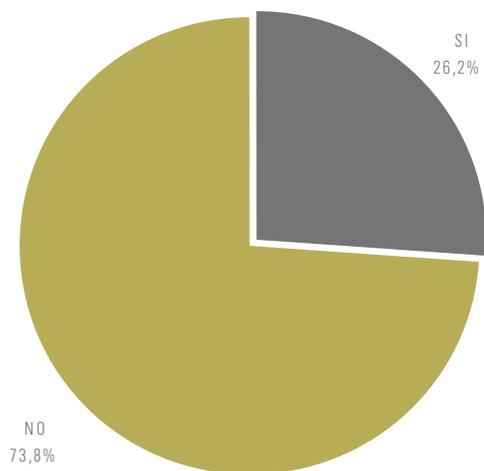
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.40. Actividades de capacitación según tamaño de empresa. Porcentaje de empresas.



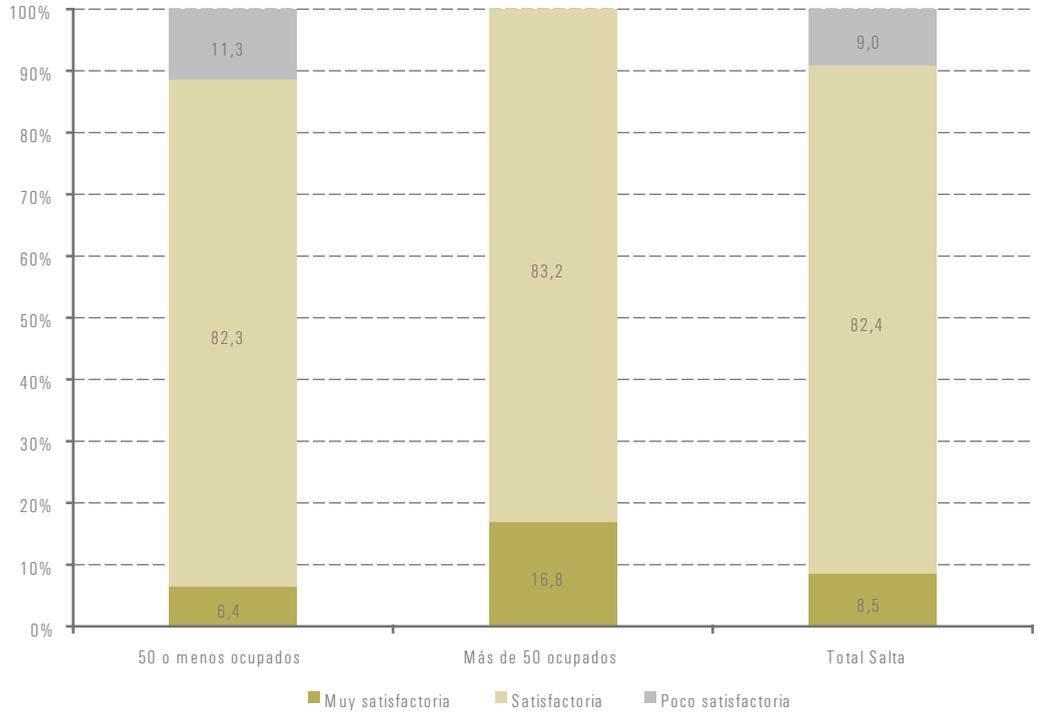
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.41 Utilización de programas públicos de capacitación. Porcentaje de empresas



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.42. Grado de satisfacción de los programas públicos de capacitación por tamaño de empresa. Porcentaje de empresas.

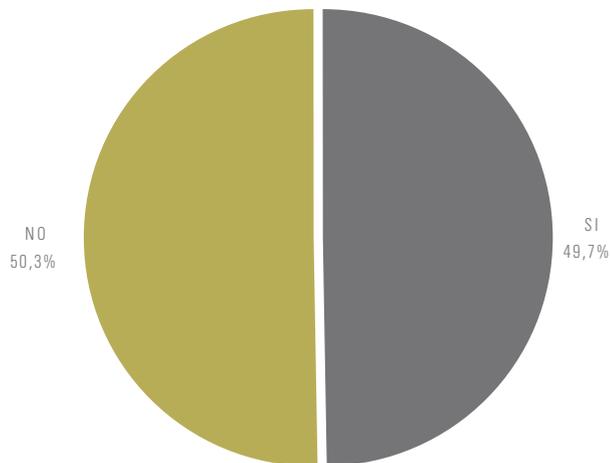


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

De modo coherente con las dificultades encontradas para reclutar personal competente, el 50% de las PyME industriales tratan de promover la retención de personal mediante recategorizaciones, aumentos

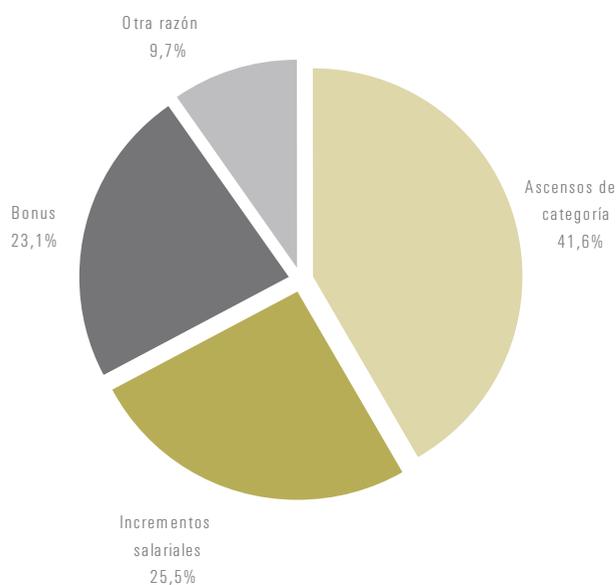
salariales y bonus. Cada uno de estos instrumentos se distribuye lógicamente de manera muy diferente entre las distintas categorías del personal.

Gráfico 2.43 Planes de promoción de los recursos humanos. Porcentaje de empresas



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.44 Instrumentos para la retención y promoción del personal. Participación porcentual



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

D. POLÍTICAS PÚBLICAS, ENTORNO Y GOBIERNO LOCAL

El mercado no es nunca suficiente para garantizar un suficiente desarrollo de las empresas menores y por esta razón las políticas públicas de promoción de las PyME son practicadas intensamente en la mayoría de los países desarrollados y de menor desarrollo. Por otra parte los diferentes niveles del Estado deben garantizar las condiciones del entorno productivo, factor clave para el desarrollo de las empresas. Los factores de entorno que inciden sobre la producción son múltiples. Aquí se ha concentrado la atención en aquellos más inmediatos, responsabilidad de los gobiernos locales, tales como el peso de las tasas municipales, el rol del municipio en la promoción de la participación empresarial,

el suministro de agua potable, el nivel de contaminación ambiental, la accesibilidad al local, la seguridad y la prevención de inundaciones.

El primer dato a subrayar es la baja participación de las PyME industriales en programas públicos de promoción empresarial nacionales, provinciales y municipales. La situación de las empresas salteñas reproduce exactamente la situación nacional. Menos del 4% del total de las PyME industriales salteñas participa de programas públicos de cualquier nivel del estado. A nivel internacional estos porcentajes alcanzan entre el 20 y 30% de las empresas.

Cuadro 2.1 Participación en programas públicos nacionales/provinciales/municipales. Porcentaje de empresas

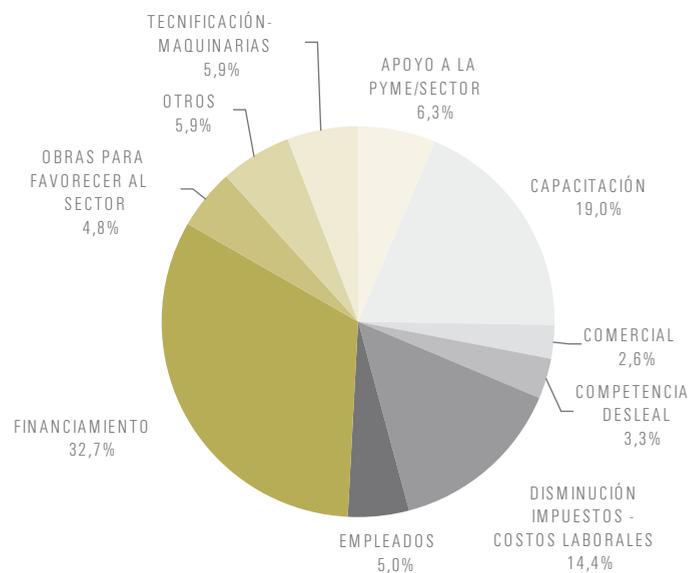
Programas públicos	Participación	
	Lo utiliza	No lo utiliza
Programa público nacional	1,8	98,2
Programa público provincial	0,6	99,4
Programa público municipal	1,5	98,5

Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Los programas públicos por otra parte muchas veces son diseñados sin considerar adecuadamente la opinión de los empresarios. En el caso de las PyME industriales de Salta, las preferencias empresariales se orientan hacia los temas de apoyo al financiamiento (33%), capacitación (19%) y disminución de im-

puestos al trabajo (14%). El apoyo para la tecnificación/parque maquinarias y los programas específicos para PyME obtienen el 6% de las preferencias en cada caso. No se observan diferencias significativas por sector (ver anexo sectorial).

Gráfico 2.45 Preferencias sobre la orientación de los programas de apoyo al sector industrial.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Por lo que respecta a infraestructura y entorno local, hay que destacar que sólo un porcentaje mínimo (3%) de las empresas considera altos los impuestos municipales. El 90% considera suficiente el suministro de agua potable y casi el 40% considera alto el nivel de contaminación ambiental. La accesibilidad del local es considerada buena por el 80% de las empresas. El 18% de las empresas sufrió inundaciones, prácticamente concentradas en las PyME de menor tamaño

que probablemente tengan una ubicación geográfica distinta de las medianas. Es importante hacer notar que la proporción de empresas que sufrió episodios delictivos (25%) es inferior a la registrada en otras provincias de similar nivel de desarrollo. Como consecuencia de estas evaluaciones, ninguna empresa industrial mediana prevé mudarse a otro municipio o provincia, mientras que entre las más pequeñas sólo el 10% prevé hacerlo apenas posible.

Cuadro 2.2. Condiciones del entorno local.

Región	Considera alto el peso de los impuestos municipales	Considera que el municipio promueve la participación empresarial	Considera suficiente el suministro de agua potable	Considera alto el nivel de contaminación
50 o menos ocupados	2,8	7,2	86,7	36,9
más de 50 ocupados	6,5	22,5	94,7	49,6
Total Salta	3,2	8,9	87,6	38,4

Región	Sufrió inundaciones	Sufrió episodios delictivos	No considera trasladarse a otro departamento	Buen nivel de accesibilidad al local
50 o menos ocupados	19,9	26,2	90,2	79,8
más de 50 ocupados	6,0	19,8	100,0	80,7
Total Salta	18,3	25,5	91,3	79,9

Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Programas de la Secretaría de Pymes, Cooperativas y Social Agropecuario FINANCIAMIENTO

Emprendimientos:

Líneas de crédito para Oficios, Producción, Servicios Productivos y Turismo:

- Apoyar a las personas con oficios que inician nuevos emprendimientos mediante financiamiento de hasta \$20.000.
- Financiar micro emprendimientos productivos y de servicios a la producción con créditos de hasta \$30.000
- Fomentar el turismo alternativo con créditos de hasta \$20.000, y mejoras de infraestructura con financiamiento de hasta \$50.000.

Cooperativas:

Línea de crédito para cooperativas matriculadas con ejercicio comprobable:

- Adquisición de bienes de uso, activo fijo y capital de trabajo con créditos hasta \$30.000.

Pequeñas y medianas empresas en actividad:

Línea de crédito:

- Inversiones en Activos Fijos de hasta \$150.000 con subsidio de tasa del 40%
- Inversiones en Capital de Trabajo de hasta \$75.000 con subsidio de tasa del 30%.

ASISTENCIA TÉCNICA

Programa de Optimización y Productividad para Pequeñas y Medianas Empresas:

Consiste en el diseño e implementación de planes a medida para aumentar la productividad a través de la mejora de los procesos productivos, la optimización y reducción de costos y la capacitación en Calidad, Buenas Prácticas de Manufactura, Higiene y Seguridad en el Trabajo y Administración de la Producción.

Destinatarios: pymes con procesos de producción o manufactura.

Programa de Franquicias Sociales:

- Formulación de modelos de micro emprendimientos, destinados a motivar el espíritu emprendedor y brindar las herramientas necesarias para iniciar una empresa de manera organizada

Taller para emprendedores:

- Asesoramiento y asistencia profesional a emprendedores para la formulación de proyectos de inversión, y para la puesta en marcha de proyectos de forma de contribuir a su consolidación.

Gestión con organismos:

- **SEPyME:** FONAPYME (Fondo Nacional de Desarrollo para la MIPyME), Programa de Promoción de Sistemas Productivos Locales (aportes no reembolsables) y Programa de Acceso al Crédito y Competitividad (PACC).
- **Banco Nación:** financiamiento de inversiones de actividades productivas para micro, pequeñas y medianas empresas y programa de asociativismo de empresas (Línea PRODER).

CAPACITACIÓN:

Capacitación a emprendedores, cooperativas, pymes, oficios y organizaciones intermedias

Ejes temáticos: proyectos de inversión, gestión empresaria, marketing, costos, higiene y seguridad, derecho laboral, atención al cliente, régimen tributario, modelo de proyecto de inversión, entre otros.

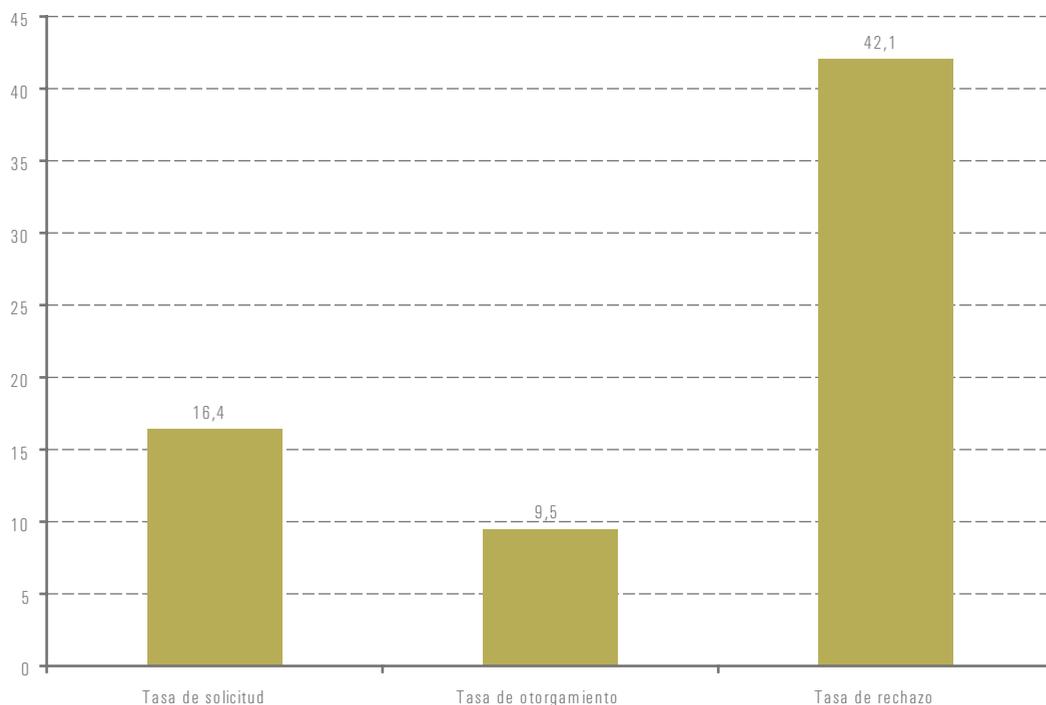
E. FINANCIAMIENTO

En este apartado se analiza el mercado de financiamiento de la inversión. Si bien el énfasis está puesto en la demanda de las PyME, debe considerarse que en el mercado actúan también otros demandantes más importantes: el sector público (gobierno nacional, gobierno provincial, gobierno municipal y organismos descentralizados) y las grandes empresas. Las grandes empresas financian muy poco de su inversión a través del mercado de capitales, volcando su demanda hacia el sistema financiero y en consecuencia desplazando a las PyME del mismo. Por otra parte el panorama se complica si a esta situación se agrega el sector público que suele absorber fondos del sistema financiero ofreciendo activos atractivos, como las letras y notas del Banco Central que tuvieron mucha aceptación en los últimos años.

Las relaciones de las PyME industriales salteñas con el sistema financiero son aún más débiles que las ya débiles relaciones registradas a nivel nacional. Una menor proporción de empresas demanda créditos bancarios (bajo todas las formas) y al mismo tiempo una mayor proporción de empresas ve rechazada su solicitud por parte de los bancos.

Durante 2008 sólo el 16 % de las empresas solicitó crédito bancario diferente al descubierto de cuenta corriente, mientras que en el mismo año el promedio nacional de dicha solicitud fue del 28%. Por otra parte la tasa de rechazo de dichas solicitudes durante el mismo período de tiempo fue del 42% en Salta y 23% en el promedio del país.

Gráfico 2.46. Solicitud de crédito diferente al descubierto en cuenta corriente. Porcentaje de empresas

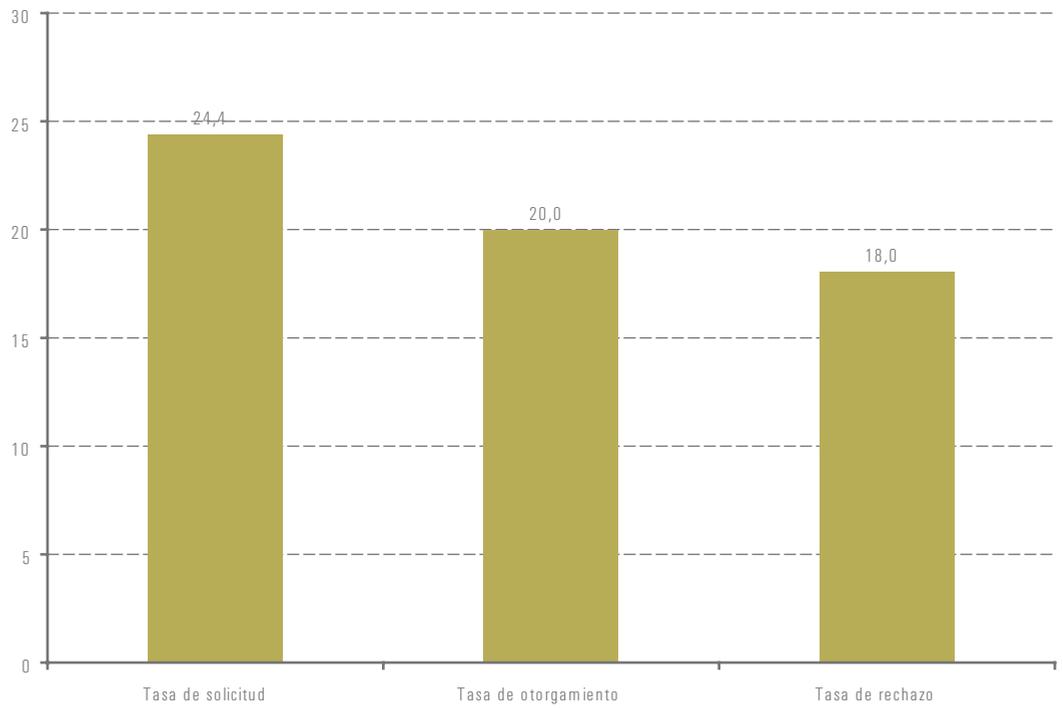


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

En Argentina y en Salta, en línea con la situación de fragilidad de la relación entre PyME industriales y sistema bancario, el principal instrumento de financiamiento bancario es el crédito de cuenta corriente en descubierto. El descubierto en cuenta corriente es una forma de financiación que otorga la entidad bancaria en uso de la cuenta corriente por un importe superior al saldo disponible. Los descubiertos suelen ser pactados entre el cliente y la entidad en cuanto al importe, los intereses y el plazo máximo del descubierto. En general se trata de un crédito caro pero tiene la ventaja

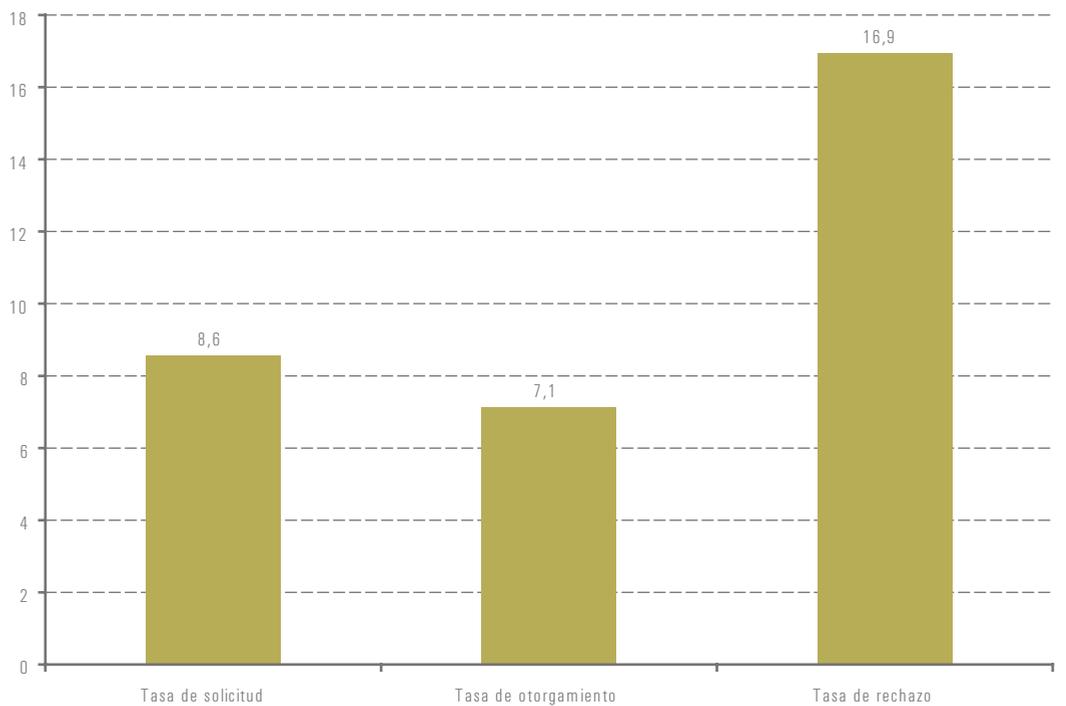
de su disponibilidad inmediata. En Salta el 24% de las PyME industriales salteñas solicitó crédito en descubierto de cuenta corriente y de dichas solicitudes el 18% fue rechazado. La operatoria de leasing para la compra de bienes de capital fue solicitada en los bancos por el 9% de las empresas y hubo una tasa de rechazo de dichas solicitudes del 17%. En todos los casos la proporción de empresas solicitantes es menor que a nivel nacional y la tasa de rechazo es mayor que a nivel nacional, mostrando la especial fragilidad de la relación banca-empresa en la Provincia de Salta.

Gráfico 2.47. Solicitud de crédito en descubierto de cuenta corriente. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.48. Solicitud de contratos bancarios de leasing. Porcentaje de empresas.

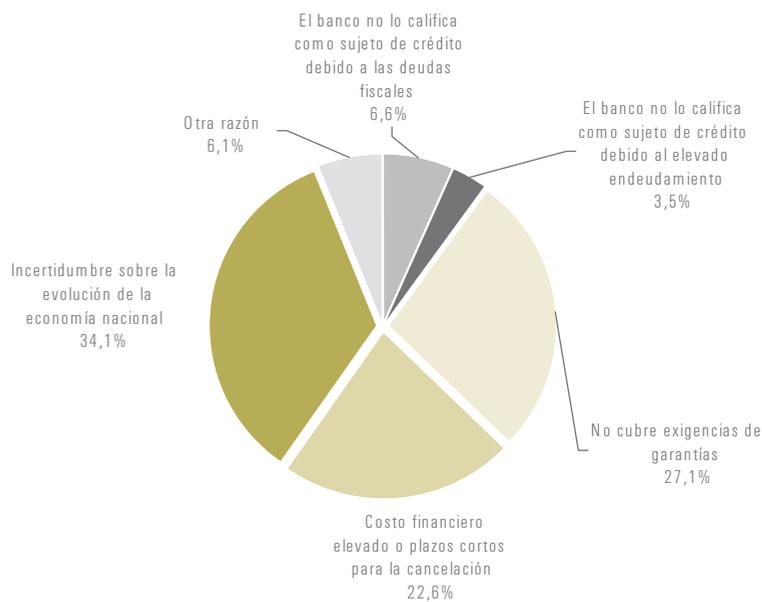


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Entre las razones por las cuales las PyME industriales salteñas acuden en menor medida que el promedio nacional a solicitar créditos bancarios, debe destacarse principalmente la incertidumbre sobre la situación económica nacional (34%) y la falta de garantías crediticias que las empresas saben no poseer y que sin duda reclamará el banco (27%). En tercer lugar (23%) se

ubica el alto costo del financiamiento, que las empresas estiman demasiado alto en relación a la rentabilidad de los proyectos de la empresa. Por último el 10% de las empresas no acude al banco a solicitar crédito debido a sus deudas fiscales y al alto nivel de endeudamiento, por lo cual no se considera sujeto de crédito.

Gráfico 2.49. Motivos por los cuales no se solicitó crédito bancario diferente al descubierto en cuenta corriente.

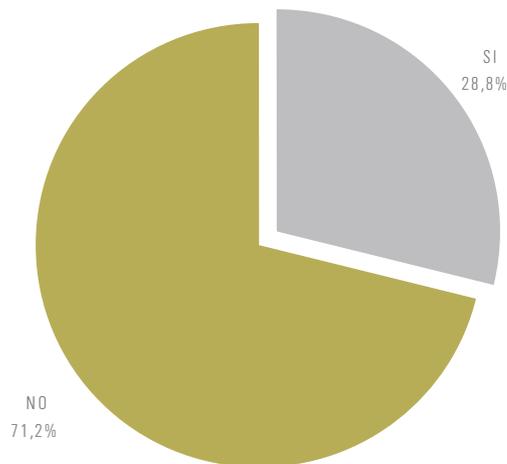


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Con respecto a las líneas crédito subsidiado lanzadas por el Banco de la Nación Argentina que deberían ser objeto de fuerte solicitud, justamente por parte de empresas menores racionadas crediticiamente por el sistema bancario privado, en Salta se observó que sólo el 29% de las empresas conoce la existencia de dichos créditos y que entre las empresas que conocen su exis-

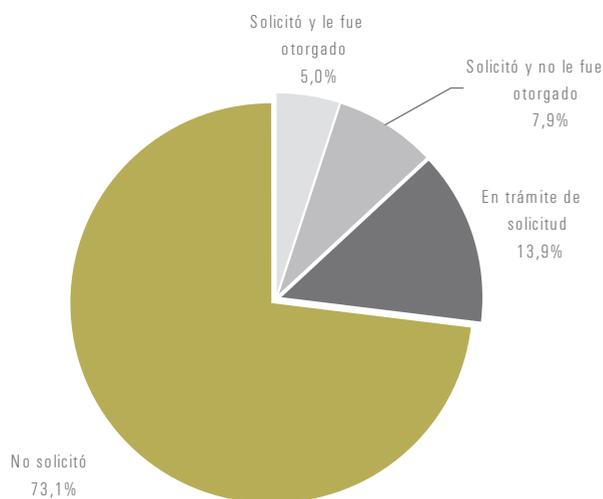
tencia el 73% de las mismas no lo solicitó. Sólo el 5% de las PyME industriales salteñas solicitó y obtuvo el crédito, lo que significa que del total de las PyME industriales salteñas sólo el 1.5% goza del beneficio de crédito subsidiado del Banco de la Nación Argentina. El 2% de las PyME industriales salteñas vio rechazada su solicitud.

Gráfico 2.50 Conocimiento sobre los créditos a tasa subsidiada del Banco de la Nación Argentina. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

Gráfico 2.51 Solicitud del crédito subsidiado del Banco de la Nación Argentina. Porcentaje de empresas.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

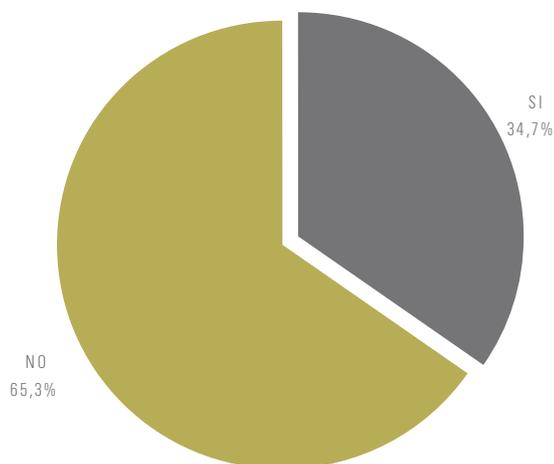
Desde el punto de vista sectorial la situación es bien diferenciada: mientras que entre las PyME alimenticias se registran algunas empresas que han obtenido el crédito, entre las metalmecánicas sólo se registran rechazos y en el sector maderero ninguna solicitud (ver anexo sectorial).

Es todavía prematuro juzgar el resultado final de dicho instrumento crediticio lanzado por el Banco de la Nación para contribuir a mejorar el acceso de las empresas menores al crédito, pero es preocupante cons-

tatar el escaso conocimiento que tienen las empresas sobre la existencia de esta oferta crediticia y también la alta tasa de rechazo de solicitudes que se observa hasta el presente.

Por último y frente a la fragilidad de la relación banco-empresa, es importante hacer notar que en 2008 el 35% de las PyME industriales salteñas declaró que debido a la falta de financiamiento tiene proyectos de inversión frenados.

Gráfico 2.52 Proyectos de inversión frenados por falta de financiamiento. Porcentaje de empresas.



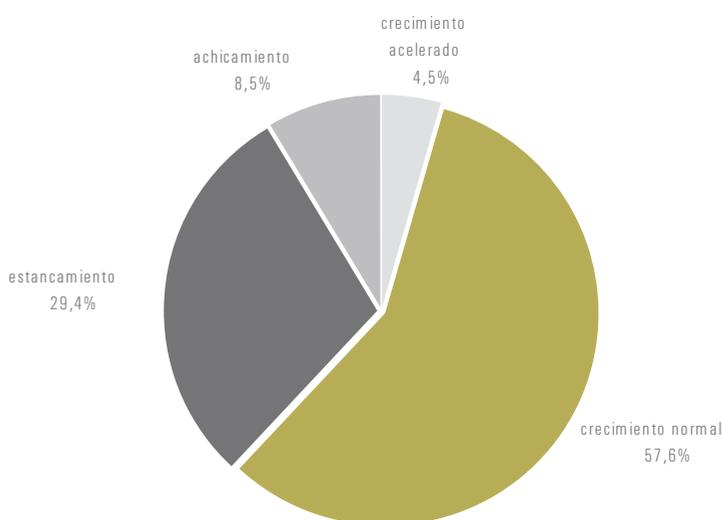
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

F. DESEMPEÑO Y EXPECTATIVAS

El ciclo de desempeño de las PyME industriales salteñas es muy similar al ciclo de desempeño de las PyME industriales del resto del país, demostrando de esta manera la fuerza cohesionadora del ciclo macroeconómico nacional. En Salta el 62% de las empresas se encuentra atravesando una fase de crecimiento, mientras que a

nivel nacional dicho porcentaje sube levemente hasta el 65%. Las expectativas para 2009 de las empresas salteñas se encuentran alineadas con las de sus colegas del resto del país: aproximadamente un tercio de ellas estima que sus ventas disminuirán durante el presente año y un sexto estima que disminuirá personal.

Gráfico 2.53 Fase de crecimiento por la cual atraviesa la empresa. Porcentaje de empresas.



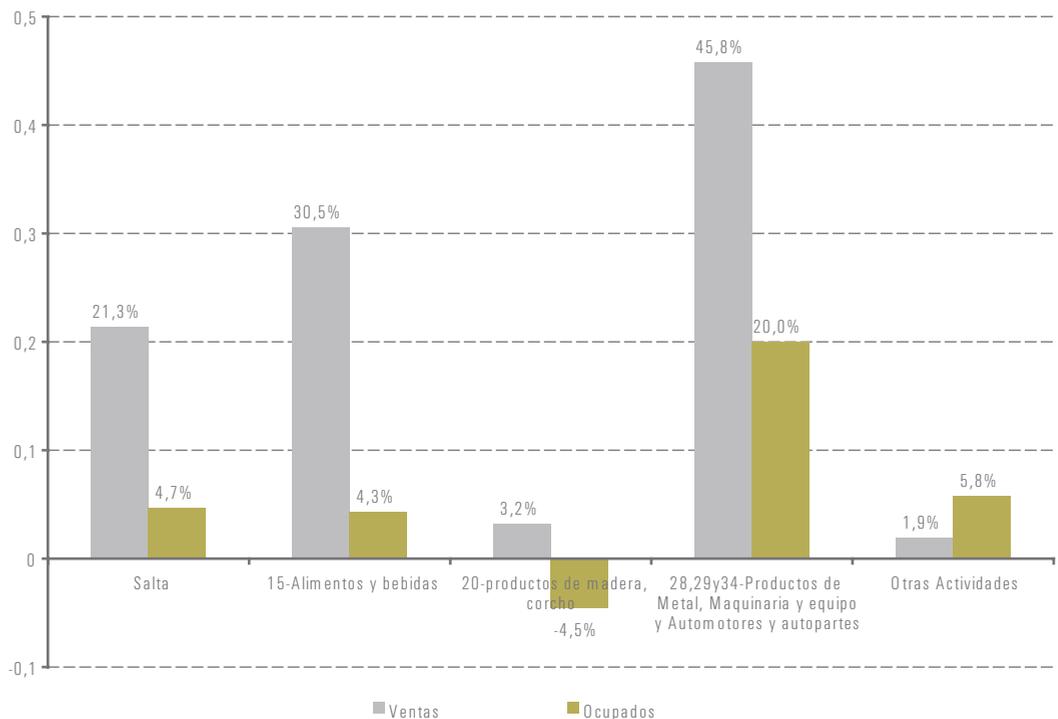
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

A pesar de las similitudes agregadas, sin embargo pueden señalarse algunas especificidades salteñas a las cuales conviene prestar atención. En particular hay que destacar el buen desempeño ocupacional de las PyME industriales salteñas, que durante el segundo semestre de 2008, con respecto al mismo semestre de 2007, han incrementado la ocupación en un 4,7%, mientras que a nivel nacional durante igual período la ocupación en las PyME industriales aumentó un 1,9%. Este desempeño ocupacional positivo de las PyME industriales salteñas se explica fundamentalmente por el excelente desempeño ocupacional de las PyME del sector metal-mecánico, ligadas más a los servicios de reparación de maquinarias que a la producción de bienes, y al buen desempeño ocupacional de las empresas alimenticias.

En sentido contrario, hay que señalar la particular gravedad del ciclo negativo por el cual atraviesan las PyME industriales del sector maderero salteño en comparación con sus colegas del resto del país. En la Provincia de Salta el 62% de las PyME del sector está

atravesando una fase de achicamiento-estancamiento, mientras que a nivel nacional este porcentaje se reduce al 51%. Además mientras que a nivel nacional las PyME industriales del sector de los productos de madera aumentaron la ocupación en un 2%, las empresas salteñas del sector disminuyeron su planta de personal del 5%, mostrando en toda su dimensión la especificidad de la problemática del sector de la madera en la Provincia de Salta. El impacto negativo de este desempeño en las remuneraciones de los trabajadores del sector fue importante, ya que el porcentaje de empresas que se vieron obligadas a disminuir las remuneraciones de los trabajadores del sector (23%) durante 2007/2008 fue tres veces superior al observado en el resto de los sectores industriales de la provincia. Debido a la importancia del sector de la madera en la provincia, la disminución de la ocupación y de las remuneraciones del trabajo en el sector están seguramente afectando negativamente tanto la distribución del rédito como la entidad de la demanda local.

Gráfico 2.54 Evolución de las ventas y la ocupación (1° semestre 2007-1° semestre 2008)



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales.
Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

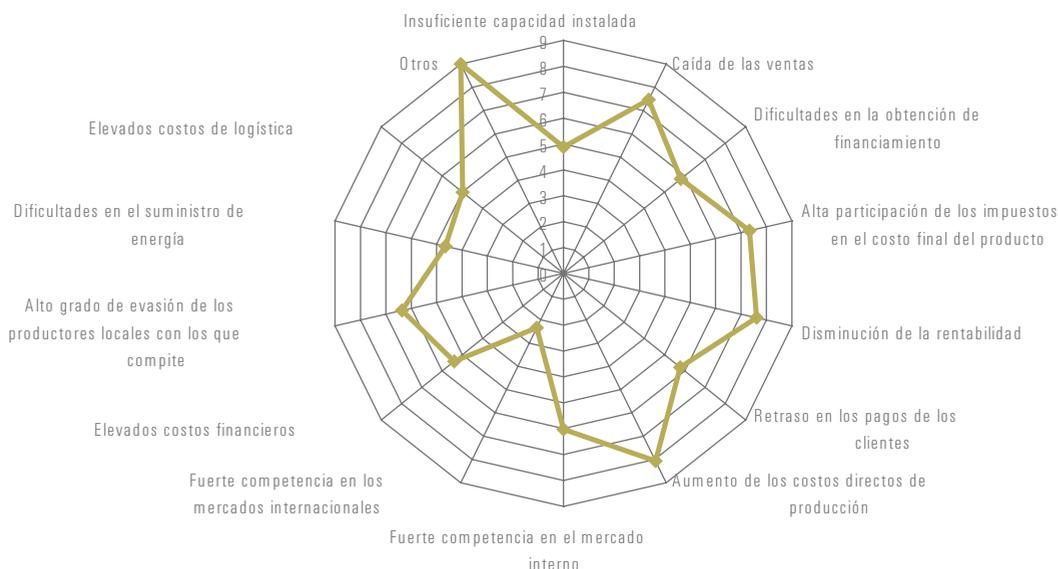
El problema más difundido entre las PyME industriales salteñas es el aumento de los costos directos de producción. Al problema del incremento de los costos directos de producción le siguen la alta participación de los impuestos en el costo final del producto, la disminución de la rentabilidad y la caída de las ventas. Los problemas relacionados con la competencia en el mercado interno (fuerte y desleal) y los problemas financieros (costo, atrasos en los pagos, acceso a los bancos) se posicionan en el tercer lugar. El problema menos difundido es la competencia en los mercados internacionales.

La difusión de estos problemas es bastante uniforme entre las pequeñas empresas (menos de 50 ocupados) y las medianas (entre 50 y 200 ocupados), aunque se

observa entre las pequeñas una mayor difusión de las dificultades en el suministro de energía y entre las medianas el retraso en los pagos de los clientes.

Desde el punto de vista sectorial, el sector de los productos de madera y el sector de los alimentos y bebidas comparten muchos de los problemas: dificultades de acceso al financiamiento, elevados costos de logística, alta evasión fiscal de los competidores en el mercado interno y dificultades en el suministro de energía. En cambio, en el sector metalmeccánico los principales problemas pasan por la insuficiente capacidad instalada, la alta participación de los impuestos en el costo final del producto, los elevados costos financieros y las dificultades en el pago de los clientes.

Gráfico 2.55 Principales problemas.



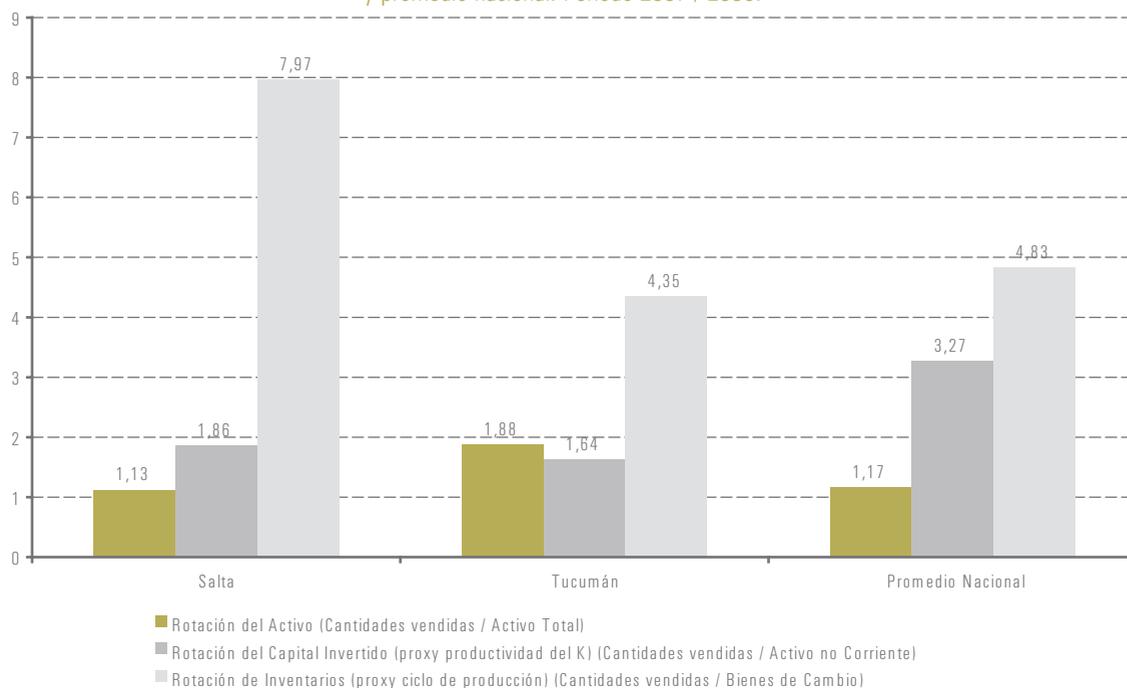
Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta

G. INDICADORES ECONÓMICO – FINANCIEROS

Productividad de los activos. Para el período 2007/2008 la rotación de las cantidades vendidas por las PyME industriales salteñas sobre los activos totales se encuentra en línea con el promedio nacional. Sin embargo, la rotación de las cantidades vendidas en re-

lación al activo no corriente – como aproximación de la productividad del capital invertido - es sustancialmente menor al promedio de las PyME industriales nacionales.

Gráfico 2.56 Coeficientes de Rotación de ventas sobre activos de las PyME industriales salteñas, tucumanas y promedio nacional. Período 2007 / 2008.

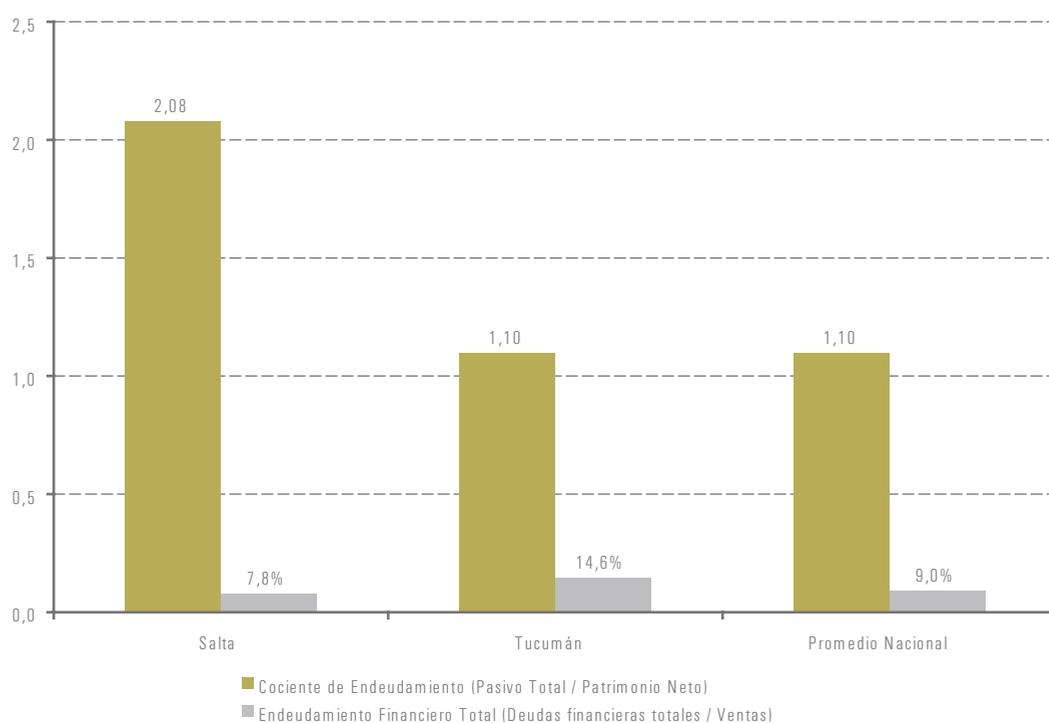


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta.
Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Tucumán.
Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Por otro lado, en el caso de las PyME salteñas se destaca especialmente la elevada rotación de los inventarios – entendida como el ratio entre las cantidades vendidas y los bienes de cambio. Este índice constituye una aproximación estructural de la duración del ciclo de producción o de la propensión a acumular inventarios que en el caso salteño es más reducida.

Solvencia. En el caso de las PyME industriales salteñas se destaca especialmente un elevado endeudamiento en términos de pasivos totales sobre patrimonio neto que llega a duplicar a sus pares tucumanos y del total del país. Sin embargo, se advierte que el endeudamiento financiero (no comercial) se encuentra en relación a las ventas totales por debajo de los niveles tucumanos – llamativamente altos – y del promedio nacional.

Gráfico 2.57 Coeficientes de solvencia y endeudamiento de las PyME industriales salteñas, tucumanas y promedio nacional. Período 2007 / 2008.

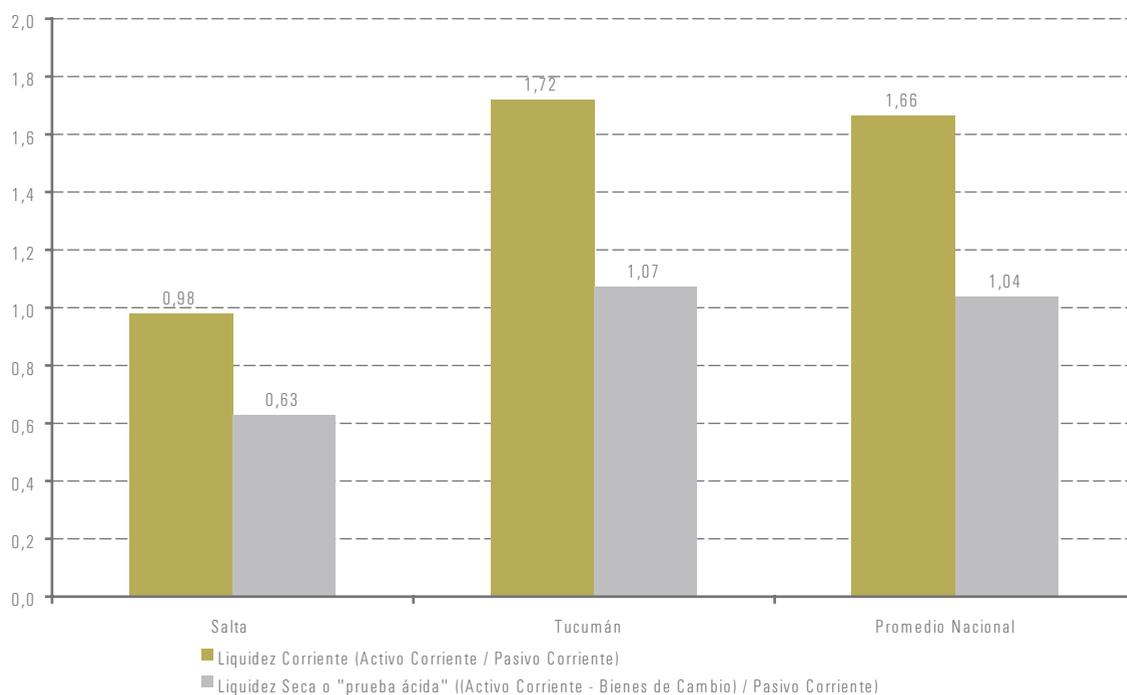


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta.
 Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Tucumán.
 Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Liquidez. Relacionado al elevado endeudamiento o a la baja solvencia de las PyME industriales salteñas se advierte una baja liquidez de estas firmas en relación a sus pares tucumanas y del promedio nacional. Esto se explica debido a que una elevada proporción del

endeudamiento total de las firmas salteñas es corriente o de corto plazo (menos de un año de duración). Por otro lado, la baja propensión a acumular inventarios no mejora la situación de baja liquidez de las firmas salteñas (Liquidez seca o “prueba ácida”).

Gráfico 2.58 Coeficientes de liquidez de las PyME industriales salteñas, tucumanas y promedio nacional. Período 2007 / 2008.



Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta.

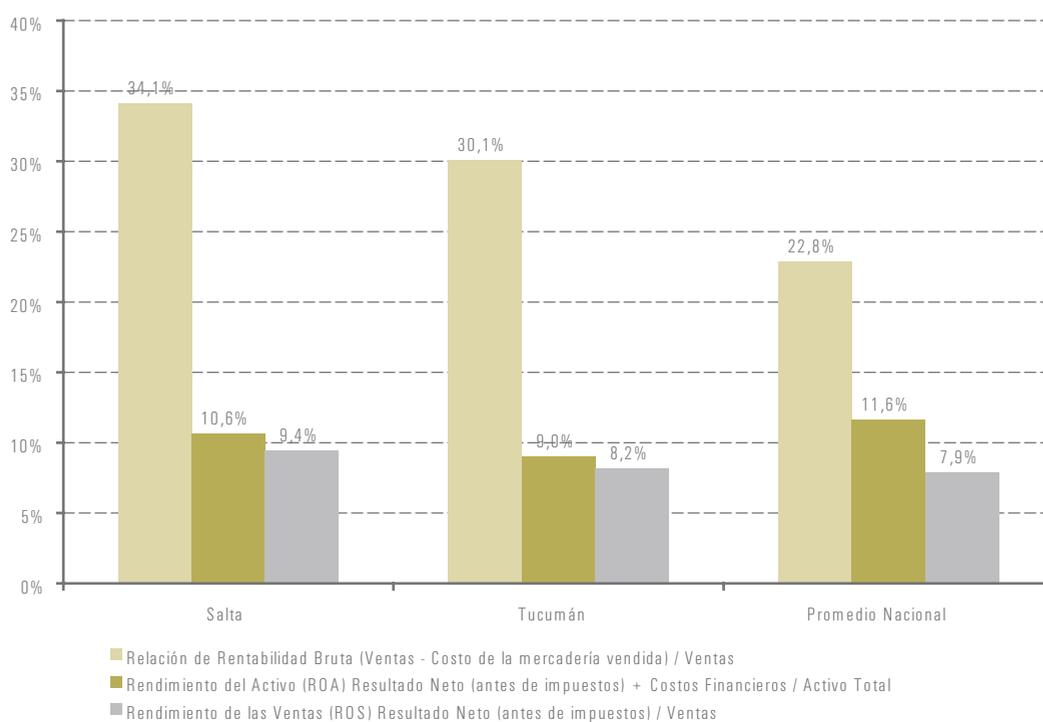
Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Tucumán.

Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Rentabilidad. Las PyME industriales salteñas y tucumanas presentan una Rentabilidad sobre Ventas (ROS) y sobre Activos (ROA) similar al promedio nacional. No obstante, se advierte una Relación de Rentabilidad

Bruta mayor en ambos casos con respecto al promedio nacional lo cual indica una mayor participación de los gastos administrativos, de comercialización y, en menor medida, de los financieros.

Gráfico 2.59 Principales indicadores de rentabilidad de las PyME industriales salteñas, tucumanas y promedio nacional

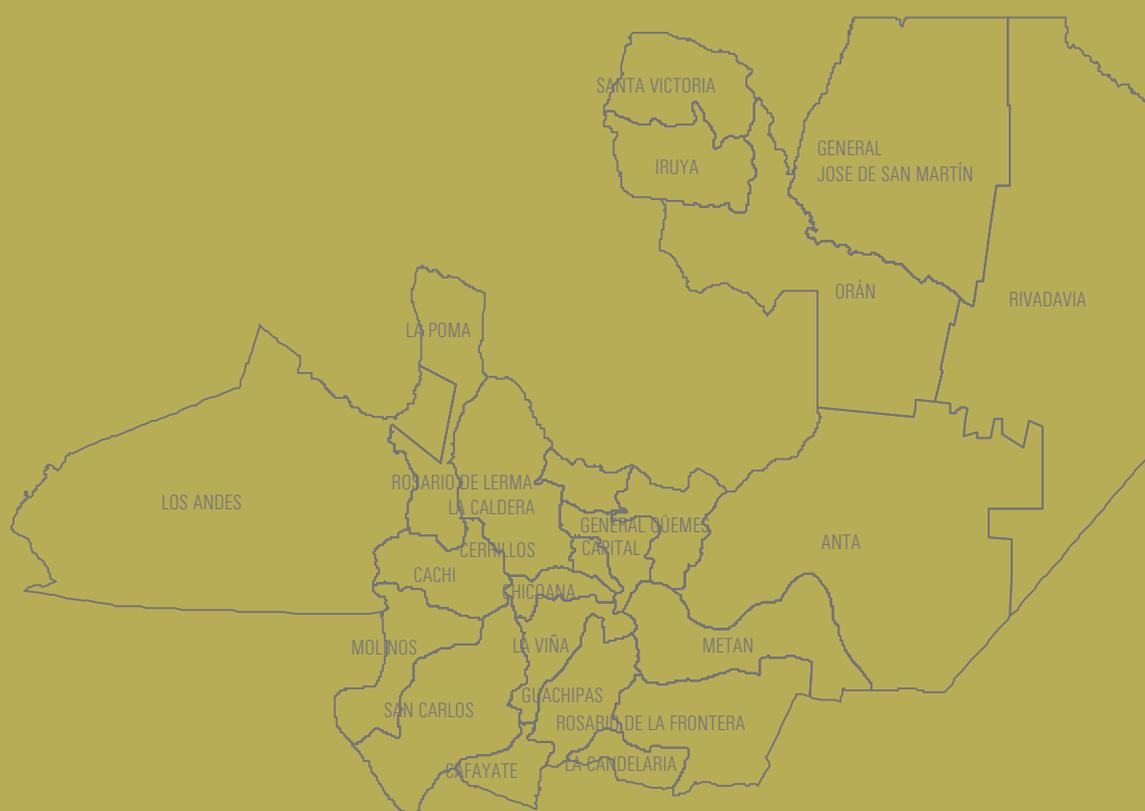


Fuente: Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Salta.

Encuesta 2008 a PyME industriales. Observatorio PyME Regional Provincia de Tucumán.

Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Capítulo 3: Análisis comparativo de los datos de la Provincia de Salta



En el presente capítulo se analizan de manera comparativa las principales características y el desempeño reciente de las PyME industriales de la Provincia de Salta, en relación con el promedio nacional, con otras provincias y regiones del país. Ello se realiza sobre la base de la información relevada tanto por la Fundación Observatorio PyME a nivel nacional, como por los Observatorios PyME Regionales presentes en distintas provincias argentinas.

En general las variables relevadas en la Provincia de Salta vienen comparadas principalmente con el promedio nacional, es decir los datos obtenidos en el operativo realizado más recientemente: la Encuesta Estructural del año 2008. Además de la comparación entre Salta y el País, vienen efectuadas también comparaciones inter-regionales, aprovechando los datos de la red de Observatorios PyME Regionales.

Por un lado las variables más estructurales, es decir las que tienden a permanecer constantes con el transcurso del tiempo (o que vienen relevadas con menos frecuencia por su estabilidad tendencial), permiten una comparación extensa, entre la Provincia de Salta y los datos obtenidos por todos los Observatorios PyME Regionales. La ventaja está en la posibilidad de comparar Salta con varias regiones del País. Por otro lado, las variables de índole coyuntural y de desempeño admiten comparaciones con variables obtenidas el mismo año o para algunos casos hasta el año anterior, es decir 2007. Por lo tanto, en estos casos Salta fue comparada únicamente con el Conurbano de la Provincia

de Buenos Aires, con la ventaja de poder tomar como referencia una de las áreas más dinámicas en términos industriales y cuyos datos se pueden discriminar según la zona (existen tres Observatorios PyME Regionales en el Conurbano: Zona Norte, Oeste y Sur, con distintas características, por lo tanto los datos del Conurbano se toman desagregados y en conjunto).

A partir de esta información es posible individualizar las cuestiones que son específicas del territorio bajo estudio -y por lo tanto requieren una atención especial-, así como aquellas que presentan rasgos comunes con empresas de otras regiones y pueden ser abordadas de manera conjunta.

Se comparan por tanto, las principales características de las pequeñas y medianas empresas de la región de estudio con los resultados observados a nivel nacional y en otras regiones del país. Los datos correspondientes al promedio nacional fueron relevados por medio de la Encuesta Estructural 2008 de la Fundación Observatorio PyME. La información presentada a nivel región se obtuvo por medio de las Encuestas a PyME industriales realizadas por cada uno de los Observatorios Regionales durante 2005 (en el caso de Chaco), durante 2006 (en los casos de Buenos Aires Norte- Santa Fe Sur, Este de la Provincia de Buenos Aires, Centro de la Provincia de Buenos Aires, Gral. Pueyrredon y Delta de la Provincia de Buenos Aires), durante 2007 (en el caso del Suroeste de la Provincia de Buenos Aires y Conurbano Bonaerense).

Recuadro 1. Fuentes primarias de información a utilizarse en el análisis comparativo.



Encuesta Estructural a PyME Industriales 2008 de la Fundación Observatorio PyME. Comprende a empresas de todo el país pertenecientes a una muestra de representativa diseñada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), cuya principal actividad corresponde a la industria manufacturera y cuya cantidad total de ocupados oscila entre 10 y 200.

Encuestas Regionales desarrolladas por los Observatorios PyME Regionales durante 2006, 2007 y 2008.

Comprenden a empresas con un total de personal ocupado incluido en el tramo entre 10 y 200 que poseen locales que desarrollan actividades industriales en cada región bajo estudio.

Los territorios relevados son los siguientes:

Observatorio PyME Regional Suroeste de la Provincia de Buenos Aires.
Ciudad cabecera: Bahía Blanca.

Observatorio PyME Regional Centro de la Provincia de Buenos Aires.
Ciudad cabecera: Tandil.

Observatorio PyME Regional Delta de la Provincia de Buenos Aires.
Ciudad cabecera: Campana.

Observatorio PyME Regional General Pueyrredon y zona de influencia.
Ciudad cabecera: Mar del Plata.

Observatorio PyME Regional Este de la Provincia de Buenos Aires.
Ciudad cabecera: La Plata.

Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense.
Ciudades cabecera: General San Martín, La Matanza y Quilmes.

Observatorio PyME Regional Norte de la Provincia de Buenos Aires – Sur de la Provincia de Santa Fe.
Ciudad cabecera: San Nicolás.

Observatorio PyME Regional Provincia de Tucumán.
Ciudad cabecera: San Miguel de Tucumán.

Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco.
Ciudad cabecera: Resistencia.

Características generales de las PyME industriales de Salta

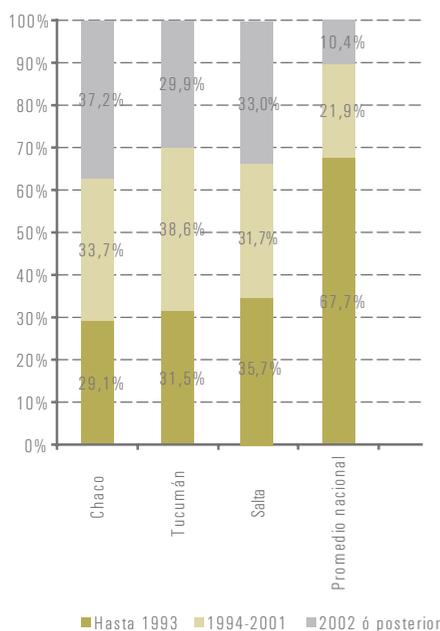
El carácter familiar es un rasgo común de las pequeñas y medianas empresas. Si en los demás territorios considerados en el análisis, aproximadamente tres de cada cuatro empresas son familiares, las PyME de la Provincia de Salta, confirman esta tendencia con un porcentaje cercano al 75%.

Sin embargo, se destacan algunas diferencias regionales al observar la antigüedad de las empresas y su naturaleza jurídica. En lo que se refiere al primer caso, se advierte que en Salta la presencia de una población de empresas relativamente joven, ya que solamente el 35% de las empresas se constituyó con anterioridad a 1993. Esta dimensión está muy por debajo del promedio nacional, que es de casi el doble. Pero es de notar que un porcentaje similar al de Salta puede ser

encontrado en otras provincias del Norte argentino como Chaco y Tucumán.

Otra forma de ver el mismo fenómeno es considerar que Salta tiene una de las bases empresariales 'más joven' de Argentina, donde las empresas nacidas en la segunda mitad de la década del '90 y antes de la crisis de 2002, tienen una participación muy importante, por encima del 30%, que supera ampliamente el promedio nacional. También es importante la proporción de firmas nacidas posteriormente a la crisis de 2001, que representan el 33% del total, una proporción que también supera ampliamente el promedio nacional pero sólo ligeramente superior a Tucumán. Sólo Chaco tiene una estructura industrial más joven que Salta.

Gráfico 3.1 Año de inicio de actividades con la actual razón social. Porcentaje de empresas



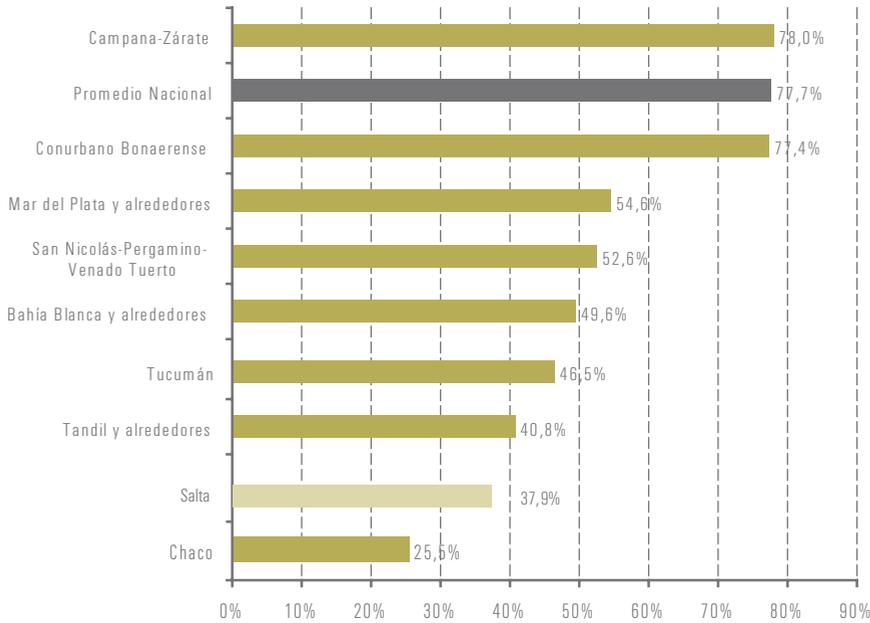
Fuente: Encuesta 2005 – Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales – Fundación Observatorio PyME.

Por otra parte, es importante observar la proporción de empresas constituidas como sociedades anónimas o de responsabilidad limitada, siendo esta característica un indicador del grado de formalidad jurídica de las empresas, muy relevante al momento de solicitar un crédito bancario, formular un proyecto para obtener beneficios de programas públicos y privados y acceder a mercados externos, entre otros.

A partir del Gráfico 3.2, se observa que en Salta menos del 40% de las empresas están conformadas como Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o Sociedad Anónima (SA), un nivel que está bastante por debajo

del promedio nacional y de regiones más desarrolladas como Campana - Zárate y el Conurbano Bonaerense. Sin embargo la situación observada en Salta en cuanto a nivel de formalización de las empresas no difiere mucho de otras regiones del interior argentino: en Chaco se encuentran porcentajes aún menores y en áreas como Bahía Blanca, Mar del Plata, Tandil o incluso en un área más desarrollada como San Nicolás, los porcentajes son superiores pero en proporciones no tan impactantes como cuando se compara con el promedio nacional.

Gráfico 3.2 Proporción de PyME industriales constituidas como sociedades anónimas o de responsabilidad limitada

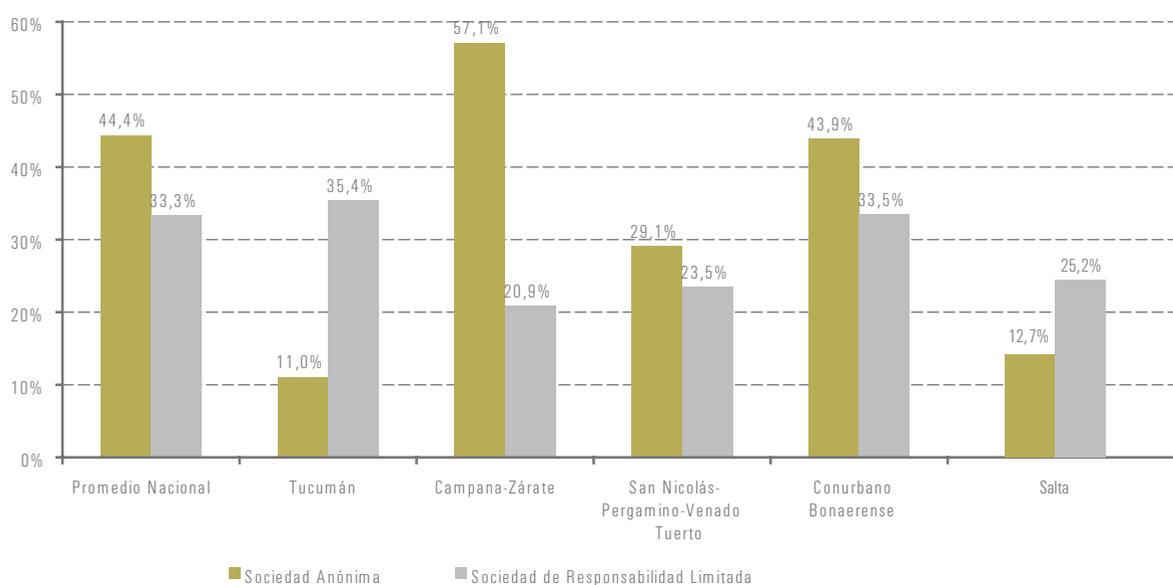


Fuente: Encuesta 2005 - Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006 - Observatorios PyME Regionales Delta, Centro de Buenos Aires, Buenos Aires Norte - Santa Fe Sur y General Pueyrredon y zona de influencia. Encuesta 2007 - Observatorios PyME Regionales Suroeste de Buenos Aires y Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

En el Gráfico 3.3 se puede ver una comparación más acotada y desagregada, para ver la proporción de la participación de sociedades anónimas y sociedades de responsabilidad limitada. Como se puede ver, el principal desequilibrio salteño reside en la muy baja proporción de sociedades anónimas -cerca del 13%- con respecto al promedio nacional y al Conurbano.

En cuanto a las SRL el panorama es más uniforme con lo que se observa en otras regiones, aunque por debajo del promedio nacional y el Conurbano, lo cual permite concluir que el déficit de formalización societaria que separa a Salta del resto de las regiones, está concentrado en la muy baja presencia de Sociedades Anónimas.

Gráfico 3.3 Proporción de PyME industriales constituidas como sociedades anónimas y de responsabilidad limitada

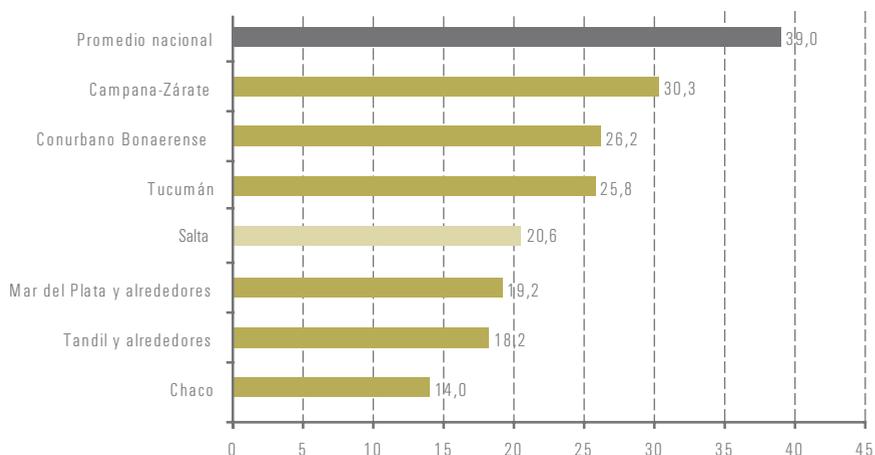


Fuente: Encuesta 2006 - Observatorios PyME Regionales Delta, Buenos Aires Norte - Santa Fe Sur. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Asimismo, es posible conocer la dimensión de las empresas según la cantidad promedio de trabajadores que emplean. A partir del Gráfico 3.4 se observa que Salta presenta una dimensión promedio intermedia en comparación con el resto de las zonas consideradas: 21 empleados por empresa. Este nivel es inferior

al promedio nacional y de otras regiones con alto desarrollo relativo, como Campana - Zárate o Conurbano. Al mismo tiempo Salta supera holgadamente la dimensión promedio relevada tanto en otra provincia norteña como el Chaco, así como en áreas como Tandil y Mar del Plata.

Gráfico 3.4 Dimensión media de los locales industriales.



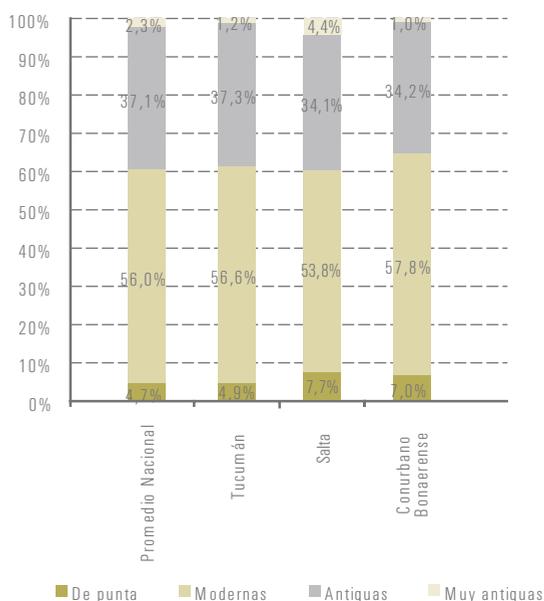
Fuente: Encuesta 2005 – Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006 - Observatorios PyME Regionales Delta, Centro de Buenos Aires y General Pueyrredon y zona de influencia. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales – Fundación Observatorio PyME.

Capital físico

A continuación, se presenta información sobre el estado de la tecnología con que operan las PyME industriales de Salta en sus procesos productivos. En primer lugar, se analiza el estado de la maquinaria de las empresas (Gráfico 3.5). En la provincia de Salta el 61% de las PyME cuenta con maquinarias modernas o de

punta en su proceso productivo, un dato coincidente con el promedio nacional. Si se mira únicamente a las maquinarias de punta, Salta presenta un nivel relativamente elevado lo que indica que algunas empresas salteñas están operando con tecnología de excelente nivel.

Gráfico 3.5 Estado de la maquinaria de los locales industriales. Porcentaje de locales



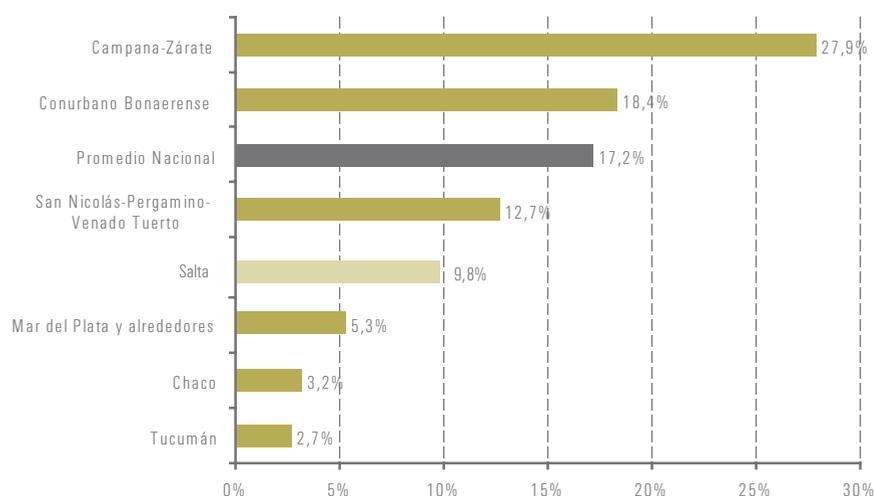
Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales – Fundación Observatorio PyME.

Por otra parte, la disponibilidad de certificaciones da cuenta de la calidad de la producción de las empresas y, por otro lado, también de una mayor organización del proceso productivo, por las actividades que implica emprender el proceso de certificación y de mayores capacidades y posibilidades de introducir mejoras en las distintas áreas de la empresa.

En este sentido, el gráfico siguiente muestra que cerca del 10% de las empresas salteñas certifica normas

ISO, lo cual representa un nivel intermedio en línea con valores de ciertas regiones de la Provincia de Buenos Aires. Sin embargo, el nivel de certificación está por debajo del promedio nacional, 17% y de áreas que también muestran un nivel rezagado como Mar del Plata y Tandil. En muchos casos no contar con este tipo de certificaciones constituye un alto impedimento para emprender una experiencia exportadora o para generar innovaciones.

Gráfico 3.6 Proporción de PyME industriales que cuentan con certificaciones ISO



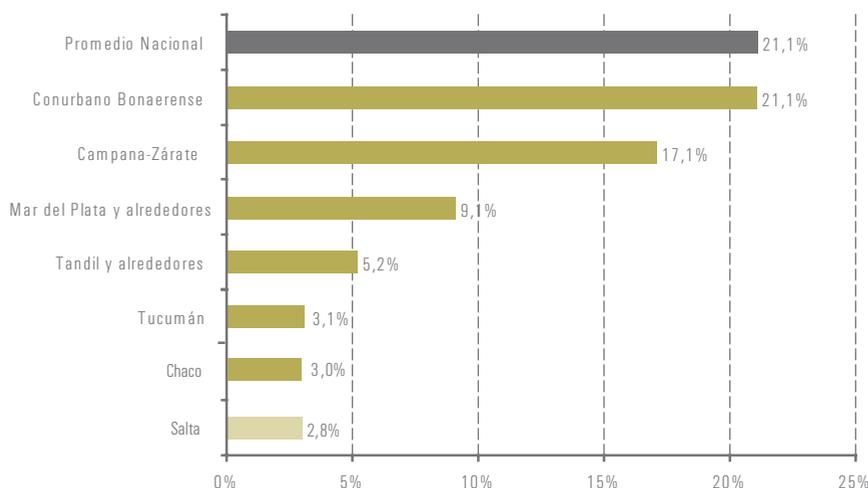
Fuente: Encuesta 2005 – Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006 - Observatorios PyME Regionales Delta, Buenos Aires Norte – Santa Fe Sur y General Pueyrredon y zona de influencia. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales – Fundación Observatorio PyME.

Inserción internacional

El análisis del desempeño exportador de las PyME industriales refleja importantes diferencias entre las distintas regiones del país. A partir del Gráfico 3.7 se analiza el porcentaje de empresas exportadoras, denominada base exportadora. A nivel nacional, la base exportadora del segmento PyME es del 21% (año 2008). Es decir, aproximadamente 1 de cada 5 empresas destina al exterior más del 5% de su facturación anual. Este promedio nacional está muy influenciado por la situación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde una gran proporción - casi el 30% - de las PyME son exportadoras.

Salta cuenta con una base exportadora mínima, del 3%, porcentaje similar al que presentan Tucumán y Chaco, es decir que en aquellas provincias la presencia de PyME exportadoras es un fenómeno extremadamente acotado y refleja la escasa proyección externa de las empresas locales. Por lo tanto no se darán mayores detalles acerca de los sectores exportadores o de los principales mercados de destino, ya que el relevamiento detectó pocos casos y el número no permite hablar de tendencias sectoriales o geográficas de la actividad exportadora.

Gráfico 3.7 Base exportadora. (% de PyME que exportan más del 5% de sus ventas)



Fuente: Encuesta 2005 - Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006 - Observatorios PyME Regionales Delta, Centro de Buenos Aires y General Pueyrredon y zona de influencia. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

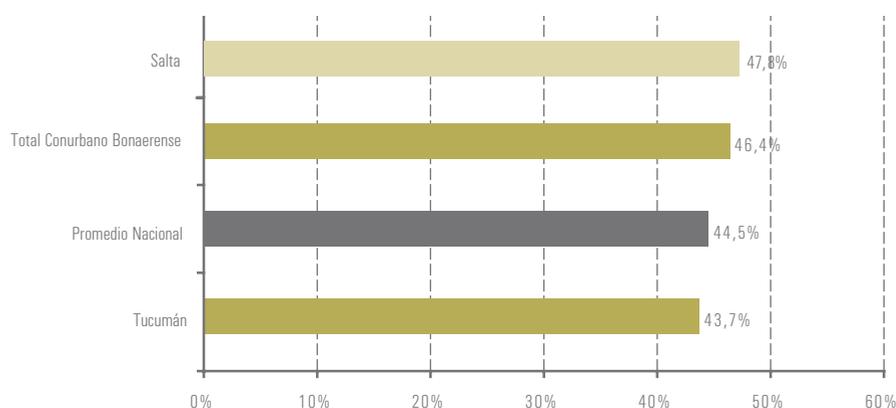
Inversión y financiamiento

A nivel nacional, es interesante observar en primer lugar que, en promedio, el 44,5% de las empresas realizó inversiones en el año 2008 (el año anterior fue el 51% signo de la desaceleración que se verificó durante el último año).

En el caso de Salta se puede ver que el nivel de inver-

sión se sitúa levemente por encima de lo que ocurre a nivel nacional y en el Conurbano Bonaerense, superando netamente al registrado en las provincias de Tucumán. Esta tendencia positiva en cuanto a las inversiones alienta expectativas de crecimiento relativamente mejores que en los otros territorios.

Gráfico 3.8 Proporción de PyME inversoras. Año 2007-08



Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

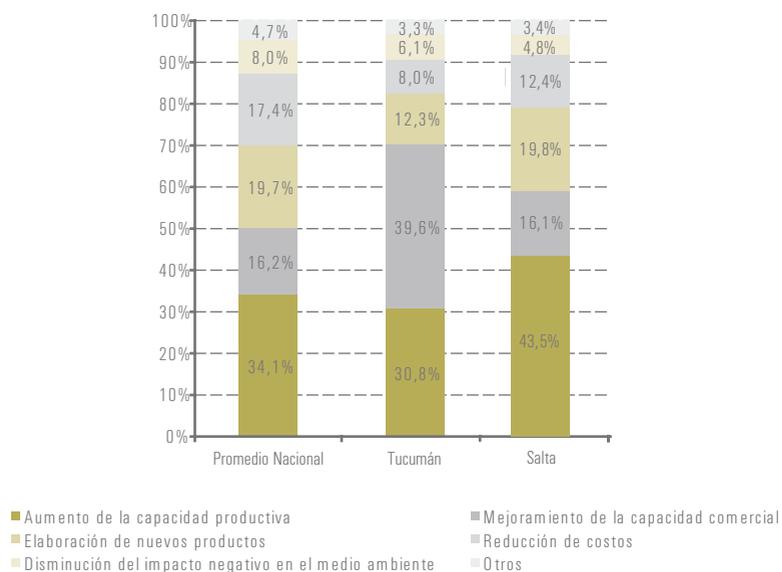
De acuerdo con el promedio nacional, la principal motivación de las inversiones de las empresas fue el incremento de la capacidad productiva (34%). Sin embargo en el Conurbano esta motivación explica más de la mitad de las inversiones totales, mientras que en Salta representó el 43,5%.

En el caso de Salta se observa que la principal motivación de la inversión fue el aumento de la capacidad productiva seguida por la elaboración de nuevos

productos y el aumento de la capacidad comercial (19,8% y 16,1% respectivamente), lo cual se encuentra en línea con el promedio nacional.

En línea con el mayor dinamismo de las inversiones realizadas con el objetivo de expandir la capacidad productiva, en Salta las inversiones en pos de reducir los costos son menores a las realizadas a nivel nacional. Con respecto a Tucumán las inversiones en comercialización son menores en Salta.

Gráfico 3.9 Principal propósito de las inversiones. Año 2007-08

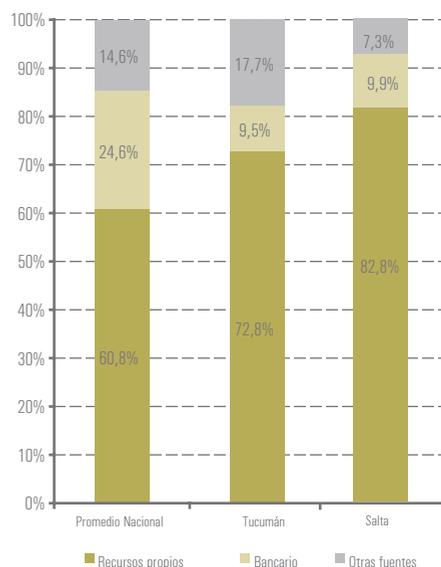


Fuente: Encuesta 2007 - Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Tanto a nivel nacional como en Salta, pero en mayores proporciones, el financiamiento de la inversión proviene, casi exclusivamente, de los propios recursos de los empresarios. Esta es una característica que atraviesa a casi todas las regiones y sectores del país con lo cual constituye un rasgo estructural. Como se observa en el Gráfico 3.10, en promedio el 82,8% de las inversiones realizadas por las PyME industriales de Salta son financiadas con recursos propios.

Este porcentaje es superior al promedio nacional (61%) y al observado en Tucumán. Este mayor uso de los recursos propios para la inversión en el caso salteño explica un menor uso de recursos bancarios: el financiamiento bancario en Salta es usado solamente por cerca del 10% de las PyME, una participación que es menos de la mitad del promedio nacional (24%) y prácticamente igual que en Tucumán.

Gráfico 3.10 Fuentes de financiamiento de las inversiones



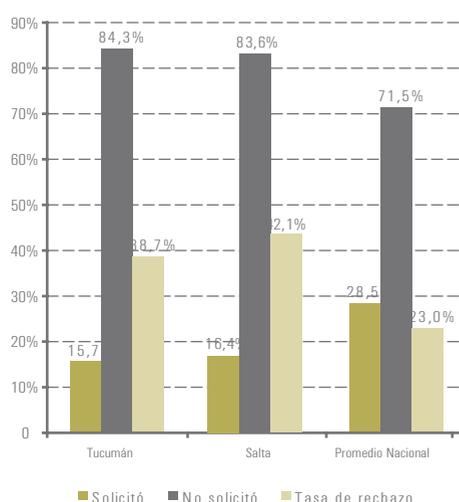
Fuente: Encuesta 2007 - Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

En relación con lo anterior, el Gráfico 3.11 presenta la situación de las PyME industriales frente al crédito bancario. Entre quienes utilizan a los bancos como fuente de financiamiento, la tasa de solicitud promedio de crédito a nivel nacional (excluido el giro en descubierto) fue del 28,5% en 2008, un porcentaje que prácticamente duplica el observado en las provincias

de Salta y Tucumán (16,4%).

Salta presenta la mayor tasa de rechazo frente a las solicitudes de crédito bancario (42,1%), por ende las empresas PyME salteñas son las que menos recurren al crédito bancario y al mismo tiempo las que presentan mayor tasa de solicitudes rechazadas.

Gráfico 3.11 Solicitud de crédito bancario (excluido el descubierto en cuenta corriente)

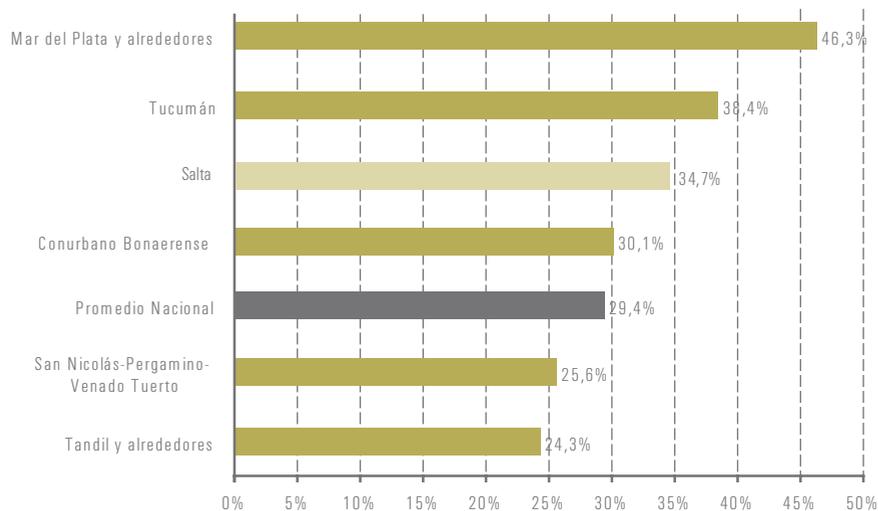


Fuente: Encuesta 2007 - Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Resulta interesante constatar entonces hasta qué punto la falta de financiamiento perjudica la posibilidad de invertir, mirando a la frecuencia de proyectos de inversión frenados por la falta de recursos financieros. Como puede verse en el próximo gráfico, en Salta casi el 35% de las empresas declaran encontrarse en esta

situación. Sin embargo, este porcentaje es superado holgadamente por Mar del Plata y en menor medida por Tucumán. El racionamiento financiero es menor en el Conurbano Bonaerense y en los territorios del interior bonaerense como Tandil, San Nicolás y Pergamino

Gráfico 3.12 Proyectos frenados por falta de financiamiento



Fuente: Encuesta 2005 - Observatorios PyME Regionales Centro de Buenos Aires, Buenos Aires Norte - Santa Fe Sur y General Pueyrredon y zona de influencia. Encuesta 2007 - Observatorios PyME Regionales Suroeste de Buenos Aires y Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

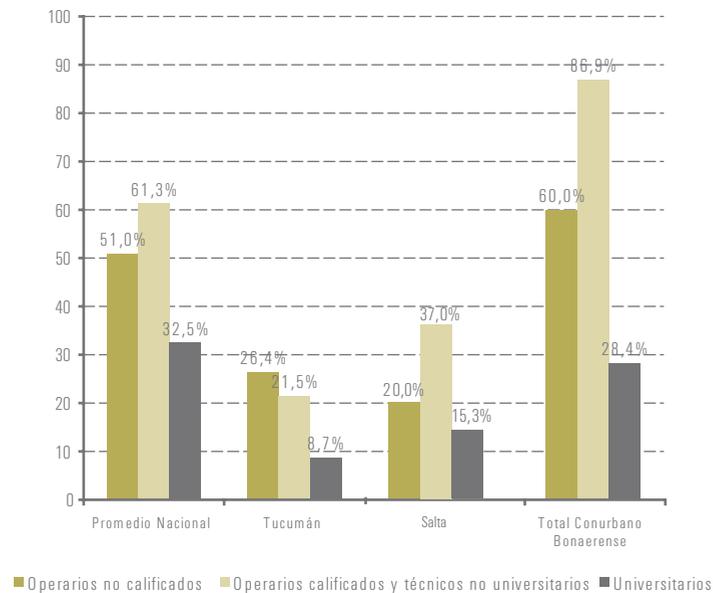
Incorporación y capacitación de recursos humanos

Resulta interesante evaluar la demanda de trabajadores de diferentes niveles de instrucción y las dificultades para poder conseguir personal con las características buscadas.

Al igual que en la Provincia de Tucumán, la demanda de recursos humanos de todos los niveles de instrucción que realizan las PyME industriales salteñas es sustancialmente más baja si comparada con el promedio

nacional y con regiones de mayor desarrollo industrial como el Conurbano Bonaerense. En efecto, como se observa en el gráfico 3.13 la proporción de PyME industriales salteñas que buscaron personal durante 2007 y 2008 es para todos los niveles de instrucción, aproximadamente la mitad que la registrada a nivel nacional y en el Conurbano Bonaerense.

Gráfico 3.13 Proporción de PyME industriales que han requerido trabajadores, por categoría



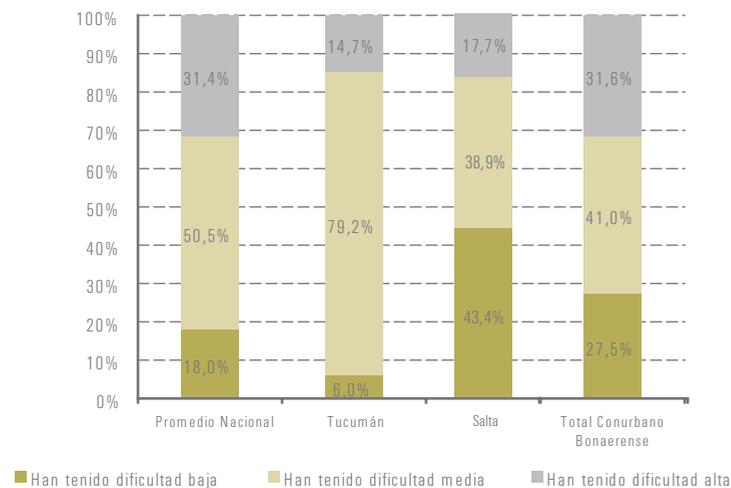
Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Hay que destacar, sin embargo, que la proporción de PyME industriales salteñas que demandan personal, fue aproximadamente el doble que la registrada por las PyME industriales tucumanas, excepto para la categoría de “operarios no calificados” en la cual, la demanda tucumana es superior a la salteña. Con respecto a Tucumán, se destaca en cambio en Salta la

demanda de operarios calificados, técnicos no universitarios y universitarios.

El grado de dificultad para conseguir personal de los distintos niveles de instrucción puede observarse en los Gráficos 3.14, 3.15, 3.16. Allí se puede ver que las dificultades para conseguir operarios no calificados en Salta son relativamente más bajas que en Tucumán.

Gráfico 3.14 Grado de dificultad para la contratación de operarios no calificados

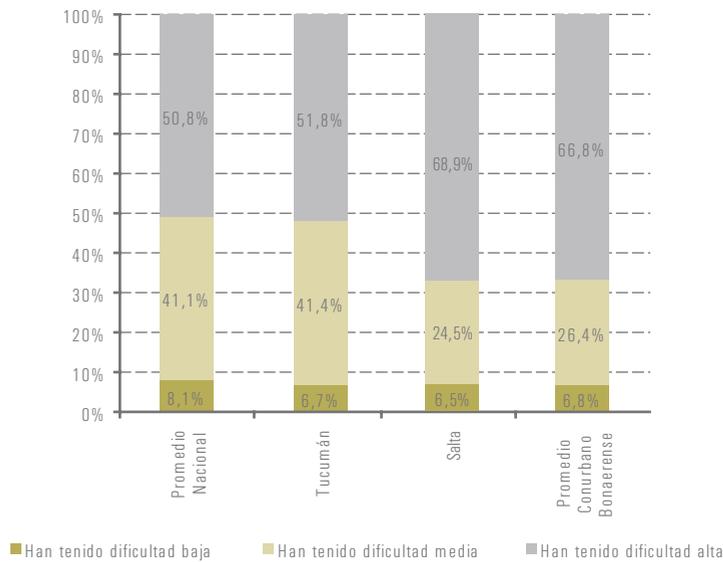


Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

A la inversa, tanto con respecto al resto del país como a Tucumán, las dificultades en Salta para conseguir operarios calificados y técnicos no universitarios, son relativamente más bajas, como se observa en el Grá-

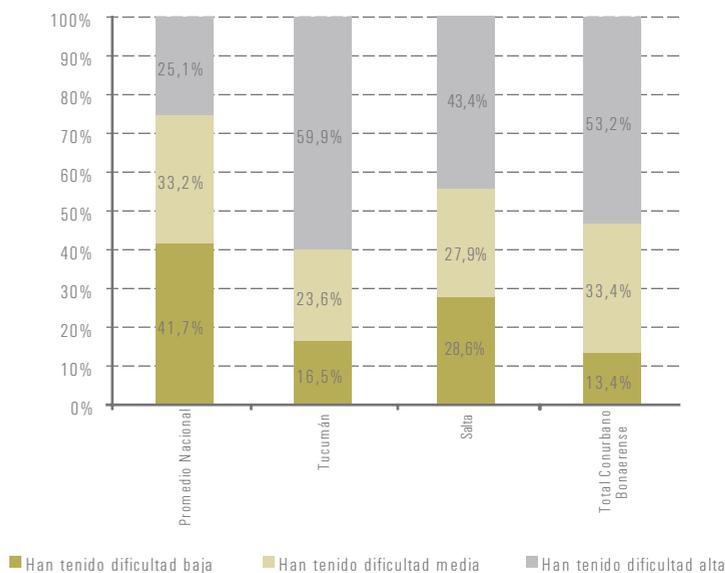
fico 3.15. Las dificultades para conseguir trabajadores universitarios son más bajas en Salta que en Tucumán y en otros territorios como el Conurbano Bonaerense.

Gráfico 3.15 Grado de dificultad para la contratación de operarios calificados y técnicos no universitarios



Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 3.16 Grado de dificultad para la contratación de universitarios



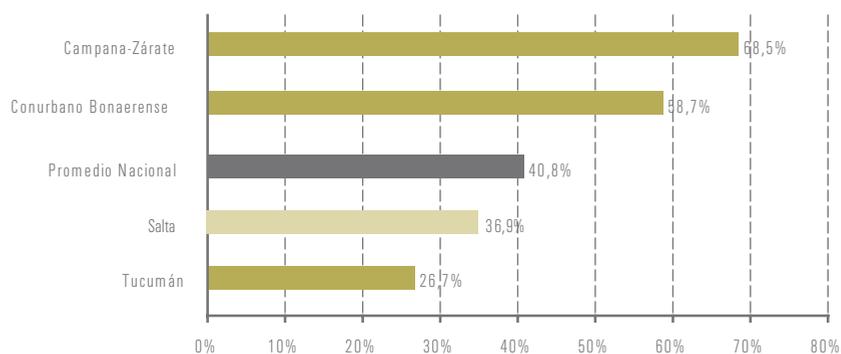
Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

En conclusión, se observa en Salta una especial dificultad en el mercado del trabajo de los operarios calificados y técnicos no universitarios. Esta dificultad es mayor que en otras provincias con similar nivel de desarrollo, como Tucumán. En efecto, con respecto a esta provincia, en Salta es mayor la demanda de trabajadores calificados y técnicos no universitarios, como también son mayores las dificultades de las empresas para cubrir dichos puestos de trabajo.

En línea con las mayores dificultades registradas en Salta para conseguir personal calificado, se observa una mayor proporción de PyME industriales que rea-

lizan actividades de capacitación que en Tucumán. Como puede verse en el Gráfico 3.17 la proporción de PyME industriales que realizan actividades de capacitación de su personal es del 37% del total, contra el 27% en Tucumán. El promedio salteño es sólo levemente inferior al promedio nacional, marcando en este sentido un buen desempeño relativo, pero igualmente es importante destacar que el nivel salteño se encuentra prácticamente en la mitad del registrado en las regiones más industrializadas del país tales como la micro región Zarate-Campana-Pilar-Escobar y el Conurbano Bonaerense.

Gráfico 3.17 Porcentaje de empresas que capacitaron a su personal



Fuente: Encuesta 2006 - Observatorio PyME Regional Delta. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Relaciones con clientes y proveedores

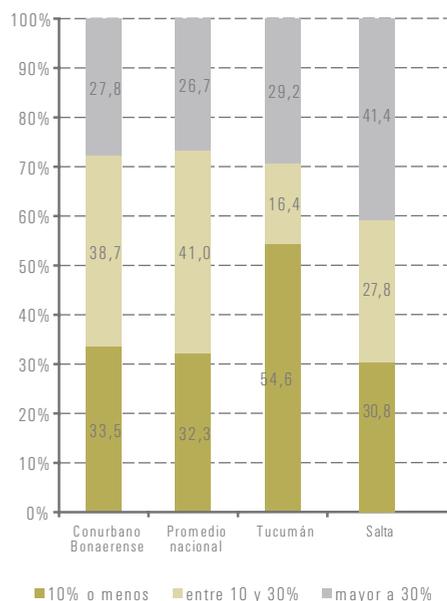
Otro aspecto que merece ser analizado, para comprender las características estructurales de las PyME industriales salteñas con respecto a sus colegas localizadas en otras regiones de Argentina, es la relación con clientes y proveedores.

La proporción de las ventas colocadas en el principal cliente y la proporción de compras realizadas al principal proveedor, así como la distancia geográfica que las separa de ellos, brindan información muy valiosa para diagnosticar las características de las cadenas de valor en la cual se encuentran inmersas las PyME salteñas.

Como se observa en el gráfico 3.18 la concentración de las ventas de las PyME industriales salteñas en su principal cliente es muy importante. El 40% de las empresas coloca más del 30% de sus ventas totales en el principal cliente. Esta proporción de empresas que concentra el 30% de sus ventas en el principal cliente

es sustancialmente superior al promedio nacional y al Conurbano Bonaerense y también al registrado en la Provincia de Tucumán. Este dato podría ser interpretado como una relativa debilidad de la empresa salteña, derivado de la dependencia de un cliente principal. Sin embargo, como rasgo positivo hay que destacar las importantes oportunidades de cooperación interempresarial que se generan en el interior de una cadena de valor entre las PyME y sus principales clientes. Como ejemplo positivo se puede citar que también en la región industrialmente más dinámica de Argentina (Zarate-Campana-Pilar-Escobar), el 45% de las PyME industriales coloca más del 30% de sus ventas en el principal cliente, un rasgo que indica que grandes empresas y PyME localizadas en esta región están relacionadas verticalmente en su propio territorio.

Gráfico 3.18 Concentración de las ventas (proporción de ventas al principal cliente sobre el total de ventas)

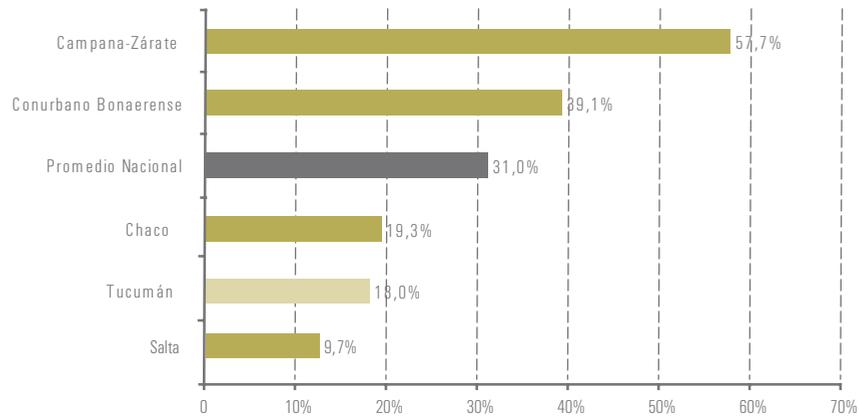


Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

La principal diferencia entre las PyME de Zarate-Campana-Pilar-Escobar y las de Salta, es que para las primeras en la gran mayoría de los casos sus principales clientes pertenecen al sector industrial, mientras que en el caso de las PyME salteñas sus principales clientes en general se encuentran en el sector agrícola o en el sector servicios. En efecto, como puede verse

en el Gráfico 3.19 sólo el 10% de las ventas de las empresas salteñas se coloca entre otras empresas industriales, mientras que en el caso de las empresas de Zarate-Campana-Pilar-Escobar este porcentaje es cercano al 60%. La cadena de valor de la región Delta es netamente industrial, mientras que la cadena de valor salteña es agroindustrial.

Gráfico 3.19 Porcentaje de ventas realizadas a otras empresas industriales

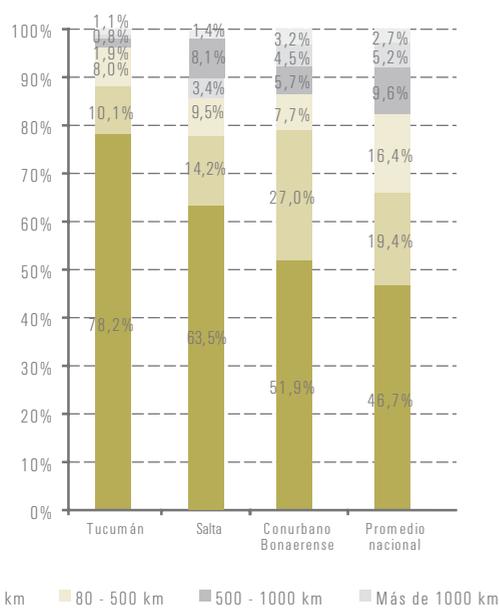


Fuente: Encuesta 2005 - Observatorio PyME Regional Provincia de Chaco. Encuesta 2006 - Observatorio PyME Regional Delta. Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Otro rasgo importante de los clientes de las PyME industriales salteñas es que ellos se localizan en el 80% de los casos a menos de 80 Km. de las empresas, lo que denota un radio de ventas muy regionalizado. Esta fuerte regionalización de las ventas de las empresas salteñas es compartida también por las empresas de Tucumán. La misma fuerte regionalización de las ventas se observa entre las PyME del Conurbano Bonaerense y de Zárate-Campana-Pilar-Escobar, pero en este caso los mercados regionales son muy grandes y

brindan importantes oportunidades. En el caso de las PyME salteñas y tucumanas los mercados regionales son pequeños y sería necesario perseguir mayores niveles de venta fuera de la región de localización. Este es un logro que paulatinamente las empresas salteñas están logrando, ya que los clientes ubicados a más de 1.000 Km. comienzan a representar niveles cercanos al 10% de las ventas totales, como se puede constatar en el Gráfico 3.20.

Gráfico 3.20 Distancia del principal cliente



Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Si analizamos las características de los proveedores de las PyME industriales salteñas, en el Gráfico 3.21, podemos constatar que de manera similar a las empresas de Tucumán, casi en el 50% de las empresas las compras al principal proveedor representan más de un 50% del total de compras. Esta proporción es casi el doble que la registrada a nivel nacional, superando sustancial-

mente a las proporciones registradas en el Conurbano Bonaerense y en Zarate-Campana-Pilar-Escobar. Este dato está marcando una importante concentración de las compras de las PyME industriales del NOA en pocos proveedores, que como veremos se encuentran situados además en localidades que distan más de 1000 Km. de las plantas PyME.

Gráfico 3.21 Concentración de las compras (proporción de compras al principal proveedor sobre el total de compras)

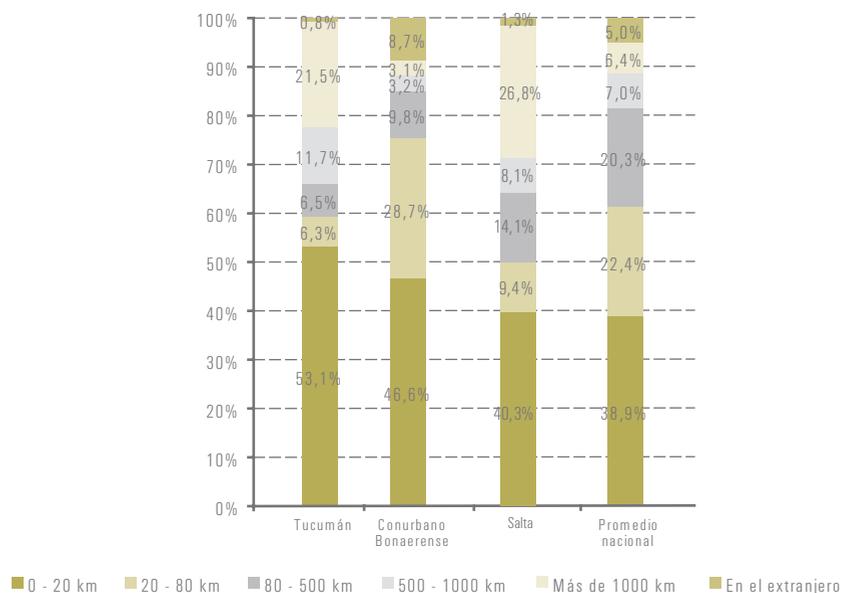


Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

Inversamente a la regionalización de las ventas, como puede verse en el Gráfico 3.22 el 30% de las compras de las PyME industriales salteñas se realiza a más de

1000 Km. de distancia, mientras que el promedio nacional es del 10%.

Gráfico 3.22 Distancia del principal proveedor



Fuente: Encuesta 2007 - Observatorio PyME Regional Conurbano Bonaerense. Observatorios PyME Regionales Provincias de Tucumán y Salta. Encuesta 2008. Encuesta Estructural a PyME industriales - Fundación Observatorio PyME.

En síntesis, la cadena de valor en la cual se insertan las PyME industriales salteñas está caracterizada por una relativa cercanía de los clientes y una relativa gran distancia de los proveedores, marcando de esta manera una dependencia estructural de las provisiones de insumos de otras regiones del país. Esta distribución regional de la cadena de valor de las PyME salteñas

tiene su explicación en las características de la distribución espacial de la actividad económica de Argentina, de manera que es bastante difícil de modificar en el corto plazo, pero se destaca este rasgo característico de las empresas del NOA, que debería ser adecuadamente considerado en las políticas públicas nacionales y provinciales.

En síntesis

1. Edad, tamaño y formalidad jurídica: necesidad de asistencia técnica y acompañamiento de las empresas

Al igual que en las otras provincias del Norte argentino, como Chaco y Tucumán, las PyME industriales salteñas son más jóvenes que las del resto del país. Más de la tercera parte de las empresas salteñas nació después de 2001.

Las empresas son jóvenes y también pequeñas. La proporción de empresas con menos de 50 ocupados es más alta en Salta que en el promedio del país. Siendo jóvenes y pequeñas, las PyME industriales salteñas también muestran un grado de formalidad jurídica muy inferior al resto del país. Casi el 60 % de las empresas está constituido bajo la forma de sociedad unipersonal o de hecho. Es en el sector maderero donde se observa la mayor acentuación de estos tres rasgos.

Las empresas jóvenes, pequeñas y jurídicamente poco formales, tienen una alta probabilidad de no sobrevivir o de estancarse en su crecimiento. Por esta razón es importante atender y acompañar a estas empresas con programas públicos altamente profesionalizados con el objetivo de ayudarlas a consolidar y expandir su posición en el mercado.

Estos son los principales motivos por los cuales es importante no dejar libradas a estas empresas a su propia suerte, sino organizar un acompañamiento público-profesional que permita consolidar sus posiciones en el mercado.

Las empresas solicitan principalmente acceso al financiamiento, capacitación y disminución de la carga de los impuestos al trabajo. No manifiestan problemas ni con los impuestos provinciales ni con los impuestos municipales. La conclusión es clara, debido a que el Estado salteño no puede intervenir de ninguna manera para disminuir la carga impositiva del trabajo, los instrumentos de acompañamiento y asistencia relativamente disponibles a nivel provincial son el acceso al financiamiento y los planes de capacitación. El Estado provincial ha lanzado una serie de programas en uno y en otro tema, pero por ahora sólo una pequeña parte de las PyME industriales está accediendo a estos programas públicos provinciales y/o municipales. Adicionalmente, tampoco los programas públicos nacionales llegan a las PyME salteñas: sólo el 1,5% los han utilizado.

Es necesario mejorar la difusión de los programas existentes y al mismo tiempo calibrar permanentemente el diseño de los programas a las reales posibilidades de las empresas salteñas que, como hemos visto, son más frágiles que el promedio nacional.

2. La demanda de inversión: ningún desvío con respec-

to al nivel nacional, salvo en TIC's.

No se observa entre las PyME industriales de la Provincia de Salta una inferior propensión a invertir que en el resto del país. Es más, la proporción de empresas inversoras es levemente superior al promedio nacional (48% vs. 45%). Hay que señalar que estas proporciones son bajas si comparadas con el nivel internacional, pero claramente el nivel de la inversión es un problema nacional y no un problema salteño.

El destino de la inversión realizada por las PyME salteñas muestra una situación competitiva diferente al promedio nacional y a sus colegas de la Provincia de Tucumán. En efecto, la proporción de las PyME industriales de Salta que invierte para aumentar su capacidad productiva es superior al promedio nacional, mientras que la proporción de aquellas que realiza inversiones para reducir los costos de producción es inferior al promedio nacional. Finalmente, la proporción de PyME salteñas que invierte con el objetivo de mejorar la cadena de comercialización es bastante inferior a la proporción registrada entre las empresas tucumanas.

El 40% del parque de maquinaria de las PyME industriales salteñas es obsoleto (antiguo o muy antiguo), pero esta condición no difiere ni de las empresas tucumanas ni del promedio nacional. La obsolescencia del parque maquinaria es un problema nacional y no específicamente de las empresas salteñas. Al igual que a nivel nacional el problema de la obsolescencia es más grave entre las empresas más pequeñas. Hay que destacar la especial obsolescencia que se observa en el parque maquinaria de las empresas del sector maderero y de los productos de madera.

Una modernización mayor del parque maquinaria no fue posible debido a que aproximadamente la mitad del las empresas existentes en la Provincia no han invertido, debido principalmente a dos motivos principales: la incertidumbre de la situación económica actual y la falta de financiamiento. El 35% de las PyME industriales salteñas declara tener frenado un proyecto de inversión debido a la falta de financiamiento. Otra vez estas proporciones no son sustancialmente diferentes a las registradas entre las empresas del resto del país, de manera que también en este aspecto los límites para renovar el parque maquinaria de las empresas es nacional y no de Salta.

Un aspecto a destacar sobre el dinamismo de las PyME industriales salteñas es su evidente avance en los programas de certificaciones de calidad ISO, lo que denota una cierta preocupación por mejorar los niveles de organización interna de las empresas. Efectivamente, la proporción de empresas certificadas en

Salta es tres veces superior a la registrada en Tucumán y Chaco (10% vs. 3% en ambos casos). Es un dato sorprendente, porque si bien la proporción de empresas certificadas es la mitad del promedio nacional, es casi el doble del observado en territorios de mayor desarrollo relativo como Mar del Plata o Tandil en el interior bonaerense.

Donde sí se observa un especial rezago de las PyME industriales salteñas que comparten con las tucumanas es en el acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's). Mientras que la proporción de empresas que tiene acceso a Internet es sólo inferior en un 10% al promedio nacional, la proporción de empresas que tienen página web propia es 50% inferior al promedio nacional aunque un 10% por encima de las tucumanas. Hay aquí un evidente rezago que depende en parte de la predisposición de las PyME salteñas de demandar este tipo de servicios y por otra parte de una oferta de soluciones informáticas limitada. Es este un tema de futura investigación. Como conclusión podemos afirmar que la vocación inversora en Salta está completamente en línea con el promedio nacional y que tal vez el único desvío importante observado es en cuanto a la vocación por utilizar las TIC's. Pero no está claro todavía si la menor inversión en TIC's sea una cuestión de actitud no innovadora de los empresarios salteños o un límite de la dotación infraestructural local que supera las posibilidades individuales de las empresas.

3. Clientes y proveedores: mecanismos para incrementar la demanda global regional.

Con respecto a las empresas de otras regiones del país las PyME industriales salteñas junto a las tucumanas se destacan por vender la gran mayoría de la producción en su propia provincia y región, pero abastecerse de sus insumos industriales en el corredor Rosario-Buenos Aires. Sólo las empresas del sector maderero y del sector de los alimentos y bebidas muestran una menor dependencia de los proveedores extraregionales.

La mayor proporción de las ventas (60%) de las PyME industriales salteñas se coloca entre consumidores y comercio minoristas, mostrando así su orientación a satisfacer las necesidades de la demanda de la población local. Un 30% de las ventas se dirige a comercios mayoristas, empresas industriales y empresas agrícolas. El restante 10% entre empresas de servicios y sector público.

Sólo el 17% del total de las ventas se coloca entre grandes empresas (en Tucumán, 22%; Promedio PyME nacional, 32%), mientras que el 40% se dirige a otras PyME. En el 80% de los casos el principal cliente se encuentra a menos de 80 Km. de la empresa. Otro indicador de la fortísima regionalización de las ventas. Los principales proveedores de las PyME industriales salteñas son otras empresas industriales y comercios

mayoristas. De forma similar a Tucumán, la mitad de las empresas concentra más del 50% de sus compras en el principal proveedor. El 30% de las compras se realiza a más de 1000 Km. La importancia de los proveedores extraregionales es otra manera de constatar que el motivo principal de la localización de empresas en Salta fue satisfacer la demanda local.

La base de la expansión estructural de las PyME salteñas está dada por el incremento de la demanda local, el mejoramiento de los niveles de ingreso de la población, la expansión del sector agrícola y silvícola, el crecimiento del sector industrial y de servicios locales y el incremento de la demanda del sector público.

Asegurar la calidad de la materia prima local para atraer nuevas inversiones en el sector maderero y agroalimenticio, incrementar las relaciones comerciales entre empresas locales y las compras locales del sector público, podrían ser el objetivo de una política pública de alcance provincial o regional en el ámbito del NOA, capaz de incrementar el nivel de la demanda local y por esta vía reforzar las perspectivas de desarrollo de las PyME industriales salteñas.

4. Acceso al mercado internacional: fuerte aislamiento

El rasgo idiosincrático más evidente de las PyME industriales salteñas, que comparten con el resto de sus colegas del NOA, es su aislamiento de los mercados internacionales. Solo un 3% de las empresas exporta sus productos y por otra parte casi no sufren la competencia internacional en su mercado regional. En efecto, sólo el 14% de las empresas siente amenazado su mercado por las importaciones contra el 38% del promedio PyME nacional. La amenaza de competidores extranjeros es el problema menos difundido entre estas empresas.

Sin embargo, es importante hacer notar que a diferencia de las empresas del NEA el aislamiento de los mercados internacionales de las empresas del NOA, parece obedecer a causas más estructurales ligadas al aislamiento geográfico que a razones de falta de competitividad derivadas del insuficiente nivel de desarrollo. El insuficiente nivel de infraestructura de comunicación vial y ferroviario limita drásticamente las posibilidades de conexión con el mercado internacional de las PyME industriales salteñas. Los altos costos de transporte debidos al aislamiento geográfico agregan un problema adicional a las empresas salteñas con respecto a sus colegas del NEA. La participación del costo de transporte y logística en las PyME industriales de Salta es el doble del promedio nacional, y por supuesto el problema es más grave entre las empresas más pequeñas.

La total reactivación del ferrocarril Belgrano, junto con el drástico mejoramiento de los accesos a los puertos de Chile y Brasil así como cambios en la infra-

estructura intangible dadas por las regulaciones y una mayor oferta de operadores logísticos, constituyen un imperativo sin el cual difícilmente las PyME industriales salteñas puedan lograr conectarse de manera más dinámica con los mercados internacionales.

Difícilmente la política pública provincial pueda resolver estos condicionamientos estructurales de la producción manufacturera provincial pero, sin duda, el tema constituye el eje central de la necesidad de articular la política pública en materia de infraestructura provincial con aquella nacional.

5. Dos condiciones de contexto estructuralmente deficientes: financiamiento y oferta de mano de obra calificada.

La dificultad de acceso al financiamiento bancario es uno de los problemas más graves y difundido entre las PyME industriales de Argentina. Sin embargo, las PyME industriales del NOA son las más discriminadas crediticiamente de todo el país. Tanto en Salta como en Tucumán, sólo el 10% de estas empresas logra obtener algún financiamiento bancario, mientras que el promedio nacional de acceso es del 22%. En cualquier país europeo dicho porcentaje alcanza el 99% y en Chile el 70%.

Tanto en Tucumán como en Salta, la tasa de rechazo a las solicitudes de préstamo bancario es de aproximadamente el 40%. El promedio nacional de Argentina es del 23%. En la actual coyuntura internacional de restricción crediticia el promedio italiano es del 10% cuando históricamente se ubica alrededor del 1%.

Así debido a las dificultades de acceso al crédito bancario, en Salta el 80% de las inversiones realizadas por las PyME industriales tuvieron que ser financiadas mediante la reinversión de utilidades. En Tucumán dicho porcentaje disminuye hasta el 70% y a nivel nacional disminuye hasta el 60%. Tanto en Salta como en Tucumán el sistema bancario financió solo el 10% de las inversiones, pero en el caso de Tucumán, clientes proveedores y otras fuentes doblaron el financiamiento obtenido por las empresas en los bancos, mejorando de esta manera el apalancamiento de las firmas. A nivel nacional los bancos financiaron el 25% de la inversión.

La reinversión de utilidades empresarias no es suficiente para financiar una completa modernización tecnológica de las PyME industriales salteñas

Estas estadísticas muestran a las claras el grave problema del financiamiento de la inversión en Argentina y especialmente en Salta. Resolver esta situación estructural no está dentro de las actuales posibilidades de los gobiernos provinciales. En el caso de Salta, los importantes esfuerzos realizados por el Gobierno mediante la

asignación de partidas presupuestarias especialmente reservadas en 2009 para el financiamiento del sector privado (aproximadamente 52 millones de pesos), aún si fueran enteramente colocadas sólo alcanzarían para expandir el crédito al sector privado provincial en un modesto 3%.

Tampoco los programas nacionales y de los bancos públicos nacionales orientados a sostener el financiamiento de la inversión de las PyME logran resolver este grave problema. Todos los programas de la SE-PyME se hallan gravemente subejecutados y las líneas de créditos del Banco de la Nación no han llegado aún a la Provincia de Salta: el 70% de las empresas no conoce dichas líneas y del 30% de los que las conocen, sólo un tercio lo solicitó y por ahora sólo el 5% logró obtenerlo. Es decir que tuvieron acceso a la línea crediticia del Banco de la Nación, sólo el 1,5% de las PyME industriales salteñas.

Si bien la proporción de PyME industriales salteñas que demandan trabajadores (de todos los niveles de instrucción), al igual que en Tucumán, es aproximadamente la mitad que la registrada a nivel nacional, el grado de dificultad para contratar trabajadores calificados o técnicos no universitarios es un poco superior a la registrada en Tucumán y el doble que la registrada en el resto del país. Se concluye entonces que la dificultad para contratar trabajadores calificados y técnicos en Salta tiene una particular gravedad, aún si comparada con otras provincias del NOA como Tucumán. Sorprendentemente, los territorios provinciales más castigados por la falta de trabajadores calificados son aquellos comprendidos en la región Central de la provincia, que a su vez es aquella que muestra mayor grado de desarrollo productivo.

Las empresas salteñas están enfrentando este problema de manera activa, realizando esfuerzos para capacitar su personal, pero de todas maneras estos esfuerzos son aún muy inferiores a los realizados en otras regiones más desarrolladas del país. Ciertamente el desafío es estructural y escapa a las posibilidades individuales de las empresas salteñas.

En lo inmediato los esfuerzos individuales de las empresas pueden ser acompañados mediante la intensificación de los esfuerzos de política pública orientada a promover la capacitación llevada a cabo por las mismas empresas, sin embargo la solución estructural al problema es el aumento de la cantidad de escuelas técnicas disponibles en las regiones más castigadas. Un componente esencial de la política pública de promoción de la capacitación tiene que ser el compromiso directo de las empresas más grandes de la provincia como sujetos activos y difusores de buenas prácticas entre las PyME de la provincia.

A. Caracterización de las PyME industriales de la Provincia.

Cuadro I.1. Año de inicio de actividades con la actual razón social. Porcentaje de empresas

	Inicio de la razón social			Total
	Hasta 1993	1994-2001	2002 ó posterior	
Total Provincia de Salta	34,5	31,4	34,1	100
15-Alimentos y bebidas	35,4	35,1	29,5	100
20-productos de madera, corcho	32,4	16,2	51,4	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	28,0	35,3	36,7	100
Otras Actividades	36,9	31,4	31,7	100

Cuadro I.2. Forma jurídica

	Unipersonal	Sociedad de hecho	Sociedad anónima	Sociedad de responsabilidad limitada	Sociedad cooperativa	Otras	Total
Total Provincia de Salta	50,4	3,5	12,1	25,3	5,2	3,6	100,0
15-Alimentos y bebidas	53,9	5,4	12,9	21,4	4,8	1,6	100,0
20-productos de madera, corcho	69,7	0,0	0,0	24,2	6,1	0,0	100,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	47,5	0,0	7,5	30,4	9,2	5,4	100,0
Otras Actividades	35,9	3,5	18,9	30,2	3,5	8,2	100,0

B. Cadenas productivas y competencia

Clientes

Cuadro I.3 Tipo de cliente de las PyME industriales (% de empresas)

	Venta directa al público	Comercio minorista	Comercio mayorista	Empresas industriales	Empresas de servicios	Sector público	Empresas agropecuarias	Otros	Total
Total Provincia de Salta	41,6	19,4	13,6	9,2	3,5	2,8	8,3	1,5	100
15-Alimentos y bebidas	49,9	31,5	11,3	1,4	1,3	2,8	0,8	1,0	100
20-Productos de madera, corcho	27,7	5,1	17,9	18,5	0,5	0,7	29,4	0,3	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo, Automotores y autopartes	25,6	6,3	2,4	29,2	10,5	1,9	23,2	0,8	100
Otras Actividades	42,4	12,4	20,5	8,2	5,9	4,5	2,5	3,6	100

Concentración de la Demanda

Cuadro I.4 Concentración de ventas en el cliente principal (% de locales)

	Hasta 10%	Entre 11 y 30%	Más de 30%	Total
Total Provincia de Salta	30,9	27,5	41,7	100
15-Alimentos y bebidas	31,0	19,0	50,0	100
20-productos de madera, corcho	30,0	30,0	40,0	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	29,3	32,2	38,5	100
Otras Actividades	31,7	37,8	30,5	100

Cuadro I.5 Dimensión del principal cliente (% de locales)

	Consumidor final	Empresa de menos de 200 ocupados	Empresa de más de 200 ocupados	Total
Total Provincia de Salta	41,5	41,2	17,3	100
15-Alimentos y bebidas	56,3	34,4	9,4	100
20-productos de madera, corcho	25,0	55,0	20,0	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	13,0	71,8	15,1	100
Otras Actividades	38,4	32,8	28,8	100

Cuadro I.6 Distancia al principal cliente (% de locales)

	0-20 Km	20-80 Km	80-500 Km	500-1000 Km	más de 1000 Km	En el extranjero	Total
Total Provincia de Salta	63,2	13,5	10,3	3,2	8,8	1,1	100,0
15-Alimentos y bebidas	73,8	15,4	7,7	3,1			100,0
20-Productos de madera, corcho	27,8	22,2	5,6		44,4		100,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo, Automotores y autopartes	54,2	20,4	15,4	5,0		5,0	100,0
Otras Actividades	66,6	3,9	14,3	4,1	9,6	1,5	100,0

Proveedores

Cuadro I.7 Tipo de proveedor de las PyME industriales (% de empresas)

	Comercios mayoristas	Empresas industriales	Empresas de servicios	Empresas agropecuarias	Otros	Total
Total Provincia de Salta	45,0	36,9	4,0	8,4	5,7	100
15-Alimentos y bebidas	46,1	39,8	3,5	6,5	4,1	100
20-Productos de madera, corcho	22,9	23,9	5,5	30,3	17,4	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo, Automotores y autopartes	61,0	30,1	6,4	1,6	0,8	100
Otras Actividades	45,8	41,4	3,0	4,7	5,2	100

Concentración de las compras

Cuadro I.8 Participación del principal proveedor en las compras de insumos de las PyME industriales

	25% o menos	entre 25 y 50%	mayor a 50%	Total
Total Provincia de Salta	22,6	30,9	46,5	100,0
15-Alimentos y bebidas	20,0	30,8	49,2	100,0
20-Productos de madera, corcho	20,0	45,0	35,0	100,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	25,4	27,3	47,3	100,0
Otras Actividades	27,1	25,1	47,9	100,0

Cuadro I.9 Distancia al principal proveedor (% de locales)

	0-20 Km	20-80 Km	80-500 Km	500-1000 Km	más de 1000 Km	En el extranjero	Total
Total Provincia de Salta	40,5	9,7	15,2	8,3	25,3	1,0	100
15-Alimentos y bebidas	41,5	7,7	10,8	12,3	27,7		100
20-Productos de madera, corcho	42,1	36,8	15,8	5,3			100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo, Automotores y autopartes	50,9	3,3	8,178		37,5		100
Otras Actividades	33,9	2,4	24,7	7,2	28,4	3,6	100

C. Tecnología, capital físico y humano

Cuadro I.10 Estado de la maquinaria de las PyME industriales

	De Punta	Moderno	Antiguo	Muy Antiguo	Total
Total Provincia de Salta	8,3	52,7	34,7	4,3	100
15-Alimentos y bebidas	3,0	67,2	26,9	3,0	100
20-productos de madera, corcho		30,0	55,0	15,0	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	6,7	61,0	32,3		100
Otras Actividades	22,4	37,0	38,0	2,6	100

Cuadro I.11 Proporción de PyME industriales con normas ISO

	Certificaciones ISO
Total Provincia de Salta	9,4
15-Alimentos y bebidas	7,6
20-Productos de madera, corcho	5,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	4,8
Otras Actividades	16,5

Cuadro I.12 Proporción de PyME industriales con planes de certificar calidad durante el próximo año

	Plan de certificación de calidad para el próximo año
Total Provincia de Salta	15,1
15-Alimentos y bebidas	14,8
20-productos de madera, corcho	5,6
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	25,6
Otras Actividades	16,0

Cuadro I.13 Proporción de puestos con PC y con Internet por ocupado (% de puestos)

	Puestos con PC por ocupado	Puestos con Internet por ocupado
Total Provincia de Salta	19,8%	16,7%
15-Alimentos y bebidas	16,9%	12,2%
20-productos de madera, corcho	8,7%	8,7%
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	20,7%	19,0%
Otras Actividades	24,2%	21,9%

Empleo y capacitación

Cuadro I.14 Dificultad para contratar mano de obra no calificada (% de empresas)

	No busca	No tiene dificultad	Dificultad Baja	Dificultad Media	Dificultad Alta
Total Provincia de Salta	80,5	8,9	4,6	4,1	1,9
15-Alimentos y bebidas	81,8	6,1	7,6	4,5	
20-Productos de madera, corcho	84,2	5,3			10,5
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	83,1	5,0	5,0	3,5	3,5
Otras Actividades	75,6	16,7	2,0	5,7	

Cuadro I.15 Dificultad para contratar mano de obra calificada (% de empresas)

	No busca	No tiene dificultad	Dificultad Baja	Dificultad Media	Dificultad Alta
Total Provincia de Salta	62,8	6,6	4,1	8,7	17,8
15-Alimentos y bebidas	71,2	7,6	1,5	12,1	7,6
20-Productos de madera, corcho	65,0	10,0	5,0		20,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	36,1	4,8	6,7	11,5	40,9
Otras Actividades	60,0	4,3	6,4	6,6	22,8

Cuadro I.16 Dificultad para contratar universitarios (% de empresas)

	No busca	No tiene dificultad	Dificultad Baja	Dificultad Media	Dificultad Alta
Total Provincia de Salta	84,6	3,6	3,3	3,6	4,9
15-Alimentos y bebidas	90,9	3,0	4,5	1,5	
20-Productos de madera, corcho	100,0				
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	79,6	5,0	3,5	3,5	8,5
Otras Actividades	69,3	5,7	2,8	8,6	13,6

Cuadro I.17 Proporción de locales industriales que realizó actividades de capacitación

	Capacitaron al personal		Total
	Si	No	
Total Provincia de Salta	37,1	62,9	100
15-Alimentos y bebidas	36,4	63,6	100
20-productos de madera, corcho	25,0	75,0	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	54,6	45,4	100
Otras Actividades	36,5	63,5	100

Cuadro I.18 Nivel de satisfacción hacia programas públicos de capacitación

	Satisfacción de programas públicos de capacitación			Total
	Muy satisfactoria	Satisfactoria	Poco satisfactoria	
Total Provincia de Salta	9,2	81,0	9,7	100,0
15-Alimentos y bebidas	9,1	90,9		100,0
20-productos de madera, corcho		80,0	20,0	100,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	20,1	65,6	14,3	100,0
Otras Actividades	4,8	77,3	17,9	100,0

D. Políticas públicas, entorno y gobierno local

Cuadro I.19 Preferencias sobre orientación de los programas de apoyo al sector industrial

	Total Provincia de Salta	15-Alimentos y bebidas	20-Productos de madera, corcho	28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo; Automotores y autopartes	Otras Actividades
Apoyo a PyME/Sector	6,8%	7,2%	13,0%		5,5%
Capacitación	19,8%	18,8%	17,4%	29,3%	18,6%
Comercial	2,5%	2,9%	4,3%		2,0%
Competencia desleal	3,9%	7,2%			2,3%
Disminución impuestos/costo laboral	13,9%	10,1%	13,0%	22,3%	16,8%
Empleados	4,8%	5,8%	4,3%		5,6%
Financiamiento	32,3%	31,9%	30,4%	27,5%	36,0%
Obras para favorecer el sector	4,6%	2,9%		8,1%	8,6%
Tecnificación-maquinarias	5,7%	8,7%	4,3%	3,3%	2,8%
Otros	5,7%	4,3%	13,0%	9,5%	2,0%

E. El financiamiento de las PyME industriales

Cuadro I.20 Solicitud del crédito subsidiado del Banco Nación (% de empresas)

	Solicitó y le fue otorgado	Solicitó y no le fue otorgado	En trámite de solicitud	No solicitó
Total Provincia de Salta	4,8	7,6	13,4	74,1
15-Alimentos y bebidas	6,1	11,5	9,2	73,3
20-productos de madera, corcho	-	-	-	100,0
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	-	13,6	26,5	59,8
Otras Actividades	6,3	-	22,3	71,4

F. Desempeño productivo, expectativas y problemas

Cuadro I.21 Fase de crecimiento de las PyME industriales durante el último año

	crecimiento acelerado	crecimiento normal	estancamiento	achicamiento	Total
Total Provincia de Salta	4,8	57,2	28,7	9,2	100
15-Alimentos y bebidas	2,0	68,8	24,6	4,6	100
20-Productos de madera, corcho	2,6	35,9	46,2	15,4	100
28,29y34-Productos de Metal, Maquinaria y equipo, Automotores y autopartes	6,1	57,5	31,2	5,1	100
Otras Actividades	10,2	49,2	25,3	15,3	100

Cuadro I.22 Principales problemas de los industriales PyME

	Total Provincia de Salta	15-Alimentos y bebidas	20-productos de madera, corcho	28,29y34-Pro- ductos de Metal, Maqui- naria y equipo y Automotores y autopartes	Otras Actividades
Insuficiente capacidad instalada	4,9	4,6	4,8	5,6	5,3
Caída de las ventas	7,5	7,4	7,3	7,6	7,6
Dificultades en la obtención de financiamiento	5,8	5,5	6,2	5,6	6,3
Alta participación de los impuestos en el costo final del producto	7,3	7,2	6,3	8,0	7,7
Disminución de la rentabilidad	7,6	7,4	7,8	7,5	7,9
Retraso en los pagos de los clientes	5,8	5,0	6,1	7,5	6,1
Aumento de los costos directos de producción	8,1	8,0	7,8	8,4	8,2
Fuerte competencia en el mercado interno	6,1	6,6	5,4	5,7	5,7
Fuerte competencia en los mercados internacionales	2,4	2,3	2,8	2,5	2,3
Elevados costos financieros	5,4	5,4	4,9	6,7	5,2
Alto grado de evasión de los productores locales con los que compete	6,4	6,7	6,7	5,6	6,1
Dificultades en el suministro de energía	4,6	5,0	5,8	3,5	3,9
Elevados costos de logística	4,9	5,0	5,8	4,4	4,5
Otros	9,0	9,0	-	-	-

1 - Procedimiento general y definiciones básicas

Los procedimientos de obtención y de elaboración de datos de esta encuesta son, con propósitos comparativos, análogos a los establecidos en todas las encuestas realizadas por otros observatorios regionales de PyME de la República Argentina. Como en las demás encuestas, ésta ha sido realizada mediante entrevistas personales a empresarios que desarrollan actividades industriales dentro de la región, utilizando una muestra probabilística.

El punto de partida para el desarrollo de la encuesta ha sido una muestra de plantas industriales ubicadas en la provincia de Salta, entendiendo por **planta o local industrial todo edificio o espacio cerrado en donde se desarrollan prioritariamente actividades industriales.**

Para este estudio se considera **actividad industrial**

La definición operativa de PyME

Bajo un criterio operativo, en este estudio se aplicó una definición de PyME basada en los datos de personal ocupado y cantidad de locales industriales de las empresas.

En esta encuesta, una empresa fue clasificada como PyME si:

- la cantidad total de personas ocupadas de la empresa estaba comprendida entre 6 y 230, en al menos una de las fechas de referencia de la encuesta (junio y diciembre de 2007 y junio de 2008)¹,
- la empresa no pertenecía a un grupo económico integrado por empresas que, en su conjunto, sumaban más de 200 personas ocupadas.

En caso de que existiese una empresa encuestada con

toda aquélla incluida en las divisiones 15 a 37 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU, rev. 3) y que se denominan, genéricamente, como industrias manufactureras.

Por lo tanto, en esta primera encuesta del Observatorio Regional, han quedado excluidos los locales cuyas actividades son principalmente primarias, comerciales, o de servicios.

A partir de los locales industriales visitados, se detectaron las empresas a las cuales pertenecen y sus características de tamaño. En todos los casos, los datos se recolectaron aplicando, en cada local, un cuestionario estandarizado. Luego se identificaron los casos pertenecientes a empresas clasificadas como PyME.

menos de 5 personas ocupados, la empresa también fue clasificada como PyME si tenía más de una planta industrial y su facturación anual superaba \$ 1.000.000. Como excepción se incluyeron como PyME seis locales que no informaron la cantidad total de personal de la empresa y montos de ventas, pero que son clasificadas como empresas de más de cinco ocupados según los listados Censales del último Censo Económico.

Es de notar que una PyME que desarrolla actividades industriales dentro de una región, puede tener más de un local con actividades económicas, y que su actividad principal no necesariamente es la industria. También puede ocurrir que algunos de los locales de estas empresas estén ubicados fuera de la región.

2 - Diseño de la muestra

El universo tomado como punto de partida para esta encuesta proviene de la primera etapa del Censo Nacional Económico de 2005.

Todos los locales contactados, dentro de la región, en la primera etapa del Censo Nacional Económico de 2005 como industriales, fueron clasificados en tres

grupos, de acuerdo a la cantidad de personas ocupadas declarada por cada local, correspondiente al 31 de diciembre de 2004:

1. Locales industriales con más de 5 ocupados
2. Locales industriales con 5, 4 o 3 ocupados

¹Esta encuesta fue desarrollada en el segundo semestre de 2008.

Como puede observarse, los locales que contaban con 1 o 2 ocupados en 2004 no tuvieron posibilidades de salir seleccionados, ya que la probabilidad de que uno de estos locales sea PyME en el momento de realizar el relevamiento es muy pequeña.

El **grupo 1** fue tomado en su totalidad para la encuesta. Si bien incluía plantas grandes la dificultad operativa de incluirlas es mínima, ya que son poco numerosas, y los datos registrados en el cuestionario permiten excluir, de un modo uniforme, los casos que no corresponden a empresas definidas como PyME.

Con el propósito de detectar e incluir los locales industriales pequeños pertenecientes a PyME con más de un local, el grupo 2 fue muestreado con una fracción de selección de 1/4.

Las fracciones de muestreo fueron fijadas a priori de

modo de obtener una muestra de aproximadamente 450 casos en la región.

Para obtener la muestra del grupo 2, el archivo de datos de direcciones de los locales fue ordenado por departamento y, dentro de cada departamento, por la división de actividad asignada. Luego, en el orden establecido y con las fracciones de muestreo correspondientes a cada departamento, se seleccionó la muestra sistemáticamente.

La muestra proveniente de la guía del Censo Económico 2005 fue, entonces, de 450 locales industriales (cuadro A1).

La muestra proveniente de la guía del Censo Económico 2005 fue, entonces, de 524 locales industriales (cuadro A1).

A1 Cantidades de locales industriales en el universo y en la muestra según:

tramo de tamaño en la guía censal y grupo agregado posteriormente

Tramo de ocupados en el censo y grupo agregado posterior	Locales	
	Universo	Muestra
Más de 5 (grupo 1)	317	317
Hasta 5 (grupo 2)	530	133
Total	847	450

3. El cuestionario de la encuesta

El propósito de esta encuesta fue obtener datos que permitieran conocer las características de las PyME con actividades de la industria manufacturera dentro de la región, tanto a nivel empresarial como a nivel de sus plantas industriales. A la vez, con el propósito de comparar diversas regiones, el cuestionario aplicado es similar al utilizado previamente, por los restantes observatorios regionales de la República Argentina.

Los temas de interés abordados en la encuesta se refieren a:

Datos de la empresa:

- características generales: actividades, actividad principal, año de inicio, actividad principal, cantidad de locales, forma jurídica, pertenencia a grupos económicos, cambios generacionales en las empresas familiares;
- problemas que afronta la empresa y expectativas futuras;
- evolución de la empresa, cantidad de personal ocupado; monto de ventas anuales, porcentajes de ventas al mercado externo, destino de las exportaciones;
- financiamiento de la empresa, créditos bancarios y

- comerciales, estructura de la deuda;
- tipo de clientes y de proveedores;
- políticas públicas: utilización programas públicos y preferencias para la orientación de éstos.

Datos del local:

- principal producto y materia prima, principal actividad del local;
- principal cliente y principal proveedor del local: concentración de las ventas y de las compras, distancias;
- inversiones, fuentes y propósito de las inversiones, razones por las cuales no se invierte;
- empleo, nivel de instrucción del personal, actividades de capacitación y dificultades para contratar personal;
- infraestructura y gobierno local: cortes de energía eléctrica, contaminación ambiental, accesibilidad territorial, seguridad, impuestos y tasas municipales, contacto con áreas de gobierno municipal, posibilidad de traslado a otro territorio.

Al final del anexo se presenta el cuestionario utilizado.

4- Organización del trabajo de campo y recolección de los datos

El operativo de encuesta fue organizado por el personal del Observatorio Regional, con el apoyo de la Fundación Observatorio PyME y el Centro de Investigaciones de la Representación de la Universidad de Bologna. El equipo de recolección de datos quedó constituido por un coordinador local, un investigador senior a cargo de la encuesta, dos supervisores y diez encuestadores.

Los locales fueron visitados para ser encuestados mediante entrevistas personales, y la persona informante (responsable o encargada de la conducción del local o de la empresa) tenía la opción de llenar por sí misma el cuestionario. Cuando el informante no podía responder en el momento de la entrevista, se le dejaba el cuestionario para su llenado y, posteriormente, era retirado por el encuestador.

Completado el cuestionario, y antes de finalizar la última entrevista, el encuestador aplicaba una breve hoja de control al cuestionario, de modo de detectar posibles omisiones e incongruencias en las respuestas a las preguntas básicas y corregir, junto al informante o por contacto telefónico posterior, las omisiones o errores

detectados.

La recepción de las encuestas ya realizadas estuvo a cargo de los supervisores, quienes controlaron dicho material, a la vez que controlaron también el trabajo en campo de los encuestadores.

La recolección de los datos de la encuesta comenzó en el mes de septiembre y finalizó en diciembre de 2008.

En el cuadro A2 figuran las cantidades de domicilios asignados (**450**) y las encuestas finalmente obtenidas (**229**).

Respondiendo a la necesidad de estimar, por una parte, los totales de empresas PyME y de sus locales industriales en la región y, a la vez, estimar adecuadamente las distribuciones porcentuales que describen las características de empresas y plantas, se han tenido en cuenta ajustes por falta de respuesta en la ponderación de cada registro de datos, como veremos en el apartado 6.

A2 Total de locales asignados para encuestar y situación al cierre de la encuesta

Resultado obtenido	Total		Tramo de ocupados en la guía censal			
			Más de 5 (grupo 1)		Hasta 5 (grupo 3)	
	Locales	% locales	Locales	% locales	Locales	% locales
Total	450	100,0%	316	100,0%	134	100,0%
Con respuesta ¹	229	50,9%	163	51,6%	66	49,2%
Sin respuesta ²	129	28,7%	90	28,5%	39	29,1%
No ubicado ³	18	4,0%	10	3,1%	8	6,0%
Baja ⁴	74	16,4%	53	16,8%	21	15,7%
Respuesta efectiva ⁵		60,9%		62,0%		58,4%

¹ Los casos con respuesta incluyen todas las encuestas con respuesta a más del 50% de las preguntas.

² La no respuesta incluye los rechazos a la encuesta y los casos que aún no habían llenado el cuestionario al momento del cierre de la encuesta.

³ Los locales no ubicados incluyen los no localizados, las plantas mudadas a otro lugar con nueva dirección desconocida, o no reasignadas por error durante la encuesta.

⁴ Las bajas incluyen locales con cese de actividades; mudados fuera de la región; registros repetidos en el listado originario; locales que no completaron la encuesta porque la actividad desarrollada en ellos era comercial, agropecuaria o de servicios; locales pertenecientes a entidades sin fines de lucro; cuestionarios llenados por empresas sin locales en tierra y cuya principal actividad es la pesca.

⁵ En el cálculo del porcentaje de respuesta efectiva se han excluido las bajas.

5. Procesamiento de los datos

Los datos de la encuesta fueron ingresados a un archivo previamente configurado para este fin. Éste luego fue consolidado con el propósito de analizar la coherencia de los datos, detectar errores y corregirlos en el archivo, de un modo homologable al de las encuestas de otros observatorios regionales.

En los casos de registros de empresas con más de un local encuestado, que contestaron las preguntas de la sección A del cuestionario en un único formulario correspondiente a uno de sus locales, estos datos fueron duplicados en cada uno de los registros de los locales restantes para los cuales sólo se habían registrado los datos de la sección B.

Para las tareas de análisis de consistencia entre variables, detección y corrección de errores en el archivo de datos, se elaboraron y programaron pautas de completitud y de coherencia de los datos.

Los posibles errores e incoherencias detectadas fueron corregidas revisando los registros y los cuestionarios y, en los casos en que las dudas afectaban la clasificación por actividad o por tamaño de la empresa, contactando por teléfono nuevamente a los informantes.

Fueron clasificados y codificados, también de un modo homologable, los siguientes datos correspondientes a preguntas abiertas:

- Actividad industrial del local y actividad principal de la empresa
- Distancias a clientes y a proveedores
- Principales puestos requeridos por el local

- Temas de capacitación del personal
- Ubicación de los locales de una misma empresa
- Preferencias hacia donde se deben orientar los programas públicos.

Para la clasificación de actividades se utilizó la clasificación internacional de la División de Estadística de Naciones Unidas (CIU, revisión 3.1).

De acuerdo a la información completa registrada en la encuesta, no todos los locales y empresas que respondieron tenían actividades clasificables entre los rubros de la industria manufacturera; estos casos no se han tenido en cuenta al tabular los resultados finales de la encuesta que se presentan en este informe.

En el cuadro A3 figuran el total de registros de encuestas realizadas y la cantidad que finalmente quedó para el análisis y que corresponden a las plantas clasificadas como industriales y, a la vez, pertenecientes a empresas clasificadas como PyME según el criterio operativo enunciado en el apartado 1.

Los datos que se analizan en esta publicación corresponden, entonces, a 161 locales industriales que pertenecen a empresas clasificadas como PyME.

En el cuadro A3 se observa también que la mayor parte de los locales encuestados que no pertenecían a PyME, correspondían a microempresas. Estas son empresas muy pequeñas en cantidad de personal, con un único local, y su frecuencia se debe a la composición de la muestra.

A3 Locales con respuesta según tamaño de la empresa a la que pertenecen y según la actividad principal que desarrollan

Tamaño de la empresa	Total de locales con respuesta	Actividad principal del local		
		industrial	no industrial	sin dato ⁽¹⁾
Total	229	214	14	1
PyME	174	161	-	-
Grande (1)	6	6	12	1
Micro	49	47	2	-

(1) Caso correspondiente a empresa con más de un local y que no respondió sobre la actividad principal del local encuestado..

6 - Estimación de resultados

Para obtener los resultados finales a nivel de locales, los datos de cada registro fueron ponderados utilizando la estructura del Censo Económico 2004 por departamento y actividad, suponiendo que estas variables se mantuvieron constantes en los últimos años. Considerando esta estructura se realizó una post-estratificación de la muestra asignando a cada registro un ponderador con el objetivo de mantener la estructura considerada en el censo de 2004. Posteriormente con el objetivo de generar un ponderador por empresa, se multiplicó a este nuevo factor por la inversa de la cantidad de locales industriales de cada empresa dentro de la región.

Para realizar la post-estratificación, se realizó un agrupamiento de actividades:

- Alimentos y bebidas.
- Productos textiles, prendas de vestir y curtido y adobo de cueros.
- Maderas y productos de maderas.
- Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico.
- Metales comunes, Productos de Metal.
- Maquinaria y equipo, maquinaria y aparatos eléctricos y automotores.
- Otras Actividades.

Listado de códigos de actividad a 3 dígitos de la categoría "Industrias manufactureras" de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de Naciones Unidas – CIU Rev. 3-

División: 15 - Elaboración de productos alimenticios y bebidas

- 151 - Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas
- 152 - Elaboración de productos lácteos
- 153 - Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón, y de alimentos preparados para animales
- 154 - Elaboración de otros productos alimenticios
- 155 - Elaboración de bebidas

División: 17 - Fabricación de productos textiles

- 171 - Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles
- 172 - Fabricación de otros productos textiles
- 173 - Fabricación de tejidos y artículos de punto y gancho

División: 18 - Fabricación de prendas de vestir; adobo y teñido de pieles

- 181 - Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel
- 182 - Adobo y teñido de pieles; fabricación de artículos de piel

División: 19 - Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería y guarnicionaría, y calzado

- 191 - Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería
- 192 - Fabricación de calzado

División: 20 - Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables

- 201 - Aserrado y acepilladura de madera
- 202 - Fabricación de productos de madera, corcho, paja y materiales trenzables

División: 21 - Fabricación de papel y de productos de papel

- 210 - Fabricación de papel y de productos de papel

División: 22 - Actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones

- 221 - Actividades de edición
- 222 - Actividades de impresión y actividades de servicios conexas
- 223 - Reproducción de grabaciones

División: 24 - Fabricación de sustancias y productos químicos

- 241 - Fabricación de sustancias químicas básicas
- 242 - Fabricación de otros productos químicos
- 243 - Fabricación de fibras artificiales

División: 25 - Fabricación de productos de caucho y plástico

- 251 - Fabricación de productos de caucho
- 252 - Fabricación de productos de plástico

División: 26 - Fabricación de otros productos minerales no metálicos

- 261 - Fabricación de vidrio y productos de vidrio
- 269 - Fabricación de productos minerales no metálicos n.c.p.

División: 27 - Fabricación de metales comunes

- 271 - Industrias básicas de hierro y acero
- 272 - Fabricación de productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos
- 273 - Fundición de metales

División: 28 - Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo

281 - Fabricación de productos metálicos para uso estructural, tanques, depósitos y generadores de vapor
289 - Fabricación de otros productos elaborados de metal; actividades de servicios de trabajo de metales

División: 29 - Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.

291 - Fabricación de maquinaria de uso general
292 - Fabricación de maquinaria de uso especial
293 - Fabricación de aparatos de uso doméstico n.c.p.

División: 31 - Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p.

311 - Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos
312 - Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica
313 - Fabricación de hilos y cables aislados
314 - Fabricación de acumuladores y de pilas y baterías primarias
315 - Fabricación de lámparas eléctricas y equipo de iluminación
319 - Fabricación de otros tipos de equipo eléctrico n.c.p.

División: 32 - Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones

321 - Fabricación de tubos y válvulas electrónicos y de otros componentes electrónicos
322 - Fabricación de transmisores de radio y televisión y de aparatos para telefonía y telegrafía con hilos
323 - Fabricación de receptores de radio y televisión,

aparatos de grabación y reproducción de sonido y vídeo, y productos conexos

División: 33 - Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes

331 - Fabricación de aparatos e instrumentos médicos y de aparatos para medir, verificar, ensayar, navegar y otros fines, excepto instrumentos de óptica
332 - Fabricación de instrumentos de óptica y equipo fotográfico
333 - Fabricación de relojes

División: 34 - Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques

341 - Fabricación de vehículos automotores
342 - Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semirremolques
343 - Fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y sus motores

División: 35 - Fabricación de otros tipos de equipo de transporte

351 - Construcción y reparación de buques y otras embarcaciones
352 - Fabricación de locomotoras y de material rodante para ferrocarriles y tranvías
353 - Fabricación de aeronaves y naves espaciales
359 - Fabricación de otros tipos de equipo de transporte n.c.p.

División: 36 - Fabricación de muebles; industrias manufactureras n.c.p.

361 - Fabricación de muebles
369 - Industrias manufactureras n.c.p.

División: 37 - Reciclamiento

371 - Reciclado de desperdicios y desechos metálicos
372 - Reciclado de desperdicios y desechos no metálicos

Observatorio PyME Regional de la provincia de Salta

Encuesta 2008

CARÁCTER EstrictAMENTE CONFIDENCIAL Y RESERVADO (Ley 17.622, art. 10 y 15)

Artículo 10º: Las informaciones que se suministran a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente Ley, serán estrictamente secretas y sólo se utilizarán con fines estadísticos. Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente en compilaciones de conjunto, de modo de que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieren. Quedan exceptuados del secreto estadístico los siguientes datos del registro: nombre y apellido o razón social, domicilio y rama de actividad.

(Este art. no sólo protege la confidencialidad de la información en el ámbito privado, sino que impide también el uso de la información individual por parte de los organismos públicos de fiscalización y control, municipales, provinciales y nacionales)

DATOS DEL LOCAL I D

razón social

calle / ruta

número / km

departamento / partido

Fracción

Radio

Manzana Lado

Orden

MODIFICACIONES EN LA IDENTIFICACIÓN DEL LOCAL

(llenar sólo los apartados sujetos a variación respecto de los datos de la etiqueta)

.....
Razón Social

.....
Calle/Ruta

.....
Número/Km

.....
Departamento./ Parcela

.....
Fracción

.....
Radio

..... |
Manzana Lado

.....
Orden

INFORMACIÓN SOBRE EL CUESTIONARIO

Este cuestionario está diseñado con el objetivo de recolectar información sobre la actividad industrial de la región y captar cambios de mediano plazo en la estructura productiva de las PyME industriales, analizar el desempeño del sector y presentar sus perspectivas futuras.

Su participación contribuye a revalorizar la cultura productiva de las PyME. La información actualizada que surge de este estudio posibilita la generación de propuestas y mejora la toma de decisiones de políticas públicas y la acción privada.

Para resolver cualquier duda o aclaración que precise, puede contactar a:

Lic. Abel Fernández Castro - Economista - Coordinador Observatorio PyME Regional Salta

Ing. Luis Zannier - Jefe de Campo Observatorio PyME Regional Salta

Observatorio Pyme Salta, J. M. Leguizamón 213, Salta

Tel: 0387-4211575 / 4228691

Mail: coordinacion@opymesalta.com.ar

SECCIÓN A

INFORMACIÓN SOBRE EL LOCAL INDICADO EN LA TAPA

Características generales del local

1. Sobre la base de los ingresos, la actividad principal de este local es... (marque sólo una opción)

- ₁ La elaboración, fabricación o transformación de bienes o productos.
₂ La reparación de maquinarias.
₃ La reventa de productos, la venta de servicios, u otra actividad.

2. ¿Cuáles son los dos principales productos que se elaboran o reparan en este local y la materia prima básica utilizada para su elaboración o reparación?

2.1) Principal producto: _____

2.1.1) Materia prima básica del producto: _____

Uso Interno

--	--	--	--	--	--

Inversiones

3. ¿Realizó inversiones en este local durante 2007?

SI ₁ (pase pregunta 4) NO ₂ (pase pregunta 4)

3.2. Indique para el año 2007 qué porcentaje de sus ventas (facturación sin IVA) representaron las inversiones sólo en maquinaria y equipo

$$\frac{\text{Inversiones totales 2006}}{\text{Ventas totales 2006}} \times 100 = \text{-----} \%$$

4. ¿Realizó o tiene previsto realizar inversiones durante 2008 en este local?

SI ₁ NO ₂ (pase pregunta 4.4.)

4.1. Para el año 2008, indique el propósito principal de sus inversiones en este local

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| 4.1.1. Elaboración de nuevos productos | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 4.1.2. Aumento de la capacidad productiva | <input type="checkbox"/> | 2 |
| 4.1.3. Reducción de costos (mano de obra, materia prima, energía, etc.) | <input type="checkbox"/> | 3 |
| 4.1.4. Disminución del impacto negativo en el medio ambiente | <input type="checkbox"/> | 4 |
| 4.1.5. Mejoramiento de la capacidad comercial | <input type="checkbox"/> | 5 |
| 4.1.6. Otro (especificar): _____ | <input type="checkbox"/> | 6 |

4.2. Para el año 2008, ¿cómo fueron financiadas sus inversiones en este local y en qué proporción?

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| 4.2.1. Reinversión de utilidades | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 4.2.2. Aportes de socios o empresas del grupo | <input type="checkbox"/> | 2 |
| 4.2.3. Aportes de nuevos socios que se incorporaron en 2008 | <input type="checkbox"/> | 3 |
| 4.2.4. Financiamiento Bancario | <input type="checkbox"/> | 4 |
| 4.2.5. Financiamiento de Proveedores | <input type="checkbox"/> | 5 |
| 4.2.6. Financiamiento de Clientes | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 4.2.7. Programas Públicos (especificar) | <input type="checkbox"/> | 7 |
| 4.2.8. Financiamiento vía el mercado de capitales | <input type="checkbox"/> | 8 |
| 4.2.9. Otros (especificar) | <input type="checkbox"/> | 9 |
| | <hr/> | |
| | 100% | |

4.3. ¿Cómo calificaría las inversiones para el año 2008 respecto de las realizadas durante 2007 en este local? (marque sólo una opción)

- | | | |
|----------------|--------------------------|---|
| 4.3.1. Mayores | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 4.3.2. Iguales | <input type="checkbox"/> | 2 |
| 4.3.3. Menores | <input type="checkbox"/> | 3 |

(cualquiera sea su respuesta pase a pregunta 5.)

4.4. ¿Cuál es el motivo principal por el que no invierte en este local durante 2008?

- 4.4.1. No existe disponibilidad de fondos para nuevas inversiones 1
- 4.4.2. Incertidumbre respecto a la evolución de la situación económica nacional 2
- 4.4.3. El nivel de demanda esperada (interna y externa) no lo justifica 3
- 4.4.4. Todavía existe capacidad instalada para incrementar la producción 4
- 4.4.5. No es oportuno por otros problemas internos de la empresa 5
- 4.4.6. Otro (especificar): _____ 6

5. ¿Cómo espera que evolucionen las inversiones en el local durante el próximo año? (marque una opción por fila)

- | | Aumentarán | No variarán | Disminuirán | No invirtió este año ni lo hará el próximo |
|-------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|
| Inversiones | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

Clientes y proveedores del local

6. ¿Qué porcentaje de la producción industrial de este local representa el principal cliente?

Principal cliente %

7. Su principal cliente en este local es ...

- 7.1. ...consumidor final 1
- 7.2. ...empresa con menos de 200 ocupados 2
- 7.3. ...empresa con más de 200 ocupados. 3

8. ¿En que país se localiza el principal cliente? Si es en Argentina: ¿a qué distancia aproximada de este local se encuentra? (si tiene dificultades para precisar los kilómetros, indique la provincia y la localidad.)

	País	Kilómetros (sólo para Argentina)
Principal cliente	8.1.1.	8.1.2.

9. ¿Qué porcentaje del monto total de los insumos para la producción industrial de este local representa el principal proveedor de estos insumos?

Principal proveedor %

10. ¿En que país se localiza el principal proveedor? Si es en Argentina: ¿a qué distancia aproximada de este local se encuentra? (si tiene dificultades para precisar los kilómetros, indique la provincia y la localidad.)

Principal proveedor País Kilómetros (sólo para Argentina)

10.1.1. 10.1.2.

11. ¿Cuál fue aproximadamente el costo logístico¹ en relación a sus ventas totales (facturación sin IVA) para el año 2007?

$$\frac{\text{Costo logístico total 2007}^1}{\text{Ventas totales 2007}} \times 100 = \text{-----} \%$$

1: el costo logístico incluye el transporte, almacenamiento, personal y otros costos relacionados con la actividad de traslado de mercaderías, insumos, materias primas y componentes

11.1. ¿Cómo se distribuye aproximadamente su costo logístico?

	%	
11.1.1. Costos de Transporte	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	1
11.1.2. Costos de Almacenamiento	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	2
11.1.3. Costos de Recursos Humanos abocados a tareas de logísticas	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	3
11.1.4. Otros costos logísticos	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	4
100 %		

12. ¿Qué proporción de la mercadería es transportada a través de...?

	%	
12.1. ...transporte vial propio	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	1
12.2. ... transporte vial contratado	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	2
12.3. ...otro medio de transporte contratado	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text" value=""/>	3
100%		

13. Teniendo en cuenta este local, indique para cada uno de los siguientes problemas su grado de relevancia a la hora de trasladar su mercadería tanto al mercado interno como al exterior, considerando "1" como poco relevante y "10" como muy relevante:

	Poco Relevante					Muy Relevante				
13.1. Baja disponibilidad de vehículos propios o contratados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.2. Baja disponibilidad de infraestructura (rutas, vías férreas, puertos)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.3. Deficiente estado de infraestructura (rutas, vías férreas, puertos)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.4. Elevados costos de transporte	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.5. Excesiva burocracia para movimiento en el mercado interno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.6. Falta de programación en la propia empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.7. Excesiva burocracia aduanera	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.8. Roturas, robos y daños de la mercadería durante el viaje o su almacenamiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.9. Falta de espacio adecuado para almacenamiento de productos terminados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.10. Falta de personal capacitado en la propia empresa y/o mercado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.11. Otros (especificar)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

22. ¿Qué grado de informatización tiene su local en las siguientes funciones / áreas?

	Bajo	Medio	Alto
22.1. Compras/ Suministros	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.2. Ventas/ Marketing	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.3. Contabilidad/ Tesorería/ Administración	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.4. Recursos humanos	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.5. Planificación y Control de gestión	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.6. Producción	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
22.7. Otra (especificar): _____	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

23. ¿El local tiene habitualmente algunos de los siguientes problemas al incorporar software?

	SI	NO
23.1. Insuficientes especificaciones técnicas	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
23.2. Dificultades en el manejo de las funciones	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
23.3. Información y manuales no satisfactorios	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
23.4. Demoras en los tiempos de entrega	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
23.5. Deficiencias en servicios post-instalación	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
23.6 Otro (especificar) _____	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂

Empleo y capacitación

24. En este local, ¿Cuál era la cantidad de personal ocupado al 30 de Junio de 2008?

Antes de contestar lea las siguientes definiciones.

Propietario/Socio: Comprende a las personas que aportan el capital constitutivo de la empresa y que trabajan en este local.

Personal asalariado: Comprende al personal de planta contratado a tiempo indeterminado.

Familiares y otros sin remuneración fija: Comprende al personal que no tiene relación contractual con la empresa y que lleva a cabo sus actividades dentro o fuera de ésta, pero bajo su subordinación, sin percibir una remuneración periódica.

Pasantes Universitarios: Comprende a los estudiantes universitarios contratados por la empresa por tiempo determinado a través de convenios con las universidades a las cuales perteneces.

Personal contratado directamente: Comprende al personal eventual que fue contratado directamente por la empresa por tiempo determinado o por locación de obra o servicio.

Personal contratado indirectamente: Es aquel que trabaja en la empresa pero que no tiene relación contractual con ésta, sino con otra empresa administradora de personal, tal como el personal de agencia.

28. ¿El área que se encuentra construido este local, ha sufrido inundaciones en los últimos dos años?

SI ₁ NO ₂

29. ¿Este local, cuenta con el suministro suficiente de agua potable para desarrollar sus tareas?

SI ₁ NO ₂

30. Durante el último año, ¿ocurrieron episodios delictivos en este local? (excluya los hechos acontecidos fuera del local)

SI ₁ NO ₂

31. ¿Cómo evalúa el peso de las tasas e impuestos municipales sobre las actividades que se desarrollan en este local? (marque sólo una opción)

₁ Alto ₂ Normal ₃ Bajo ₄ No corresponde por exención o reducción

32. ¿El municipio promueve la participación empresarial para analizar problemas de la industria local y plantear acciones futuras?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 33.)

32.1. ¿Su empresa ha participado?

SI ₁ NO ₂

33. La empresa, ¿está considerando actualmente la posibilidad de trasladar este local a otro municipio?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 34)

33.1. Por favor, indique el motivo por el cual está considerando trasladar este local a otro municipio:

.....

34. ¿Cómo evalúa el nivel de accesibilidad a este local? (marque sólo una opción)

₁ Bueno ₂ Regular ₃ Malo

35. Indique su grado de satisfacción para cada uno de los siguientes ítems de infraestructura productiva que utiliza. En caso de no utilizarlo marque "0".

	No lo utiliza	Poco Satisfactorio									Muy Satisfactorio	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.1. Rutas, autopistas, caminos, etc.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.2. Trenes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.3 Transporte marítimo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.4. Puertos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.5. Transporte aéreo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.6. Energía eléctrica	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.7. Red de gas	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.8. Telecomunicaciones	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35.9. Otro (especificar): _____	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

39.1. ¿Dónde se ubica el de mayor cantidad de ocupados?

Departamento o partido

Provincia

a)..... b)

40. ¿En qué año comenzó a operar la empresa con la actual razón social? (expresar en números)

Año

41. La forma jurídica actual de la empresa es... (marque sólo una opción)

- ₁ Unipersonal (persona física).
- ₂ Sociedad no constituida regularmente (de hecho).
- ₃ Sociedad anónima.
- ₄ Sociedad de responsabilidad limitada.
- ₅ Sociedad cooperativa.
- ₆ Otra (especificar).....

42. La empresa, ¿forma parte de un conjunto de empresas controladas directa o indirectamente por una misma firma?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 43)

42.1. En su conjunto, ¿todas las empresas del grupo sumadas ocupan a más de 200 personas?

SI ₁ NO ₂

43. Su empresa, ¿es una empresa familiar?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 44)

43.1. Actualmente, la empresa es conducida por: (marque una sola opción)

- ₁ Los fundadores.
- ₂ Segunda generación (hijos de fundadores).
- ₃ Tercera generación (nietos de fundadores).
- ₄ Otros (especificar).....

43.2. ¿Cómo piensa que será el recambio generacional en la empresa? (marque una sola opción)

- ₁ Los próximos directivos serán familiares.
- ₂ Los próximos directivos serán actuales empleados y/o gerentes de confianza.
- ₃ Llegado el momento oportuno la empresa será vendida.

Problemas

44. Indique para cada uno de los siguientes problemas su grado de relevancia para la empresa, considerando "1" como poco relevante y "10" como muy relevante:

	Poco Relevante					Muy Relevante				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.1. Insuficiente capacidad instalada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.2. Caída de las ventas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.3. Dificultades en la obtención de financiamiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.4. Alta participación de los impuestos en el costo final del producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.5. Disminución de la rentabilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.6. Retraso en los pagos de los clientes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.7. Aumento de los costos directos de producción (mano de obra, materias primas, insumos, etc.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.8. Fuerte competencia en el mercado interno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.9. Fuerte competencia en los mercados internacionales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.10. Elevados costos financieros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.11. Alto grado de evasión de los productores locales con los que compete	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.12. Dificultades en el suministro de energía (electricidad, gas natural y/o combustible líquido)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.13. Elevados costos de logística	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44.14. Otros (especificar): _____	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Clientes, proveedores y competidores

45. Durante 2007, ¿cuál fue la participación porcentual de los distintos tipos de clientes en el monto total de ventas de la empresa?

Venta directa al público.	<input type="text"/> %	1
Comercio minorista.	<input type="text"/> %	2
Comercio mayorista.	<input type="text"/> %	3
Empresas industriales.	<input type="text"/> %	4
Empresas de servicios.	<input type="text"/> %	5
Sector público.	<input type="text"/> %	6
Empresas agropecuarias.	<input type="text"/> %	7
Otro tipo de cliente (especificar):.....	<input type="text"/> %	8
	100 %	

46. Durante 2007, ¿Cuál fue la participación porcentual de los distintos tipos de proveedores en el monto total de compras de la empresa?

	%
Comercios mayoristas.	<input type="text"/> % 1
Empresas industriales.	<input type="text"/> % 2
Empresas de servicios.	<input type="text"/> % 3
Empresas agropecuarias.	<input type="text"/> % 4
Otro tipo de proveedor (especificar).....	<input type="text"/> % 5
	100 %

47. Su empresa compete principalmente con productos de origen...

... nacional ₁ ... extranjero ₂

Financiamiento

48. Habitualmente ¿a cuántos días le cobra a sus principales clientes y le paga a sus principales proveedores?

Cobro a clientes: días ₁ Pago a proveedores: días ₂

49. ¿Tiene algún proyecto de inversión frenado por falta de financiamiento bancario?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 50)

49.1. ¿Qué propósito tendría el financiamiento requerido para concretar este proyecto?

- 49.1.1. Financiar Capital de trabajo ₁
- 49.1.2. Financiar Incorporación o alquiler de maquinaria y equipo ₂
- 49.1.3. Financiar Adquisición o alquiler de inmuebles ₃
- 49.1.4. Financiar Adquisición o alquiler de bienes muebles (rodados, mobiliarios, etc.) ₄
- 49.1.5. Otro propósito (especifique): _____ ₅

50. ¿Con cuántos bancos opera normalmente? (expresar en número)

51. En el último año, ¿le fue otorgado a la empresa algún crédito bancario tales como... (marque una opción por fila)

	Solicitó y le fue otorgado	Solicitó y no le fue otorgado	No solicitó
51.1.1. ... descubierto en cuenta corriente?	<input type="text"/> ₁	<input type="text"/> ₂	<input type="text"/> ₃
51.1.2. ... leasing ?	<input type="text"/> ₁	<input type="text"/> ₂	<input type="text"/> ₃

51.2. En el último año, ¿le fue otorgado a la empresa otro tipo de crédito bancario distinto a los anteriores? (marque una opción por fila)

Solicitó y le fue otorgado ₁ (pase a pregunta 52)

Solicitó y no le fue otorgado ₂

No solicitó ₃

51.3. ¿Necesitó ese financiamiento?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 52.)

51.4. ¿Cuál fue la razón principal por la que no solicitó otro tipo de créditos? (marque sólo una opción)

- ₁ El banco no lo califica como sujeto de crédito debido a las deudas fiscales.
- ₂ El banco no lo califica como sujeto de crédito debido al elevado endeudamiento.
- ₃ No cubre exigencias de garantías.
- ₄ Costo financiero elevado o plazos cortos para la cancelación.
- ₅ Incertidumbre sobre la evolución de la economía nacional.
- ₆ Otra razón (especificar):

52. ¿Conoce los nuevos préstamos para PyME del Banco de la Nación Argentina a tasa fija y con un plazo de 5 años para su cancelación?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 54.)

53. ¿Solicitó o está en trámite de solicitud del mismo?

Solicitó y le fue otorgado ₁

Solicitó y no le fue otorgado ₂

En trámite de solicitud ₃

No solicitó ₄

Desempeño

54. En el último año, la empresa atravesó una fase de... (marque sólo una opción)

₁ Crecimiento acelerado.

₂ Crecimiento normal.

₃ Estancamiento.

₄ Achicamiento.

55. ¿Cuál era la cantidad total de ocupados en la empresa a fines de....,

	Año 2008		Año 2007
Junio de 2008?	<input type="text"/> ₁	junio de 2007?	<input type="text"/> ₂
		diciembre de 2007?	<input type="text"/> ₃

Nota: Incluya a todas las personas, considerando: al personal asalariado, a familiares y otros sin remuneración fija, al personal contratado por agencia, a pasantes universitarios, a los socios que trabajan en la empresa y al personal temporario.

56. ¿Cómo espera que evolucionen los siguientes items en la empresa durante el presente año? (marque una opción por fila)

	Aumentarán	No variarán	Disminuirán
56.1. Cantidad total de ocupados	<input type="text"/> ₁	<input type="text"/> ₂	<input type="text"/> ₃
56.2. Horas trabajadas del personal afectado al proceso productivo	<input type="text"/> ₁	<input type="text"/> ₂	<input type="text"/> ₃

57. ¿Cuál fue la participación porcentual de las exportaciones en el total de las ventas del año... (si no exportó, indique el valor cero donde corresponda)

...año 2008(estimado)	<input type="text"/> ₁ %	...año 2007	<input type="text"/> ₂ %
-----------------------	-------------------------------------	-------------	-------------------------------------

(si indica 0 % en año 2008 pase a pregunta 59)

58. ¿En cuáles de las siguientes áreas geográficas y en qué porcentaje se concentraron las exportaciones en el año 2007?

%

<input type="text"/> % ₁	Brasil.	(*) La Unión Europea comprende los siguientes países: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania y Suecia.
<input type="text"/> % ₂	Uruguay y Paraguay.	
<input type="text"/> % ₃	Chile.	
<input type="text"/> % ₄	México.	
<input type="text"/> % ₅	Resto de América Latina y el Caribe.	
<input type="text"/> % ₆	Unión Europea (*).	
<input type="text"/> % ₇	EE. UU. y Canadá.	
<input type="text"/> % ₈	Asia.	
<input type="text"/> % ₉	Otros destinos (especificar).....	
100%		

59. ¿Cómo espera que evolucionen las exportaciones en la empresa durante el presente año?

	Aumentarán	No variarán	Disminuirán	No exportó el año pasado ni lo hará este
Exportaciones	<input type="text"/> ₁	<input type="text"/> ₂	<input type="text"/> ₃	<input type="text"/> ₄

60. ¿Usted cree que las importaciones amenazan severamente las ventas de la empresa al mercado interno?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 61.)

60.1. Indique de qué país proviene la principal amenaza: _____

60.2. ¿Ha caído su participación de mercado a manos de importaciones en el último año?

SI ₁ NO ₂

Políticas públicas

En esta sección se pretende recabar información que contribuirá a elaborar propuestas de políticas públicas más ajustadas a la realidad de las pequeñas y medianas empresas.

61. En los últimos dos años, su empresa, ¿utilizó para desarrollar sus actividades algún programa implementado por el estado...

	SI	NOMBRE DEL PROGRAMA	NO
a) nacional?	<input type="checkbox"/> ₁		<input type="checkbox"/> ₂
b) provincial?	<input type="checkbox"/> ₁		<input type="checkbox"/> ₂
c) municipal?	<input type="checkbox"/> ₁		<input type="checkbox"/> ₂

62. ¿Hacia dónde preferiría que se orienten los programas gubernamentales de apoyo al sector industrial?

a).....

b).....

Ventas y remuneraciones

63. ¿Cómo espera que evolucionen las ventas al mercado interno en la empresa durante el presente año? (marque una opción por fila)

	Aumentarán	No variarán	Disminuirán
a) Ventas al mercado interno	1	2	3

64. ¿Cuáles fueron, aproximadamente, los montos de ventas para los siguientes períodos? (sin IVA - en moneda nacional)

	Año 2008		Año 2007
Acumulado Enero-Junio	\$ <input type="text"/> ₁	Acumulado Enero-Junio	\$ <input type="text"/> ₂
		Acumulado Julio -Diciembre	\$ <input type="text"/> ₃
		TOTAL VENTAS 2007	\$ <input type="text"/> ₄

65. ¿Cuál es la remuneración bruta mensual promedio del personal afectado al proceso productivo en este local en el...?

...año 2008 \$ ₁ ...año 2007 \$ ₂

El objetivo de la siguiente pregunta es medir la evolución temporal de la estructura económico-financiera de las PyME argentinas y compararla con la de otros países. Así, se logrará profundizar el estudio de problemáticas que constituyen en la actualidad serias limitaciones al crecimiento empresario.

66. La empresa, ¿lleva estados contables?

SI ₁ NO ₂ (pase a pregunta 68)

Por favor adjunte una copia del último balance o, si lo prefiere, complete los siguientes datos con los valores correspondientes al último ejercicio finalizado.

Información correspondiente al último ejercicio finalizado el:

__ / __ 1
Mes / Año

ACTIVO	
Activo Corriente	\$ <input type="text"/> ₁
Activo No Corriente	\$ <input type="text"/> ₂

PASIVO	
Pasivo Corriente	\$ <input type="text"/> ₃
Pasivo No Corriente	\$ <input type="text"/> ₄

PATRIMONIO NETO	
Patrimonio Neto	\$ <input type="text"/> ₅

RESULTADO	
Resultado Bruto	\$ <input type="text"/> ₆
Resultado Neto (antes de Impuestos)	\$ <input type="text"/> ₇

COSTOS FINANCIEROS	
Costos Financieros	\$ <input type="text"/> ₈

DEUDA FINANCIERA TOTAL	
Deuda Corriente	\$ <input type="text"/> ₉
Deuda No Corriente	\$ <input type="text"/> ₁₀

67. ¿La administración de la empresa se encuentra en este local?

SI ₁ (pase a pregunta 68)

NO ₂

Tema especial: Capacitación de Recursos Humanos

a. ¿Cómo considera que resultó o resultaron la/s capacitación/es?

Muy satisfactoria ₁

Poco Satisfactoria ₃

Satisfactoria ₂

Nada Satisfactoria ₄

b. La mayoría de los operarios calificados que contrató su empresa, adquirieron su formación en... (marque sólo una opción)

...trabajos anteriores ₁

...cursos de especialización ₃

...educación formal ₂

...otra razón (especificar) _____ ₄

c. ¿Hay promoción de los recursos humanos? (por ejemplo, a través de ascenso de categoría, incremento salarial, entre otros)

SI ₁

NO ₂

d. A través de qué herramienta realizan la promoción de recursos humanos?

Ascensos de categoría ₁

Bonus ₃

Incrementos salariales ₂

Otra razón (especificar) _____ ₄

e. ¿Cuál es la antigüedad promedio del personal afectado al proceso productivo?

Año

67.1. DATOS ACTUALES DE LA EMPRESA (sólo para el caso en que la administración central de la empresa no funcione en el local cuya dirección figura en la etiqueta)

Calle/Ruta:

Nº/Km:

Depto./Parcela:

Teléfonos:

Localidad:

Código Postal:

Departamento/Partido:

Provincia:

Dirección Website:

68. DATOS DEL INFORMANTE

Nombre y apellido del informante

Teléfono

Cargo

E-mail

Nº de C.U.I.T de la empresa

<input type="text"/>																			
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Muchas gracias por su colaboración

Datos a completar por el encuestador

R1 La encuesta no se realizó (indicar motivo):

- 1 no ubicado
- 2 se mudó, indique nueva dirección:.....
- 3 cerrado permanentemente por cese de actividades
- 4 rec
- 5 Pen
- 6 otro (especificar).....

El cuestionario tiene datos sólo en la parte de "LOCAL" y no tiene datos de "EMPRESA", indique el motivo:

- 7 la parte A fue respondida en otro local (aclarar en obs. la dirección del local donde se contestó)
- 8 otro(especificar).....

9 el cuestionario tiene datos de la empresa y del local

R2 Modalidad de respuesta de la empresa

entrevista personal 1 autoadministrada 2 R3 fecha

R4 Modalidad de respuesta del local

entrevista personal 1 autoadministrada 2 R5 fecha

R6 Observaciones del encuestador:

.....

R7 Encuestador..... código Firma.....

Datos a completar por el supervisor

R8 Supervisión: personal 1 telefónica 2

R9 Resultado definitivo

R10 Observaciones del supervisor

.....

código

R12 Supervisor..... Firma.....

Instituciones promotoras

