



Diciembre de 2006 – N° 3

El siguiente informe ha sido realizado a partir de los datos recabados en la Tercera Encuesta Coyuntural de 2006 a PyME industriales. La recolección de datos se realizó durante los meses de noviembre y diciembre, siendo contactadas las 360 empresas industriales de todo el país que integran este panel. Las variables relevadas refieren al tercer trimestre de 2006 (meses de julio, agosto y septiembre).

ÍNDICE:

Editorial

Por el Dr. Vicente Donato

Primera sección

Desempeño productivo

Segunda sección

Evolución de precios y costos

Tercera sección

Inversión y financiamiento bancario

Cuarta Sección

Principales problemas

Quinta Sección

Expectativas

Sexta Sección

Entrevistas

Séptima Sección

Nota Metodológica

Información de contacto:

Comunicación y prensa:
Ivonne Solares

Investigación:
Diego Obere
Ignacio Bruera

4018 - 6510
info@observatoriopyme.org.ar

RESUMEN EJECUTIVO

Desempeño productivo

Durante el tercer trimestre de 2006, el nivel de actividad de las PyME industriales continúa siendo elevado, registrándose una utilización promedio de la capacidad instalada del 79,6%.

Entre los meses de julio y octubre se verificó una recuperación de las ventas, relevándose una variación interanual de la facturación del 20%. Con todo, en promedio las cantidades vendidas por las pequeñas y medianas se incrementaron a un bajo ritmo durante 2006 (los precios de venta de estas empresas subieron por encima de otros precios), siendo notable la diferencia con el mayor crecimiento de las grandes industrias.

En cuanto hace a la creación de empleo, se observa que a fines de octubre el plantel de ocupados de estas empresas era un 4% mayor al registrado un año atrás.

Evolución de precios y costos

La variación interanual de los costos directos de producción entre el tercer trimestre de 2005 e igual período de 2006 ascendió al 38%. Los incrementos se debieron fundamentalmente a la evolución de los precios internacionales de los insumos industriales y a los salarios de los operarios involucrados en el proceso productivo.

La variación interanual promedio del precio de venta del principal producto de las PyME industriales fue del 15,8%. De esta manera, la magnitud de la caída de la rentabilidad unitaria durante los primeros nueve meses de 2006 fue del 22%.

Inversión y financiamiento bancario

Después de tres trimestres de registrarse proporciones de PyME inversoras inferiores al 40%, durante el tercer trimestre del año esta proporción aumentó hasta el 47%, ubicándose así en los niveles más altos de la serie.

El nivel de endeudamiento bancario no muestra cambios durante el trimestre analizado y la proporción de PyME industriales que estima solicitar algún crédito bancario durante el próximo trimestre sigue estancada en el 25% del total de las empresas.

Principales problemas

A fines de 2006 los empresarios PyME identificaron una vez más al Aumento de los costos directos de producción como la principal preocupación. La Disminución de la rentabilidad continúa siendo la segunda preocupación creciente entre el empresariado PyME. La tercera es la Alta participación de los impuestos en los costos.

Siguen sin aparecer como problemas las Dificultades en la obtención de financiamiento así como el Elevado costo financiero, una muestra de que el segmento está claramente organizado sin sistema financiero. Poco a poco, un mayor número de empresarios identifican a la competencia externa como un problema así como los inconvenientes con el personal tales como falta de calificación y conflictos laborales.

Expectativas

Las expectativas empresarias respecto de las ventas al mercado interno continúan elevadas aunque levemente por debajo de aquellas de noviembre de 2005. Las expectativas sobre las ventas al exterior e inversiones se situaron considerablemente por debajo de las mismas de noviembre de 2005.

El tercer trimestre del año 2006 fue para las PyME un momento de gran recuperación del ritmo de ventas, a niveles tan buenos como los observados durante 2005. En términos interanuales, las ventas crecieron un 20% (contra el 13% del trimestre anterior) y la ocupación un 4%. También fueron positivos los datos sobre el número de PyME inversoras que representaron el 47% del total, igualando el valor más alto de la serie registrado en el tercer trimestre de 2004.

A pesar del excelente desempeño registrado por las PyME durante el tercer trimestre, el rasgo más destacable y novedoso del 2006 es la notable diferenciación entre los ritmos de crecimiento observados entre las industrias más grandes y las más pequeñas.

Este fenómeno se refleja claramente en los diferentes ritmos de crecimiento observados en la ocupación: mientras las empresas con menos de 50 ocupados casi no aumentaron la ocupación durante 2006, las empresas medianas (entre 50 y 200 ocupados) y las más grandes lo hicieron a ritmos de entre el 6 y 8%. El resto de los indicadores reflejan coherentemente dicho fenómeno. Las empresas industriales con menos de 50 ocupados informan un menor ritmo de crecimiento de los precios de sus productos, mayor ritmo de alza de sus costos de producción y menor nivel de utilización de la capacidad instalada que sus colegas de mayor tamaño. En línea con dichos datos, también las expectativas sobre el futuro son menos optimistas entre las industrias menores.

No está aún claro el significado final de esta neta diferenciación en el ritmo de crecimiento de los distintos tamaños de empresas industriales, pero se podría comenzar a pensar que para el segmento de empresas más pequeñas el oxígeno proporcionado por la devaluación de la moneda argentina ya no parece suficiente para seguir creciendo.

El crecimiento del segmento más pequeño del sector industrial podría estar necesitando nuevos instrumentos de promoción productiva para consolidar el ritmo de crecimiento que se observa a partir de 2002.

Vicente Donato

Director

Desempeño productivo: recuperación en la facturación y diferencias entre pequeñas y medianas

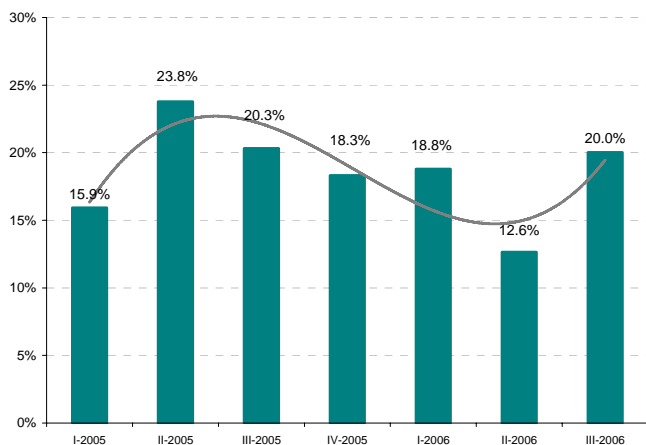
Síntesis

Durante el tercer trimestre de 2006, el nivel de actividad de las PyME industriales continúa siendo elevado, registrándose una utilización promedio de la capacidad instalada del 79,6%.

Entre los meses de julio y octubre se verificó una recuperación de las ventas, relevándose una variación interanual de la facturación del 20%. Con todo, en promedio las cantidades vendidas por las pequeñas y medianas se incrementaron a un bajo ritmo durante 2006 (los precios de venta de estas empresas subieron por encima de otros precios), siendo notable la diferencia con el mayor crecimiento de las grandes industrias.

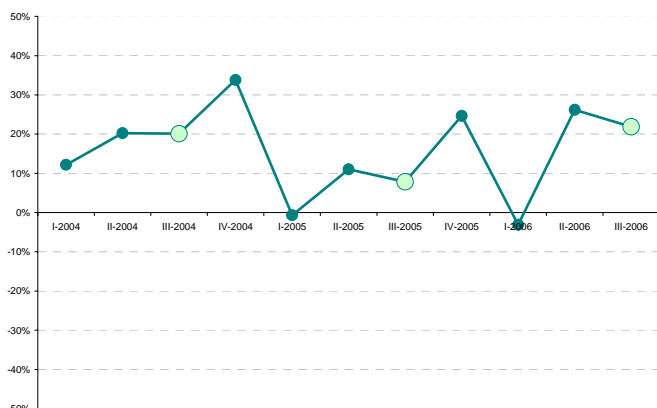
En cuanto hace a la creación de empleo, se observa que a fines de octubre el plantel de ocupados de estas empresas era un 4% mayor al registrado un año atrás.

Grafico 1 Variación de la facturación de las PyME respecto a igual trimestre del año anterior



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 2 Índice de difusión¹ de ventas de las PyME industriales



¹ El índice de difusión sintetiza la relación entre los casos en los que se observó un aumento de la variable estudiada, una disminución y en los que no se registró variación.

Facturación y cantidades vendidas

Tras un segundo trimestre de marcada disminución en los niveles de crecimiento de la facturación de las PyME industriales, durante el tercer período de 2006 se verificó una recuperación de las ventas en términos nominales en relación a igual período del año anterior.

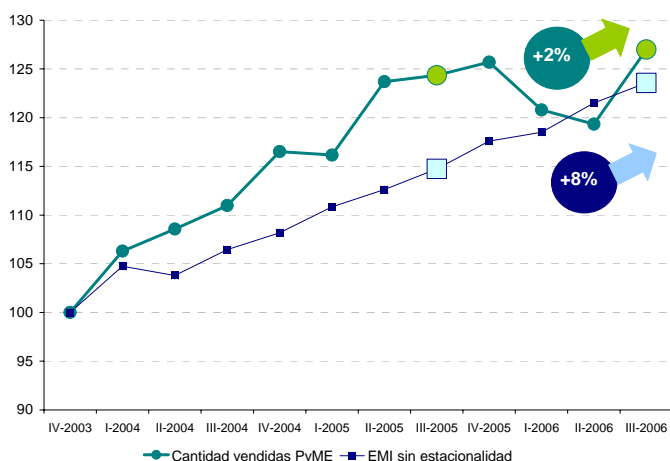
De esta manera, si bien durante 2006 las PyME industriales exhibieron un comportamiento irregular en su desempeño, el retorno a los niveles de crecimiento de ventas trimestrales de los últimos años constituye un aspecto favorable.

Como se observa en el Gráfico 2, la recuperación de la facturación vino acompañada por una mayor proporción de empresas que incrementaron sus ventas en relación a aquellas que las disminuyeron. Esto último arroja un índice de difusión de las ventas por encima de aquel de igual trimestre de 2006.

Por otro lado, el mayor ritmo de crecimiento de las ventas no se debe a un fenómeno sectorial sino que se distribuye de manera más o menos homogénea con cierto sesgo positivo para los sectores menos tradicionales tales como el metalmecánica y aquel de químicos, caucho y plástico.

La recuperación de la facturación así como el menor crecimiento de los precios dieron como resultado un crecimiento de las cantidades físicas vendidas durante el tercer trimestre del orden del 6% en relación al trimestre anterior y de poco más del 2% con respecto a igual período de 2005.

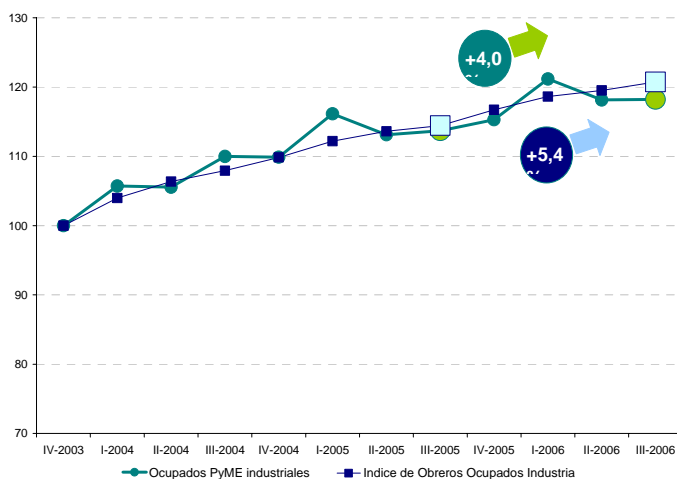
Gráfico 3 Evolución de las ventas de las PyME industriales (cantidades físicas) y de la producción en grandes empresas industriales (2004 – 2006)



Base 4º trimestre de 2003=100.

Fuente: Fundación Observatorio PyME e INDEC.

Gráfico 4 Evolución de la ocupación en las PyME industriales y en el total de la industria (2004 – 2006)



Base 4º trimestre de 2003=100.

Fuente: Fundación Observatorio PyME e Indec

La recuperación de la facturación así como el menor crecimiento de los precios dieron como resultado un crecimiento de las cantidades físicas vendidas durante el tercer trimestre del orden del 6% en relación al trimestre anterior y de poco más del 2% con respecto a igual período de 2005.

No obstante, a pesar de la recuperación general del tercer trimestre, durante 2006 las PyME industriales presentaron una evolución de las cantidades vendidas muy inferior en relación a aquella de las grandes industrias. De hecho, si se compara la evolución de los primeros tres trimestres de 2006 con igual período del año anterior, se observa que en promedio las PyME industriales han incrementado marginalmente las ventas en términos físicos – sólo un 0,4% – mientras que las grandes empresas lo hicieron al 8%.

Es de notar asimismo que, al igual que ocurre con la utilización de la capacidad instalada y con la generación de empleo, las empresas medianas tienen un crecimiento en ventas más difundido que las pequeñas.

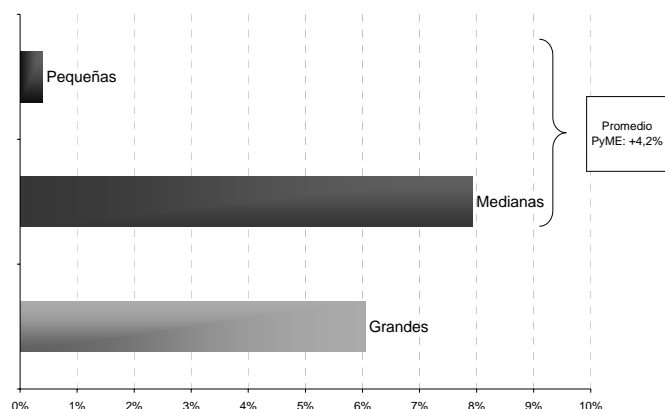
En otros términos, a diferencia de lo que ocurre entre las grandes empresas industriales, donde en promedio durante los primeros tres trimestres de 2006 la producción creció un 8% impulsada por el dinamismo de la industria automotriz y del sector de minerales no metálicos (Ver Gráfico 3), entre las PyME el crecimiento en cantidades físicas vendidas no se percibe.

Ocupación

Durante el tercer trimestre de 2006 se observa que el nivel de creación de empleo entre las PyME industriales continúa elevado. Entre el acumulado de los primeros nueve meses de 2006 e igual período del año anterior, la ocupación creció poco más del 4%.

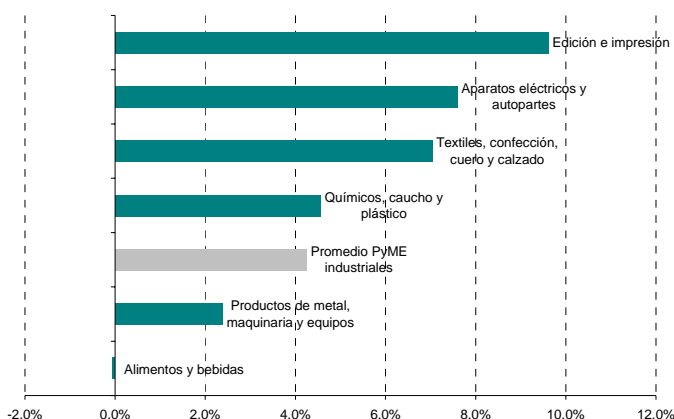
Sin tener presente los cambios estacionales en la contratación de mano de obra en el sector Alimentos y bebidas, propios de la primera mitad del año, durante el tercer trimestre la ocupación evolucionó positivamente en todos los sectores con excepción de Productos de metal, Maquinaria y Equipo.

Gráfico 5 Variación de la ocupación, por dimensión de empresa (3° trimestre de 2006 respecto a igual período del año anterior)



Fuente: Fundación Observatorio PyME INDEC. Índice de obreros ocupados.

Gráfico 6 Variación de la ocupación, por sector industrial (Promedio tres primeros trimestres de 2006 respecto a igual período del año anterior)



Fuente: Fundación Observatorio PyME

Cuadro 1 Utilización de la capacidad instalada en las PyME Industriales

Utilización de la capacidad instalada			
Datos expresados en porcentajes			
Período	PyME industriales	Pequeñas	Medianas
2004			
1º trimestre	75.3%	70.8%	78.5%
2º trimestre	74.7%	70.6%	77.4%
3º trimestre	75.6%	71.5%	78.7%
4º trimestre	77.3%	76.2%	78.0%
2005			
1º trimestre	74.6%	74.0%	74.9%
2º trimestre	74.4%	76.6%	72.8%
3º trimestre	80.5%	79.4%	81.2%
4º trimestre	77.5%	76.1%	78.4%
2006			
1º trimestre	76.4%	74.9%	77.4%
2º trimestre	78.7%	75.7%	80.7%
3º trimestre	78.4%	73.4%	79.6%

Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Dentro del segmento PyME debe advertirse asimismo que durante 2006 las empresas medianas tuvieron mayor dinamismo a la hora de crear empleo que las pequeñas (Ver Gráfico 5).

Debe notarse que a diferencia de lo ocurrido en 2003 y 2004, en el último año la creación de empleo en las PyME ha estado en línea a la del conjunto de la industria. En el Gráfico 3 se puede observar que durante los primeros tres trimestres de 2006 el incremento registrado de la ocupación en el total de la industria alcanzó el 5,4%.

Por otro lado, como se puede observar en el Gráfico 6, a nivel sectorial también existen marcadas diferencias en las tasas de variación de la ocupación. Tomando el promedio de los tres primeros trimestres de 2006 contra igual período del año anterior sectores como Edición e impresión, Aparatos eléctricos, maquinaria y equipo, y Textiles, confección, cuero y calzado lideraron la generación de empleo. En el extremo opuesto el sector Alimentos y bebidas no presentó variaciones en la dotación de personal durante 2006.

Uso de la capacidad instalada de planta

El elevado nivel de actividad se confirma con los datos de utilización de la capacidad instalada y ocupación. La primera se mantiene en niveles elevados, especialmente entre las empresas medianas con más de 50 ocupados (pero menos de 200). En cambio, las pequeñas empresas presentan niveles de utilización inferiores a aquellos de igual período del año anterior (Ver Cuadro 1). Entre estas últimas empresas se observa incluso una gradual reducción de la utilización de la capacidad instalada desde mediados de 2005.

Desde la perspectiva sectorial, el elevado uso de las maquinarias e instalaciones se advierte en la totalidad de las ramas de actividad aquí estudiadas. No obstante, entre las PyME industriales se destaca la amplia utilización de la capacidad de las empresas de Aparatos eléctricos y Autopartes que desde principios de 2004 vienen superando el 80%.

La información presentada en esta sección ratifica la hipótesis de las dos velocidades a las que se ha desplazado la industria durante 2006 y merece ser tenida en consideración a la hora

de evaluar los desafíos que enfrentan las PyME en su sendero de crecimiento futuro.

A pesar de la mejoría registrada durante el tercer trimestre, 2006 fue el año en el que empezaron a asomar señales de desaceleración de la actividad del segmento PyME. Dichas señales constituyen el primer diagnóstico de problemas cotidianos para el desempeño de las PyME que deben tratarse con medidas concertadas entre el sector público y privado.

Evolución de costos y precios

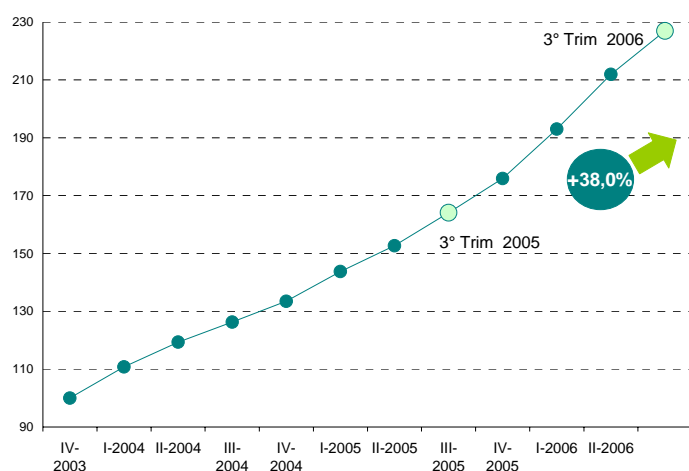
Síntesis

La variación interanual de los costos directos de producción entre el tercer trimestre de 2005 e igual período de 2006 ascendió al 38%. Los incrementos se debieron fundamentalmente a la evolución de los precios internacionales de los insumos industriales y a los salarios de los operarios involucrados directamente en el proceso productivo.

La variación interanual promedio del precio de venta del principal producto de las PyME industriales fue del 15,8%.

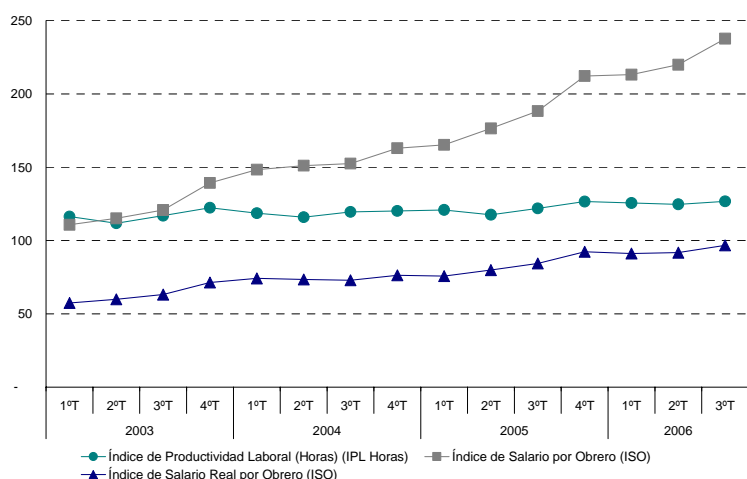
La magnitud de la caída de la rentabilidad unitaria durante los primeros tres trimestres de 2006 fue del 17,9%. De esta manera, la estrategia empresaria se ha volcado al crecimiento por cantidades físicas.

Gráfico 7 Evolución de los costos directos de producción por unidad de producto. Base 2003 = 100



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 8 Evolución del Índice de Salario Obrero (ISO) en términos nominales y reales, y del Índice de Productividad Laboral (Horas) (2003 – 2006)



Fuente: Encuesta Mensual Industrial - INDEC.

La escalada de los costos directos de producción: el principal desafío para 2007

Desde mediados de 2006 la tasa de crecimiento de los costos directos de producción para las PyME industriales se ha acelerado. La variación interanual de los mismos entre el tercer trimestre de 2005 e igual período de 2006 ascendió al 38%. Aún teniendo en cuenta que ya durante 2005 la variación interanual promediaba el no escaso 30%, la aceleración desde principios de 2006 en las tasas de variación trimestrales constituye en la actualidad una preocupación creciente entre el empresariado PyME.

Al igual que en períodos anteriores, los incrementos se debieron fundamentalmente a la evolución de los precios internacionales de los insumos industriales y a los salarios de los operarios involucrados directamente en el proceso productivo. No es menor la preocupación entorno a las subas en los servicios públicos (especialmente la energía eléctrica y el gas en aquellos casos donde se lo utiliza para la producción) a pesar de su menor incidencia sobre los costos totales. Asimismo, las perspectivas futuras de incremento de los servicios públicos constituyen una preocupación recurrente entre los empresarios.

De acuerdo a la Encuesta Mensual Industrial del INDEC, entre el tercer trimestre de 2006 e igual período de 2003, el Índice de Salario Obrero presentó un incremento interanual en términos nominales cercano al 97%. Sólo durante 2006 dicho índice verificó un crecimiento del 26%.

Por otro lado, según datos de la misma encuesta, como se puede observar en el Gráfico 8, en los últimos tres años la productividad laboral medida en horas trabajadas permaneció prácticamente constante mientras que los salarios obreros en términos reales crecieron cerca de un 15%.

No obstante la recuperación de los salarios reales en el sector industrial no se haya dado de manera completa, como se puede observar en el Gráfico 9, la participación de los salarios sobre los costos totales de producción para las PyME industriales ha retornado a niveles previos a la devaluación.

Esta estructura reviste diferencias sustanciales entre los diferentes sectores de actividad. Por ejemplo, en las actividades más tradicionales tales como Alimentos y bebidas, y Textiles, confecciones, cuero y calzado, la participación de los salarios en el costo total de producción incluso supera al previo a la devaluación del peso. Por otro lado, sectores más complejos tales como Aparatos eléctricos y autopartes son los insumos básicos para la producción los que tienen una mayor participación en la actualidad.

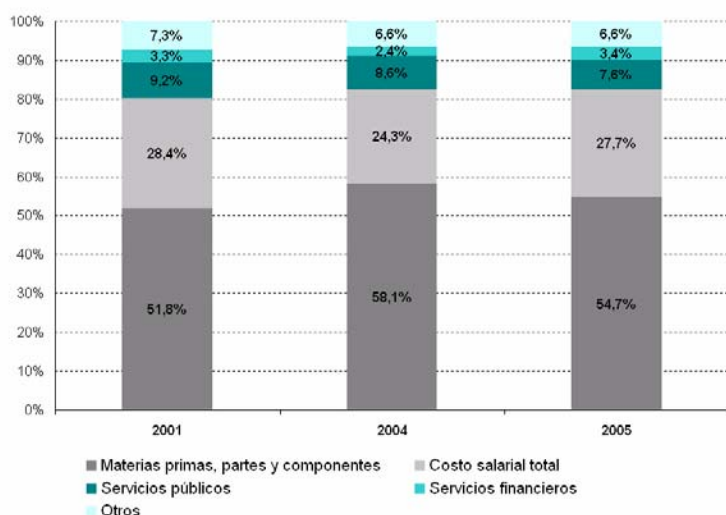
Salvadas estas diferencias, la presión de los costos es generalizada especialmente en cuanto refiere a las materias primas.

De esta manera, si bien los salarios han repercutido sobre el incremento de los costos unitarios, los insumos presentaron aumentos sostenidos que constituyen un problema creciente para las empresas.

Los incrementos en los costos de las materias primas así como las perspectivas de abastecimiento cada vez más dificultoso afectan, sin lugar a dudas, las condiciones que deben afrontar las PyME industriales frente a los proveedores de las mismas.

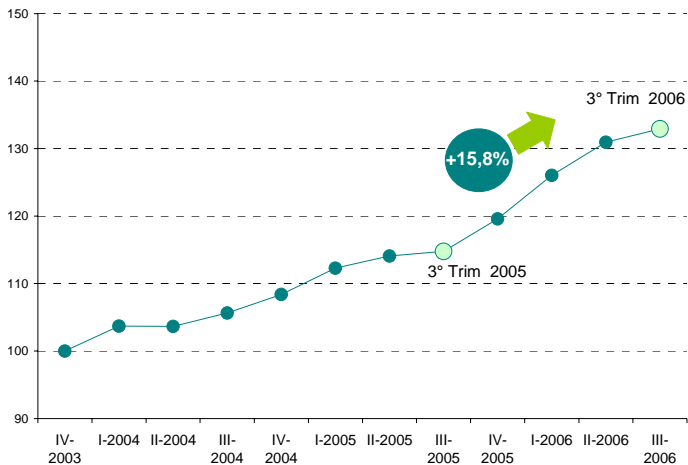
Asimismo, la difusión del problema se verifica al observar que, al igual que en períodos anteriores, durante el tercer trimestre de 2006 más del 80% de las empresas verificaron incrementos de costos. Se advierte asimismo que desde fines de 2003 la difusión en el incremento generalizado de costos se relaciona íntimamente con las tasas de incremento de los mismos.

Gráfico 9 Estructura de costos de las PyME industriales (2001 – 2005)



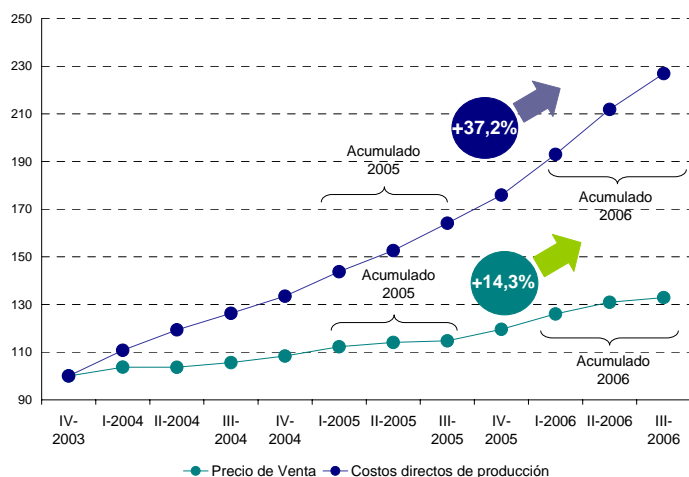
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2001 - 2005. Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 10 Evolución del precio de venta del principal producto. Base 2003 = 100



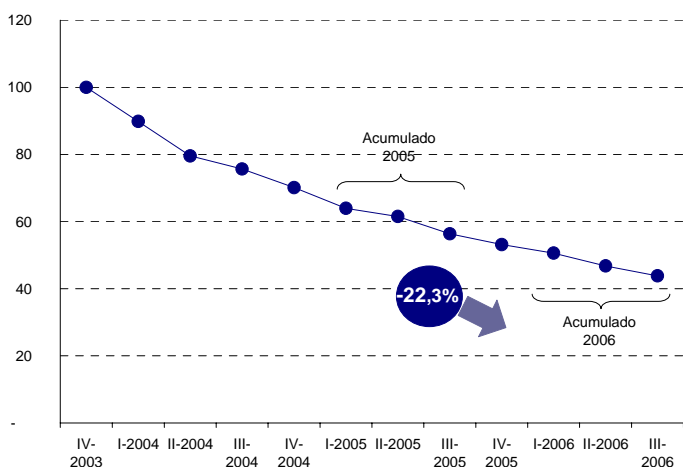
Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 11 Evolución de los costos directos de producción y del precio de venta del principal producto de las PyME industriales (2004 – 2006)



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 12 Evolución de la rentabilidad unitaria (2004 – 2006). Base 2003 = 100



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

La evolución de los precios de los productos de las PyME industriales hacia fines de 2006

Entre el tercer trimestre de 2006 e igual período de 2005, la variación promedio del precio de venta del principal producto de las PyME industriales fue del 15,8%, superando ampliamente la suba de los precios del conjunto del sector y de los precios.

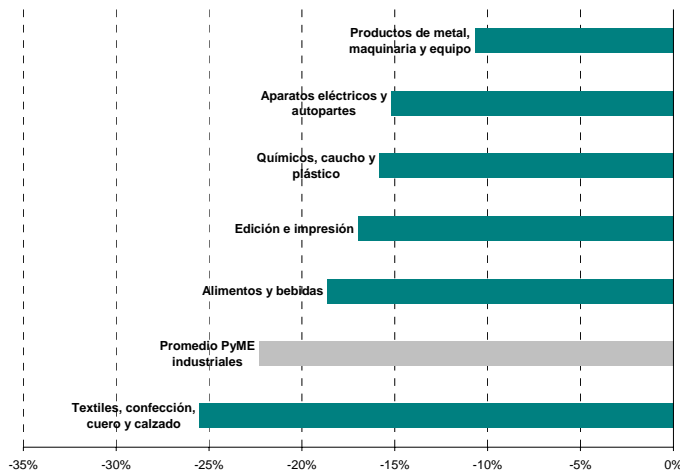
El incremento de precios trimestral de los productos de las PyME durante el tercer período de 2006 fue del 1,5% superando el valor del año anterior (0,6%). No obstante, se ha dado una menor suba en los precios en relación a los dos trimestres anteriores, períodos en los cuales se había registrado una considerable aceleración. Esto último había respondido en parte a la mayor proporción de empresas que habían incrementado sus precios en relación a aquellas que los habían mantenido constantes o incluso los habían reducido.

La proporción de PyME industriales que durante el tercer trimestre de 2006 incrementó el precio de venta de su principal producto se ubicó en un nivel elevado en comparación con períodos anteriores (38%). Asimismo, durante 2006 se acentuó la relación entre la proporción de empresas que incrementan los precios y las tasas de variación de los mismos.

A pesar de los mayores incrementos de los precios ocurridos especialmente durante el segundo trimestre de 2006, el mayor aumento de los costos por sobre los precios de venta, llevó a la continuación de la caída de la rentabilidad empresarial. Como se observa en el Gráfico 11, el incremento promedio de los costos directos de producción durante los primeros tres trimestre de 2006 superó ampliamente el incremento del precio de venta del principal producto de las PyME industriales.

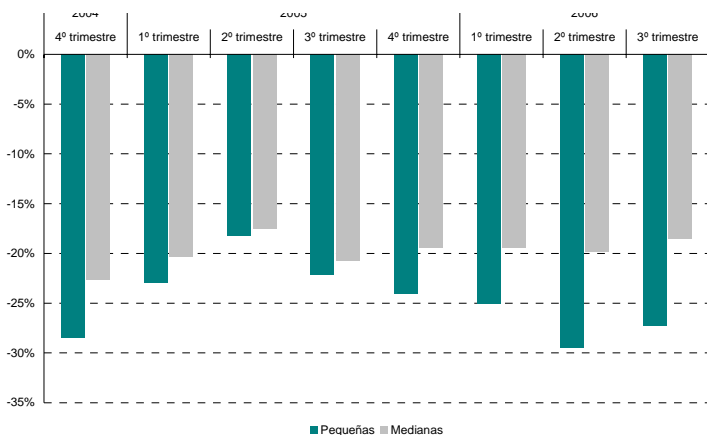
Asimismo, en el Gráfico 12 se puede observar la magnitud de la caída de la rentabilidad unitaria durante los primeros tres trimestres de 2006 en relación a igual período del año anterior: 22,3%. Frente a este escenario, la estrategia empresarial ha apuntado, con diferentes resultados, al crecimiento por

Gráfico 13 Variación interanual de la rentabilidad unitaria, por sector de actividad. Base 2003 = 100



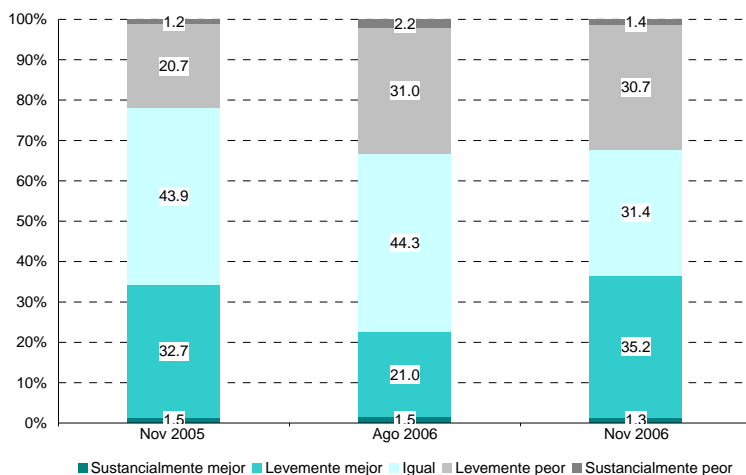
Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 14 Variación porcentual interanual de la rentabilidad unitaria, por tramo de ocupación (2004 – 2006)



Fuente: Fundación Observatorio PyME

Gráfico 15 Expectativas de los empresarios PyME sobre la rentabilidad de su empresa dentro de un año



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

cantidades físicas de manera tal de sostener la rentabilidad global de sus negocios.

La caída interanual en la rentabilidad unitaria se distribuyó de manera homogénea a nivel sectorial. No obstante, se advierte una mayor caída en el sector Textiles, confección, cuero y calzado como producto del incremento de los costos de producción y las bajas posibilidades de traslado a precios (Ver Gráfico 13). Asimismo, la caída de rentabilidad unitaria sigue siendo importante en Alimentos y bebidas.

Por otro lado, el mayor incremento de los costos directos de producción sumado al menor incremento de los precios de venta de los productos de las empresas pequeñas (entre 10 y 50 ocupados) llevó a que la rentabilidad unitaria para dicho segmento cayera más que entre las empresas medianas (Ver Gráfico 14).

Frente al nuevo incremento de las ventas en términos reales durante el tercer trimestre de 2006, las expectativas empresarias en relación a la evolución futura de la rentabilidad global han mejorado sensiblemente en relación al trimestre anterior: en agosto de 2006 para un 77% de los empresarios la rentabilidad futura sería igual o peor mientras que en la medición de noviembre este porcentaje cae a un 63,5% mientras que uno de cada tres empresarios estima que la rentabilidad en los próximos 12 meses será levemente mejor (Ver Gráfico 15). No obstante, en el mismo gráfico se observa que en comparación con lo registrado en noviembre de 2005 una de cada tres empresas considera que su rentabilidad futura será leve o sustancialmente peor.

De esta manera, se puede decir que en un contexto de incremento generalizado de costos trasladados a los precios sólo en parte, las perspectivas de los empresarios en relación a la rentabilidad de sus firmas son muy sensibles a los cambios en los volúmenes vendidos.

Incrementos de costos y precios, por sector industrial y tramo de ocupación

Entre el tercer trimestre de 2006 e igual período del año anterior el incremento de los costos directos de producción ha sido considerable en todos los sectores (Ver Gráfico 16).

No obstante, el incremento de los costos se dio especialmente en los sectores Productos de metal, maquinaria y equipo, Edición e impresión, y Textiles, confección, cuero y calzado, que presentaron aumentos por encima del promedio PyME.

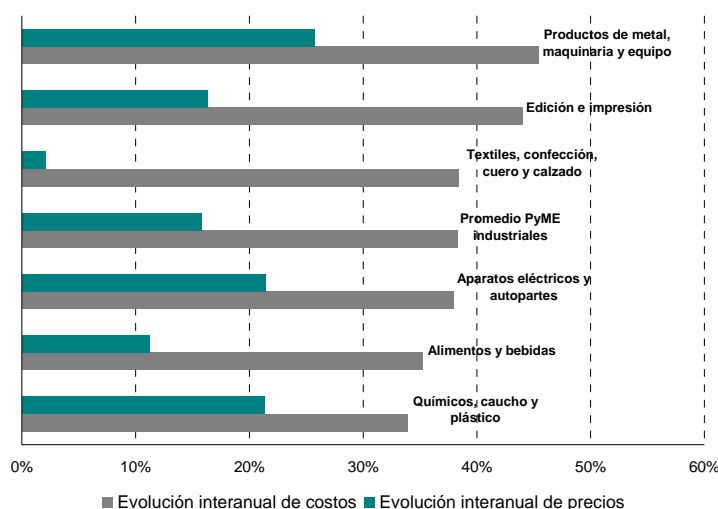
El incremento acumulado de costos desde finales de 2003 es considerable en todos los sectores. Los sectores más afectados por las subas fueron Productos de metal, maquinaria y equipo, y Textiles, confección, cuero y calzado.

Por su parte, durante el tercer trimestre de 2006, los sectores con mayores incrementos interanuales en el precio de venta de su principal producto fueron Químicos, caucho y plástico, Productos de metal, maquinaria y equipo, Aparatos eléctricos y autopartes. Asimismo, estos últimos dos sectores presentaron los mayores incrementos de precios desde finales de 2003.

Finalmente, como se mencionó anteriormente, el incremento interanual de los costos directos de producción se ha acelerado especialmente entre las empresas pequeñas (entre 10 y 50 ocupados). Esto puede advertirse particularmente a partir del cuarto trimestre de 2005 en el cual la tasa de crecimiento interanual de los costos directos de producción de las empresas pequeñas volvió a superar aquellas de las medianas (Ver Gráfico 17).

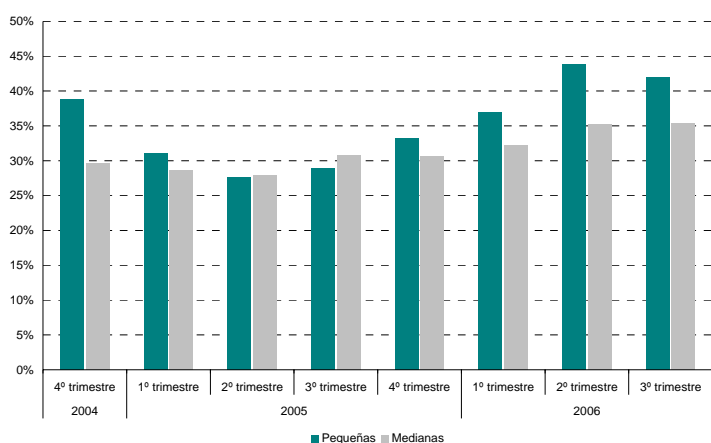
Por otro lado, las empresas medianas han experimentado una tasa de incremento interanual del precio de venta promedio superior a la de las empresas pequeñas. A partir de esto puede inferirse que la caída de rentabilidad unitaria es más notoria entre las empresas pequeñas.

Gráfico 16 Variación porcentual de los costos y precios por unidad de producto, por sector industrial (3° trimestre de 2006 respecto a igual período del año anterior)



Fuente: Fundación Observatorio PyME

Gráfico 17 Variación porcentual interanual de los costos directos de producción, por tramo de ocupación (2004 – 2006)



Fuente: Fundación Observatorio PyME

Síntesis

Después de tres trimestres de registrarse proporciones de PyME inversoras inferiores al 40%, durante el tercer trimestre del año esta proporción aumentó hasta el 47%, ubicándose así en los niveles más altos de la serie.

El nivel de endeudamiento bancario no muestra cambios durante el trimestre analizado y la proporción de PyME industriales que estima solicitar algún crédito bancario durante el próximo trimestre sigue estancada en el 25% del total de las empresas.

Aumento de la cantidad de PyME inversoras

A pesar de que la proporción de PyME inversoras se mantiene aún por debajo del 50% del total, se observó en el tercer trimestre de 2006 una marcada recuperación, alcanzándose una proporción (47%) igual a la registrada durante el tercer trimestre de 2004, el más alto de toda la serie.

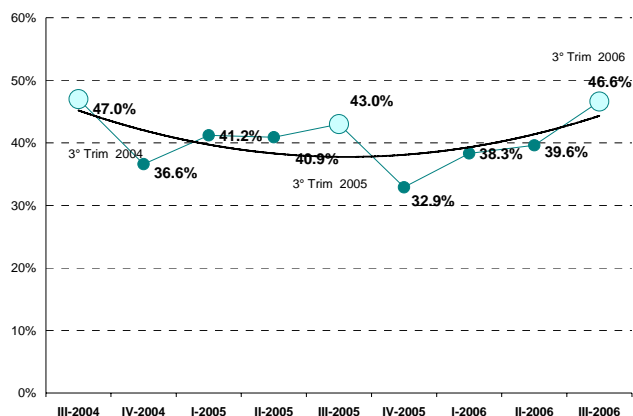
La reacción se encuadra en un período de recuperación de la facturación de las PyME industriales junto con una elevada utilización de la capacidad instalada de planta. No obstante, el hecho de que sólo menos del 50% de las PyME haya realizado inversiones en momentos de intensa expansión de la actividad económica muestra una realidad empresarial de diversos matices.

Entre las PyME inversoras se observa una mayor participación de las empresas de mediano porte (entre 51 y 200 ocupados), en coincidencia con el mayor incremento de las ventas y la menor caída de la rentabilidad de este segmento de empresas con respecto a las más pequeñas (entre 10 y 50 ocupados).

Entre las PyME que no han realizado inversiones durante el tercer trimestre (53% del total) parecen predominar aquellas de menor tamaño que, por otra parte, declaran disponer aún de capacidad instalada ociosa para seguir incrementando las ventas sin realizar nuevas inversiones, mayor caída de rentabilidad y en consecuencia dificultades para financiar con fondos propios nuevos proyectos de inversión.

Por un lado, un grupo de las empresas no inversoras consideran que aún cuentan con capacidad instalada para seguir incrementando las ventas o realizarán las inversiones marginales necesarias para continuar su expansión. Por otro lado, en otro conjunto de empresas se observa una señal de agotamiento

Gráfico 18 Proporción de PyME industriales inversoras (2004 – 2006)



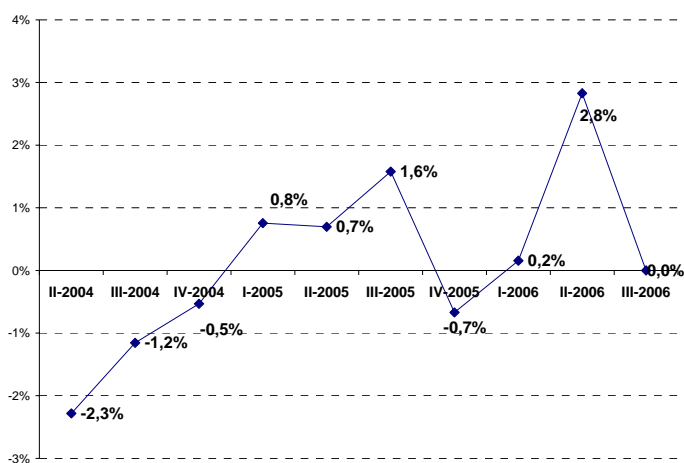
Fuente: Fundación Observatorio PyME.

de la capacidad propia de financiar nuevos proyectos de inversión.

Como se vio en la sección anterior, durante el tercer trimestre de 2006, las ventas de las empresas medianas (entre 51 y 200 ocupados) se incrementaron en mayor medida que aquellas de las pequeñas (entre 10 y 50 ocupados). El mayor incremento de las ventas así como una menor caída de la rentabilidad (ver tercera sección) entre las empresas medianas constituyen factores importantes a la hora de decidir inversiones frente a la falta de financiamiento externo.

Por otro lado, en la quinta sección del presente informe se puede observar que las expectativas de inversión para el último trimestre de 2006 son muy inferiores a aquellas de igual trimestre de 2005.

Gráfico 19 Endeudamiento bancario (2004 – 2006)
(saldo de respuesta)



Saldo de respuesta = (% Aumentaron - % Disminuyeron) x (1 - % Igual²)

Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Sin cambios en el financiamiento bancario

Durante el tercer trimestre del año no hubo cambios en el nivel de endeudamiento bancario de las PyME industriales, medido éste como el saldo neto entre la cantidad de empresas que declaran que aumentaron su endeudamiento y aquellas que lo disminuyeron.

En términos generales, el saldo de respuesta de endeudamiento bancario no ha verificado cambios sustanciales en los últimos dos años. Como se observa en el Gráfico 16, la leve propensión empresaria a incrementar su endeudamiento más que a reducirlo entre fines de 2004 y mediados de 2005 presentó durante 2006 un comportamiento errático.

De esta manera, al igual que a fines de 2004, sólo cerca del 30% presentó variaciones en relación a su posición frente al crédito bancario pero sólo la mitad de estas empresas se encontraba incrementando su endeudamiento. Teniendo esto en cuenta se puede decir que en el segmento PyME existe una elevada proporción de empresas desalentadas, es decir, de empresas sin financiamiento bancario por propia voluntad.

Esta realidad no hace más que confirmar los problemas estructurales de financiamiento que caracterizan el entorno en el que se desenvuelven las empresas.

Por otro lado, en el mismo período una mayor proporción de empresas medianas incrementaron su endeudamiento bancario en

relación a las pequeñas aunque, al mismo tiempo, una similar proporción de empresas medianas lo ha reducido.

Por otra parte, las perspectivas de endeudamiento para el próximo trimestre se mantienen estables en los valores observados durante 2005: solo el 25% de las empresas considera solicitar algún tipo de crédito bancario durante el último trimestre del año 2006.

La baja solicitud de crédito y el alejamiento general de las PyME del sistema bancario determina que más del 75% de la inversión en el segmento se realice con recursos propios. De esta manera, la falta de financiamiento bancario no se presenta como un problema para el empresariado PyME en tanto y en cuanto la rentabilidad empresarial permita continuar con el financiamiento de las mismas.

No obstante, es de destacar que frente a una utilización de la capacidad instalada promedio del 78%, deberá encontrarse una solución general a los limitantes del financiamiento de las PyME industriales de manera tal de no frenar las perspectivas de crecimiento futuras del segmento.

Principales problemas

Síntesis

A fines de 2006 los empresarios PyME identificaron una vez más al *Aumento de los costos directos de producción* como la principal preocupación. Por otro lado, la *Disminución de la rentabilidad* continúa siendo la segunda preocupación creciente entre el empresariado PyME. La tercera es la *Alta participación de los impuestos en los costos*.

Siguen sin aparecer como problemas las *Dificultades en la obtención de financiamiento* así como el *Elevado costo financiero*, una muestra de que el segmento está claramente organizado sin sistema financiero. Poco a poco, un mayor número de empresarios identifican a la *competencia externa* como un problema así como los *inconvenientes con el personal* tales como *falta de calificación* y *conflictos laborales*.

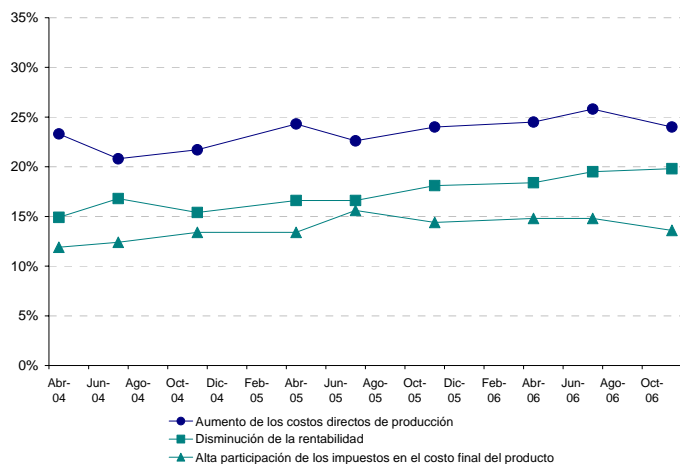
A partir de lo presentado en la segunda sección, a fines de 2006 los empresarios PyME identificaron una vez más al *Aumento de los costos directos de producción* como la principal preocupación. De esta manera entre julio y septiembre de 2006, el problema alcanzó una incidencia similar a aquella de mediados de 2005.

Por otro lado, la *Disminución de la rentabilidad* continúa siendo una preocupación creciente entre el empresariado PyME. El problema continúa su incremento en participación ubicándose nuevamente en segundo lugar con una incidencia considerablemente mayor a aquella de mediados de 2005. Esto último confirma que a medida que pasa el tiempo y los costos de producción siguen incrementándose, los márgenes de las PyME industriales continúan reduciéndose.

La incidencia del problema es particularmente elevada en Textiles, confecciones, cuero y calzado y Productos de metal, maquinaria y equipo. No obstante, en ninguno de los sectores de actividad el problema deja de estar muy presente.

La *Alta participación de los impuestos en el costo final del producto* se ubicó una vez más en el tercer lugar aunque su incidencia se estabilizó desde finales de 2005 registrándose incluso una leve caída durante el tercer trimestre de 2006. Una vez más, durante el tercer trimestre de 2006, el problema se encontró con mayor frecuencia en Aparatos eléctricos y autopartes que en el resto de los sectores.

Gráfico 20 Evolución de la incidencia de los tres principales problemas de las PyME industriales



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

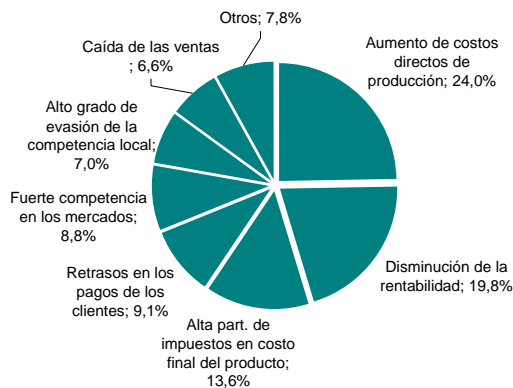
Otros problemas: Retrasos en los pagos de los clientes y fuerte competencia en los mercados

Aunque alejado de las tres primeras preocupaciones empresarias, la cuestión de los *Retrasos en los pagos* de los clientes se ubica en cuarto lugar y durante el tercer trimestre de 2006 ha registrado un leve incremento con respecto a igual período del año anterior.

Aunque con menor frecuencia otros problemas como la *Caída de las ventas* y la *Fuerte competencia en los mercados* son mencionados por los empresarios. Desde principios de 2005 dichos problemas agrupan a más del 15% de las respuestas. Asimismo, durante el tercer trimestre de 2006 un mayor número de empresarios identificaron a la competencia externa como un problema así como los inconvenientes con el personal tales como falta de calificación y conflictos laborales.

Finalmente, es de destacar que siguen sin aparecer como problemas las Dificultades en la obtención de financiamiento así como el Elevado costo financiero, una muestra de que el segmento está claramente organizado sin sistema financiero.

Gráfico 21 Incidencia de los problemas de las PyME industriales durante el 3º trimestre de 2006



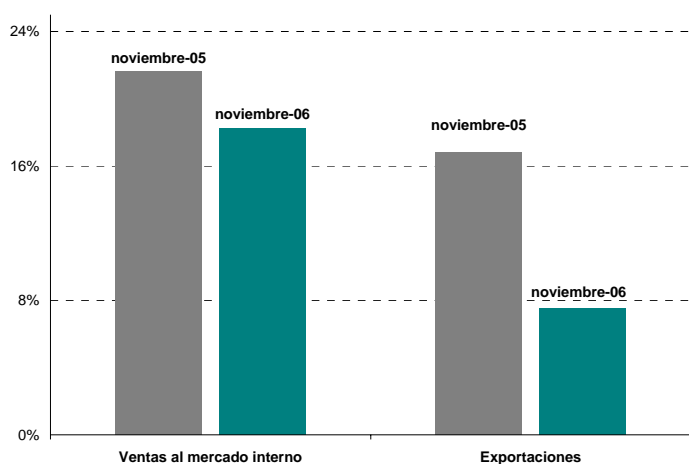
Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Expectativas: menos optimismo en Inversiones y Exportaciones

Síntesis

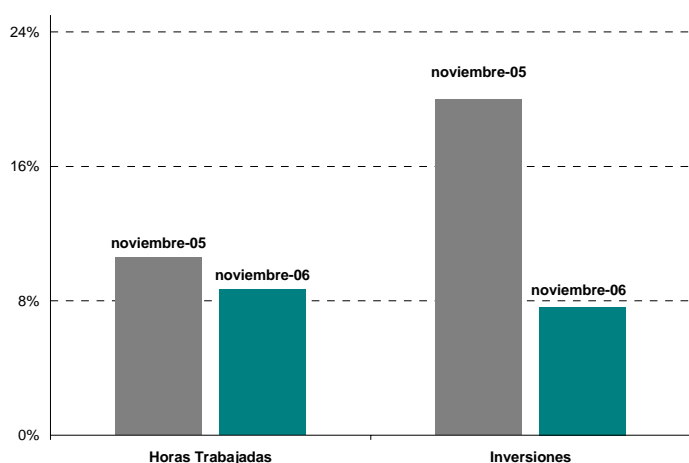
Las expectativas empresarias respecto de las ventas al mercado interno continúan elevadas aunque levemente por debajo de aquellas de noviembre de 2005. Las expectativas sobre las ventas al exterior e inversiones se situaron considerablemente por debajo de las mismas de noviembre de 2005.

Gráfico 22 Expectativas sobre ventas



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 23 Expectativas sobre horas trabajadas e inversiones



Fuente: Fundación Observatorio PyME.

Hacia finales de 2006 las expectativas empresarias en relación a las ventas al mercado interno se mantuvieron en niveles elevados aunque levemente por debajo de aquellas de igual período de 2005. En términos generales, en la totalidad de los sectores se percibieron perspectivas positivas respecto de la evolución de las ventas, con la excepción de Productos de metal, maquinaria y equipo donde sólo poco más del 25% de los empresarios consideraba que sus ventas se incrementarían durante el cuarto trimestre de 2006.

Por otro lado, las expectativas de los empresarios PyME en relación a las ventas al exterior se situaron considerablemente por debajo de las mismas de noviembre de 2005. En este sentido, sólo el 12% de las PyME industriales (cerca del 28% de las exportadoras) consideraron que sus exportaciones se incrementarían a fines de 2006. Es de destacar la elevada proporción de empresas no exportadoras o de PyME que incursionan en el negocio exportador sólo de manera incipiente, especialmente entre las empresas pequeñas (de 10 a 50 ocupados).

Las expectativas sobre la cantidad de horas afectadas al proceso productivo para el último trimestre del año se situaron en un nivel levemente inferior con respecto a igual período de 2006. No obstante, se verifican algunas diferencias importantes entre los sectores de actividad propias de la estacionalidad de cada una de ellas. Mientras que en Textiles, confección, cuero y calzado, Productos de metal, maquinaria y equipo las expectativas son menores, en el resto de las actividades se esperaron una mayor cantidad de horas contratadas para fin de 2006.

Las expectativas sobre las inversiones para el cuarto trimestre de 2006 fueron muy bajas en

relación a aquellas para igual período de 2005. Esto contrasta especialmente con las expectativas muy positivas de junio de 2006 para el tercer trimestre del año.

Finalmente, en la totalidad de las variables analizadas las expectativas de las empresas medianas superaron aquellas de las pequeñas.

3.1 ENTREVISTA CON ROBERTO ROGEL Y HORACIO CASABURI, SOCIOS DE LACABRIL S.A.

“Aprendimos que teníamos que aprender y estamos en ese constante aprendizaje”



Roberto Rogel y Horacio Casaburi (der.), planta de acabado de impresos, Avellaneda, Prov. de Buenos Aires (izq.).

Lacabril S.A. es una PyME dedicada a la realización del acabado de impresos ubicada en el partido de Avellaneda de la Provincia de Buenos Aires. La historia de Lacabril está unida a la de José Abadi, pionero de la industria del acabado de impresos en Argentina. En 1980, José Abadi junto a Roberto Rogel y Horacio Casaburi conforman la actual razón social que merced al constante propósito innovador y de desarrollo, ha transformado a Lacabril en una empresa líder y de vanguardia que responde a las exigencias de calidad de la gráfica moderna, siendo respaldada desde el año 2000 por la certificación de las normas ISO. Éste criterio hace que en la actualidad Lacabril S.A. sirva al diseño gráfico con una gran gama de sus productos habituales y además brinde una serie de innovaciones y productos novedosos, como ser terminados con textura y aroma.

- ¿En qué consiste la actividad del acabado de impresos?

Roberto Rogel (RR): La empresa se dedica a la terminación de los trabajos diseñados que recibimos de las imprentas, ya sea sobre papel, cartón u otro material. En nuestros inicios se realizaba el barnizado de los impresos porque era la técnica más barata. Después éste se reemplazó por la técnica del laminado, que consiste en aplicar una película al papel ya diseñado, ya sea mate o brillante, sobre los impresos en vez de utilizar un líquido como en el caso del barnizado. Aunque ahora también, pero en muy pocos casos,

aplicamos la técnica a la inversa, es decir, se realiza primero el laminado y luego el impresor hace la impresión sobre ese material para buscar un diseño diferente.

- Actualmente, ¿cuál es el principal producto que ofrecen?

Horacio Casaburi (HC): Si hay algo que nos caracteriza es que investigamos, averiguamos, probamos y ofrecemos a nuestra gente las cosas más novedosas que hay en el mundo. Y algunas son nuestras, como por ejemplo los envases aromatizados o las diferentes texturas que le damos al impreso.

- Haciendo un poco de historia, ¿cómo fueron las décadas del 80 y 90 para la empresa?

RR: La empresa se creó en 1980 con la compra del sector de laminados de la empresa PAPELBRIL y enseguida comenzamos a recibir mucho más trabajo que el que tenía antes esa parte de la empresa porque José Abadi era una persona muy conocida en el ambiente. A partir de allí estamos en constante crecimiento, nunca nos quedamos.

- ¿Cómo atravesó la empresa la crisis del 2001?

HC: La crisis la pudimos atravesar sin que genere ningún desequilibrio financiero a la empresa. Una de las claves del crecimiento nuestro fue que siempre trabajamos con muy poca deuda, somos una empresa limpia y prolija.

RR: Nuestra política es avanzar con pasos cortos. Ninguna crisis nos sorprendió, en todo caso nos sorprendió por demanda de mercado pero no desde el punto de vista de la estructura financiera de la empresa. Hubo una recesión que obviamente se sintió pero no generó desequilibrios.

Lo fundamental fue que siempre dejamos todo en la empresa, todas las ganancias que obtenemos quedan en la empresa e invertimos permanentemente en tecnología además de desarrollar nuestra propia tecnología. Nosotros comenzamos con 5 máquinas en los 80 y hoy tenemos 25 y el triple de empleados que hace 4 años.

- Es decir que desde la devaluación a la actualidad ha sido un período de fuerte expansión....

HC: Exactamente. Nosotros en el peor momento de la crisis pensamos en el futuro. Muy despacio, pero siempre pensando en el futuro.

A nivel de gestión se trabaja fuertemente con el cliente. Aquí no hay ningún cliente que deje de comprar y no se haya visitado. Se trabaja con un equipo de ventas que lo visita y lo asiste. Es una empresa que no tiene nada descuidado, ninguno de los aspectos de su funcionamiento está descuidado.

- ¿A qué se refiere cuando hablan de la generación de tecnología dentro de la empresa? ¿Mejoras de gestión, desarrollo de nuevos productos, mejor organización?

RR: A todo. Y para lograr todos estos desarrollos participamos también de todos los programas de apoyo a las PyME como los que brinda la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa. A partir de la utilización de estos programas hemos podido certificar ISO 9000 y mejorar nuestra productividad.

HC: Nosotros usamos la experiencia de todos los días. Aprendimos que teníamos que aprender y estamos en ese constante aprendizaje. Somos gente grande que intenta tener mentalidad joven realizando nuevos desarrollos y aprendiendo continuamente. Para esto hemos viajado, nos hemos capacitado.

RR: También participamos periódicamente de ferias internacionales como la Feria para la industria de la comunicación gráfica DRUPA que se realiza cada cuatro años en Alemania. También hemos viajado a Milán, Miami, Chicago, Brasil. Siempre estamos presentes donde haya algo que podamos ver para traer e incorporar a la empresa, tanto en tecnología como en producto.

- ¿Han tomado créditos en el sector bancario de importancia para inversión o desarrollo de tecnología?

HC: Tenemos tomado crédito pero no de gran importancia. Siempre observamos el beneficio del crédito antes de solicitarlo, no salimos desesperados a tomar crédito en el mercado. En general hemos financiado nuestras inversiones con recursos propios, pero si el préstamo conviene se toma. Así como nunca fuimos conservadores en cuanto a investigación y desarrollo, somos conservadores a la hora de solicitar crédito.

- ¿Qué opinión tienen sobre el proyecto de ley sobre reinversión de utilidades a partir de la cual lo que se reinvierta podría ser descontado del impuesto a las ganancias?

RR: La idea es muy buena, sería bárbaro para nosotros porque venimos reinvertiendo continuamente. Esperemos que el proyecto “no duerma” en los cajones de quienes deciden esta situación.

- ¿Como ven la coyuntura actual? ¿Qué los preocupa como socios de LACABRIL S.A.?

HC: A mí lo que me preocupa es la historia del país. No me preocupa el momento actual, nosotros trabajamos siempre con sentido de futuro. Pero me preocupa la Argentina por sus procedimientos irregulares desde hace tanto tiempo. Cambia el gobierno y lo que hizo este está mal hecho y la situación cambia. Eso ha pasado muchísimas veces en los últimos 50 años. A mi me preocupa el pasado y entonces me hace preocupar el futuro.

Me preocupa la incertidumbre, que cambien las reglas de juego. Diferente sería si tuviésemos una economía como la chilena que apunta siempre a un proyecto país. Brasil mismo es más serio que nosotros en este sentido.

- ¿Cuál fue la evolución de los costos de la empresa durante el año 2006? ¿Hubo algún impacto sobre la rentabilidad?

RR: Nosotros tenemos insumos importados en su mayoría, y si bien han aumentado no lo hicieron en gran magnitud. Se ha incrementado mucho más la mano de obra. Nosotros estamos bajo el régimen gráfico y este régimen ha logrado un aumento importante en el último año y medio.

Pero podemos amortiguar los mayores costos dado que tenemos formulaciones propias, es decir, compramos el insumo y no el producto. Otra forma de contrarrestar ese problema es incrementando la productividad.

- ¿Cómo han logrado incrementar la productividad?

HC: Con mucha capacitación e incentivos para el personal y con mejoras en la maquinaria y en la gestión de la producción. Hemos incrementado la velocidad de las máquinas y aumentado el tamaño de los pliegos, logrando importantes ganancias de productividad.

- ¿Han tenido dificultad para encontrar mano de obra calificada?

RR: Si, siempre tuvimos dificultad porque no hay capacitación externa para lo que necesitamos. Tomamos gente joven y la formamos dentro de la empresa.

- ¿Cuáles son sus expectativas para el 2007?

RR: Nosotros nos estamos preparando para ir superando continuamente la producción. Si bien no vendemos al exterior exportamos indirectamente ya que hay empresas como ciertas editoriales que venden libros en el exterior con terminaciones que nosotros realizamos. Entonces indirectamente estamos relacionados con la exportación y la exportación está creciendo notablemente. Además esta es una empresa que permanentemente está lanzando nuevos productos, y en este sentido apuntamos a aumentar la producción no sólo de nuestros clásicos productos también a estimular la comercialización de productos que han salido en los últimos dos o tres años.

HC: Somos una empresa en constante desarrollo. Por ejemplo, la presentación de los productos hoy en día es mucho más "sofisticada". Así se nos ocurrió atender a los fabricantes de bolsas. También en el marketing se está difundiendo la idea de incorporar atractivo a los productos a través del olfato, y esta es una empresa que realiza aromatizado de impresos. Entonces se está relacionando el perfume, el aroma, con el envase. Es una tendencia en el mundo.

- Muchas gracias por su atención.

3.2 ENTREVISTA A FERNANDO GONZALEZ, PRESIDENTE DE TEXILO S.A.

“Frente a la caída de la rentabilidad, estamos intentando aumentar las unidades físicas de producción para lograr un mejor resultado”



Planta de Texilo S.A., Provincia de Santa Fe

Texilo S.A., fundada en Octubre de 1947 como una pequeña organización comercial para distribuir productos de cordelería y otras manufacturas textiles, fue evolucionando hacia la actividad industrial dentro del mismo rubro. A 60 años de su fundación, actualmente sus instalaciones fabriles y depósitos abarcan una superficie de 6,5 Ha. con más de 12.000 m² de construcción distribuidos en dos establecimientos. En la fábrica CAIMA, de Sauce Viejo, provincia de Santa Fe, se encuentran instalados los modernos equipos de extrusión de fibras sintéticas y de cordelería para hilos, piolines y sogas. Toda esta actividad se traduce en más de 1.000 productos que la empresa fabrica y distribuye directamente a lo largo de la República Argentina.

- ¿Cómo fueron los inicios de Texilo S.A.?

Fernando Gonzalez (F.G.): La empresa empezó 60 años atrás como una aventura de unos cuantos jóvenes que compraban y vendían diferentes productos del rubro textil fuera de sus tareas habituales.

A principios de los años 60 se comenzó a pensar en fabricar en vez de comprar y revender. Se empezaron a comprar maquinarias usadas y se le dio un perfil más industrial a la empresa. En ese momento un gran proveedor de la empresa tenía una fábrica en la provincia de Santa Fe que terminamos comprando. A medida que esto ocurría nuestra empresa se fue achicando a nivel social hasta que quedaron dos personas y en los noventa la empresa pasó totalmente a manos de mi familia.

A lo largo de su historia, la empresa tuvo dos vuelcos importantes. Uno, en 1965, con la compra de la fábrica de Santa Fe, y el otro en los ochenta cuando empezamos a producir fibras sintéticas. Esto último fue una revolución porque la técnica de producción cambió completamente.

- Entonces, la producción está hoy localizada totalmente en Santa Fe...

F.G.: Así es, toda nuestra producción está en Santa Fe. En Buenos Aires tenemos las oficinas y el despacho. De fábrica, salvo en contados casos de gente que está cercana, viene todo para Buenos Aires y de Buenos Aires se distribuye a todo el país porque desde Santa Fe no hay una buena red de transportes. Lo increíble de este país es que es más fácil mandar la producción desde Buenos Aires a Salta que de Santa Fe a Salta. Podríamos ir a Rosario, pero tampoco nos conviene por una cuestión de costos.

- En esos años, ¿el crecimiento de Texilo ha sido constante?

F.G.: Hemos tenido etapas pasivas. 1993 fue el último año de reacondicionamiento. Reacondicionamos la maquinaria vieja y compramos máquinas nuevas. La filosofía siempre fue no dejar caer el plantel de maquinarias, de tenerlas en buen estado o reponerlas. La importancia de la mano de obra en el proceso productivo es menor al de la máquina y la materia prima.

- ¿Qué materias primas utilizan y dónde se proveen?

F.G.: La materia prima principal es el polipropileno y nos proveemos de las petroquímicas que hay en Argentina. Compramos el grumo y hacemos todo el proceso hasta fabricar nuestros productos terminados. También utilizamos hilado de algodón para hacer ciertas líneas de hilos de atar que compramos en el país. Importamos hilado de poliamida y de poliéster para hacer alguna línea náutica y nos abastecemos con distribuidores locales con algo de polietileno.

- Una realidad actual que notamos en muchos sectores y especialmente en aquellos que dependen mucho de la materia prima para su producción es la cuestión del incremento de los costos.

F.G.: Totalmente. En nuestro caso el mayor problema es que (en referencia al polipropileno que se lleva el 80% de lo que consumimos) dependemos de dos petroquímicas que fijan un precio prácticamente igual. En los últimos 5 años hemos sido cautivos de eso y nunca pudimos importar porque la política de comercio exterior que tiene Argentina castiga con los mismos recargos la importación de la materia prima en su forma más primitiva como el producto terminado. Ahí estamos perjudicados a punto tal que no podemos exportar, no tenemos precio de exportación. Estamos muy competidos en nuestro principal producto, el hilo agrícola, con producto importado. En los vaivenes del 2002 se frenó esta competencia pero ahora volvió. La semana pasada el precio FOB de este producto terminado estaba por debajo de lo que nosotros estamos pagando el grumo de polipropileno.

La industria petroquímica argentina tiene un 17% de protección que se traduce en ganancia porque hoy cuesta lo mismo fabricar esta materia prima acá o en cualquier otra parte. Creo que habría que hacer más justa la protección de los mercados. A aquel que le agrega valor al producto hay que protegerlo y a aquel que lo compra terminado castigarlo un poco más. Si pudiéramos traer del exterior el polipropileno sin recargo o con menor protección las petroquímicas venderían seguramente a un precio inferior al importado. De esta forma tendríamos un margen que nos permitiría competir.

La prueba fue en el momento poscrisis, a fines de 2002 y principios de 2003, cuando los importadores no podían traer material y prácticamente sustituimos la importación. Ese mercado que estaba atendido por el importador lo pudimos atender nosotros porque en la empresa siempre hemos apuntado a tener un parque industrial que nos permita absorber la demanda, inclusive si es explosiva. Hace 2 o 3 años con nuestra capacidad instalada podíamos atender todo el mercado argentino.

- ¿Y hoy se mantiene esa aceleración pos crisis?

F.G.: No, después volvió a caer. Si consideramos que durante la convertibilidad se importaba el 100% del producto, hoy se importa el 50%. Hay un 50% que se ganó por ciertos factores que no pasan por la matemática. Hay factores muy importantes como el clima, que hace que nada sea seguro y cierto en el campo y por lo tanto que los productores no compren el hilo hasta que no saben que lo van a necesitar. Entonces el importador espera para ver cómo les va, pero no tiene una respuesta tan inmediata ante un aumento de la demanda. Compran una base que saben que la venden por más mal que les vaya y la otra parte se compra en el mercado argentino.

- A nivel sectorial, ¿Textilo forma parte de alguna Cámara o Asociación?

F.G.: En un momento estuvimos en la Cámara de Fibras Duras que agrupaba a los fabricantes de fibras naturales para cordelería. Pero se fueron fundiendo y quedamos solos. Con el advenimiento del sintético muchos competidores nuestros están nucleados en la Cámara del Plástico pero allí tampoco encuentran un lugar porque en realidad el plástico es otra cosa. Lo nuestro sigue siendo textil pero en la FITA (Federación Argentina de Industrias Textiles) no hay un lugar para nosotros. Además, nuestra industria es propicia a que se puedan hacer microemprendimientos porque si bien nosotros contamos con una línea muy extensa de productos tenemos diferentes competidores en cada uno de ellos y se hace más difícil impulsar algún tipo de asociatividad.

- ¿Cómo ve el 2007?

F.G.: Este ejercicio comercial pareciera andar mejor. En el ejercicio pasado salimos “empatados”, no se ganó dinero pero no se debe nada, está todo al día. No se ganó dinero porque la rentabilidad es muy pequeña, porque nosotros competimos con el que importa y con el que aplica prácticas desleales para bajar sus precios.

A partir del actual ejercicio comercial hemos decidido crecer por volumen. Frente a la caída de la rentabilidad, estamos intentando aumentar las unidades físicas de producción para lograr un mejor resultado.

- En la estrategia de crecer por volumen es fundamental la disponibilidad de capacidad instalada. Si no la hubiesen tenido, ¿podrían haber recurrido al financiamiento bancario?

F.G.: Ese tema es bastante crítico, por lo menos en el caso de Texilo. Texilo no es un mal cliente de los bancos pero los bancos no tienen una política financiera que nos aliente a recurrir a un préstamo. Nos hemos equipado hace dos años con la compra de dos máquinas nuevas pero se compraron porque teníamos el dinero en el cajón. No es que no queremos recurrir al crédito porque los costos son altos sino que directamente no hay crédito. Yo hago algo muy primitivo, si tengo plata la gasto y sino no. Hoy estamos bien pero no va a durar eternamente. A Texilo se le van a empezar a romper las máquinas, pero nosotros no las podemos cambiar.

- Muchas gracias por su atención.

La Encuesta Coyuntural

La Encuesta Coyuntural tiene como objetivo el análisis del desempeño económico de las PyME industriales durante el trimestre precedente y de sus perspectivas en el corto plazo, la individualización de las principales problemáticas del sector, y el conocimiento de las expectativas de los empresarios y su opinión sobre temas de la coyuntura.

Universo de Estudio y Diseño Muestral

El universo de estudio de esta encuesta son las empresas industriales que cuentan con una cantidad total de ocupados que oscila entre 10 y 200. Los sectores industriales comprendidos en este estudio son Alimentos y bebidas, Textiles, Confecciones, Cuero y calzado, Edición e impresión, Químicos, Caucho y plástico, Productos elaborados de metal, Maquinaria y equipo, Aparatos eléctricos y autopartes.

La selección de las empresas se realizó mediante un muestreo probabilístico estratificado por sector industrial y por cantidad de personal ocupado. La muestra, conformada por 360 empresas de todo el país, se extrajo de un directorio de 1.000 empresas industriales PyME seleccionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) como representativo del total de las Pequeñas y Medianas Empresas de la Industria Manufacturera Argentina que el Observatorio PyME utiliza para la realización de sus Encuestas Estructural Anuales.

Relevamiento de Datos

Los datos fueron recogidos mediante encuestas autoadministradas realizadas durante los meses de noviembre y diciembre de 2006.

Descripción del Panel

A continuación se presentan valores de monto de venta y personal ocupado que detallan las dimensiones de las empresas del panel encuestado.

	El 25% de las empresas es menor a...	El 50% de las empresas es menor a...
Total Ventas 2005 (en miles de \$)	\$1.556	\$3.188
Personal Ocupado Diciembre 2005	20	30

Nota: Estos valores surgen de trabajar los datos del panel sin utilizar las ponderaciones de la estratificación muestral.