

Julio de 2010

Síntesis ejecutiva

I - INSERCIÓN INTERNACIONAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

- Û Por primera vez en los últimos siete años, **durante 2009 las cantidades exportadas por las PyME industriales no aumentaron** respecto al año anterior.
- Û En el bienio 2008/2009, en un contexto de crisis internacional, se restringieron las posibilidades de colocar productos en mercados internacionales, y **la base exportadora de las PyME industriales** – definida como la proporción de empresas que exportan al menos el 5% de sus ventas totales- **descendió hasta el 18% en 2009**, después de haber alcanzado el 21% entre 2006 y 2007.
- Û **La apertura exportadora de las pequeñas y medianas industrias argentinas** –medida como la proporción de ventas al exterior en relación al total de la facturación- **fue en promedio del 19% en 2009**. La apertura exportadora del segmento se mantiene relativamente estable desde 2005 dado que las ventas al mercado interno sostienen su preeminencia ante las exportaciones.
- Û **Durante 2009 el 46% de los empresarios que realizan exportaciones manifestó que durante 2010 aumentarían sus ventas en los mercados internacionales**, impulsadas por cierta mejora en la demanda global a partir del inicio de la salida de la crisis internacional. Sin embargo, aún el 43% no esperaba cambios y el 11% manifestó que las exportaciones caerían.

II - GESTIÓN COMERCIAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

- Û **Las ventas directas al público y a comercios minoristas todavía representan una proporción alta del total de la facturación de las PyME industriales**, lo cual las ubica muchas veces al final de la trama productiva.
- Û **Sólo un tercio de los industriales PyME manifestó contar con un sistema de monitoreo de satisfacción de cliente**. La proporción que dijo realizar más del 90% de sus entregas según los tiempos acordados con sus clientes ascendió al 60%.
- Û Cerca de la cuarta parte de las empresas realiza más del 50% de las compras de insumos a su principal proveedor, lo cual muestra una marcada dependencia del mismo. De todas formas, todavía **un 37% de las PyME industriales diversifica su provisión de insumos, y adquiere a lo sumo el 25% del total a través de su principal proveedor**.
- Û **El costo logístico de las PyME de la industria manufacturera representa alrededor del 8% del total de las ventas**. A su vez, la mayor parte del costo logístico se explica por los costos de transporte (67%).
- Û **El 40% de la mercadería de las empresas se distribuye con camiones propios**. El restante 60% es transportado a través de la contratación de servicios de transporte de terceros, lo cual resulta en mejoras en términos de productividad y eficiencia para las empresas.

III - COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

- Û Siguiendo la metodología adoptada por la Fundación Observatorio PyME, **el nivel de competitividad de las PyME industriales se explica por su grado de desarrollo organizativo y su desempeño productivo**.

- Ü **Las PyME industriales más competitivas llevan adelante estrategias de competitividad por calidad de producto, diferenciación de producto ya existente o por ampliación de mercados.** Por el contrario, las de menor nivel de competitividad adoptan estrategias de competencia vía precios.
- Ü La proporción de PyME que ha incorporado certificaciones de calidad de productos o procesos es más bien baja. El 18% cuenta con certificaciones ISO y el 11% está en proceso de aplicación de las mismas. A su vez, **la proporción de empresas medianas con certificaciones ISO alcanza el 40% cuando para las pequeñas es de sólo del 12%.**
- Ü **Los problemas que enfrentan las firmas más competitivas (percentil 25% superior) son completamente distintos a los que preocupan a las de menor nivel de competitividad (percentil 25% inferior).** Las primeras cuentan con dificultades para competir en mercados internacionales e incurrir en elevados costos de logística, entre otros. Las menos competitivas, en cambio, perciben fuerte competencia en el mercado interno, enfrentan problemas por caídas en los márgenes de rentabilidad y son más afectadas por los incrementos en los costos de producción.
- Ü Más allá de las empresas, **a nivel sectorial se presentan diferencias en términos de competitividad.** En el caso de los sectores “Automotores y autopartes”, “Maquinaria y equipo” y la industria electrónica - a pesar de percibir una fuerte presión competitiva en el mercado interno por la importación de bienes – se observan los mayores niveles de competitividad empresarial.
- Ü Otros sectores sufren la amenaza del ingreso de bienes extranjeros pero no muestran un importante nivel de competitividad para poder afrontarla: “Textiles, prendas de vestir, cuero y calzado”, y “Metales comunes y productos de metal”.

Información de contacto:

Comunicación y prensa: Ivonne Solares
(5411) 4018 - 6510
info@observatoriopyme.org.ar

Se agradecerá la mención de la institución (Fundación Observatorio PyME) y de la fuente (Informe especial: Inserción internacional, gestión comercial y competitividad empresarial de las PyME industriales)

El presente informe analiza, en una primera sección, el grado de inserción internacional de las PyME industriales argentinas, la evolución del desempeño exportador de las firmas en el último año y las perspectivas para el futuro inmediato.

En segundo lugar, se consideran distintos indicadores del nivel de desarrollo de las PyME en cuanto a su gestión comercial, abordando aspectos que tienen que ver tanto con la relación con clientes y proveedores como con la infraestructura y logística.

A partir de la construcción de un Índice de Competitividad Empresarial, en la tercera y última sección se muestra, entre otros temas, que las PyME industriales con un mayor nivel de desarrollo organizativo presentaron en términos relativos un mejor desempeño productivo durante 2009.

I - INSERCIÓN INTERNACIONAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

El desempeño exportador de las PyME industriales no presentó cambios significativos durante 2009, el volumen de ventas exportadas se mantuvo relativamente estable en relación a 2008. Asimismo, la proporción de empresas exportadoras fue prácticamente igual a la registrada en los años precedentes, aunque algo menor a la de 2008. El grado de apertura exportadora tampoco presentó variaciones importantes, si bien aumentó levemente respecto al año anterior.

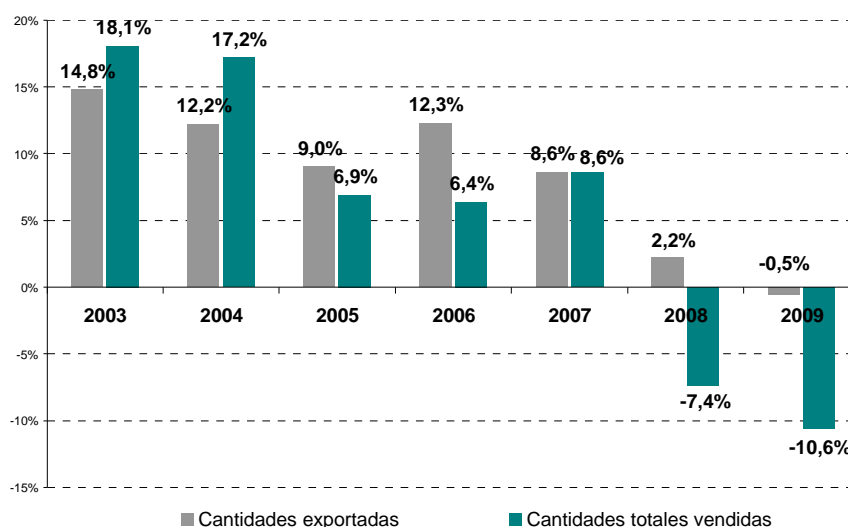
Desempeño exportador durante 2009

Evolución de las exportaciones. Después de la devaluación del peso en 2002 las PyME industriales se vieron favorecidas para competir vía precios en otros mercados, mejorando así su desempeño exportador. Entre 2003 y 2007, en un contexto de crecimiento económico y al tiempo que se incrementaban las cantidades del segmento vendidas al exterior, el volumen de exportaciones mostraba un comportamiento similar e incluso, en ocasiones, más dinámico que las ventas al mercado interno (Gráfico 1).

Con la desaceleración de la actividad durante la segunda mitad de 2008, el total de las cantidades vendidas por las PyME industriales se contrajo en un 7,4% respecto al anterior, mientras que las ventas al exterior continuaron creciendo, aunque a una tasa considerablemente menor a la del promedio de la fase expansiva. Esto permitió morigerar en parte la caída general del nivel de actividad del segmento.

En 2009 las ventas totales de las empresas disminuyeron por segundo año consecutivo¹ y, por primera vez en los últimos siete años, las cantidades exportadas no aumentaron sino que se mantuvieron relativamente estables respecto al año anterior.

Gráfico 1 - Variación de las exportaciones y de las cantidades vendidas por las PyME industriales (2003 – 2009)



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2003 - 2009.
Fundación Observatorio PyME.

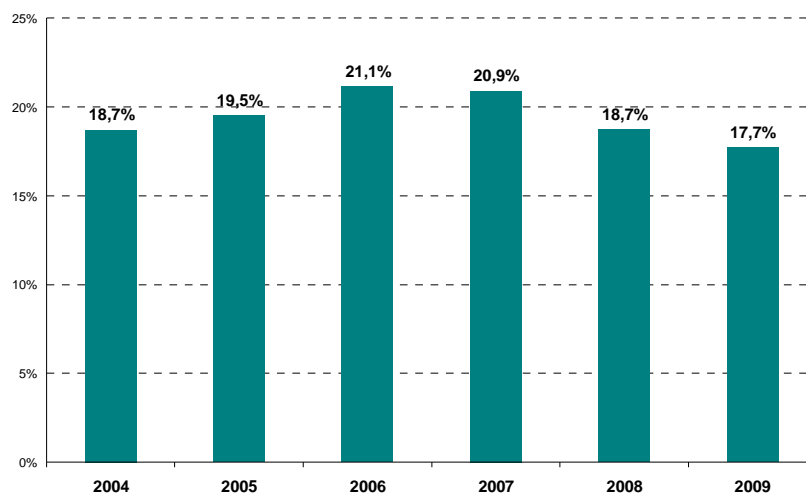
¹ Para mayor información, ver el Informe Especial: Desempeño productivo de las PyME industriales durante 2009 y expectativas para 2010 (Fundación Observatorio PyME, Febrero 2010).

Base exportadora. Tal como se señaló anteriormente, tras la devaluación de 2002 y con el inicio de la etapa de crecimiento económico a partir de 2003, las empresas argentinas se vieron favorecidas para competir mejor vía precios en los mercados internacionales. De esta manera, la base exportadora de las PyME –definida como la proporción de empresas que exportan al menos el 5% de sus ventas totales- se incrementó levemente año a año desde 2004 (Gráfico 2).

Sin embargo, entre 2006 y 2007 la proporción promedio de PyME exportadoras dejó de aumentar y alcanzó su valor máximo en torno al 21%. Desde entonces se han verificado caídas en el grado de internacionalización del segmento de PyME industriales, en línea con un contexto de incremento de costos de producción y de amenazas de importaciones a las ventas al mercado interno.

En el bienio 2008/2009, en un contexto de crisis internacional, se vieron acotadas las posibilidades de colocar productos en mercados internacionales llevando la base exportadora de las PyME industriales a un mínimo cercano al 18% en 2009, proporción similar a la registrada cinco años atrás.

Gráfico 2 - Proporción de PyME industriales que exportan al menos el 5% de sus ventas. (2004 – 2009)



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2004 - 2009.
Fundación Observatorio PyME.

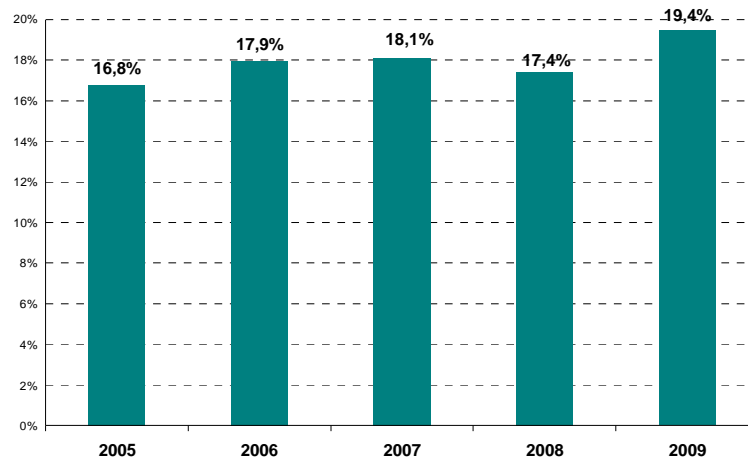
En relación a las grandes empresas industriales, las PyME afrontan ciertas limitaciones al momento de insertarse en los mercados internacionales dados por las posibilidades de alcanzar determinados niveles de producción y de productividad que les permita competir así como sortear las barreras a la entrada que implica iniciarse en la actividad exportadora.

De esta manera, se observa que al interior del segmento de las PyME industriales el grado de internacionalización de las empresas difiere de acuerdo a su tamaño por tramo de ocupados. La base exportadora de las pequeñas industrias –aquellas que emplean entre 10 y 50 ocupados- fue del 14% en 2009, mientras que para las medianas –de 51 a 200 ocupados- ascendió al 34%.

Apertura exportadora. Entre las empresas que realizaron exportaciones, la apertura exportadora –medida como la proporción de ventas al exterior en relación al total de la facturación- fue de un promedio del 19% en 2009, dos puntos porcentuales mayor que en 2008. La proporción de ventas exportadas se mantiene relativamente estable desde 2005, sin evidenciarse avances significativos en este sentido.

En términos generales, la apertura exportadora de las pequeñas y medianas industrias no es demasiado importante, por lo que, aún para aquellas empresas con presencia en mercados internacionales, las ventas al mercado interno sostienen su preeminencia ante las exportaciones.

Gráfico 3 - Proporción de ventas exportadas de las PyME industriales exportadoras. (2005 – 2009)

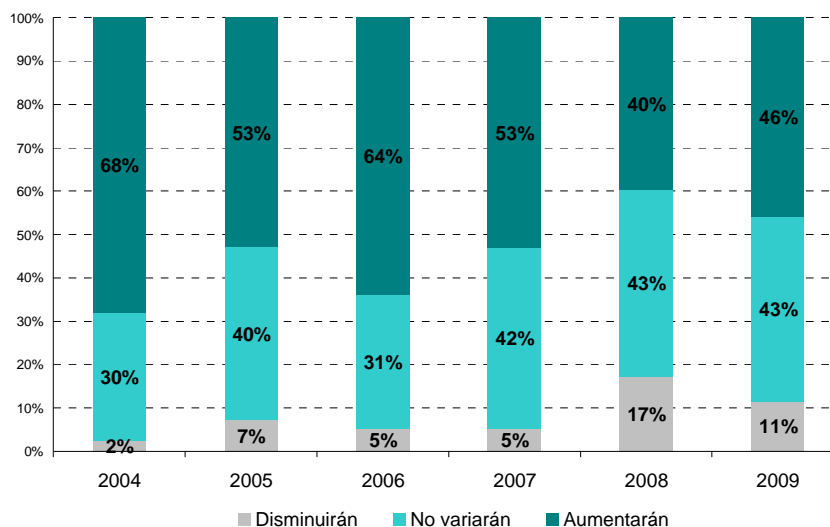


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005 - 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Desde el punto de vista de la localización geográfica de las PyME industriales se observa un mayor grado relativo de apertura exportadora entre las empresas de las regiones del Noreste Argentino² (NEA) y Cuyo: 44% y 41% respectivamente.

Expectativas de exportaciones. Las expectativas en cuanto a la evolución futura de las exportaciones no cambiaron sustancialmente respecto a un año atrás. En 2009 el 46% de los empresarios exportadores esperaba que durante 2010 aumentaran las ventas en mercados internacionales, impulsadas por cierta mejora en la demanda global a partir del inicio de la salida de la crisis internacional. Sin embargo, aún el 43% dijo no esperar cambios y el 11% que las exportaciones caerían.

Gráfico 4 - Expectativas sobre la evolución de las exportaciones en el próximo año (% de empresas)



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005 - 2009.
Fundación Observatorio PyME.

² La regiones tomadas en cuenta son: **AMBA** (Área Metropolitana de Buenos Aires): Ciudad Autónoma de Buenos Aires y partidos de Gran Buenos Aires. **Centro**: los demás partidos de la Provincia de Buenos Aires, y las provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe. **Cuyo**: las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis. **NEA** (Noreste Argentino): las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones. **NOA** (Noroeste Argentino): las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. **Sur**: Las provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Entre las PyME de “Sustancias y productos químicos”, uno de los sectores más dinámicos de la industria manufacturera con un importante grado de internacionalización, se observaba la mayor proporción de empresarios optimistas en cuanto a la evolución de las exportaciones durante 2010 (52%).

Desde el punto de vista de la localización geográfica también surgen diferencias. El 60% de los industriales PyME de la región de Cuyo esperaban incrementar sus ventas en el exterior. En el extremo contrario, sólo el 21% de los empresarios de Noroeste Argentino (NOA) era optimista en este sentido.

II - GESTIÓN COMERCIAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

La gestión comercial de las PyME industriales es un determinante fundamental de su nivel de desempeño. Más allá de la gestión interna de procesos de organización y producción, la capacidad empresarial al momento comercializar un producto en el mercado constituye también un aspecto de suma importancia. En este sentido, resulta interesante analizar el tejido de relaciones de las empresas del segmento con sus clientes y proveedores, así como otros aspectos que tienen que ver con la infraestructura y la logística.

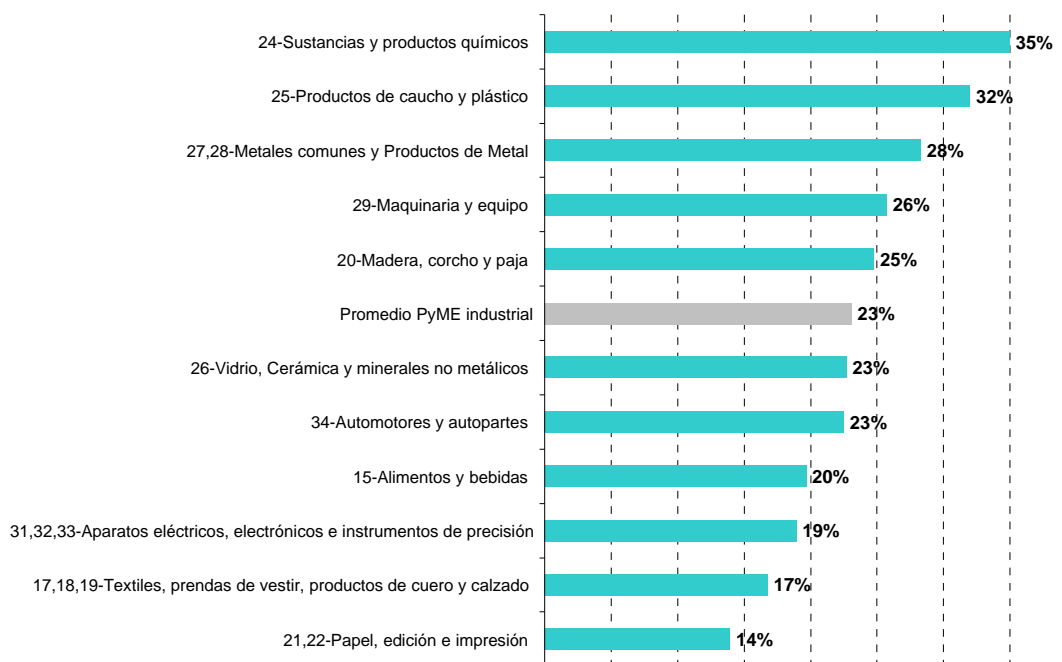
Relación con clientes y proveedores

Como integrantes de cadenas productivas conformadas por clientes y proveedores resulta importante analizar en qué fase de la cadena de valor se encuentran las PyME industriales y cuán integradas están a la misma.

Proyectos en forma asociativa. La realización de proyectos en forma asociativa con proveedores y/o clientes estratégicos se refleja en una mayor eficiencia de la gestión comercial de las firmas. La planificación conjunta de volúmenes, precios y tiempos de entrega de producción beneficia tanto al productor como al cliente.

Sin embargo, entre las PyME industriales la posibilidad de llevar adelante proyectos en forma asociativa difiere por sector de actividad. Las características particulares en los procesos de producción y el tipo de producto de cada sector, así como su grado de desarrollo relativo, determinan la factibilidad de definir vínculos colaborativos. De esa manera, mientras que el 35% de las PyME de “Sustancias y productos químicos” efectivamente participa de proyectos asociativos con clientes y/o proveedores, para aquellas de “Papel, edición e impresión” el porcentaje es sólo del 14% (Gráfico 5).

Gráfico 5 - Realización de proyectos en forma asociativa con proveedores y/o clientes estratégicos por parte de las de las PyME industriales (% de empresas). Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

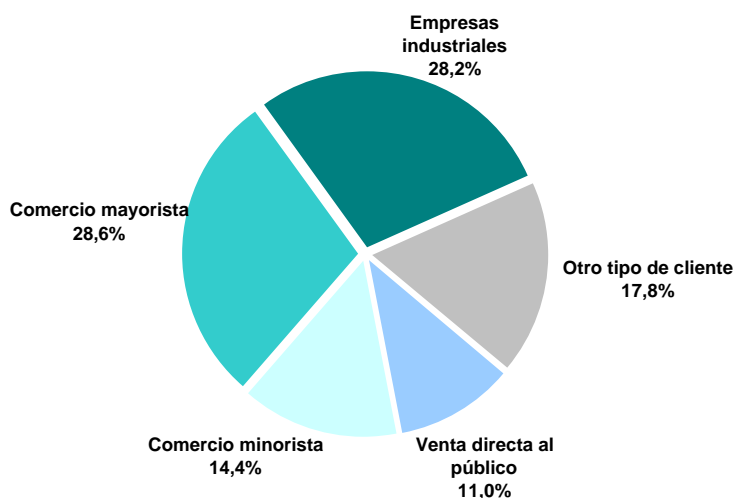
Tipos de clientes. A su vez, el tipo de cliente de las empresas es un indicador de su posicionamiento en la cadena productiva. De esta manera, si la mayor parte de las ventas están dirigidas a otras empresas industriales, la firma es productora de bienes intermedios y estaría más integrada para atrás y para adelante en la cadena de valor. Por lo contrario, una alta proporción de ventas directas al público o a comercios ubica a la empresa al final de la trama productiva.

En el Gráfico 6 se muestra la participación porcentual promedio de los distintos tipos de clientes de las PyME industriales en el monto total de ventas realizadas durante 2009. En promedio, el 28% de las ventas estuvo dirigido a otras empresas de manufactura industrial. Desde el punto de vista sectorial, las PyME de elaboración de “Productos de caucho y plástico”, “Metales comunes y productos de metal” y “Papel, edición e impresión” han mostrado una mayor integración vertical con un alto porcentaje de ventas destinadas a otras empresas industriales.

Por otra parte, un porcentaje importante de las ventas totales de las PyME manufactureras fueron colocadas en comercios mayoristas (29%) y comercios minoristas (14%). En particular, las empresas de “Textiles, prendas de vestir, cuero y calzado” demuestran una relación comercial importante con este tipo de clientes.

Las ventas directas al público constituyeron durante 2009 el 11% del total facturado por las PyME industriales. En este caso, resulta interesante el análisis por tamaño de empresa: mientras que las pequeñas industrias dirigieron el 12% de sus ventas al público, entre las medianas el guarismo desciende al 7%, mostrando mayor integración productiva.

Gráfico 6 - Tipos de clientes de las PyME industriales en el monto total de ventas de la empresa. Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009. Fundación Observatorio PyME.

Tiempos de entregas y monitoreo de satisfacción de clientes. El cumplimiento de los tiempos acordados con los clientes para las entregas de productos, y la disponibilidad de un sistema de monitoreo de satisfacción de cliente también son determinantes del nivel de desarrollo de la política comercial de las empresas.

En primer lugar, la probabilidad de generar un vínculo comercial duradero con los clientes se incrementa si los empresarios logran cumplir con los plazos de entregas pactados al momento de efectuarse el pedido. La proporción de industriales PyME que manifestó realizar más del 90% de sus entregas en tiempo y forma durante 2009 fue del 60%. Esto se dio de manera más bien homogénea tanto para el segmento de las pequeñas industrias como de las medianas. Tampoco se registraron diferencias por sector de actividad industrial.

Por otro lado, la importancia de contar con un sistema de monitoreo de satisfacción de clientes radica en identificar correctamente los requerimientos de los mismos para responder adecuadamente con el producto, y prevenir eventuales problemas en el área comercial, mejorando así también la relación empresa-cliente. En este sentido, todavía es baja la proporción de PyME industriales que lleva este tipo de registros (34%). Es menor aún el porcentaje para las pequeñas industrias en relación a las medianas (Cuadro 1).

Entre las PyME de los sectores más dinámicos - “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión”, “Automotores y autopartes” y “Sustancias y productos químicos” - se observa una mayor difusión en la implementación de sistemas de monitoreo de satisfacción de clientes.

Cuadro 1 - Proporción de empresas que realizaron más del 90% de sus entregas a los clientes según los tiempos acordados y disponibilidad de un sistema de monitoreo de satisfacción de cliente por parte de las PyME industriales, por tramo de ocupados (% de empresas). Año 2009.

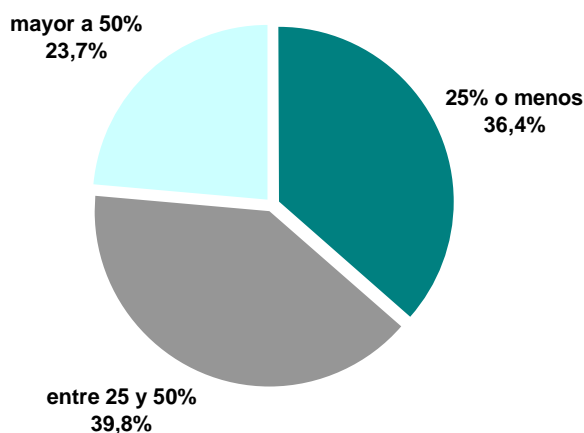
	La empresa realizó más del 90% de sus entregas según los tiempos acordados con los clientes	La empresa cuenta con un sistema de monitoreo de satisfacción de cliente
Pequeñas	61,9%	28,9%
Medianas	55,0%	53,0%
Promedio PyME industrial	59,8%	34,2%

Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Relación con proveedores. Al analizar la interrelación de los industriales PyME con sus proveedores, resulta interesante observar el grado de concentración de las compras de materias primas e insumos para la producción en el principal proveedor. Como se muestra en el Gráfico 7, cerca de la cuarta parte de las empresas realiza más del 50% de las compras de sus insumos a su principal proveedor, lo cual implica una marcada dependencia del mismo.

De todas formas, todavía un 37% de las PyME industriales diversifica su provisión de insumos, y adquiere a lo sumo el 25% del total a través de su principal proveedor.

Gráfico 7 – Participación del principal proveedor en las compras de insumos de las PyME industriales (% de empresas). Año 2008.



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

Por otra parte, la posibilidad de reforzar la relación con el principal proveedor está relacionada con la distancia a la cual está localizado el mismo. En líneas generales, los proveedores de las PyME industriales están ubicados en un radio cercano. El 39% de los empresarios cuenta con su principal proveedor a una distancia de no más de 20 Km. de su firma, mientras que otro 22% lo tiene a una distancia de entre 21 y 80 Km. Sólo el 5% de los industriales PyME importan la mayor parte de sus insumos del exterior.

Gráfico 8 – Distancia al principal proveedor de las PyME industriales (% de empresas). Año 2008.



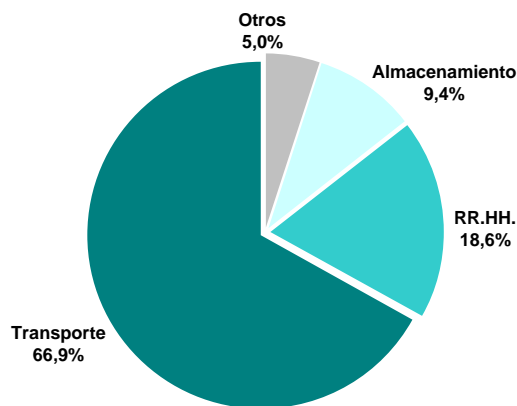
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Logística e infraestructura

Costo logístico. El costo logístico de las PyME industriales de Argentina representa alrededor del 10% de los costos totales y el 8% del total de ventas, de acuerdo a los datos de balance recabados a partir de la Encuesta Estructural a PyME industriales de FOP.

A su vez, como se muestra en el Gráfico 9, la mayor parte del costo logístico de las empresas se explica por los costos de transporte (67%). En segundo lugar, los costos de recursos humanos abocados a tareas de logística constituyen el 19% del total del costo logístico, mientras que otro 9% está dado por los costos de almacenamiento e inventario.

Gráfico 9 – Composición del costo logístico de las PyME industriales (% de empresas). Año 2008.

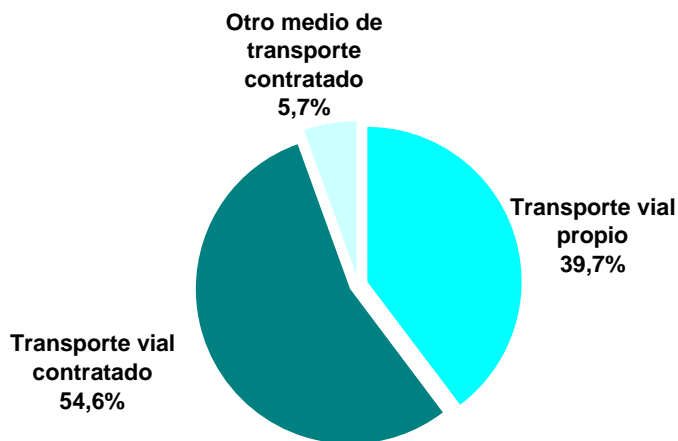


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2008. Fundación Observatorio PyME.

Prácticamente la totalidad de la mercadería de las PyME industriales se distribuye entre los clientes a través del transporte vial. Ahora bien, todavía el 40% de la carga es transportada con flotas de camiones propias de las empresas, lo cual implica incurrir en mayores costos de logística y reducir en muchas ocasiones la calidad del servicio.

La tercerización de los servicios de transporte resulta en mejoras en términos de productividad y eficiencia para las empresas. Entre las PyME industriales, el porcentaje de mercadería que se distribuye a través de la contratación de servicios de transporte de terceros es del 60%.

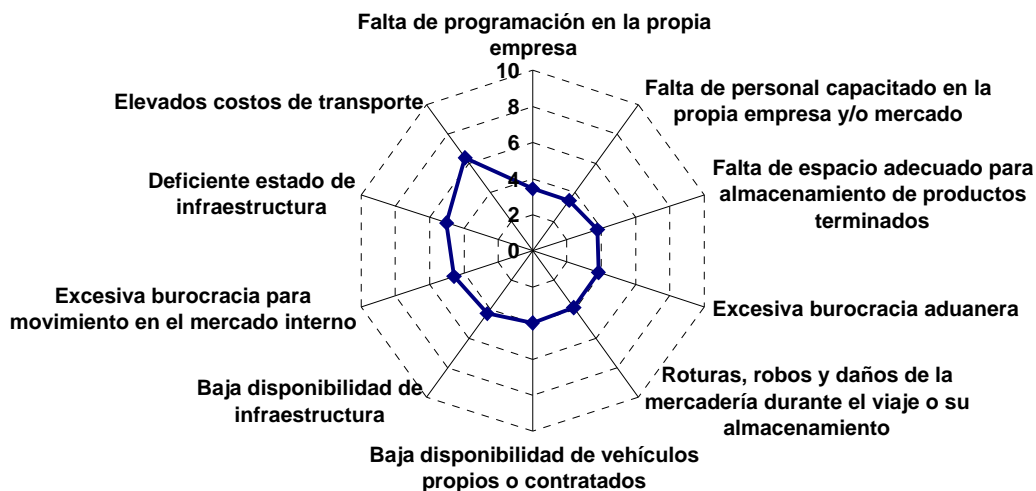
Gráfico 10 – Distribución de medios para el transporte de mercadería entre las PyME industriales (% del total de mercadería transportada). Año 2008.



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

Al momento de distribuir su mercadería, el principal problema que enfrentan las PyME industriales está relacionado con los elevados costos de transporte. Asimismo, como se muestra en el Gráfico 11, otros factores que perjudican la comercialización y distribución de bienes son la deficiencia en el estado general de determinados ítems de infraestructura -como las rutas, autopistas y caminos, o la red ferroviaria-, así como la excesiva burocracia que implica el movimiento de bienes en el mercado interno.

Gráfico 11 – Grado de relevancia (en una escala del 0 al 10) de los problemas a la hora de transportar mercadería entre las PyME industriales. Año 2008.



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

III - COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYME INDUSTRIALES

Presión competitiva y estrategias de competitividad

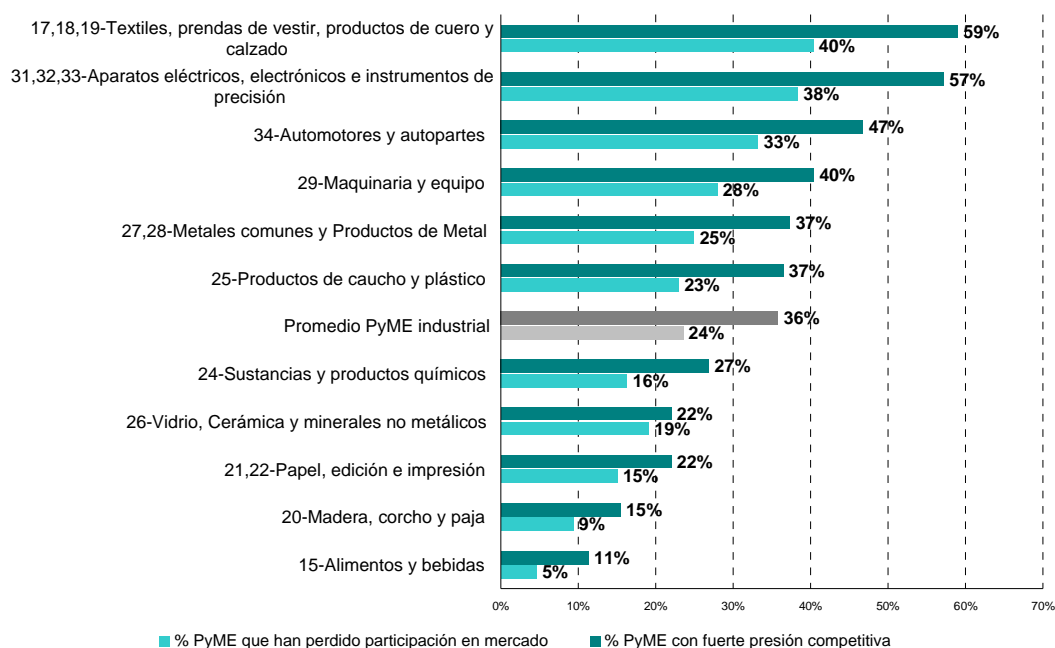
Presión competitiva en el mercado interno. El 36% de los industriales PyME manifestó percibir fuerte presión competitiva en el mercado local por el ingreso de bienes importados, lo cual da todavía más importancia a la cuestión de la eficiencia en la gestión comercial de las empresas.

Como se muestra en el Gráfico 12, existen importantes diferencias entre las distintas ramas de actividad de la industria manufacturera en relación a la presión competitiva por la importación de bienes. Ciertos sectores cuentan con dificultades para competir con productos originarios de países que producen con menores costos o a gran escala. Aquellos sectores en los que la percepción de la competencia es mayor son “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado”, “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión” y “Automotores y autopartes”. En el primer caso, el 59% de las PyME percibe una fuerte presión competitiva por el ingreso de bienes importados – principalmente de China y Brasil –, y el 40% efectivamente manifestó haber perdido participación en el mercado interno durante 2009 por esta razón.

Dentro de la industria electrónica la competencia con bienes de origen extranjero también es ardua. El 57% de las PyME del sector ve severamente amenazadas sus ventas al mercado interno por las importaciones, provenientes principalmente de China. Esta situación trajo aparejado que el 38% de las empresas hayan perdido participación en el mercado local durante 2009.

En tercer lugar, en el sector “Automotores y autopartes” cerca de la mitad de las empresas enfrentan una fuerte presión competitiva de productos importados, fundamentalmente de origen chino. Así, una de cada tres PyME del sector tuvo que resignar participación en el mercado interno.

Gráfico 12 - Proporción de PyME industriales con fuerte presión competitiva en el mercado con bienes importados y que han perdido participación en el mercado, por sector de actividad. Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

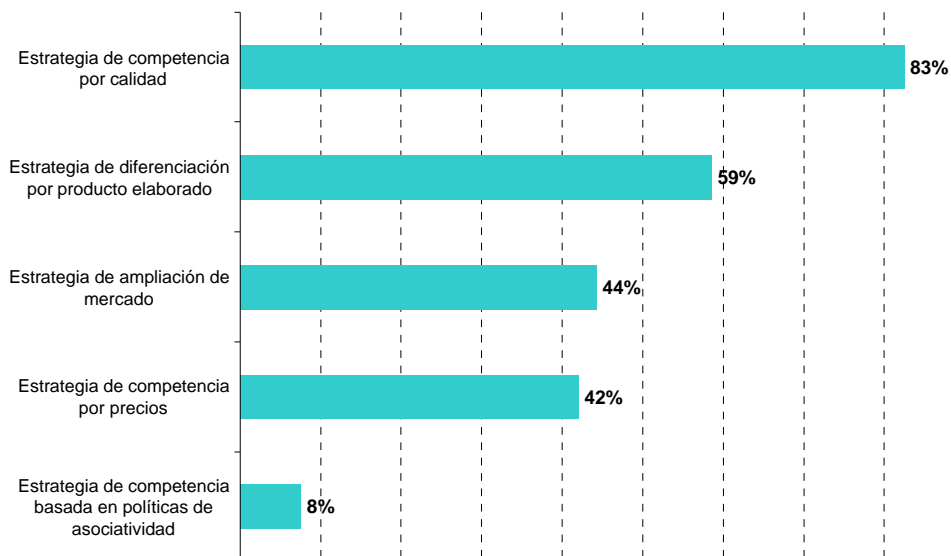
Estrategias de competitividad. Con el objetivo de mantener condiciones competitivas, ya sea en mercados internacionales o en el mercado interno, los industriales PyME adoptan distintas estrategias de competitividad. Mayormente predominan medidas de carácter ofensivo que implican reformas significativas de procesos productivos y/o productos.

El 83% de los empresarios manifestó seguir una estrategia de competencia por calidad, principalmente en los sectores “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión” y “Alimentos y bebidas”. En

segundo lugar, el 59% de las PyME industriales han realizado modificaciones en sus productos para mejorar su competitividad a partir de una estrategia de diferenciación de producto elaborado. A su vez, para el 44% la mejor estrategia de competitividad adoptada es la de ampliación de mercado.

El 42% de las PyME de la industria manufacturera sigue una estrategia de competencia vía precios que no resulta en general en mejoras del nivel de competitividad sostenibles en el tiempo. Este tipo de acciones tiene alcances de corto plazo. La mayor proporción de empresas con esta estrategia se presenta en el sector de “Madera, corcho y paja”.

Gráfico 13 - Estrategias de competitividad adoptadas por las de las PyME industriales (% de empresas). Año 2009.



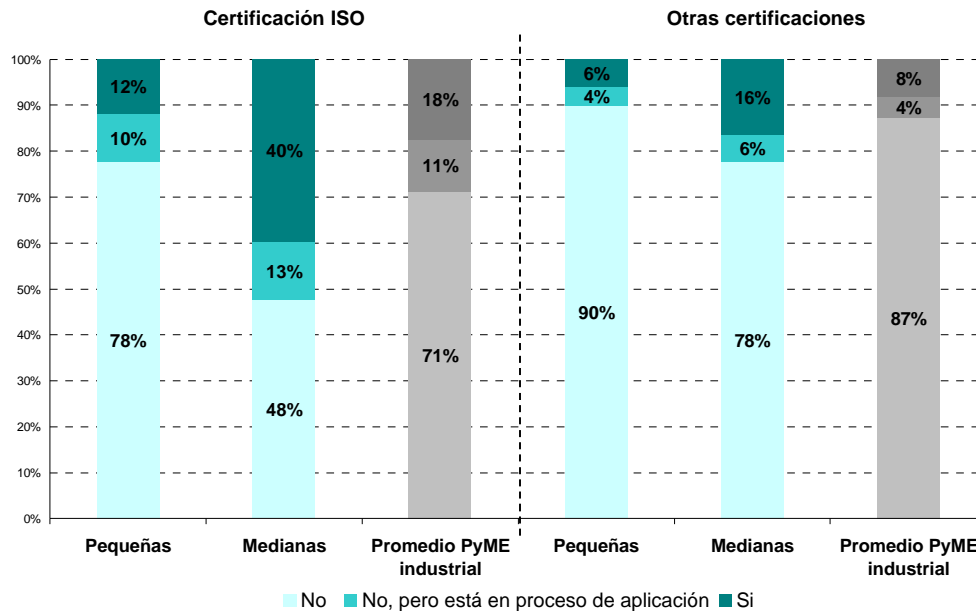
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Certificaciones de calidad. La certificación de productos o procesos de producción por parte de las PyME industriales da una pauta del nivel de calidad de los mismos. Es esperable que aquellas empresas que logran incorporar certificaciones de calidad presenten ventajas al momento de competir en los mercados, ya sea el interno o internacionales.

En promedio, la proporción de PyME que efectivamente certifica productos o procesos es más bien baja. Mientras que el 18% cuenta con certificaciones ISO y el 11% está en proceso de aplicación de las mismas, en lo que se refiere a otro tipo de certificaciones las proporciones descienden al 8% y 4%.

Cabe destacar que la disponibilidad de certificaciones de calidad difiere significativamente de acuerdo al tamaño de las firmas. La proporción de empresas que aplican certificación ISO alcanza el 40% para el segmento de las medianas industrias, cuando para las pequeñas es sólo del 12%.

Gráfico 14 - Disponibilidad de certificaciones ISO y otro tipo de certificaciones de calidad por parte de las PyME industriales, por tramo de ocupados (% de empresas). Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009. Fundación Observatorio PyME.

También surgen diferencias considerables en la disponibilidad de certificaciones de calidad entre las PyME de distintos sectores de actividad. La difusión de las certificaciones es mayor entre las empresas de sectores que cuentan con procesos productivos complejos como “Sustancias y productos químicos”, “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión”.

Índice de Competitividad empresarial. A partir de las variables relevadas por la Encuesta Estructural a PyME industriales 2009, realizada por la Fundación Observatorio PyME (FOP), se construyeron tres índices con el objetivo de identificar los factores críticos del nivel de competitividad de las PyME industriales: un Índice de Desarrollo Organizativo, un Índice de Desempeño y, como una combinación lineal de estos dos, un Índice de Competitividad Empresarial. A su vez, los índices de Desarrollo Organizativo y de Desempeño guardan una relación positiva entre sí (Gráfico 15).

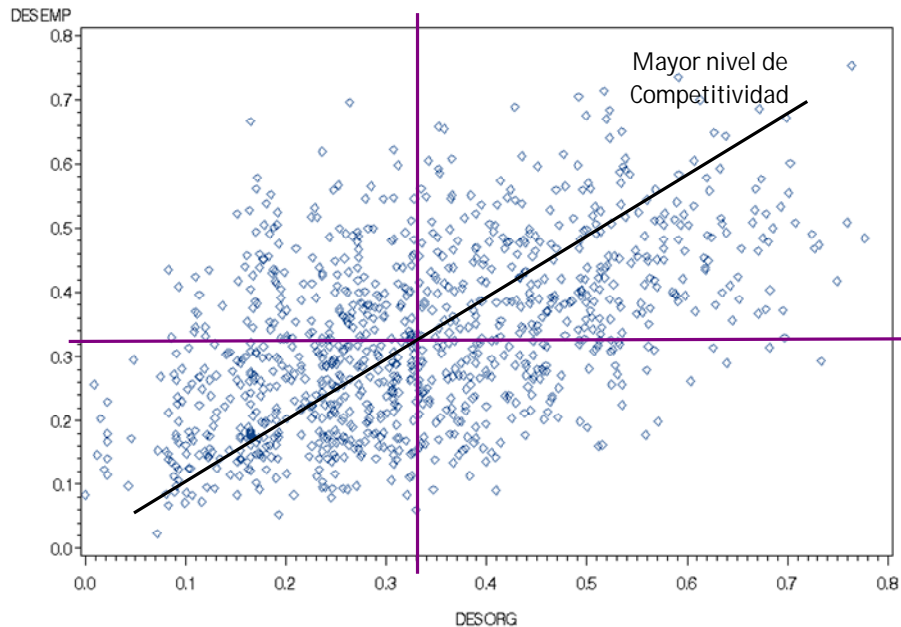
Cada uno de los puntos del Gráfico 15 representa una empresa del panel de la Encuesta Estructural a PyME industriales de la Fundación Observatorio PyME. Cada uno de los puntos está ubicado de acuerdo a los valores que registra la firma en cuanto a su Índice de Desempeño – eje vertical - y del de Desarrollo Organizativo – eje horizontal -.

La línea de tendencia que atraviesa el gráfico muestra la correlación positiva entre ambos índices: el desempeño relativo de las PyME industriales es mayor a medida que es mayor su nivel de desarrollo organizativo. Asimismo, el nivel de competitividad empresarial de cada PyME es mayor cuánto más altos son sus valores en desempeño y organización.

Es minoritario el conjunto de empresas que presentan al mismo tiempo alto grado de desarrollo organizativo pero bajo nivel de desempeño productivo, y viceversa –poco desarrollo organizativo y buen desempeño-. Por el contrario, la mayor parte de las empresas con valores altos de índice de Desarrollo Organizativo también tienen un alto Índice de Desempeño, consideradas como las de mayor nivel de competitividad empresarial. Mientras que las menos competitivas del panel no han logrado avances en términos de organización interna ni de desempeño productivo.

Para poder progresar en términos de competitividad es de vital importancia mejorar la organización interna de las firmas y alcanzar resultados de buen desempeño –incremento de ventas, realización de inversiones productivas, inserción en mercados internacionales, entre otros-.

Gráfico 15 - Mapeo de PyME industriales según su nivel de Desempeño y Desarrollo Organizativo



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Algunas inferencias a partir de los índices

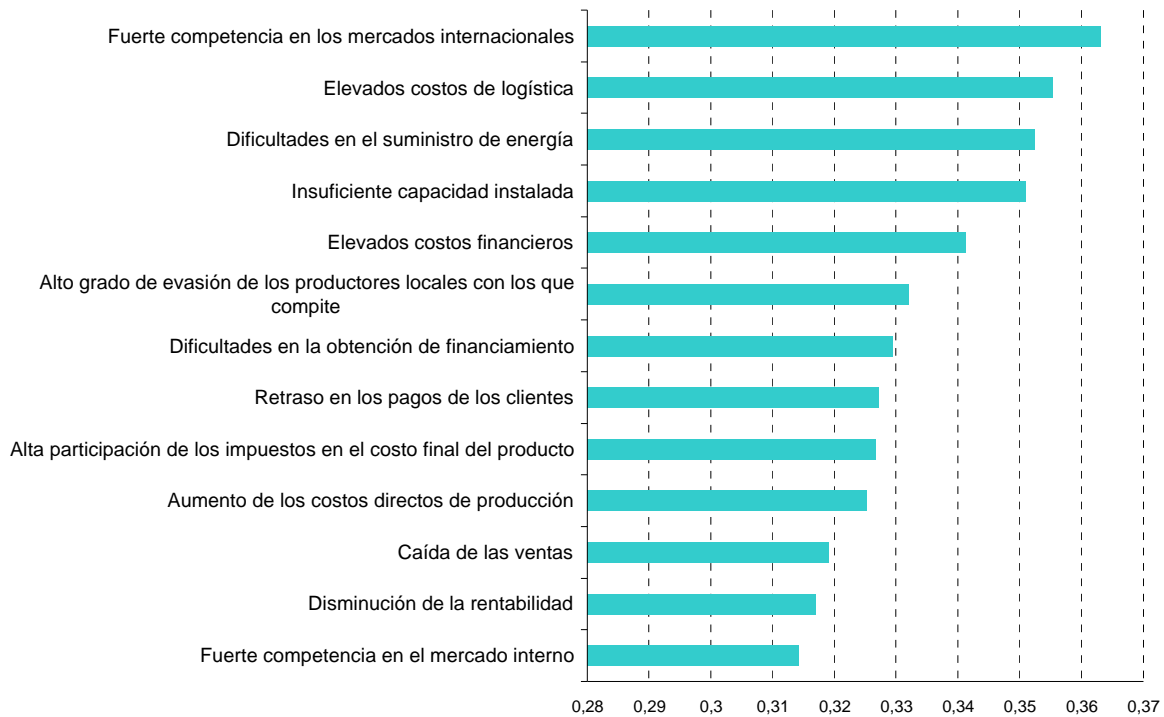
Problemas y competitividad. En el Gráfico 16 se muestra el valor medio del Índice de Competitividad registrado para las PyME industriales de acuerdo a cuáles fueron los principales problemas que afrontaron en 2009.

En líneas generales, los registros más bajos del nivel de competitividad empresarial se presentan para aquellas empresas más vulnerables ante problemáticas particulares de la coyuntura. Así, sus principales preocupaciones tienen que ver con dificultades para poder competir en el mercado interno, disminución de la rentabilidad, caída de ventas y aumentos en los costos de producción.

Como contraparte, las PyME que han logrado alcanzar determinados estándares de desarrollo y tienen un mayor nivel de competitividad empresarial tienen otro tipo de problemáticas. Así, ya habiendo logrado iniciarse en el negocio exportador, perciben fuerte competencia en mercados internacionales. Asimismo, si bien planean incrementar su producción, encuentran dificultades para incurrir en los gastos de logística necesarios y conseguir el suministro de energía requerido.

Por último, las dificultades en la obtención de financiamiento y los elevados costos financieros están más relacionadas con limitaciones estructurales que enfrentan las PyME en materia de acceso a crédito externo a la firma que con el nivel de competitividad empresarial de las mismas.

Gráfico 16 - Índice de Competitividad de las PyME industriales de acuerdo a cuáles fueron los principales problemas del empresariado durante 2009.

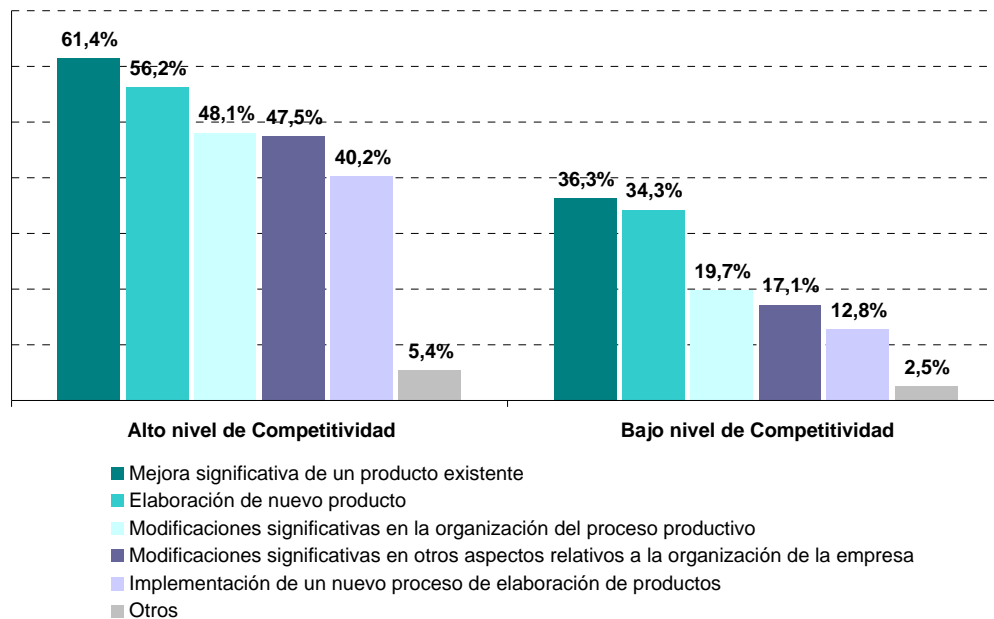


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Innovación y competitividad. Las PyME industriales con un alto nivel de competitividad empresarial tienen más probabilidades de lograr innovaciones, ya sea de productos como de procesos productivos y de gestión organizacional (Gráfico 17). A su vez, el logro de innovaciones resulta en mejoras en términos de competitividad.

Es importante resaltar que las mayores diferencias entre empresas con distintos niveles de competitividad se advierten en lo que se refiere a innovaciones de procesos, tales como la realización de modificaciones significativas en los modos de producción u otros aspectos relacionados con la organización de la empresa, como en la implementación de un proceso productivo completamente nuevo.

Gráfico 17 – Innovación y competitividad:
Innovaciones logradas por las PyME industriales, de acuerdo a su nivel de competitividad empresarial (% de empresas). Año 2009.

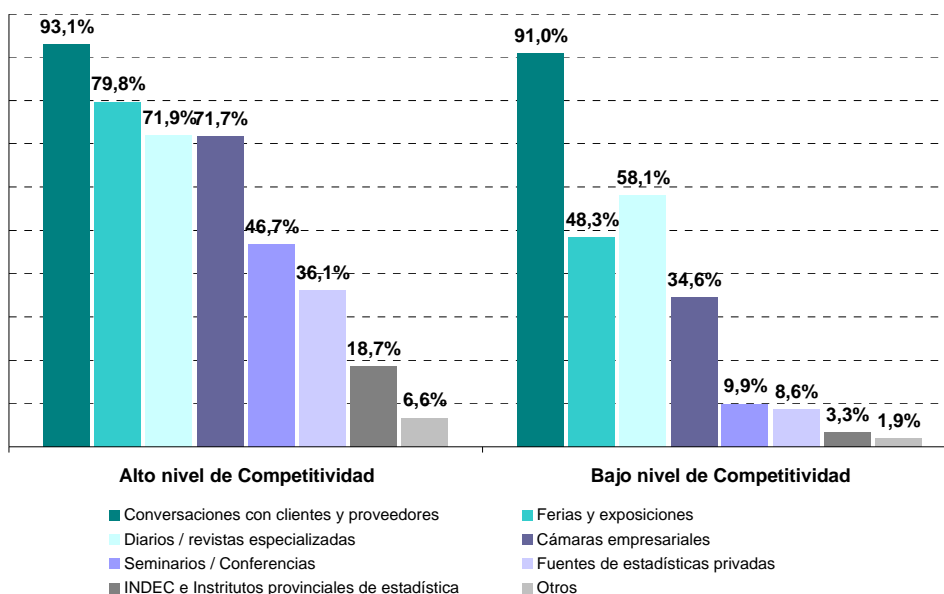


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Información y competitividad. La diversidad de fuentes de información de las PyME industriales también repercute en su nivel de competitividad. En términos generales, prácticamente la totalidad de los empresarios manifestó estar informado sobre la situación general de su sector de actividad mediante el diálogo con sus clientes y proveedores, mientras que otros tipos de fuentes de información están mucho menos difundidos.

Aquellas empresas con un mejor desarrollo relativo en términos de competitividad muestran tener más fácil acceso a las distintas fuentes de información. En particular, son más propensas a participar tanto de ferias y exposiciones empresariales, como de conferencias y seminarios especiales. También muestran mayor acercamiento a las cámaras empresariales y a consultar fuentes estadísticas privadas.

Gráfico 18 – Fuentes de información de las PyME industriales sobre nuevos mercados o la situación de su sector de actividad, de acuerdo al nivel de competitividad empresarial (% de empresas). Año 2009.

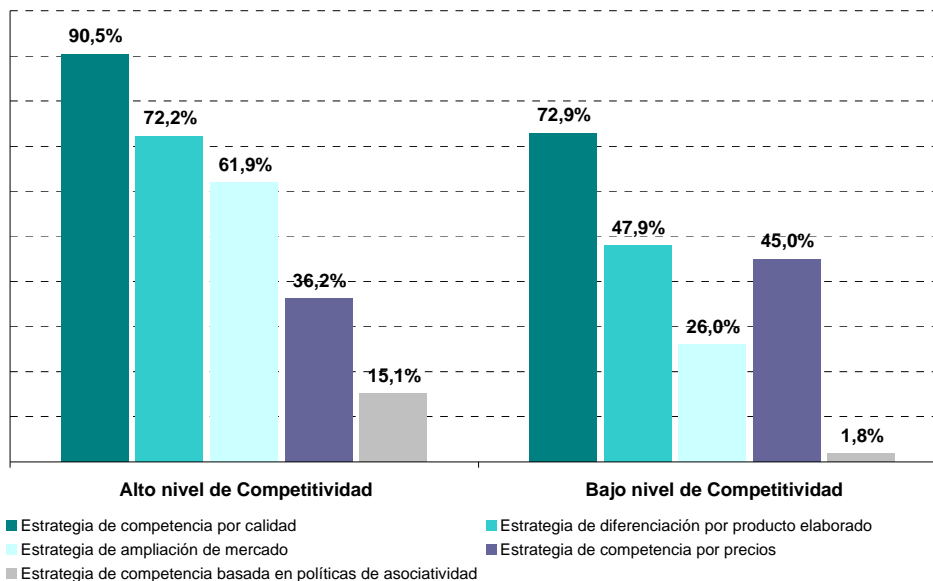


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009. Fundación Observatorio PyME.

Estrategias de competitividad. El nivel de competitividad de las empresas está íntimamente relacionado con la capacidad estratégica de los industriales PyME para definir su posición de mercado. Como muestra el gráfico que sigue, las empresas más competitivas siguen en general una estrategia de competencia por calidad de producto, por diferenciación de un producto elaborado o por la ampliación de mercados.

Por otro lado, el 45% de las PyME industriales de menor nivel de competitividad adopta una estrategia de carácter defensivo a partir de la competencia vía precios, lo cual no resulta en mejoras de competitividad en forma sostenida, mientras que para las más competitivas la proporción es casi diez puntos porcentuales menor (36%).

Gráfico 19 - Estrategias de competitividad adoptadas por las de las PyME industriales, de acuerdo a su nivel de competitividad empresarial (% de empresas). Año 2009.

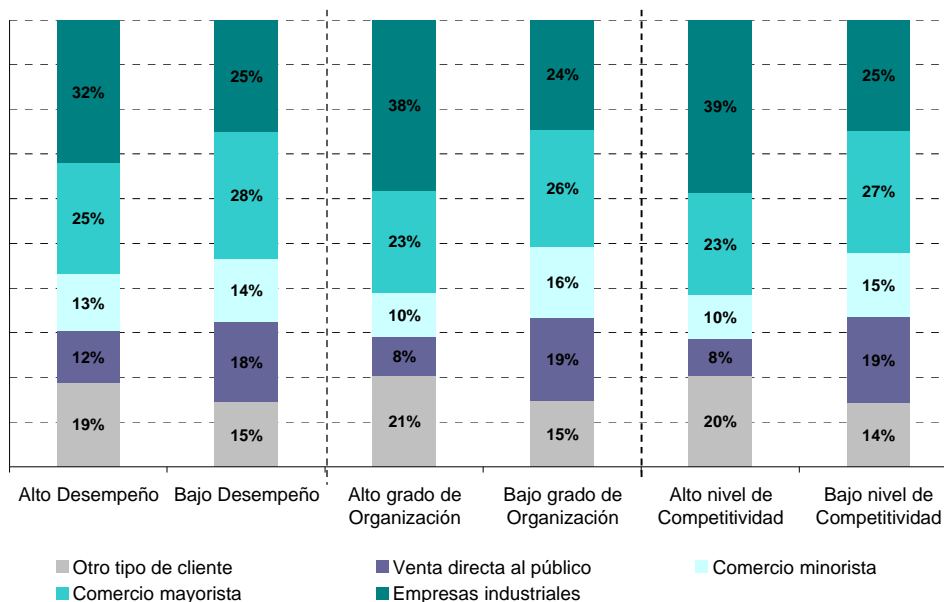


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009. Fundación Observatorio PyME.

Tipos de clientes y competitividad. En líneas generales, las empresas con mejor desempeño productivo en el último año, un mayor desarrollo organizacional y, en consecuencia, un alto nivel de competitividad, muestran estar mejor integradas en su cadena de valor. Tal como muestra el Gráfico 20, la proporción de ventas dirigidas a otras empresas industriales es significativamente más alta para las PyME industriales más competitivas, lo cual las ubica en una fase intermedia de su cadena productiva.

En sentido contrario, del total de lo facturado en el último año, la proporción de ventas directa al público fue del 19% para las empresas con menor nivel de competitividad empresarial, mientras que sólo alcanzó el 8% para las más competitivas.

Gráfico 20 - Tipos de clientes de las PyME industriales en el monto total de ventas de la empresa, de acuerdo a niveles de desempeño, desarrollo organizativo y competitividad empresarial. Año 2009.

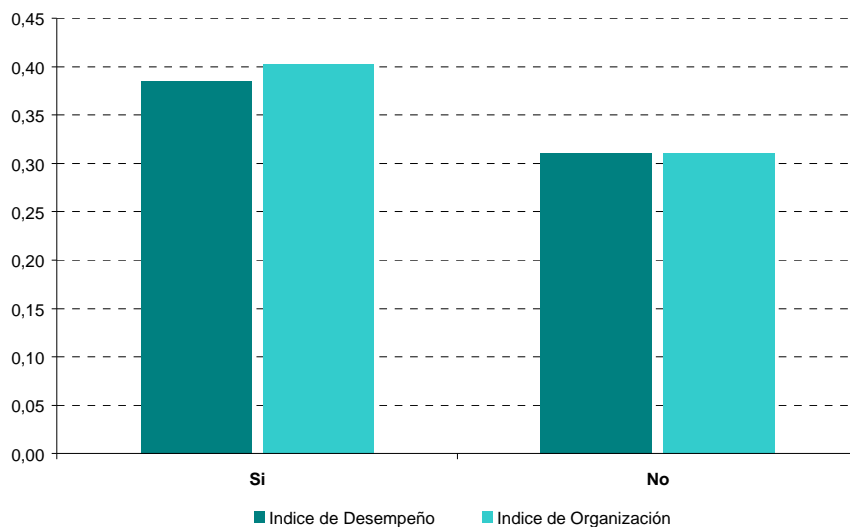


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009. Fundación Observatorio PyME.

Proyectos en forma asociativa y competitividad. Las empresas más integradas en la cadena de valor tienen más probabilidades de realizar proyectos en forma asociativa con proveedores o clientes estratégicos. Asimismo, la estructura organizacional interna de la firma debe tener un desarrollo suficiente para poder elaborar y concretar el proyecto.

Como muestra el Gráfico 21, las PyME industriales que habitualmente participan de este tipo de proyectos presentan un Índice de Desarrollo Organizativo mayor que las que no lo hacen. Por otro lado, mostraron un mejor nivel de desempeño general respecto a las que operan permanentemente en forma aislada.

Gráfico 21 – Índice de Desempeño e Índice de Organización de las PyME industriales de acuerdo a realización de proyectos en forma asociativa. Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Presión competitiva y nivel de competitividad empresarial. Finalmente, el Cuadro 2 clasifica los distintos sectores de actividad de la industria manufacturera de acuerdo a su nivel de competitividad y a la percepción empresarial de una fuerte presión competitiva en el mercado interno por la importación de bienes.

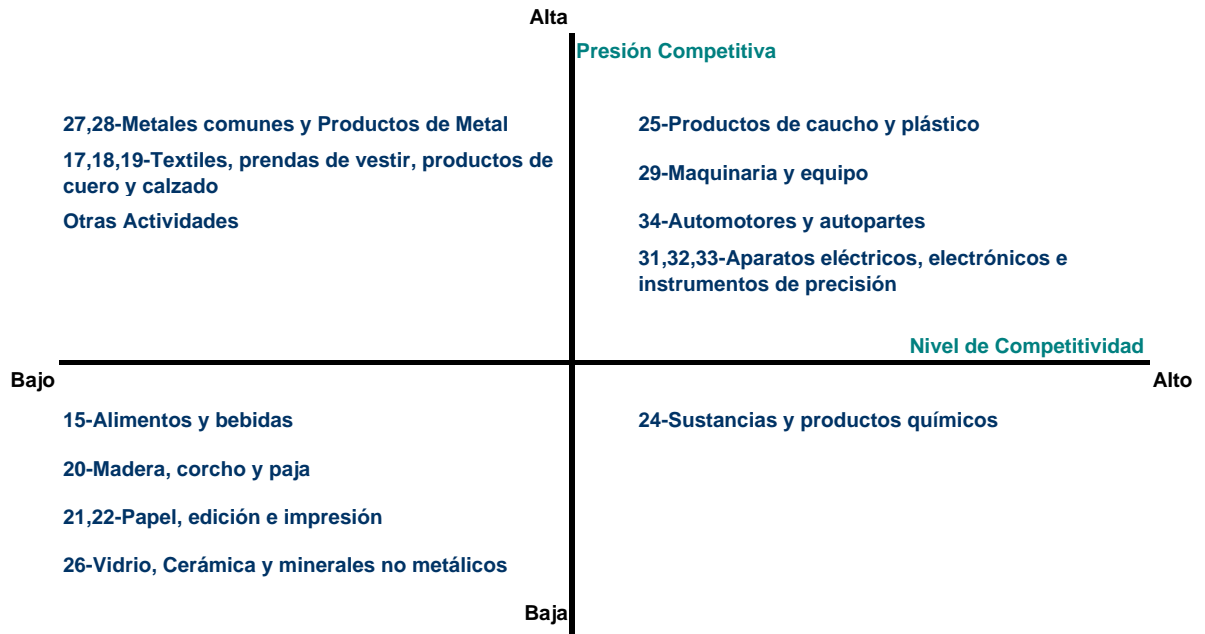
En primer lugar, es interesante observar que si bien los empresarios PyME de elaboración de “Productos de caucho y plástico”, “Maquinaria y equipo”, “Automotores y autopartes” y de la industria electrónica en general manifiestan su preocupación por el ingreso de bienes extranjeros, el nivel de competitividad empresarial medio de cada una de estas actividades es alto, por lo que cuentan con ciertas herramientas para poder mantener su posición en la plaza local.

En el extremo contrario, las empresas orientadas a la elaboración de “Alimentos y bebidas”, “Madera, corcho y paja”, “Papel, edición e impresión” y “Vidrio, cerámica y minerales no metálicos”, a pesar de no presentar avances significativos en términos de competitividad, son menos vulnerables ante la entrada de bienes extranjeros, ya sea por presentar ventajas naturales, o por producir bienes que no se comercializan habitualmente en los mercados internacionales.

También se dan casos intermedios. Las PyME del sector “Sustancias y productos químicos” no sólo se ven favorecidas por su fortaleza competitiva, sino que además no perciben una fuerte presión competitiva de bienes de origen extranjero.

Por último, los empresarios productores de “Metales comunes y productos de metal” y “Textiles, prendas de vestir y productos de cuero y calzado” manifestaron percibir una importante presión competitiva en el mercado local por el ingreso de bienes importados, a lo que se suma el bajo nivel de competitividad empresarial presentado por las PyME de estas actividades.

Cuadro 2 – Clasificación de sectores de actividad de acuerdo a su nivel de competitividad empresarial y presión competitiva en el mercado interno por importación de bienes. Año 2009.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2009.
Fundación Observatorio PyME.

Anexo I: Información por Sector Industrial

Inserción internacional y Gestión Comercial	Base exportadora. % de PyME exportadoras	Apertura exportadora. % de ventas destinadas al exterior (de las empresas exportadoras)	Principal destino de las exportaciones	% de PyME que espera aumentar las exportaciones	% de ventas dirigidas a otras empresas industriales	% de PyME que realizaron más del 90% de sus entregas según los tiempos acordados con los clientes	% de PyME que disponen de un sistema de satisfacción de clientes	% de PyME que siguen una estrategia de competencia por calidad	% de PyME que siguen una estrategia de competencia por precios
Alimentos y bebidas	20,8%	26,2%	EE. UU. y Canadá	56,5%	10,3%	68,2%	32,0%	87,6%	34,1%
Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzados	11,4%	38,1%	Uruguay y Paraguay	31,9%	14,0%	53,9%	21,8%	75,9%	34,5%
Madera, corcho y paja	7,4%	5,2%	Brasil	48,3%	24,3%	85,6%	21,4%	85,3%	66,9%
Papel, edición e impresión	3,9%	5,4%	Uruguay y Paraguay	10,5%	42,0%	57,7%	32,1%	74,8%	38,5%
Sustancias y productos químicos	28,2%	13,3%	Uruguay y Paraguay	55,8%	39,5%	60,0%	48,0%	86,0%	56,3%
Productos de caucho y plástico	24,0%	8,2%	Uruguay y Paraguay	44,7%	50,4%	50,7%	35,1%	83,1%	43,5%
Vidrio, cerámica y minerales no metálicos	10,7%	25,6%	Uruguay y Paraguay	45,6%	10,9%	55,7%	24,5%	81,7%	56,5%
Metales comunes y productos de metal	14,3%	13,4%	Uruguay y Paraguay	51,5%	49,4%	51,4%	39,3%	80,2%	39,9%
Máquina y equipo	32,6%	19,6%	Uruguay y Paraguay	43,2%	41,7%	54,5%	43,2%	82,4%	30,2%
Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión	41,1%	16,3%	Uruguay y Paraguay	35,4%	21,2%	66,7%	55,0%	91,4%	38,3%
Automotores y autopartes	21,0%	6,5%	Uruguay y Paraguay	65,3%	31,1%	60,7%	48,5%	82,1%	50,1%
Otras actividades	10,9%	13,8%	Uruguay y Paraguay	42,1%	12,5%	63,5%	27,6%	87,1%	53,6%
Promedio PyME industriales	17,7%	19,4%	Uruguay y Paraguay	45,9%	28,2%	59,8%	34,2%	82,5%	42,1%

Anexo II: Información por Región Geográfica

Inserción internacional y Gestión comercial	AMBA	Centro	Cuyo	Noreste Argentino (NEA)	Noroeste Argentino (NOA)	Sur	Promedio PyME industriales
Base exportadora. % de PyME exportadoras	19,0%	16,0%	15,2%	22,5%	5,2%	20,6%	17,7%
Apertura exportadora. % de ventas destinadas al exterior (de las empresas exportadoras)	16,3%	22,2%	41,3%	43,6%	22,0%	23,3%	19,4%
Principal destino de las exportaciones	Uruguay y Paraguay	Uruguay y Paraguay	Brasil	EE.UU. y Canadá	Chile	Unión Europea	Uruguay y Paraguay
% de PyME que espera aumentar las exportaciones	43,3%	59,8%	49,7%	26,8%	21,6%	50,0%	45,9%
% de ventas dirigidas a otras empresas industriales	31,9%	24,1%	27,0%	17,5%	21,0%	18,7%	28,2%
% de PyME que realizaron más del 90% de sus entregas según los tiempos acordados con los clientes	55,9%	65,4%	65,3%	72,8%	72,4%	37,5%	59,8%
% de PyME que disponen de un sistema de satisfacción de clientes	36,0%	35,9%	23,8%	30,4%	18,4%	33,8%	34,2%
% de PyME que siguen una estrategia de competencia por calidad	81,5%	86,5%	79,0%	85,5%	70,3%	83,8%	82,5%
% de PyME que siguen una estrategia de competencia por precios	41,6%	43,8%	42,4%	44,9%	35,6%	36,3%	42,1%

Notas Metodológicas

Encuesta Estructural a PyME Industriales

La Encuesta Estructural a PyME Industriales 2009 fue distribuida por encuestadores de la Fundación Observatorio PyME y completada de forma autoadministrada entre los meses de julio y noviembre de 2009 por empresas pertenecientes a una muestra representativa diseñada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) a partir del Directorio Nacional Único de Empresas (DINUE).

Universo de Estudio

El universo de estudio de la Encuesta Estructural a PyME industriales 2009 comprende las empresas cuya actividad principal corresponde a la industria manufacturera y cuya cantidad total de ocupados oscila entre 10 y 200.

- Actividad industrial:

Las empresas fueron clasificadas por rama de actividad económica según la actividad principal y el principal producto informado por éstas. Las distintas actividades fueron asignadas a su rama industrial según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), Revisión 3.1., que define como industria manufacturera a las actividades comprendidas en las divisiones 15 a 37.

- Empresas Pequeñas y Medianas:

Continuando con la definición empleada por el Observatorio PyMI en estudios anteriores, se consideran empresas pequeñas y medianas a aquellas que cuentan con un total de ocupados de entre 10 y 200. En aquellas empresas que al momento de la selección de la muestra por el INDEC cumplían esta condición, pero que en junio de 2009 contaban con menos de 10 o más de 200 ocupados en total, se consideró para su clasificación como PyMI el criterio de monto de ventas determinado en la Comunicación "A" 3793 del Banco Central de la República Argentina. Las empresas que no cumplían ninguno de los dos requisitos fueron excluidas del estudio.

Diseño Muestral

Las PyME industriales encuestadas forman parte de una muestra diseñada por el INDEC para la realización de la Encuesta Estructural 2002, realizada en el marco del Observatorio Latinoamericano de las Pequeñas y Medianas Empresas. La muestra estaba compuesta por 2044 PyME industriales con un reemplazo por cada una. Las empresas fueron seleccionadas al azar siguiendo criterios de representatividad por región geográfica, actividad y tramo de ocupados. Posteriormente, se realizaron actualizaciones anuales utilizando listados censales correspondientes al Censo Nacional Económico 2004 proporcionado por diferentes Direcciones de Estadísticas Provinciales, listados de grandes clientes de las Empresas Provinciales de Energía Eléctrica y los Directorios de Empresas generados por los distintos Observatorios Regionales que se encuentran en funcionamiento, entre otras fuentes provinciales.

Estimación de resultados

Los resultados de la Encuesta Estructural a PyME industriales 2009 fueron estimados utilizando ponderadores calculados a partir de una pos-estratificación por región geográfica y rama de actividad económica (clasificación CIIU Revisión 3.1., agrupada a 2 dígitos).

En la muestra originaria cada región constituía un dominio de análisis con una única fracción de muestreo por dominio; estas regiones son:

- Área Metropolitana de Buenos Aires: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y partidos de Gran Buenos Aires.
- Centro: los demás partidos de la Provincia de Buenos Aires, y las provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.
- Cuyo: las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis.
- Noreste: las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.
- Noroeste: las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.
- Sur: las provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Para cada región por separado, los ponderadores se calcularon manteniendo también por separado, en lo posible, cada división de la clasificación CIIU. Las ramas de actividad fueron agrupadas en los casos de baja cantidad de casos con respuesta a la encuesta; la cantidad mínima de casos encuestados en cada post-estrato fue 5.

Divisiones de la clasificación CIIU, rev. 3.1.:

- 15: Manufactura de productos alimenticios y bebidas
- 16: Manufactura de productos de tabaco
- 17: Manufactura de productos textiles
- 18: Manufactura de prendas de vestir
- 19: Manufactura de productos de cuero; manufactura de equipajes; manufactura de calzado
- 20: Manufactura de madera y productos de madera
- 21: Manufactura de papel y productos de papel
- 22: Actividades de edición e impresión y reproducción de grabaciones
- 23: Manufactura de productos de petróleo refinado y fuentes nucleares
- 24: Manufactura de químico y productos químicos
- 25: Manufactura de caucho y productos de plástico
- 26: Manufactura de productos minerales no metálicos
- 27: Manufactura de metales básicos
- 28: Manufactura de productos metálicos (excepto maquinaria y equipo)
- 29: Manufactura de maquinaria y equipo
- 30: Manufactura de equipo de oficina, contabilidad y computación
- 31: Manufactura de maquinaria y aparatos eléctricos
- 32: Manufactura de equipos y aparatos de radio, televisión y comunicación
- 33: Manufactura de instrumentos médicos, ópticos y de precisión, y de relojes
- 34: Manufactura de vehículos de motor, *trailers* y *semitrailers* (incluye autopartes)
- 35: Manufactura de otros equipos de transporte
- 36: Manufactura de muebles y otras actividades manufactureras no clasificadas
- 37: Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos y no metálicos.

Descripción del Panel

Las siguientes tablas ofrecen una descripción del tamaño de las empresas estudiadas (en monto de ventas anuales y cantidad de ocupados). Estos valores surgen de analizar los datos del panel sin utilizar las ponderaciones de la estratificación muestral.

Tabla 1: Total de ventas anuales 2008

	Ventas (en miles de Pesos)
El 50% presenta ventas menores a...	\$ 3.300
El 75% presenta ventas menores a...	\$ 9.300
Ventas promedio	\$ 8.300

Tabla 2: Total de ocupados en diciembre de 2008

	Ocupados
El 50% de las empresas tiene menos de...	23
El 75% de las empresas tiene menos de...	45
Ocupados promedio	38

Para los estudios sectoriales, las ramas de actividad fueron agrupadas en los siguientes subuniversos de estudio:

- Manufactura de productos alimenticios y bebidas (CIIU 15)
- Manufactura de productos textiles; Manufactura de prendas de vestir ; Manufactura de productos de cuero; manufactura de equipajes; manufactura de calzado (CIIU 17 - 18 - 19)
- Manufactura de madera y productos de madera (excepto muebles) (CIIU 20)
- Manufactura de papel y productos de papel; Publicidad, imprenta y reproducción de medios (CIIU 21 - 22)
- Manufactura de químico y productos químicos (CIIU 24)
- Manufactura de caucho y productos de plástico (CIIU 25)

- Manufactura de productos minerales no metálicos (CIIU 26)
- Manufactura de metales básicos; Manufactura de productos metálicos (excluye maquinaria y equipo) (CIIU 27 - 28)
- Manufactura de maquinaria y equipo (CIIU 29)
- Manufactura de maquinaria y aparatos eléctricos; Manufactura de equipos y aparatos de radio, televisión y comunicación; Manufactura de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y de relojes (CIIU 31 – 32 - 33)
- Manufactura de vehículos de motor, trailers y semi-trailers (incluye autopartes) (CIIU 34)
- Manufactura de muebles (CIIU 361)
- Manufactura de productos de tabaco; Manufactura de productos de petróleo refinado y fuentes nucleares; Manufactura de equipo de oficina, contabilidad y computación; Manufactura de otros equipos de transporte; Manufactura de muebles y otras actividades manufactureras no clasificadas previamente; Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos y no metálicos (CIIU 16 – 23 –30 – 35 – 36 – 37)