

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Sede Regional Rosario

Facultad de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Comercio Internacional

2008



**“Análisis del proceso de exportación de las pymes de Santa Fe,
oportunidades y problemática en los mercados
internacionales”**

**Alumno: Santiago Tapia
Profesor tutor: Claudio Tomás**

**Santiago Ignacio Tapia
San Juan 3626, Rosario (Santa Fe)
(0341) 4302981 – 155905894
tapiasantiago@yahoo.com.ar**

Agradecimientos

A mi familia entera, por permitir mi crecimiento profesional y el logro de este importante desafío personal

A Yanina, por el apoyo incondicional, compañerismo y los días por venir...

A los profesores Claudio Tomás y Daniel Coria, por su guía y tiempo dedicado a este trabajo, a todos los profesores que me brindaron su enseñanza, Rodrigo Cinca y todo el personal académico y administrativo de la U.A.I.

A mis amigos y compañeros que estuvieron siempre en este camino transitado...

Índice

	Página
Agradecimientos.....	1
Índice.....	2
Título.....	4
Resumen.....	5
Objetivos.....	6
Hipótesis.....	6
Capítulo I - Introducción.....	7
I.1 - Estado de la cuestión.....	8
I.2 - Las pequeñas y medianas empresas (pymes).....	14
2.1.1 Definición.....	14
2.1.2 Origen y procedimientos.....	16
2.1.3 Características y clasificación.....	18
I.2.2 - Evolución de las pymes en Argentina.....	21
2.2.1 Acción en la economía argentina.....	21
2.2.2 El empleo de las pymes nacionales.....	25
2.2.3 Participación en el Comercio Exterior Nacional.....	28
I.2.3 - La pequeña y mediana empresa en el ámbito regional.....	32
2.3.1 Panorama en la provincia de Santa Fe.....	32
2.3.2 Asociativismo regional en la provincia de Santa Fe.....	35
2.3.3 Experiencia de pymes asociadas para exportar.....	39
I.2.4 - Financiación y servicios para pymes.....	44
2.4.1 La actual asistencia crediticia.....	44
2.4.2 El Estado Argentino y sus pymes.....	47
I.3 - Diseño metodológico.....	52
II - Metodología operativa.....	53

II.1 - Entrevista.....	55
III - Discusión de los resultados.....	56
Conclusiones.....	59
Bibliografía.....	61

Título:

“Análisis del proceso de exportación de las pymes argentinas, oportunidades y problemática en los mercados internacionales”.

Resumen

La incorporación de las pymes argentinas en el negocio exportador es un proceso lento y muchas veces complicado, implica sortear numerosos inconvenientes, los cuales, muchos de ellos se encuentran fuera de la propia estructura empresarial. Ganar mercados de exportación es tentador para las pequeñas y medianas empresas, pero enfrentarse a un mundo desconocido no es tarea sencilla, el proceso internacional requiere tiempo y paciencia. Asimismo cada sector puede tener su oportunidad, y es necesario estar dispuesto a ganarse un lugar en los mercados del mundo.

Las pymes argentinas presentan obstáculos de naturaleza financiera y económica, debido al escaso financiamiento a largo plazo, mercados poco estables y falta de dotación de recursos humanos suficientes para afrontar las actividades de inserción a futuras exportaciones. Las dificultades se acentúan por la constante variación de los costos, problemática estructural de las empresas, y en los casos cuando la demanda supera a la capacidad de producción.

A su vez, el envejecimiento tecnológico genera una pérdida de competitividad a nivel internacional, lo cual produce un aumento del precio de los productos llevando a la inflación interna, es decir, los costos internos de la empresa pyme ejercen una presión negativa sobre la rentabilidad. La ausencia de un sistema financiero nacional que provea un adecuado financiamiento a la inversión deja en manos de las propias pymes argentinas, la capacidad de juntar los recursos que precisan para exportar. Sólo con políticas efectivas que destraben los obstáculos existentes, se lograrán avances significativos en la expansión de la actividad económica de las pequeñas y medianas empresas.

- ✓ Pequeñas y medianas empresas
- ✓ Oportunidades de exportación
- ✓ Asociativismo
- ✓ Financiamiento

Objetivos

- ✓ Desarrollar las oportunidades y negocios de las pymes argentinas en los mercados internacionales.
- ✓ Analizar los problemas que implica operar en el exterior.
- ✓ Determinar la existencia de fuentes de financiación.
- ✓ Evaluar los servicios de apoyo y fomento para el crecimiento empresario.

Hipótesis

1. Existen importantes oportunidades de negocios para las pymes argentinas.
2. Las fuentes de financiación son acordes al proceso exportador.
3. La ausencia de sustento económico hace que las empresas no consigan ubicarse en el exterior.
4. Las pymes presentan problemas para abordar mercados internacionales.

Capítulo I - Introducción

Las pequeñas y medianas empresas están saliendo de una etapa que se define como la peor de la historia, ya que la convertibilidad de la moneda nacional ha sido una fórmula de aniquilamiento progresivo de las mismas, con el epílogo de la gran crisis económica del año 2.001; esto sumado a las dificultades para competir con productos que ingresaban a bajos precios, la imposibilidad de llegar a mercados internacionales o simplemente mantener el nivel de ventas en el ámbito local.

La progresiva normalización de algunos sectores críticos, sumada a la estabilidad, y sobre todo, cierto sesgo productivista de la gestión económica, son las condiciones que están dando lugar a un marco propicio para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Más allá de la coyuntura, en la que no faltan dificultades, como el escaso financiamiento o la caída de la rentabilidad de algunos sectores por efecto de las asimetrías económicas de la integración regional, está claro que hoy las pymes tienen otras expectativas.

Encabezan la fuerte recuperación de la inversión que muestra la economía argentina, que podría alcanzar el 18% del P.B.I., la cantidad de pequeñas y medianas empresas que hicieron alguna operación al exterior se incrementó un 22%, exactamente el doble del crecimiento de las grandes empresas exportadoras; las exportaciones de las pymes crecieron 28%, mientras que las ventas de las medianas aumentaron 13%, y de las grandes un 12%. Sin embargo, y a pesar de este crecimiento, las pymes sólo embolsan el 13% de las divisas que ingresan al país por exportaciones y proporcionan niveles regulares de empleo.

Muchas de las pymes argentinas, en sus diversos grados de desarrollo, están dando pasos concretos hacia la madurez requerida para alcanzar el objetivo de un mayor protagonismo económico, tomando conciencia del trabajo en formal, la profesionalización de los cuadros jerárquicos y capacitar a sus recursos humanos. Atienden las necesidades actuales de certificar procesos de calidad y medio ambiente, y cada vez son más las que pierden el miedo a asociarse, incluso con sus competidores.

Por todo esto puede afirmarse que una parte importante de las pymes nacionales ya no piensa en sobrevivir, sino crecer en forma sustentable.

I.1 - Estado de la cuestión

Diario La Capital, Suplemento Economía, Domingo 24 de Octubre de 2.004

Pymes santafesinas a la caza de mercados internacionales

Ganar nuevos mercados es tentador para las pymes, pero enfrentarse a mundos desconocidos no es tarea sencilla. El comercio internacional exige tiempo y paciencia. Al menos es lo que confirman las pymes santafesinas que se embarcaron en misiones comerciales o ferias internacionales, para abrirse a nuevos horizontes.

Cada sector puede tener su oportunidad y la producción santafesina está dispuesta a hacerse un lugar en los mercados internacionales. Las ventas al exterior seducen a los empresarios por su pago en moneda extranjera, y por las diferencias que se pueden hacer respecto al mercado interno. Además, el aumento de la producción posibilita bajar los costos y obtener ganancias interesantes.

Durante los últimos años, en la provincia redoblaron los esfuerzos para internacionalizar las pymes santafesinas. La subsecretaría de Comercio Exterior, dependiente del Ministerio de Producción, se trabajó en torno a cuatro ejes: ofrecimiento de información, asistencia técnica y legal, capacitación y promoción del comercio exterior.

Las empresas santafesinas que participaron en ferias internacionales demostraron su intención de volver a sumarse a iniciativas de este tipo por los buenos resultados obtenidos, ya que algunas trajeron ventas, pedidos de cotización o la posibilidad de enviar muestras para negocios futuros.

Revista Pymes de Clarín, Número 13, Abril 2.005

Embanderada con las pymes

La provincia de Santa Fe es la principal productora de soja del país y la primera exportadora de aceites y harinas derivadas del complejo industrial oleaginoso. Desde la salida de la convertibilidad, este complejo movilizó un ingreso de recursos que impactó en toda la provincia, especialmente sobre el sur y centro. La mayor diferencia la hicieron los grandes productores y multinacionales asociadas al boom sojero, pero además se produjo un fuerte movimiento económico que creó oportunidades para pymes locales.

En particular, movió todo un circuito integrado por fabricantes y comercializadores de insumos, pero también impactó sobre el conjunto de la cadena de comercialización y de servicios, como educación y salud de los centros urbanos. Una de las ciudades que registró el impacto de este movimiento fue Rosario, con el mayor centro comercial y proveedor de servicios de toda la región.

El sector industrial pyme presenta también buenas perspectivas en sectores tales como el autopartista. También en las ciudades de Santa Fe y Rafaela puede notarse el fenómeno de crecimiento de las pymes, en la capital provincial en el Parque Industrial Sauce Viejo, donde se instalaron 43 nuevas empresas. El sector tecnológico muestra oportunidades de la mano de un fuerte incremento en desarrollo

y la aparición de pymes locales de gran dinamismo que forman el Parque Científico Tecnológico de Rosario.

Diario La Capital, Suplemento Economía, Domingo 29 de Mayo de 2.005

La inflación de costos, el talón de Aquiles de las pymes industriales

Los empresarios sostienen que la suba de los costos no sólo tiene que ver con el constante aumento de las materias primas, en su mayoría dolarizadas, sino también con la incidencia de otros factores como ser los gastos por servicios.

A pesar de ese escenario, las empresas pymes tienen muy buenas expectativas sobre el futuro inmediato, por lo que las pymis confían en que la caída del margen unitario, que fue muy alto durante los últimos años, será compensada por una continua expansión de la producción, aumento de las inversiones. Los precios de las empresas pymis aumentaron un 8%, sus ventas aumentaron un 9% anual y el empleo creció un 10%.

Las conclusiones de la primera encuesta coyuntural de la Fundación Observatorio Pyme clarifican el escenario en el que se encuentran las pymes argentinas y deje entrever hacia donde van. 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 analizados 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.

Diario La Capital, Suplemento Economía, Domingo 21 de Agosto de 2.005

Las pymes industriales camino a consolidar su crecimiento

Las pymes industriales mostraron un renovado dinamismo y duplicaron su crecimiento durante el año 2.005. Las ventas se expandieron fuertemente y la ocupación continuó a un buen nivel aunque la utilización promedio de la capacidad instalada no se incrementó. Por si fuera poco, estas empresas realizaron importante inversiones.

El director de la Fundación Observatorio Pyme, Vicente Donato, explicó que “el crecimiento de las pymes superó por mucho al de las grandes empresas industriales como también al del total de la economía.

“Estamos frente a una situación muy positiva para las pymes industriales, responden de manera muy dinámica a los estímulos positivos de la demanda agregada”.

Por su parte, Carlos Garrera, presidente de la Federación de Industriales de Santa Fe, consideró que “las ventas crecieron salvo en los sectores enfocados a los consumidores de menores ingresos”. Resulta que “las pymes que no son formadoras de precios, tuvieron un aumento de costos y debieron trasladarlos a los precios y eso dificulta el desarrollo”.

Sin embargo, “la realidad de las empresas que producen bienes durables mejoró con el parate en la escalada de precios de sus materias primas como el acero, cobre o aluminio”. “En el mediano plazo habrá mayor competitividad, ya que la demanda internacional se moderó, y los valores se estabilizaron a la baja”, concluyó.

Diario La Nación, Suplemento Comercio Exterior, Martes 12 de Marzo de 2.006

Las pymes exponen su caso

Las empresas nacionales pueden acceder al Programa de Internacionalización de Empresas (Prinem), la selecta herramienta gratuita en la que está trabajando la Fundación Exportar para ajustar y poner a punta las pymes. “A medida que fuimos perfeccionando la tecnología para recabar información, nos dimos cuenta que muchas pymes tienen dificultades para internalizar esa información, y no pueden aprovechar las oportunidades que les presentamos. Vimos entonces que teníamos que dar un paso más, involucrarnos en las empresas para estimularlas a realizar los cambios productivos y comerciales necesarios”. Así surgió el Prinem, indicó el directo ejecutivo de la Fundación Exportar, Marcelo Elizondo.

Hasta aquí, el marco conceptual donde germinó el proyecto. No se trata ya de acompañarlas simplemente en una misión comercial, sino de hacer un trabajo previo y detectar las debilidades.

Para ello, la Fundación Exportar echó mano de su agenda de contactos, entre los que se encuentran especialistas de unas 20 disciplinas que tienen relación directa con el acto exportador, entre ellos expertos en logística, packaging, certificación y habilitación de establecimientos, calidad de procesos, imagen y comunicación empresarial, canales de comercialización, marketing internacional, condiciones de venta y contratos internacionales, normativa impositiva e ingeniería financiera.

Diario La Nación, Suplemento Comercio Exterior, Martes 10 de Abril de 2.007

Mercados a la medida de las pymes

La Subsecretaría de Comercio Internacional, la Fundación Exportar y la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (ProArgentina), trabajan arduamente para organizar la agenda de pequeños y medianos empresarios argentinos en su esfuerzo por llegar a los mercados internacionales, como ser Pakistán y Malasia.

En el caso de Pakistán, su elección como destino dentro del plan de acción comercial oficial se debe a la creciente importancia del comercio con ese país. En 2006, las exportaciones argentinas a ese mercado superaron los 57 millones de dólares, un 47% por encima de lo comercializado en 2005. En este mercado, los sectores con perspectivas destacadas de negocios abarcan a los alimentos; lácteos; maquinaria agrícola; gas natural comprimido (GNC); productos farmacéuticos; carne aviar; alimento balanceado para aves; biotecnología; maquinaria eléctrica y no eléctrica; maquinaria para la industria láctea; cueros y sus manufacturas; semillas de soja y girasol, y sus aceites.

En tanto, atentos a que Malasia es el segundo socio comercial de la Argentina en Asia, luego de China, con importaciones de productos argentinos por 533 millones de dólares, la Cancillería eligió a este país para promocionar las ventas de alimentos; vinos; productos químicos; productos farmacéuticos; hierro y acero y sus manufacturas; plásticos y sus manufacturas; pieles y cueros y partes de calzado; textiles; madera, muebles y sus manufacturas; materiales para la construcción y maquinaria eléctrica y no eléctrica.

Diario La Nación, Suplemento Comercio Exterior, Martes 24 de Abril de 2.007

El modo de hacer negocios de las pymes

Errores al calcular precios, excesiva confianza que las deja al descubierto, desconocimiento de normativas y términos técnicos... Son algunas de las conclusiones arrojadas por una investigación realizada sobre 101 pymes exportadoras, encarada por Red Global de Exportación, empresa de consultoría y capacitación, con el patrocinio de Fedex Express.

El informe detectó que el 34,7% de las pymes se perjudica al calcular los precios de exportación. Es que recurren a una suma de costos y gastos y, según se explica, "hay determinados conceptos que se expresan en porcentaje sobre el propio precio de venta o exportación y que, por ende, no pueden sumarse linealmente con el resto de los costos de exportación. La buena práctica es la realización de una fórmula cociente de cálculo de precios FOB, dice la investigación, e indica que así lo hace el 5% de la muestra. Por otro lado, acerca del principal Inconterm (Internacional Comercial Term) utilizado para cotizar los productos de exportación, el 28,7% no supo qué responder.

Otra práctica peligrosa es el modo en que la pyme envía los documentos de formalización de la operación al exterior. Si bien el 65,3% elige correctamente la factura pro forma como elemento de contrato, el 47,5% la envía por correo electrónico. El problema es que la falta de puesta en práctica de la firma digital hace que si el contrato marca a la ley argentina como la aplicable -tal como sucede en el 43,6% de los casos reseñados-, este tipo de contrato no sirve como elemento probatorio. Sí lo es en caso de que la ley fuese de otro país y tuviera previsto el caso de las firmas digitales como válido.

Diario La Nación, Suplemento Comercio Exterior, Martes 8 de Mayo de 2.007

Un crecimiento amenazado

El 84% de las pymes exportadoras financia su crecimiento con fondos propios y sólo un 9% recurre a crédito bancario y el autofinanciamiento está tanto en el desarrollo de mercados externos como en todo el negocio de la empresa. Es más, el crédito de los proveedores, una forma de financiamiento clásica en las pymes, representa casi lo mismo que el crédito bancario.

Los limitantes para el financiamiento local que enfrentan las pymes, se destacan las altas tasas de interés; los cortos períodos de financiamiento; los excesivos

requerimientos de garantías; la falta de información sobre las pymes y las características de sus negocios, y un deficiente análisis de riesgo basado más en un análisis de los activos fijos que en el del flujo de fondos.

Aun cuando el dato preocupa por cómo puede cercenar el motor de la economía, hay indicios alentadores: el 72% exporta productos con marca; un 82% ve la exportación como un proceso de largo plazo; para la mitad de los encuestados la exportación participa con entre un 10% y un 50% de la facturación, y una de cada dos empresas tiene un departamento de comercio exterior.

Un alto porcentaje (72%) no pertenece a ningún consorcio de exportación ni participó en asociaciones temporales para exportar. Alrededor de 700 empresas grandes concentran el 90% de las exportaciones. El 10% restante son empresas pequeñas y medianas, las que agregan valor y un impacto positivo en el empleo. El asociativismo es como una palanca para las pymes: ante la falta de recursos, ya que les brinda capacidad de negociación.

Diario La Nación, Sección Economía, Martes 07 de Agosto de 2.007

Pasado y presente de las exportaciones argentinas

El producto bruto interno (PBI) mide el valor monetario total de la producción de un país. Estos cálculos comenzaron a realizarse sólo en Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial, posteriormente se estimó para diversos países años anteriores, y así resultó que el PBI per cápita de la Argentina ocupaba en la década del 20 el sexto lugar en el mundo, superado sólo por los Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda, Gran Bretaña y Suiza.

No obstante, según el Banco Mundial, para 2.005 hubo en el mundo 33 países cuyo PBI per cápita (medido según la paridad del poder adquisitivo) fue superior al de la Argentina. Estos fueron Alemania, Arabia Saudita, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Hong Kong, Corea, República Checa, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Hungría, Grecia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Kuwait, Lituania, Noruega, Nueva Zelanda, Omán, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Singapur, Suecia y Suiza.

La posición de privilegio de la Argentina en el pasado se debió a que, entonces, colocaba alimentos en el mercado europeo donde se lograban buenos precios. Pero desde el momento en que allí se alcanzó el autoabastecimiento nuestras exportaciones sufrieron y, al no haber sido complementadas con otros productos, el crecimiento económico perdió vigor, lo que explica el por qué tantas naciones nos sobrepasaron. Que la Argentina no haya regresado a la posición de privilegio que tuvo en el pasado, además, se explica porque exporta poco, pese a los altos precios que ahora existen para las materias primas.

Diario La Nación, Suplemento Com. Exterior, Martes 21 de Agosto de 2.007

El universo internacional de las pymes está inmaduro

El desafío para los próximos años es que aumente el número de pymes que exportan, y para exportar las empresas tienen que crecer. La mayoría de las firmas que comercializan sus productos en el exterior son medianas, con más de 50

trabajadores; las firmas pequeñas aún no pueden abordar otros mercados porque no cuentan con una estructura adecuada ni costos competitivos. Y para que las empresas crezcan se necesita incentivar la inversión en bienes de capital y la capacitación de recursos humanos, facilitar el acceso al financiamiento, la reinversión de las utilidades y ayudarlas a certificar calidad. En los últimos años se consolida un grupo de empresas que exporta de forma estable. La mayor volatilidad se registra en las microempresas que colocaron sus productos en el exterior durante la crisis y a medida que se recuperan las ventas en el país se retiraron de los mercados externos o bien disminuyeron los envíos.

Si bien el Mercosur es el principal destino de las pymes, pierde importancia a lo largo de la década, al tiempo que aumentan las ventas al resto de los países de América latina y el Caribe. En su búsqueda de nuevos mercados, las pymes también llegan a los países de Europa del Este, en especial Rusia, Asia y Oceanía. El año pasado, Brasil, Chile y Estados Unidos concentraron el 43% de las exportaciones de manufacturas de las pymes.

I.2.1 - Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)

2.1.1 Definición

Las pequeñas y medianas empresas (pymes), se encuentran reguladas en Argentina por la Ley 24.467, referente a Régimen para Pequeñas y Medianas empresas, derogación de la Ley 23.020, del 15 de marzo de 1.995.

La misma Ley establece la definición en su artículo 83: "El contrato de trabajo y las relaciones laborales en la pequeña empresa, se regularán por el régimen especial de la presente ley.

A los efectos de este Capítulo, pequeña empresa es aquella que reúna las dos condiciones siguientes:

- a) Su plantel no supere los cuarenta (40) trabajadores.
- b) Tengan una facturación anual inferior a la cantidad que para cada actividad o sector fije la Comisión Especial de Seguimiento del artículo 104 de esta ley.

Para las empresas que a la fecha de vigencia de esta ley vinieran funcionando, el cómputo de trabajadores se realizará sobre el plantel existente al 1ro. de enero de 1.995.

La negociación colectiva de ámbito superior al de empresa podrá modificar la condición referida al número de trabajadores definida en el segundo párrafo punto a) de este artículo.

Las pequeñas empresas que superen alguna o ambas condiciones anteriores podrán permanecer en el régimen especial de esta ley por un plazo de tres (3) años siempre y cuando no dupliquen el plantel o la facturación indicados en el párrafo segundo de este artículo".

La Ley se basa en elementos cuantitativos para definir a las pymes en Argentina, cuando la determinación se efectúe en base a elementos cuantificables como el número de personal ocupado o nivel de facturación.

Por el contrario se tendrá en cuenta elementos cualitativos cuando esa determinación de la condición pyme, sea consecuencia de analizar datos como la propiedad del capital, la independencia de la empresa, sectores de la economía, etc.

Otro cuerpo normativo para la definición de pymes en nuestro país, es la Ley 25.300, la cual establece en su artículo 1ro. que la autoridad de aplicación deberá definir las características de las empresas que serán consideradas micro, pequeñas y medianas a los efectos de la implementación de los distintos instrumentos del presente régimen. Considera además que lo hará: "contemplando las especificaciones propias de los distintos sectores y regiones y con base a los siguientes atributos de las mismas o sus equivalentes: personal ocupado, valor de las ventas y valor de los activos aplicados al proceso productivo."

Ahora bien, una vez fijada la definición de las pequeñas y medianas empresas para la legislación argentina, es importante considerar cuando la misma ley excluye a estas organizaciones: "No serán consideradas pymes a los efectos de la implementación de los distintos instrumentos del presente régimen legal, las empresas que, aún reuniendo los requisitos cuantitativos establecidos por la autoridad de aplicación, estén vinculadas o controladas por empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no reúnan tales requisitos".

Para su mejor comprensión se analizan por separado cada uno de los elementos cuantitativos y cualitativos:

- a) Criterio cuantitativo: atendiendo a este criterio, se puede subdividir por la capacidad de trabajadores, el volumen de los negocios, el balance, la rentabilidad, la producción, la ganancia, el valor de los activos, el capital social, etc.
- b) Criterio cualitativo: una empresa puede ser considerada como pyme, cuando el empresario o los empresarios están, por sí mismos, en condiciones de dirigir la empresa, tomar decisiones importantes y recoger los frutos o soportar las pérdidas generadas por sus asunción de riesgo y su gestión.

Una vez comprendida la definición de las Pequeñas y Medianas Empresas en Argentina, es necesario abordar los conceptos en el plano internacional, para eso se analiza lo que considera la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.), que define a las pymes como aquellas empresas modernas con una dotación de hasta cincuenta empleados, negocios familiares en los que trabajan entre tres y cuatro integrantes de la familia, industrias domésticas, cooperativas, empresas individuales y micro emprendimientos. Como se ve existen diferencias al momento de comparar las definiciones con la Ley Nacional, las cuales se acentúan si tenemos en cuenta lo que la Comunidad Europea establece como pyme, utilizando un criterio cuantitativo basado en que cuenten con un plantel de entre cincuenta y doscientos cincuenta empleados, ventas anuales entre diez y cincuenta millones de Euros y un patrimonio neto entre diez y cuarenta y tres millones de Euros. Las menores de cincuenta empleados serían micro emprendimientos.

Las marcadas diferencias económicas y coyunturales entre nuestro país y la Unión Europea establecen una diferencia importante si analizamos ambas definiciones, partiendo de la base que en los países europeos la participación en la economía de las pymes es mucho mayor, la normativa tiende a protegerlas antes la competencia desleal de las grandes empresas y la financiación y fomento es mucho mayor que en Argentina.

Existe un alto compromiso de relevancia, sustento y desarrollo de la pequeña y mediana empresa para la Unión Europea, manifestado en la importancia que tienen estas organizaciones desde el plano político, social y económico, a tal

punto que se encuentran reguladas por la Carta Europea de la Pequeña y Mediana Empresa, cuyo primer párrafo dice textualmente: "Las pequeñas empresas son la columna vertebral de la economía europea. Son una fuente clave de puestos de trabajo y un criadero de ideas empresariales. Los desvelos de Europa por ser la precursora de la nueva economía se verán culminados por el éxito si la pequeña empresa se considera un tema prioritario...". Esta Carta resume el curso de acción

que ha tomado la Comunidad Europea hacia las pymes que tienen como principales objetivos:

- ✓ Fomentar el desarrollo y la competitividad.
- ✓ Favorecer la investigación, innovación y creación de empresas.
- ✓ Mejorar el entorno financiero de las empresas.

Todos estos programas se encuentran instrumentados a través del Fondo Europeo de Inversiones (F.E.I.), estableciendo entre otros aspectos garantías que permitan de esta forma acceder a las pequeñas empresas al crédito que de otra forma no accederían dado el alto riesgo que representan. En este sentido es indudable que la temática de las pymes tanto en lo político, en lo económico y en lo social ha sido abordada de una forma más intensa, profunda y temprana en los países que componen la Unión Europea, reconociéndose su importancia como uno de los factores más importantes para el crecimiento económico de dicha región.

En contraposición a las políticas, ayudas económicas e incentivos establecidos por la Unión Europea, una realidad diferente se plantea para el caso de la Argentina. Durante mucho tiempo se ha reconocido la importancia de dichas empresas para el crecimiento del país, pero lamentablemente las sucesivas crisis económicas han impedido dotar a dichos planes del sustento económico que indispensablemente requieren para permitir su viabilidad.

2.1.2 Origen y procedimientos

Si nos remontamos al nacimiento de este núcleo de empresas, encontramos dos formas de surgimiento de las mismas. Por un lado aquellas que se originan como empresas propiamente dichas. Es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado.

Estas, en su mayoría, son de capital intensivas y se desarrollaron dentro del sector formal de la economía. Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

En su evolución este sector industrial en particular, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía Argentina en los años 50' y 60' durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones. Tan criticado como admirado por los distintos autores especializados. Para el caso que se hace referencia el modelo exhibió gran dinamismo lo que les permitió, en un contexto de economía cerrada y mercado interno reducido realizar un "proceso de aprendizaje" con importantes logros aunque con algunas limitaciones en materia de equipamientos, organización, escala, capacitación, información, etc.

Estas limitaciones antes comentadas fueron adquiriendo un aspecto lo suficientemente negativo como para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándolas de los niveles internacionales y provocando que las mismas durante los 70', época de inestabilidad macroeconómica, se preocuparan únicamente por su supervivencia que las sumió en una profunda crisis que continuó

en la década del '80. Esta sería entonces, la segunda etapa en la historia de la evolución de las pymes.

Por el contrario, los cambios que se vienen sucediendo desde 1.999 en lo que a disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna se refiere, parecen indicar el comienzo de una nueva etapa para las pymes, con algunos obstáculos que aún deben superarse.

Distintos estudios sobre la situación estructural de las pymes en Argentina, han permitido identificar algunas de sus principales debilidades competitivas:

- a) Escaso nivel de creación de nuevas empresas: la consecuencia de este bajo nivel de creación de nuevas empresa es el envejecimiento relativo del tejido empresarial.
- b) Baja participación en redes empresariales: el escaso desarrollo de las redes y de los sistemas locales, es una característica del tejido productivo en Argentina, que atenta contra el crecimiento de las empresas.
- c) Excesivo nivel de centralización de la gestión en el empresario: una característica de las pymes en nuestro país, es la falta de diferenciación entre las funciones directivas y gerenciales, que en general son todas cumplidas por el dueño de la empresa.
- d) Niveles de inversión incrementales: muchas empresas pymes argentinas invirtieron, pero no fue suficiente, o bien no estuvo orientada estratégicamente, con lo cual no pudieron generar una mejora en la competitividad.
- e) Diversidad de estrategias y respuesta a las crisis: la apertura económica llevó a muchas empresas nacionales a diversificar aun más su producción, buscando cubrir los costos fijos, ante la caída de los volúmenes y de los precios de venta.
- f) Ausencia de una conducta exportadora: bien las exportaciones de las pymes argentinas han crecido, se tratan, por lo general, de esfuerzos aislados, eventuales y sin continuidad en el tiempo.

A partir de resolver las mencionadas dificultades históricas que atravesaron estas entidades en Argentina, fue así como se desarrollan las fortalezas:

- a) Reestructuración empresarial: las empresas de nuestro país han multiplicado esfuerzos, basado casi exclusivamente en los recursos propios. El resultado fue una disminución de la brecha entre estas y las grandes empresas.
- b) Aumento del capital humano: las capacidades empresariales se vieron en aumento, apoyadas en la formación y capacitación universitaria.
- c) Mayor competitividad de las empresas: los avances tecnológicos hicieron que las empresas se renueven, aumentando así su capacidad productiva.
- d) Nuevos mercados de exportación: la globalización y la proliferación de las ventajas competitivas, hicieron que aparezcan oportunidades en nuevos mercados poco explotados.
- e) Aparición de jóvenes exportadores: existe una nueva camada de emprendedores y empresas jóvenes que revelan un importante dinamismo a la conciencia pymes del país.

2.1.3 Características y clasificación

En Argentina, el Ministerio de Economía fija los límites entre Grandes Empresas (Ges) y Pymes, a partir de tres variables:

- a) Personas ocupadas.
- b) Ventas anuales.
- c) Activos Netos.

Como variante se separan las categorías de acuerdo a la cantidad de personas ocupadas:

Si bien es la misma resolución quien fija los límites de acuerdo al personal ocupado, algunos autores para su mejor comprensión práctica consideran, Microempresas a los establecimientos de menos de 5 personas; Pymes entre 6 y 100 personas, y Grandes Empresas más de 100 personas (1).

Cuadro 1: Clasificación de Categorías de Empresas de acuerdo al personal ocupado

	Comercio y Servicios	Industria y Transporte
Microempresas	Hasta 3 personas	Hasta 10 personas
Pequeñas	Entre 4 y 15 personas	Entre 11 y 50 personas
Medianas	Entre 16 y 100 personas	Entre 51 y 300 personas

La normativa argentina que se ocupa del sector utiliza la variable, “ventas anuales”(2), para caracterizar a una organización como Micro, Pequeña y Mediana Empresa y Grandes Empresas, teniendo en cuenta el promedio de facturación de los últimos tres balances.

(1) Resolución del Ministerio de Economía de la República Argentina Nro. 401/1.989, 208/1.993 y 52/1.994.

(2) Resolución de la SEPYMEyER, Nro. 675/2.002.

Para la Ley 25.300 se entiende por ventas totales anuales los ingresos originados en la producción y comercialización de bienes, y en la prestación de servicios, netas de devoluciones y bonificaciones.

Cuadro 2: Clasificación de Categorías de Empresas de acuerdo a las ventas anuales

Tamaño/Sector	Agropecuario	Industria y Minería	Comercio	Servicios
Microempresas	\$ 270.000	\$ 900.000	\$ 1.800.000	\$ 450.000
Pequeñas	\$ 1.800.000	\$ 5.400.000	\$ 10.800.000	\$ 3.240.000
Medianas	\$ 10.800.000	\$ 43.200.000	\$ 86.400.000	\$ 21.600.000

Ahora bien, es necesario destacar que, la salida de la convertibilidad y la consecuente devaluación del peso argentino, provocó distorsiones que fueran salvadas con un sistema de evaluación de particularidades.

Una vez establecidas las características de las pequeñas y medianas empresas desde el ámbito legal argentino, siempre se han presentado inconvenientes para incluir a una empresa dentro de una u otra categoría.

Uno de los primeros intentos por unificar criterios ha sido la Resolución 401/89 del Ministerio de Economía, en la cual se establecía que, cuando no medien disposiciones legales de jerarquía mayor, dicha resolución debería aplicarse a todos los organismos dependientes del citado ministerio. Esta resolución establecía una forma polinómica por la cual se ponderaban tres atributos como la cantidad de personal, las ventas anuales y los activos productivos o en su defecto, el Patrimonio Neto de una empresa.

La Resolución 401 es importante, pues utiliza una metodología para definir a una pyme basada en múltiples criterios, que es luego recogida por la llamada Ley Pyme Nro. 25.300, aunque desoída por los distintos organismos que la reglamentaron.

En el año 1.993, y según la Resolución 208 del por entonces Ministerio de Economía y Servicios Públicos, se actualizan los valores, tanto de las ventas anuales como de activos y patrimonio, y se incluye a las empresas del sector minero y a las del sector agropecuario, para las cuales se utiliza el concepto de Ingreso Bruto en reemplazo del valor de las ventas anuales. En el caso de las industrias, se incrementa el valor máximo de personal de 200 a 300 empleados, aunque se mantiene el tope de cien para el sector de comercio y servicios, por lo que en la actualidad la clasificación de pyme se realiza exclusivamente a través del valor de sus ventas anuales.

El criterio de considerar las ventas anuales se ha mantenido hasta el momento, y sus actualizaciones más recientes se han producido a través de la Resolución 675/2.002 emitida luego de la devaluación, y redefinida por la

Disposición 147/2.006 de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional.

Cuadro 3: Ventas anuales máximas para clasificar a las pymes – Resolución 147/06

Tamaño/Sector	Agropecuario	Industria y Minería	Comercio	Servicios	Construcción
Microempresas	\$ 456.000	\$ 1.250.000	\$ 1.850.000	\$ 467.500	\$ 480.000
Pequeñas	\$ 3.040.000	\$ 7.500.000	\$ 11.100.000	\$ 3.366.000	\$ 3.000.000
Medianas	\$ 18.240.000	\$ 60.000.000	\$ 88.800.000	\$ 22.440.000	\$ 24.000.000

La Resolución 147/06, indica que la razón de la actualización de los valores de ventas máximos se encuentra en la persistente recuperación económica iniciada en el año 2.002, que tuvo como consecuencia importantes cambios en la estructura productiva de las empresas argentinas.

I.2.2 - Evolución de las pymes en Argentina

2.2.1 Acción en la economía argentina

En la economía de los países desarrollados las pequeñas y medianas empresas, tienen una notable incidencia. También para la Argentina han conformado una parte importante de su economía. Hoy la participación de las mismas en la economía Argentina se encuentra bastante disminuida y va a ser necesario un gran esfuerzo para ayudarlas a retomar su rol protagónico. Al analizar la participación de estas empresas en la economía nacional, nos encontramos con un conjunto heterogéneo de empresas, de las más diversas industrias y servicios, que enfrentan la posibilidad de ocupar un lugar preponderante en la economía nacional

Ahora bien, desde el punto de vista macroeconómico, la progresiva normalización de algunos sectores críticos, sumada a la estabilidad y, sobre todo, cierto sesgo productivista de la gestión económica, son las condiciones que están dando lugar a un marco propicio para el desarrollo de estas empresas, que recién en estos últimos años se ven recuperadas del agresivo proceso de sustitución de importaciones de los años 90', la posterior devaluación del peso argentino y el desinterés de los organismos nacionales en desarrollar estas entidades como forma de progreso económico nacional.

Más allá de la coyuntura, en la que no faltan dificultades, como el escaso financiamiento o la caída de la rentabilidad de algunos sectores por efecto de las asimetrías en la integración regional, está claro que las pymes hoy tienen otras expectativas, muchas de estas empresas, en sus diversos grados de desarrollo, están dando pasos concretos hacia la madurez requerida para alcanzar el objetivo de un mayor protagonismo en la economía nacional. Algunas toman conciencia de los beneficios del trabajo en blanco y la formalidad; otras de la necesidad de profesionalizar los cuadros jerárquicos y capacitar sus recursos humanos; no son pocas las que están certificando normas de calidad o de medio ambiente y cada vez son más las que pierden el miedo a asociarse, incluso con sus competidoras.

En los últimos años de la economía nacional se hace referencia a la competitividad de la economía en líneas generales y poco es lo que se ha dicho de la competitividad de las pymes, incluso en momentos como los actuales de plena revalorización de estas empresas.

El contexto económico, luego de la devaluación del peso nacional, sufrida en el año 2.002 ha cambiado sin duda la realidad de las empresas nacionales, y la participación de estas en la economía nacional, en algunos casos la devaluación actuó mejorando la competitividad de la economía argentina, pero las oportunidades no han sido parejas para todas las pymes, o bien no todas fueron capaces de aprovechar la oportunidad, ya que hay empresas más competitivas que otras, incluso dentro de un mismo sector.

Son señales de mejoras competitivas el aumento de las exportaciones de manufacturas industriales, que coincide con el perfil de especialización de las

pymes, y el incremento de la inversión del año pasado, de muy fuerte incidencia en este rango de empresas, es necesario considerar si el repunte competitivo es una tendencia consolidada, o sólo el efecto de un tipo de cambio favorable ante los mercados internacionales.

“La devaluación tuvo un efecto positivo para el aumento de las exportaciones industriales, pero dista mucho de ser una tendencia firme. La inserción de las pymes en los mercados externos ha sido históricamente muy volátil, y los datos disponibles posteriores a la devaluación no hacen pensar que ahora sea distinto”.

“Si bien creció fuerte la cantidad de empresas exportadoras, el nivel de rotación, o sea los que entran y salen de la actividad exportadora, sigue siendo alto, lo cual es un síntoma de que en muchos casos, exportar es una actividad marginal, determinada por alguna oportunidad o la colocación externa de saldos del mercado interno”.

A su vez el autor señala: “existe de un grupo de pymes argentinas exportadoras exitosas, que tiene como principales características, la continuidad y el crecimiento sostenido de la actividad exportadora y provenir de distintas industrias. Ni el tipo de cambio ni los sueldos son los mismos que los del 2.002 y en muchos sectores la capacidad instalada da muestras de indiscutible fatiga. A eso se agrega el déficit de técnicos y operarios calificados”. (3)

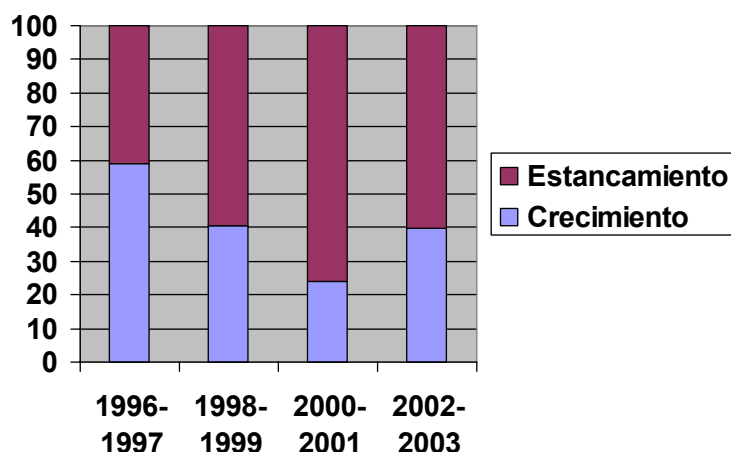
En la actual coyuntura juegan otros factores que ayudan a compensar aquellos deterioros, como ser el efecto positivo de la devaluación del dólar frente al euro, que favorece a dos terceras partes de las exportaciones totales, entre las que se encuentran las de los productos con mayor valor agregado; sin embargo, otro aspecto económico a tener en cuenta es que el costo de la mano de obra de las pymes argentinas es bajo.

Las pequeñas y medianas empresas pasaron por un fuerte proceso de reestructuración, entre la desaparición y la consolidación. En el bienio 1.996-1.997, el 41% de las pymes se encontraba en un proceso de estancamiento o achicamiento, mientras que en el período marcado por fracasos económicos como lo fue para nuestro país los años 2.000-2.001, la proporción llegó casi al 76%, para caer al 60,2% entre 2.002-2.003, porcentaje similar a lo que se registró entre 1.998 y 1.999.

Abundan ejemplos de un lado y del otro; de los que se hicieron fuertes en la convertibilidad del peso argentino con el dólar, y los que se afianzaron con la devaluación, y los que fueron menguando sus ingresos o directamente cerraron sus puertas. La apertura de los años 90´ significó un gran castigo para muchas pymes nacionales, pero también la posibilidad de acceder a la incorporación de capital y tecnología, no sólo en equipos, que hoy se nota en el proceso de sustitución de importaciones, sino también la llegada a la tecnología de gestión.

(3) Bezchinsky, Gabriel, “Aportes para una Estrategia PyME en la Argentina”. 1ra. Ed., CEPAL 2.003.

Gráfico 1: Crecimiento y estancamiento de las pymes Argentinas – Período 1.996 a 2.003



Fuente: Observatorio Pyme

Cuando finalice el año 2.008, Argentina habrá cumplido cinco años consecutivos de crecimiento económico, un logro sin precedentes en la historia local, y es motivo de estudio en los más altos niveles académicos mundiales, sobretodo porque el ciclo sobreviene a la peor crisis económica del país que se tenga memoria.

Bernardo Kosacoff, director de la Oficina Buenos Aires de C.E.P.A.L., destaca el papel de las pymes en el evidenciado crecimiento económico argentino: “han empezado a evaporarse las ventajas de la devaluación para las empresas más chicas”.

“Se cumplen algunos requisitos para decir que esto es sustentable en el largo plazo: condiciones macroeconómicas consistentes y normalización y saneamiento del aparato productivo, claramente el elemento de partida son los superávits fiscal y comercial y un contexto de precios internacionales favorables. Sin embargo, queda una agenda importante por delante vinculada a la necesidad de mejorar y ampliar el aparato productivo por un lado y a revertir las condiciones sociales generadas en los últimos veinte años, por el otro”.

“Si bien los últimos años han sido en general muy buenos para las pymes, ahora hay que proponerse duplicar el número de estas empresas en los próximos cinco años, generando condiciones para su inserción activa en el aparato productivo, las mismas han sido protagonistas de la recuperación económica del país; y deben entrar en una etapa de aceleración de los procesos de inversión, y de integración asociativa a las cadenas de valor, orientada hacia el desarrollo de ventajas competitivas dinámicas para fortalecer su procesos de internacionalización”.

En la actualidad hay un buen clima de negocios y de inversión hacia las pymes nacionales, si se compara con lo que ocurría en el año 2.002, donde las empresas se encontraban en plena incertidumbre económica.

“El proceso de sustitución de importaciones luego de la devaluación de la moneda nacional es interesante y debe continuar. Lo que ocurre es que estamos viviendo en una economía abierta y debemos dejar de lado el falso dilema de producir para el

mercado interno o para exportar. Hoy debe ser una estrategia integral de negocios, con el mercado doméstico contribuyendo a desarrollar capacidades competitivas pero con la meta de expandir esas capacidades a través de una fuerte orientación exportadora”. (4)

Ahora bien, los beneficios de la devaluación se diluyen progresivamente, por lo tanto es necesario desarrollar factores de competitividad no precios, esto es, desarrollar diseño, buscar diferenciarse, innovar, generar modelos de producción más eficientes, etc.

“El papel del Estado es clave, este proceso de crecimiento sólo puede tener éxito en la medida que haya una fuerte cooperación público y privado para que el país consolide su sendero productivo. La Argentina debería proponerse triplicar el actual 0,4% de inversión respecto al producto en pocos años, aumentando la participación de la inversión privada que constituye el 30% del total”.

“No hay país exitoso que no haya tenido una estrategia conjunta que contemple el fortalecimiento del sistema innovativo, a través del desarrollo de políticas públicas y con reglas de juego que alienten la participación del sector privado en Investigación y Desarrollo”.

“Las políticas que se vienen aplicando los últimos cinco años son correctas, y las pymes nacionales ocupan un lugar importante en la agenda del gobierno nacional, sin embargo hay que reconocer que falta articularlas, proveerlas de una mayor y mejor evaluación y de más fondos de inversión. Hay distintas iniciativas bien encaminadas en el campo de la innovación y de la calificación de los recursos humanos, pero se requiere darles más fuerza para reforzar la relación del sector público con el privado”. (5)

La economía argentina se encuentra inmersa en un proceso de intensa transformación que, lejos de haber concluido, está aún en pleno desarrollo. Uno de los ejes principales de esta transformación es el paso de una economía semicerrada a una economía abierta, en un contexto internacional dominado por la globalización. El nuevo escenario económico internacional está caracterizado por una intensificación de la competencia en todos los mercados, que se expresa a nivel de los países, sectores y empresas. La renovada presencia de las empresas pymes como motor del proceso de globalización, no sólo financiera sino también productiva, determina su lugar de privilegio como agente económico.

(4) Kosacoff, Bernardo, “Estrategias empresariales en tiempo de cambio”. 1ra. Ed., Universidad Nacional de Quilmes Ediciones, 2.006.

(5) Kosacoff, Bernardo – Ramos, Adrián, “Cambios contemporáneos en la estructura de las industrias de Argentina”. 1ra. Ed., Universidad Nacional de Quilmas Ediciones, 2.006.

2.2.2 El empleo de las pymes nacionales

La intervención de las pequeñas y medianas empresas en el mercado laboral argentino, puede verse, inicialmente, desde dos aspectos, uno negativo y otro positivo.

El lado negativo se manifiesta en razón que muchas empresas del sector tienden a integrarse al tramo informal del mercado de trabajo. Esto nos conduce a la evasión impositiva, la no adecuación de las leyes laborales y la falta de agremiación sindical. En definitiva, son empresas que alteran las leyes de juego del mercado institucionalizado, lo que provoca la queja de las grandes firmas, que ven esta situación como una transferencia de recursos implícitos en favor del sector que nos ocupa. La movilidad laboral refleja la faz positiva de la intervención de la pequeñas y medianas empresas en el contexto del mercado de trabajo de lo que se trata, en definitiva, es de alcanzar una mejor reasignación de los recursos humanos, ya se trate de obreros calificados como no calificados. A su vez los trabajadores corren con la posibilidad de abandonar su trabajo en una empresa grande, tal vez con cierta estabilidad pero sin posibilidades de progreso, para ingresar a un emprendimiento de menor envergadura pero con posibilidades de desarrollo personal. Tal decisión afectará en mayor medida a los jóvenes trabajadores para quien la antigüedad no reviste importancia. En lo que refiere a obreros no calificados, la movilidad laboral se insinúa con mayor intensidad en el plano de las pymes nacionales.

Para establecer la relación de las pymes argentinas con la generación de empleo, se las distingue entre pymes formales y pymes marginales:

- a) Pymes formales: se manejan dentro del mercado legal, poseen alto nivel de capitalización y un importante uso del factor tecnología, a la vez que suelen estar asociadas y/o vinculadas a las grandes empresas.
- b) Pymes marginales: son generalmente pequeñas unidades productivas, se caracterizan por baja dotación de capital, producción de tipo artesanal y una combinación de mano de obra asalariada y familiar.

La evolución del empleo de estas unidades empresariales resulta que las empresas líderes instaladas en nuestro país, resultaron expulsoras de mano de obra, sustituida por tecnología; allí, las pymes, beneficiadas, absorbieron parte de esa mano de obra, de modo tal que les permitiera responder en tiempo y forma a las exigencias de la empresa a la que se vincularon. Aún no siendo intensivas en trabajo, el nacimiento más frecuente de entidades medianas y pequeñas, podría hacer que éstas generaran relativamente más puestos de trabajo; pero en este aspecto se debe ser cuidadoso, la generación neta del empleo reconoce como fuentes generadoras la aparición de empresas y su crecimiento y como fuentes de contracción la quiebra de empresas y su decrecimiento, por eso las pymes pueden ser una fuente importante de creación de empleo, si se les brinda un contexto apropiado.

Si bien no se disponen de cifras de empleos para la totalidad de pequeñas y medianas empresas, según estadísticas de la O.I.T., extrapoladas a la realidad nacional estaría planteando que las pymes son generadoras del 78% del empleo local. Para centrar el estudio del empleo nacional y la relación que éstas entidades,

se establecen encuestas con continuidad histórica de las pequeñas y medianas empresas industriales, denominadas pymis:

Cuadro 4: Evolución de la ocupación de pymis nacionales – Período 1.995 a 2.003

Pymis	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Ocupados (1995=100)	100	105,3	111,1	108,7	101,8	100,5	96,5	97,6	102,5
Variación % anual		5,3	5,5	-2,2	-6,3	-1,3	-4	1,1	5

En el cuadro 5 se analizan las siguientes conclusiones:

- ✓ En los períodos de crisis, las pymes reducen la cantidad de ocupados en forma sustancialmente menor que las pequeñas y medianas empresas industriales.
- ✓ En los períodos de auge, y adelantándose a la dinámica de las pymes industriales, se producen aumentos en las tasas de ocupación. La relevancia de éstas cifras refleja la misma naturaleza de las pymes, cuya capacidad de adaptabilidad, supervivencia y crecimiento radica en gran parte al espíritu emprendedor de sus dueños, que es generalmente compartido por la dotación laboral de la empresa. De esta forma los equipos de trabajo tienden a ser más flexibles a cambios de tareas, y suelen acompañar la estrategia de supervivencia o crecimiento de la institución.
- ✓

Cuadro 5: Productividad laboral acumulada – Período 1.998 a 2.002

Pymes	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Nivel general (1995=100)	100	102,9	110,3	112,5	106	105,5	106,8	95,1
Variación % anual	100	2,9	7,2	2	-5,8	-0,5	1,2	-11

La contracara de esta realidad de una tendencia a menor expulsión de mano de obra de las pymes, es la caída de la productividad laboral de este tipo de empresas desde 1.998 a la fecha. A partir de dicho año, las grandes empresas, frente al inicio de la crisis económica que evidenció el país, expulsaron gran cantidad de mano de obra, en una magnitud muy superior a la realizada por las pymes nacionales. Obviamente los menores salarios netos percibidos en las pequeñas empresas, y las deudas provisionales acumuladas por gran cantidad de pymes, son también reflejo de esta situación, y son la base de sustento justa para plantear un tratamiento diferencial en el pago de tributos al trabajo para las entidades pequeñas y medianas, generadoras de gran cantidad de puestos de trabajo, que tiende a ser más estable en períodos de crisis económicas.

Acorde con la evolución positiva de las ventas de las pymes industriales previstas por los empresarios, durante 2.007 planean continuar absorbiendo trabajadores. El cuadro 6 da cuenta de las buenas proyecciones empresarias en la ocupación de pymes nacionales, para las entidades encuestadas, el 68,3% no planean modificar su plantel laboral, el 28,6% tiene pensado o ha aumentado su cantidad de trabajadores durante el año 2.007, y por último, apenas el 3,1% de las pymes nacionales reducirá su número de trabajadores debido a la caída de las ventas o por no poder mantener los salarios calificados.

Cuadro 6: Expectativas sobre la evolución de ocupados en 2.007

Expectativas sobre la evolución de ocupados en pymes 2007	Valores
No variarán	68,30%
Aumentarán	28,60%
Disminuirán	3,10%
Total	100%

Fuente: Observatorio Pyme

Según el Ministerio de Trabajo de la Nación, en los últimos tres años se crearon 3,4 millones de puestos de trabajo, la mayor parte generados por pymes y en blanco, dato significativo si se tiene en cuenta el estigma de informalidad que arrastra esa comunidad empresaria. Sin embargo, el panorama no es uniforme, ya que no faltan empresas que en este tiempo han destruido empleo y por otra parte no todas tienen oportunidades de crecer e incorporar personal. Además, muchas chocan con la falta de recursos humanos calificados, con lo cual terminan pagando horas extras o, lo que es peor, renunciando a la posibilidad de crecer.

La participación de las pequeñas y medianas organizaciones ha resultado clave para explicar la recuperación del empleo, dado que el 70% de los nuevos puestos son creados por empresas jóvenes, de modo que si agregamos a las pymes argentinas maduras, es claro que el empleo se está siendo generado pro ellas. El especialista Hugo Kantis afirma al respecto: “esto tiene que ver en parte con el ciclo económico, pero hay que recordar que no siempre el crecimiento económico estuvo acompañado del vigor de las pymes”.

“Las pymes creadoras de empleo son en su mayoría empresas jóvenes, que se destacan por sus conductas emprendedoras, sus capacidades empresariales y por una mayor proactividad estratégica. Mientras que las creadoras están buscando la construcción de la estructura básica de soporte organizacional (primeras áreas, primeras gerencias), las empresas destructoras se caracterizaron por la búsqueda de una flexibilización y adaptación de la estructura existente”. (6)

(6) Kantis, Hugo – Federico, Juan, “Estrategias empresariales y generación de empleo productivo”. 1ra. Ed., Universidad General Sarmiento, 2.004.

Entre el primer trimestre del 2.003 hasta el tercer trimestre del año 2.006, el empleo creció 16,8% en los establecimientos de hasta cinco personas; mientras que el aumento en las empresas de 6 a 40 empleados fue del 38,3% y en las de más de 40 del 37,3%. Pero si la medición se hace respecto al crecimiento total del empleo, las más chicas aportaron algo más del 33% y los otros dos estratos definidos estuvieron en el orden del 32%.

Las pequeñas y medianas empresas nacionales concentran el 80% del trabajo informal en Argentina, ya que ocho de cada diez personas ocupadas se desempeñan en empresas de menos de 50 trabajadores. Aún así, el sector sigue siendo el principal generador de trabajo en negro.

El fenómeno se da en todas las regiones del país y presenta las siguientes características:

- ✓ La mitad tiene sólo estudios secundarios, si bien hay un número importante de universitarios, correspondiente al 27%.
- ✓ El 40% de los asalariados no registrados tiene menos de cinco años de experiencia laboral.
- ✓ Entre enero y octubre del 2.006 el empleo registrado por las pymes nacionales creció 8%.

A diferencia del patrón de crecimiento del empleo en la década del '90 cuando las pymes argentinas crearon 1,2 millón de puestos, aunque con una reducción neta de empleos registrados, desde el 2.003 y sin incluir a beneficiarios de planes, los puestos de trabajo crecieron en casi 2,9 millones, de los cuales 1,5 millón fue de puestos registrados.

2.2.3 Participación en el Comercio Exterior Nacional

El buen momento de los precios internacionales, hizo que en los últimos años se sumaran 2.500 nuevas empresas a la actividad exportadora, donde el protagonismo de las manufacturas es cada vez mayor. Es decir, las pymes están perdiendo el miedo escénico. Este dato no es para nada menor, encierra la equidad de la estrategia hacia fuera que tanto cuesta implementar en Argentina, sumar más pymes al comercio exterior.

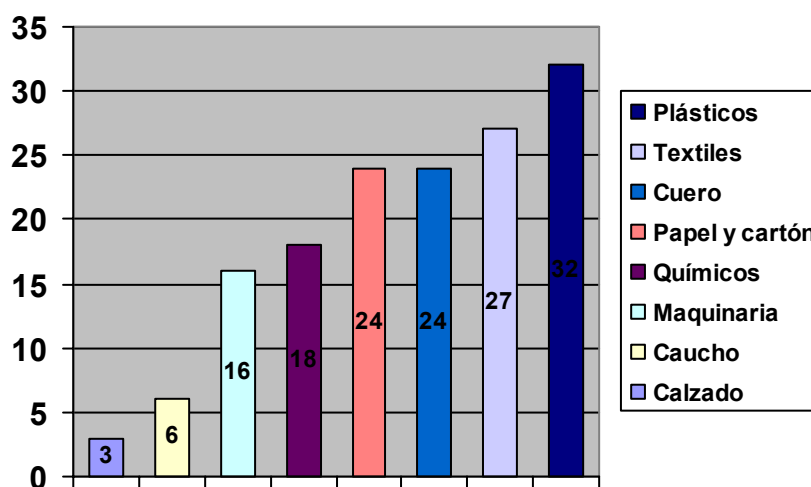
Estudios realizados por la Cámara de Exportadores de la República Argentina, el 13% de lo vendido en el exterior corresponde a las empresas más chicas, datos que confirman la senda hacia el mayor protagonismo de las pymes, dan cuenta del aumento de las ventas de manufacturas, de las de origen agropecuario, pero sobre todo de las pequeñas industrias, considerando a éstas últimas como firmas de menos cantidad de empleados, escasa presencia global y limitado volumen de facturación.

Las ventas al exterior de las pymes industriales crecieron un 32% durante el 2.007, pero evidenciando una caída del 13% en la industria siderúrgica. Por su parte las pymes agropecuarias el resultado positivo fue dispar, desde el menor incremento del 6% en frutas y verduras, esto debido al aumento de los precios en el mercado nacional y la inflación, hasta el máximo logrado por lácteos y huevos, que llegó al

101% en el primer semestre del 2.007. Se destacan el crecimiento de comercio internacional en las ventas industriales no tradicionales, como los medicamentos en un 82%, controladores electrónicos para autos un 236%, y manufacturas de cuero natural en un 42%. Esto sugiere que de a poco, las pymes están ganando espacios en los mercados externos, aunque el negocio de la exportación está muy concentrado todavía en las firmas grandes.

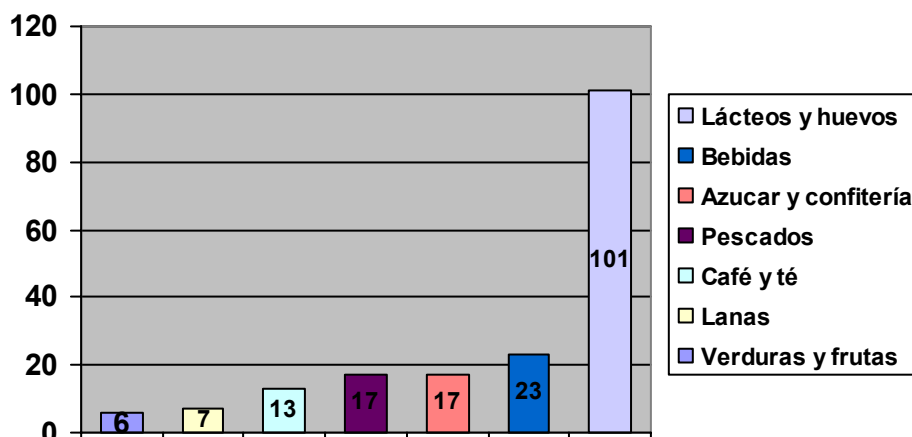
El impacto pyme en el comercio exterior argentino, no sólo es relevante por el aumento de las ventas de manufacturas, ya que dos tercios de las empresas exportadoras son micro y medianas empresas, sólo un 5% son grandes empresas, que no obstante representan más de 9 de cada 10 dólares exportados por Argentina. Sin embargo, las pymes exportan valor agregado en sus productos, siendo su estructura mayoritariamente industrial, rubro que verifica mayor dinamismo dentro del incremento general. Merecen destacarse las ventas de máquinas y aparatos eléctricos, al totalizar ventas por 160 millones de dólares, aumentaron más de 6 veces sus exportaciones y se convirtieron en el principal producto de exportación del universo de micro y medianas entidades, evidenciando también incrementos de las empresas fabricantes de plástico y caucho, y pieles y cueros, con un 122% y 171% respectivamente.

Gráfico 2: Crecimiento del comercio exterior de manufacturas de origen industrial



El desafío de la Argentina es tener una estrategia que tenga en cuenta como será afectado el desarrollo de nuestro país por las modificaciones estructurales en los espacios comerciales y en las corrientes de inversión, y las políticas que sepan capitalizar las mismas como palancas para el crecimiento de las pymes en el comercio exterior nacional.

Gráfico 3: Crecimiento del comercio exterior de manufacturas de origen agropecuario



Fuente: Cancillería de la República Argentina

Si bien el perfil de las exportaciones Pymes actuales mantiene la estructura de la década anterior, predominio de manufacturas, se observan algunas modificaciones que merecen resaltarse. Por ejemplo, si bien el sector agro alimenticio es uno de los pilares en el comercio exterior pyme, otros sectores como el metal mecánico, máquinas y equipos y productos químicos también tienen un peso significativo. En el caso de Argentina, se evaluó como prioritario el tema del fomento de la actividad de las pymes al comercio exterior, concentrando la atención en los últimos cinco años que fueron testigo de dos etapas bien diferenciadas de la economía del país, recién hacia finales de 2.002 se logra una cierta estabilización del tipo de cambio y de los precios nominales, así como la recuperación de los precios internacionales de los productos primarios, condiciones que permitieron el despegue de las exportaciones que se produce durante los años siguientes.

Las conclusiones de la encuesta coyuntural de la Fundación Observatorio Pyme, clarifican el escenario en el que se encuentran las pequeñas y medianas organizaciones argentinas y deja entrever hacia donde van.

El universo de estudio de estas encuestas son empresas industriales que cuentan con una cantidad total de ocupados que oscila entre diez y doscientos. Los sectores industriales analizados son alimentos y bebidas, textiles, confecciones, cueros y calzados, edición e impresión, químicos, caucho y plásticos, productos elaborados de metal, maquinaria y equipos, aparatos eléctricos y autopartes.

La muestra, conformada por 360 empresas de todo el país, se extrajo de un directorio de mil empresas industriales pymes, seleccionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.D.E.C.), como representativo del total de las pymes manufactureras argentinas que el Observatorio Pyme utiliza para la realización de sus encuestas estructurales.

El estudio arrojó que, en cuanto al desempeño productivo, en las pymes industriales durante el primer trimestre de 2.007, las ventas se incrementaron en un 9%, y la ocupación un 10% en relación al mismo período del año anterior. No obstante, las

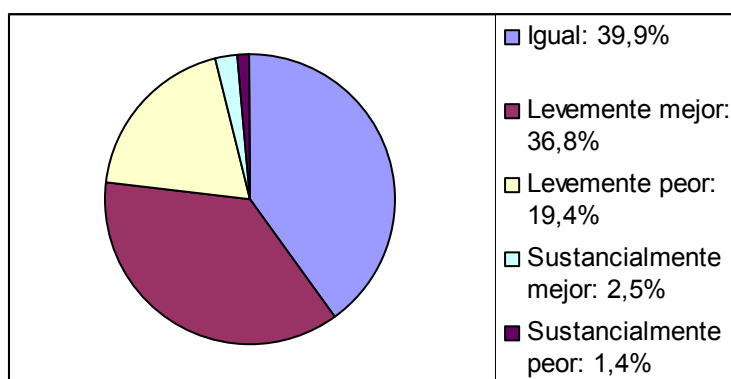
ventas de las pymes industriales se incrementaron un 0,4% durante el primer trimestre en comparación con el año 2.006, y el índice de difusión de ventas se encuentra en un menor valor. Así, la expansión de la economía y de la producción industrial en particular se estaría produciendo a un ritmo más moderado durante este año.

Por otra parte, el importante crecimiento de la cantidad de ocupados en las pymes refleja los buenos resultados obtenidos del sector y las expectativas positivas para el futuro inmediato. A pesar del fuerte crecimiento interanual, por el momento no se perciben entre las pymes restricciones agudadas de oferta. Entre estas empresas, la utilización de la capacidad instalada se mantiene a un nivel similar al de igual período del año anterior, precisa el estudio.

Sobre la inversión y el financiamiento, el informe concluye que la inversión de las pymes industriales durante el primer trimestre de 2.007 se encuentra en niveles comparables a los del mismo período del año 2.006, aunque con significativas diferencias a nivel sectorial. Por otro lado, se destaca la suba del nivel de endeudamiento bancario. En tanto, para las pequeñas y medianas empresas industriales el principal problema para por la presión de los costos sobre la rentabilidad. Durante 2.006 y principios de 2.007, la rentabilidad por unidad de producto de las pymes industriales se vio afectada negativamente debido al reacomodamiento de los precios relativos entre los componentes del costo y los productos finales.

Así, la evolución de los costos llevó a que los márgenes se vieran reducidos. Esto se observa especialmente en algunos sectores que contaron con mayores dificultades para trasladarlos. Además, los empresarios que hoy consideran la situación de su empresa mejor que hace un año, también creen que dentro de un año la situación será mejor o igual. A su vez, la mayoría de los que se perciben peor respecto al último año, creen que dentro de un año estarán mejor o igual.

Gráfico 4: Los empresarios pymes y su empresa dentro de un año



Fuente: Observatorio Pyme

I.2.3 - La pequeña y mediana empresa en el ámbito regional

2.3.1 Panorama de la provincia de Santa Fe

La provincia de Santa Fe es la principal productora de soja del país, y la primera exportadora de aceites y harinas derivadas del complejo industrial oleaginoso. Desde la salida de la convertibilidad este complejo movilizó un ingreso de recursos que impactó en toda la provincia, especialmente el sur y centro.

La mayor diferencia la hicieron los grandes productores y las multinacionales asociadas al complejo sojero. Las aceiteras como AGD y las productoras de semillas e insumos como Cargill y Monsanto. Pero, además, se produjo un fuerte movimiento económico que creó oportunidades para pymes locales. En particular, movió todo un circuito integrado por fabricantes y comercializadores de insumos. Pero también impactó sobre el conjunto de la cadena de comercialización y de servicios, como educación y salud de los centros urbanos. Una de las ciudades que más registró el impacto de este movimiento fue Rosario, ubicada en el centro de la región agrícola más productora de la provincia de Santa Fe, y el mayor centro comercial y proveedor de servicios de la región.

Sin embargo, desde mediados del año 2.004 esta escalada de la soja empezó a mostrar sus límites, y ahora, el escenario agrícola ya no es tan rentable como en tiempos de la suba espectacular de los precios de la soja en 2.002 y 2.003. En los últimos años el sector agrícola tuvo una muy buena actuación, pero esto empezó a cambiar por la caída de los precios internacionales, muchas de las mejores oportunidades para hacer negocios en la provincia seguirán estando relacionados con la producción de alimentos, en especial el rubro cárnico, el cual presenta una sorprendente potencialidad en toda la provincia. Se logró entrar en nuevos mercados y existe mayor demanda, lo cual abre posibilidades en toda la región, tanto para grandes empresas como para pymes.

Cuadro 7: Producción por sectores – Porcentaje de crecimiento año 2.007

Producción agrícola	Porcentaje de crecimiento
Leche	19,2%
Faena de bovinos	12,2%
Trigo	14,9%
Maíz	26,2%
Girasol	31,8%
Soja	8,6%
Producción industrial	10,1%
Venta en supermercados	12%

La producción vacuna está concentrada en el centro-norte provincial, especialmente en el Departamento San Cristóbal, en la zona de la ciudad de

Reconquista y en parte del Departamento San Javier. La producción avícola, en tanto, está difundida en la zona central. Los porcinos están concentrados en el sur del territorio santafesino. Otro sector que está volviendo a resurgir, luego de una fuerte crisis, es el de los lácteos. Este sector es muy importante en la provincia, de hecho, Santa Fe es el principal productor y exportador de productos lácteos de Argentina. Esta actividad productiva está estrechamente vinculada al sector pyme, por eso, su recuperación implica la apertura de oportunidades para muchas pequeñas y medianas empresas. La provincia está atravesando una recuperación en la rentabilidad láctea y se da en un contexto donde el número de tambos se achicó desde hace unos años porque muchos pequeños y medianos productores se dispersaron hacia el fenómeno de la soja.

El sector industrial pyme presenta también buenas perspectivas en segmentos tales como el metalmecánica, debido al incremento de la actividad de las plantas automotrices. Esto puede advertirse en las pymes vinculadas al sector autopartista de la zona de Rosario, debido, en buena medida, a la cercana presencia de la terminal General Motors instalada en General Alvear.

También en la ciudad de Santa Fe y Rafaela puede notarse el fenómeno. En la capital provincial, el Parque Industrial de Sauce Viejo, que desde mediados de la década del setenta había venido en decadencia, hoy presenta un panorama distinto, en 2.002 había allí 21 empresas instaladas, para el 2.004 la cifra se duplicó.

El sector tecnológico también muestra oportunidades de la mano de un fuerte incremento en su desarrollo y la aparición de empresas pymes locales de gran dinamismo. En Rosario están tomando forma una serie de proyectos que conforman el denominado Parque Científico Tecnológico de Rosario. Allí funcionan una serie de institutos y centros de investigación, como el Centro de Genómica Vegetal, especializado en biotecnología, el Instituto de Biología Molecular y Celular de Rosario y el Instituto de Agrobiotecnología. También quedará radicado en la zona un Centro de Calidad de Software del Polo Tecnológico, se estima que a partir de esta base, que constituirá unos de los centros de investigación y desarrollo más importantes de Latinoamérica, se podrán generar en el futuro una serie de emprendimientos de base tecnológica.

Cuadro 08: Número de empresas pymes en la provincia de Santa Fe

Cantidad de empleados	Cantidad de establecimientos
Microempresas Hasta 5 empleados	2.438
Pequeñas y medianas Entre 6 y 200	1.983
Grandes empresas Más de 200 empleados	37

Los operadores locales también auguran buenas oportunidades para pequeñas y medianas empresas en el sector turismo. Esto se advierte en la

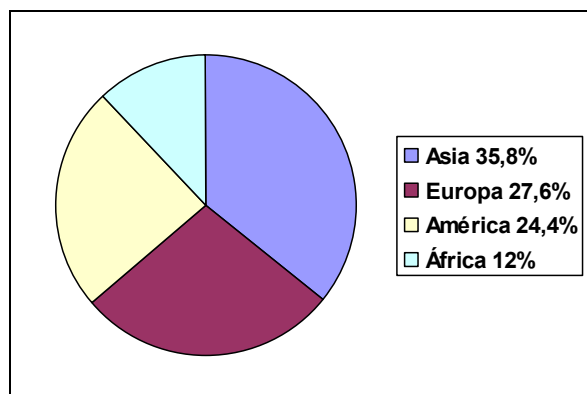
zona de Rosario y en el corredor turístico de la costa ubicado sobre la ruta 1. Este último comprende un área situada sobre la costa oeste del río Paraná, que comienza en la ciudad de Santa Fe, y llega hasta la localidad de Romang, 270 kilómetros al norte. En los últimos diez años, esta zona pasó de ser prácticamente ignorada, a atraer la presencia de turistas de varias provincias. E incluso se advierte la aparición de establecimientos dedicados casi exclusivamente a la atención de contingentes de turistas europeos interesados en la pesca y el turismo aventura entre las islas y bañados del Paraná. Un grupo de empresarios pymes santafesinos, decidió hace unos años, concretar un atractivo centro de inversiones en la construcción de complejos turísticos, emplazados sobre el corredor Santa Fe - San Javier, en una extensión de 160 kilómetros de zonas de paisajes naturales y ríos. Las primeras experiencias comenzaron hace una década con la llegada de turistas italianos y franceses, que vinieron atraídos por la caza y pesca de especies autóctonas. Con sus ríos, aves y vegetación exhuberante, la provincia está jalonada de pintorescas localidades como San José del Rincón, Arroyo Leyes, Santa Rosa de Calcines, Cayastá, Helvecia, San Javier, Alejandra, Romang, donde abundan cabañas visitadas por turistas nacionales y del resto del mundo como Europa, Estados Unidos y el resto América Latina.

Por su parte, las inversiones de pequeños y medianos empresarios han crecido durante los últimos años, en la zona fluvial sobre el río Paraná, facilitados por la construcción del Puente Rosario – Victoria, donde se están instalando un sin fin de cabañas, establecimientos de esparcimiento y clubes náuticos.

Para la provincia de Santa Fe, las pequeñas y medianas empresas representan:

- ✓ 99% de los establecimientos industriales registrados
- ✓ 75% de la mano de obra provincial
- ✓ 60% del producto bruto geográfico
- ✓

Gráfico 5: Destinos de las exportaciones de la provincia de Santa Fe



2.3.2 Asociativismo regional en la provincia de Santa Fe

Las estrategias asociativas entre empresas aceleran el proceso de internacionalización de las pymes. En este sentido, la provincia de Santa Fe es una de las que cuenta con mayor cantidad de consorcios de exportación de todo el país. Para potenciar este fenómeno y sumar nuevas empresas que desarrollen este tipo de estrategias asociativas, es de vital importancia incentivar la conformación de grupos exportadores.

Existen normativas vigentes que regulan el acto de asociativismo en la provincia santafesina, denominada Ley de Consorcios y Cooperativas de Exportación Número 12.119, cuyo objetivo es: “facilitar a las pequeñas y medianas empresas la conformación, desarrollo y consolidación de Consorcios y Cooperativas de Exportación de bienes y servicios, en el ámbito de la provincia de Santa Fe, a los fines de:

- ✓ Posibilitar e incrementar la actividad y la capacidad exportadora de las pequeñas y medianas empresas, incentivando el desarrollo de las economías regionales, estimulando su potencial económico y social.
- ✓ Facilitar la adecuación de las pequeñas y medianas empresas a las estructuras requeridas por los mercados internacionales, en lo que refiere a desarrollo y mejora de los procesos productivos.
- ✓ Implementar mecanismos tendientes al logro de asistencia crediticia a los consorcios y cooperativas.
- ✓ Suscribir convenios con organismos provinciales, entidades intermedias y Municipios y Comunas de la Provincia, para colaborar en la solución de los requerimientos derivados de la aplicación de la presente ley.
- ✓ Implementar campañas de divulgación sobre los beneficios que brinda la conformación de consorcios o cooperativas de exportación, en forma conjunta con las entidades intermedias que las agrupen.
- ✓ Promover la capacitación de recursos humanos sobre la problemática de los consorcios y cooperativas de exportación.
- ✓ Promover planes de incorporación de las tecnologías apropiadas, con el asesoramiento de las instituciones, entidades y organismos provinciales, nacionales e internacionales”.

A su vez, la misma normativa establece las modalidades del proceso de asociación entre pymes, y debe responder a productores de un mismo bien o servicio que posean tamaño y estructuras similares, cuya actividad sea complementaria y la modalidad de comercialización conjunta fuera conveniente en el orden internacional. Por su parte los consorcios y cooperativas de exportación deben constituirse como sociedades regulares, conforme a la Ley Nacional Nro. 19.550, o como cooperativas, conforme a la Ley Nacional Nro. 20.337, respectivamente. (7)

(7) Ley de Conformación de Consorcios y Cooperativas de Exportación Nro. 12.119, Legislatura de la Provincia de Santa Fe.

Los consorcios o cooperativas de exportación de bienes y servicios, deben estar integrados por empresarios individuales, sociedades o cooperativas, con actividades productivas total o parcialmente radicados en la Provincia de Santa Fe, sean productores de bienes o prestadores de servicios. Con respecto a los beneficios otorgados por la Ley, se establecen los siguientes:

- ✓ Exención del pago de todo impuesto, tasa o sellado de origen provincial que grave su constitución.
- ✓ Otorgamiento de créditos, garantías y avales previstos en la legislación provincial y nacional.
- ✓ Asistencia técnica y científica.

Por su parte las cooperativas o consorcios deben inscribirse en el ámbito del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, el Registro Provincial de Consorcios y Cooperativas de Exportación de la Pequeña y Mediana Empresa. La capacitación del personal estará a cargo de Cámaras Empresariales, entidades intermedias, Universidades, personas privadas u organismos públicos, cursos de promoción y capacitación sobre las ventajas de este mecanismo de promoción de las exportaciones. La autoridad de aplicación debe convenir con las Municipalidades y Comunas de la Provincia, la prestación conjunta de asesoramiento y capacitación a los consorcios y cooperativas de exportación, constituidas o a constituirse en sus respectivas jurisdicciones.

Referente a las obligaciones y sanciones de los miembros, la Ley acuerda:

“Los consorcios y cooperativas de exportación, así como sus miembros, que hubieran obtenido beneficios, están obligados a cumplir con las metas que sirvieron de base para la concesión de los beneficios, a cuyo efecto la autoridad de aplicación debe efectuar los respectivos controles”.

“Los consorcios y cooperativas de exportación o los miembros que incurran en incumplimiento total o parcial de las obligaciones emergentes de la presente ley y su reglamentación, son pasibles de las siguientes sanciones, sin perjuicio de cualquier otra que pueda corresponder:

- ✓ La cancelación total o parcial de los beneficios que se hubiera acordado, conforme la presente ley.
- ✓ Aplicación de multas, entre una y diez veces el monto equivalente al valor de los importes con que hubieran resultado beneficiadas.

La autoridad de aplicación puede cancelar, total o parcialmente, los beneficios otorgados en la presente ley, cuando verifique infracciones que sean pasibles de la pérdida total o parcial, de los beneficios otorgados por regímenes de jurisdicción nacional”. (8)

(8) Ley de Conformación de Consorcios y Cooperativas de Exportación Nro. 12.119, Legislatura de la Provincia de Santa Fe.

La asociación al momento de exportar presenta las siguientes ventajas:

- a) Mayor posibilidad de ingresos a nuevos mercados y consolidación de los existentes: las pymes locales dirigen sus exportaciones mayoritariamente hacia los mercados regionales y sólo ocasionalmente a los países desarrollados. Para el acceso a estos mercados, se necesitan, al menos, estudios de mercados y actividades de promoción para conocer las necesidades y preferencias de la nueva demanda y dar a conocer las cualidades del nuevo producto que se ofrece. Estas actividades implican inversiones que sólo tienen justificación económica a partir de un determinado volumen de oferta exportable, al actuar en forma conjunta es más factible que se alcancen los niveles críticos de oferta que justifiquen tal erogación.
- b) Diversificación de la demanda: al enfrentar los mercados internacionales a través de un proyecto grupal, aumenta la posibilidad de exportar a varios mercados y así reducir los riesgos de ser afectados por la recesión de algunos de ellos en particular. Otro tipo de diversificación que se da es el relacionado con la posibilidad de no depender sólo del estado que presenta el mercado interno. Si las ventas por exportaciones son importantes respecto de las ventas locales, se podrá mitigar el efecto de una recesión en el mercado doméstico.
- c) Posibilidad de exportar contra estación: para el caso de algunos productos cuya demanda tiene un componente estacional muy marcado, surge la posibilidad de vender los productos en contra estación, por medio de accesos a mercados distantes y generar demanda de productos prácticamente durante todo el año.
- d) Menores costos de producción: lo cual se origina a partir de un aprovechamiento de la capacidad instalada y un mayor grado de especialización, en el primer caso, el hecho de agregarse una fuente más de demanda, permite que los costos fijos se asignen entre mayores cantidades producidas, lo que implica una caída del costo medio de producción. Otra posibilidad es que la actividad de la empresa dentro de un grupo podrá incentivar a una mayor especialización en la producción de los productos que la empresa exporta mediante el consorcio.
- e) Beneficios derivados de la difusión de la información: a partir de la interacción repetida de las empresas que forman parte del grupo se generan vínculos que facilitan el flujo de información comercial y experiencias en materia de exportación. Así se disminuye la posibilidad de repetir experiencias negativas, mientras que aumentan las de identificar y aprovechar buenas oportunidades de negocios.
- f) Nuevos conocimientos: a los nuevos conocimientos de mercados y experiencias, se les debe agregar el que se obtiene fruto de la interacción de las empresas entre sí, lo que genera confianza para alianzas comerciales.
- g) Imagen: si el grupo es reconocido por su éxito en materia comercial, las empresas integrantes obtendrán una mejora sustancial de su imagen empresarial. Estos beneficios se pueden materializar a la hora de contratar personal, cuando se estén negociando alianzas con otras empresas que no formen parte del grupo, en las relaciones con el exterior, etc.

Las empresas que participan de un grupo o se asocian para realizar tareas conjuntas, son en general pequeñas y medianas empresas que deciden comenzar a exportar o tratar de mejorar su inserción externa, pero que, como resultado de su pequeño tamaño empresarial, tienen fuertes restricciones para acceder a información

sobre mercados externos, detectar oportunidades comerciales o establecer canales propios de distribución. La asociación o confección del algún tipo de alianza con otras empresas que tengan similares objetivos y limitaciones, aparece entonces como una alternativa válida para superar obstáculos, de esta forma se puede la oferta de productos, aumentar el poder negociador y adquirir capacidad técnica. Normalmente, la participación en un consorcio de exportación le permitirá a las empresas contar con los servicios de un especialista en comercio exterior, quien coordinará el proceso de internacionalización.

Una vez determinada la voluntad de las empresas de agruparse, ellas mismas deciden el alcance de la alianza y se procede a confeccionar un manual relacionado con el funcionamiento del grupo, proceso de tomas de decisiones, como se afrontarán los gastos comunes y todo lo relacionado que el funcionamiento del mismo.

Las asociaciones de pymes se constituyen cuando media un acuerdo entre ellas para trabajar conjuntamente con el objetivo de acceder a los mercados externos o incrementar el volumen actual de exportaciones. Dicho acuerdo puede implicar la constitución de una nueva sociedad comercial (por ejemplo una Unión Transitoria de Empresas), o tener un carácter informal, pero en ningún caso puede involucrar la pérdida de la individualidad de cada una de las pymes. No se pretende que los miembros integrantes cedan parcial o totalmente su producción ni que exista una fusión entre las empresas. La participación en un grupo es totalmente compatible, con el mantenimiento de su individualidad en cuanto a todas sus acciones en el mercado interno.

En relación al perfil del grupo a formar, ello estará definido básicamente por dos elementos:

- a) Por tipo de relación entre productos: en ocasiones un grupo puede integrarse por productores de bienes heterogéneos, pertenecientes a actividades disímiles, mientras que en otros casos los productos que forman la oferta exportable tiene algún tipo de relación, sea que exista algún grado de complementariedad o de integración vertical. En el primero de los casos se pierde gran parte de los beneficios asociados con la actuación cooperativa, por su parte cuando un grupo ofrece una amplia gama de productos o abarca varios eslabones de una cadena de valor se complica la negociación con eventuales importadores y se diluyen las ventajas de asociación.
- b) Según su función: aquí se determina cuál es la actividad que las empresas delegan al grupo, y se dividen en Grupos de Promoción, donde las actividades del grupo son netamente promocionales (participación en ferias internacionales, misiones comerciales, folletos, catálogos y publicidad) y Grupos de Comercialización, para comprar en forma conjunta materia prima y otros insumos destinados a los

miembros (comercialización interna o pool de compras), o en su caso vender productos y servicios de los miembros en forma conjunta al exterior.

2.3.3 Experiencia de Pymes asociadas para exportar

En Rosario, las pymes tecnológicas descubrieron que unirse abre oportunidades, y ayuda a solucionar problemas. Como el caso de dos ingenieros rosarinos que

trabajan para Tesis, una pyme tecnológica especializada en procesos de automatización y sistemas industriales. Y son parte de un fenómeno que viene ganando espacio dentro de la provincia de Santa Fe, el crecimiento de un núcleo de pymes locales fundadas por emprendedores de la región, dedicadas a actividades de base tecnológica.

“Somos una pyme local. Nos dedicamos a la automatización industrial y sistemas de información”, explica Rubén Pendido, Directivo de Tesis. La empresa fue fundada hace once años por dos socios, Ariel Mercogliano y Pablo Berman. Actualmente trabajan allí unas ciento veinte personas, de las cuales cuarenta están en Argentina, y el resto en Venezuela, México y Estados Unidos. En 2.007 su facturación osciló en los 32,5 millones de dólares, el 63% del cual provino del exterior. Sin embargo, en el mercado doméstico también tienen buenas perspectivas, ya que cuentan con clientes importantes del sector siderúrgico como Techint y Acindar y otras importantes empresas de la región como Celulosa Argentina, Osde y General Motors. Pese a esto, la pyme muestra algunos inconvenientes como la escasez de mano de obra calificada para hacer frente a tanta demanda.

Tesis es parte de un grupo de empresas del sector tecnológico nacidas en la última década en la región, y que dieron origen a la formación del Polo Tecnológico Rosario, una iniciativa que une esfuerzos de los sectores públicos y privados. El Polo es un conglomerado de empresas vinculadas al software y la informática, reunidas junto al Gobierno de Santa Fe, la Municipalidad, el Consejo de Rosario, la Universidad Tecnológica Nacional de Rosario y otras universidades privadas. En él trabajan más de mil personas, en su mayoría gente joven con un promedio de diez y quince años de experiencia. Son analistas de sistemas, ingenieros, contadores y demás ámbitos, a los que se agregan investigadores de centros universitarios y privados.

La asociación de estas pymes dedicadas al software está integrada por treinta compañías que desarrollan servicios informáticos, automatización, hardware, bioingeniería y biotecnología. Son miembros de su directorio: Carlos Cerrutti (presidente), José Luis Ottaviani (Vicepresidente), Mariana Giacobbe (Vicepresidente ejecutivo), David Asteggiano (Secretario), Idalio Colinet (Pro secretario), Ricardo Stampinato (Tesorero) y Carlos Stizza (Pro tesorero). Todos elegidos para el período 2.008 a 2.010.

“Como pymes, hay muchas cosas a las que no podemos acceder por cuenta propia. Pero el hecho de juntarnos con otras empresas nos permite ser escuchados por entidades gubernamentales u otros organismos del exterior.

La asociación sirve para muchas cosas, desde abrir oportunidades comerciales hasta solucionar problemas comunes al sector o de las demás empresas que hacen al polo”, considera Rubén Pendido.

Pertenecer al Polo Tecnológico Rosario permite a sus empresas miembros obtener interesantes servicios y beneficios, como por ejemplo, integrar un grupo exportador, compartir recursos especializados, realizar capacitaciones conjuntas, certificar calidad y ser reconocidos a nivel nacional e internacional.

La economía de la ciudad de Rafaela y sus alrededores se sostiene en dos grandes motores. Uno es el sector agroalimenticio, la ciudad habitada por 88.500 personas, se levanta en medio de una zona rural dedicada a la producción agrícola y lechera. El otro motor que mueve la economía de la ciudad es el sector metalmeccánico. La región cuenta con un polo autopartista muy importante, encabezado por las dos grandes empresas dedicadas a la fabricación de válvulas, Edival y Basso, convertidas en proveedores mundiales de la industria automotriz internacional. Alrededor de estas dos firmas se viene desarrollando un conjunto importante de proveedores de partes y servicios. Al mismo tiempo, hay una serie de pymes fuertemente exportadoras que aportan dinamismo a la zona.

Con cuatrocientos trabajadores en su planta de Rafaela y otros doscientos en su planta de válvulas de alta competición de la localidad de Lehman, Basso es una de las empresas de capital local más grandes del país. La firma fue creada en 1.963 y desde entonces permaneció siempre en manos de la familia fundadora. Desde sus orígenes ha crecido, hasta transformarse en una proveedora global de autopartes. Entre sus principales clientes figuran Peugeot-Citroën, al que abastece en sus plantas de Francia y Argentina; John Deere de Estados Unidos, México, Francia y Argentina y Ford en Estados Unidos y Australia. También figuran entre sus importantes clientes la japonesa Kawasaki, en su planta de Estados Unidos, y nada menos que Ferrari que exporta a su compañía en Módena, Italia.

La fórmula del éxito de Basso resulta ciertamente llamativa y singular para la historia económica argentina. El proceso productivo comienza importando materia prima de Europa, esto es acero en bruto producido en Austria. Luego se lo industrializa y se le agrega valor en Argentina y posteriormente, ya transformado en válvulas, los productos vuelven a Europa y a los principales mercados del mundo. De modo que se invierte el esquema tradicional argentino, que exporta materias primas e importa productos industrializados.

Por su parte la otra gran empresa Edival, satisface los más exigentes requisitos de sus clientes, que son las grandes terminales automotrices que utilizan sus válvulas como componentes de sus motores. Entre sus principales clientes figuran Daimler Chrysler de Alemania y Brasil, Volkswagen A.G. de Alemania, Audi Hungría Motor Kft, Scania S.V. de Suecia y General Motors de Estados Unidos y Brasil.

El sector empresarial rafaélino da cuenta que con sus dos motores productivos como son Edival y Basso, no alcanza para encarar el futuro, por

lo que necesita pensar en diversificar su entramada económica. Hoy tiene el sector agroalimenticio y metalmeccánico, pero debe incorporar nuevos sectores para posicionarse en el contexto internacional, algo que sea moderno y de mucho valor agregado. Es por eso que en los últimos años han surgido pequeñas y medianas empresas que se integraron a la cadena de valor de las grandes empresas alimenticias y de válvulas. En base a decisiones de inversión y asociativismo, estas pymes han podido unirse a la demanda de las grandes empresas locales, que exportan en base a la producción de las más chicas.

“El asociativismo es clave y estratégico, juntos se pueden hacer grandes cosas”, explica Rogelio Magnoni, dueño de E.R.C.A., una fábrica de máquinas sembradoras y rastras cosechadoras de Las Parejas, en el sur oeste santafesino. Desde hace

varios años viene empujando la idea de asociación junto con sus colegas industriales pymes. La pujanza dio buenos resultados y así surgió Proyecto Asociativo, una cooperativa que une veinticuatro pymes industriales de la región. El primer objetivo de la cooperativa es realizar compras de insumos y materias primas en común, para así aumentar la escala de compras, y en consecuencia, bajar los precios. Pero el proyecto va mucho más allá, ya que en conjunto planean fabricar una cosechadora, donde cada taller se encargará de fabricar una parte y después otro irá armando.

Es un proyecto muy ambicioso e interesante que implica integrar industrialmente a las pequeñas y medianas empresas de la región. Cada una se especializará en una parte de la cosechadora, así bajarán los costos y ganarán competitividad todas las pymes involucradas. El Consejo Directivo de Proyecto Asociativo es presidido por Rubén Giorgi (de la empresa Giorgi), y está integrado por Edgardo de Grande (de Grande Hermanos), Raúl Crucianelli (Empresa Crucianelli), Carlos Leguizamón (empresa Cele) y Rogelio Magnoni (E.R.C.A.), entre otros. E.R.C.A. emplea a unos sesenta trabajadores y no es la primera vez que se asociará, ya que desde hace tiempo lo viene haciendo con talleres que le proveen de algunas partes. En total, junto a estos talleres, emplea a ciento cincuenta personas.

También participa de otras experiencias asociativas, como el caso de dos consorcios exportadores de la zona: Consur y Maquinagros. Consur reúne a un grupo de empresas, como Ombú, Tascagno, E.R.C.A. y Metalfor, entre otras. Actualmente están exportando un millón de dólares por año a países como Uruguay, Nueva Zelanda y Bolivia. La formación del consorcio tiene como objetivo compartir los costos del esfuerzo de buscar mercados y ampliar la oferta, ya que grupalmente ganan en fuerza de negociación y disminuyen los costos. Desde el punto de vista de la cantidad de empresas asociadas, el mayor de los consorcios en funcionamiento es Maquinagros, que nuclea a cuarenta y tres pymes, unidas con el objetivo de encarar en conjunto la tarea de la exportación.

Una de las características predominantes de los pequeños y medianos industriales de esta zona santafesina es la fuerte vocación para unir esfuerzos, siempre tuvieron participación entre ellas, aunque recién ahora lograron estar más organizadas. El crecimiento fue tan grande, que no sólo desapareció el

problema de la desocupación, sino que aparecieron dificultades para encontrar mano de obra. Sobre todo en oficios tales como torneros, fresadores o pintores, cuyos servicios se cotizan cada vez más altos.

En Esperanza, primera colonia agrícola organizada del país, se emplaza una importante industria maderera, integrada por alrededor de cien empresas y pymes artesanales, productoras de muebles. Resultado de varios años de esfuerzo, la industria del mueble de Esperanza comenzó a trabajar en diversas experiencias conjuntas entre fabricantes. Los primeros intentos consistieron en tratar de unir las fábricas Mehring S.A. (sillas y comedores), Pace amoblamientos (muebles de dormitorio), Viva la casa (muebles infantiles y juveniles) y Génesis, para salir a vender juntas en todo el país.

Los buenos resultados de la experiencia aceleraron la integración, primero comercial y luego productiva de las empresas pymes. Después se hicieron

diferentes proyectos para tratar de diversificar la oferta de las fábricas e intentar exportar. De la asociación de empresas se desprende la Coordinación de Comercio Exterior de los fabricantes de muebles de Esperanza, a partir de la misma, las pymes locales exportan contenedores de muebles al Caribe y los Estados Unidos de manera regular.

La localidad de Coronda, ubicada a 48 kilómetros al sur de la ciudad de Santa Fe, es una región pionera y la principal productora de frutillas de Argentina. Allí se agrupa un conjunto de importantes productores, que abastecen el consumo local y la demanda internacional. La superficie cultivada de Coronda es de aproximadamente cuatrocientas hectáreas, con una producción anual de diez mil toneladas, lo que representa el 50% del volumen nacional.

Cuatro productores de la zona José Borotto, Daniel Dip, Miguel García y Osvaldo Pagani, se unieron por el interés común de explorar nuevos horizontes y apuntar de lleno a la exportación. En junio de 2.003 crearon la empresa Frutillas del Litoral, pese a su corta vida, los socios cuentan que hoy la firma se encuentra muy bien posicionada en el mercado de exportación de frutillas congeladas tipo I.Q.F. La empresa concentra su actividad en el procedimiento de frutillas adquiridas a productores de las zona, alrededor de ciento cincuenta. Los mismos socios fundadores explotan unas sesenta hectáreas en forma individual.

El proceso productivo de la frutilla incluye las etapas de empaque, transporte y comercialización, que en Coronda emplean entre trescientas y quinientas personas por año, verificándose la mayor ocupación en el momento del transplante y cosecha. Frutillas del Litoral tiene capacidad para procesar unos 15.000 kilos diarios, con una dotación de ciento veinte operarios, aunque actualmente están utilizando el 70% de su capacidad productiva. Durante el 2.005 exportaron alrededor de 250.000 kilos a mercados como Estados Unidos, Australia, Canadá y México.

La producción que oscila un promedio entre treinta y cinco y cuarenta kilos por hectárea, comienza con el transplante de plantines en los primeros días

de abril y concluye con la recolección, entre octubre y noviembre. El proceso es riguroso en cuanto a las normas de calidad, higiene y seguridad alimentaria; el establecimiento cuenta con un sistema de trazabilidad, que consiste en tener un seguimiento controlado del producto, pudiendo identificarlo en cada etapa del proceso.

Otro lugar importante para mostrar sus productos, de las pymes santafesinas a la región, es en Chabás, donde año tras año se realiza la Feria de Seminarios de Producciones Alternativas (Fespal), que agrupa a pequeños productores del rubro alimenticio, artesanías, tejidos, etc.

A partir de una iniciativa de la Comuna de Chabás, sumando a la Asociación Centro Económico Chabás y a la Provincia de Santa Fe a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, se dio origen a la idea original de nuclear de alguna manera las producciones alternativas y no tradicionales de la provincia. Durante el primer año de su realización, en 2.001, participaron sesenta expositores y concurrieron más de diez mil personas, durante los tres días que duró, el crecimiento hizo que en 2.002 se agregara un día más, lo que duplicó la cantidad

de visitantes con respecto al año anterior. La muestra se realiza año tras año con un crecimiento sostenido, tanto en la cantidad de personas concurrentes como en expositores, que en 2.005 llegaron a quinientos, ocasión que le valió para obtener mención a Chabás como la Capital Productiva de la Región Centro y la Argentina toda. Ya en 2.007 se incorporaron rubros no tradicionales como delikatessen y artesanías, con excelente demanda de embutidos, dulces artesanales, alfajores, miel, escabeches y otros productos regionales, como así también fabricantes de cueros, maderas y artesanías de distintos lugares del país.

La Subsecretaría de Comercio Exterior de Santa Fe, organizó rondas de negocios, que permitieron a los expositores realizar contactos con enviados de países limítrofes, supermercados de Rosario, Capital Federal y el resto del país. Por otro lado, cerca de 300 emprendedores participaron en las Jornadas de Cadenas Productivas, Ley de Emprendedores, Banco Solidario y Micro Créditos. En el ámbito de la Fespal, se presentaron las herramientas para el financiamiento de este tipo de producciones y se habló de una coordinación del Ministerio de Desarrollo Social de Santa Fe con el Estado Nacional para diferenciar a grupos de personas que trabajen por medio de asociaciones o en forma cooperativa.

I.2.4 - Financiación y servicios para pymes

2.4.1 La actual asistencia crediticia

Durante los últimos años, y particularmente a partir de la reactivación económica, que se inició tras el fin de la convertibilidad, la oferta de instrumentos crediticios para las pequeñas y medianas empresas creció de manera notable.

Es por ello que las pymes locales cuentan de una oferta amplia de recursos financieros: líneas de crédito a tasa subsidiada, fideicomisos, leasing, factoring, fondos de riego, sociedad de garantía recíproca; conforman sólo una parte de este abanico de soluciones financieras para firmas de mediano y pequeño porte. Una de las novedades más notables de este último período es que el mercado de capitales, tradicionalmente considerado como un territorio reservado a las grandes compañías, se convirtió en una opción viable para las pymes. En cuatro años, las emisiones de valores de corto plazo, obligaciones negociables y fideicomisos financieros registraron un crecimiento exponencial.

En cuanto a la oferta de corto plazo, los bancos públicos y privados disponen de instrumentos crediticios de similares características, aunque diferenciados por el costo y el plazo. Los más comunes son:

- ✓ Adelantos en cuenta corriente con acuerdo a tasa nominal anual, variable en pesos.
- ✓ Descuento de cheques de pago diferido, los plazos y las tasas varían según el banco. Ofrecen entre los 120 y 180 días de plazo y las tasas van desde el 6,5% al 16%, dependiendo de la calidad de los firmantes de los valores y las empresas cedentes.
- ✓ Préstamos financieros directos, de corto plazo, hasta 12 meses, para capital de trabajo.

A la hora de optar por financiarse a corto plazo, se impone la cautela, ante la necesidad de hacerse de fondos rápidamente, muchos dueños y directivos de firmas pequeñas y medianas suelen perder de vista la verdadera ecuación entre costos y beneficios de cada alternativa. Es notoria, por ejemplo, la frecuencia con que las pymes apelan a los descubiertos en cuenta corriente, a pesar de que este instrumento involucra costos considerablemente más altos que de los muchos otros disponibles en el mercado, con lo cual suele neutralizarse la venta de la relativa facilidad para obtenerlo.

El warrant es otra herramienta muy usada. Es un instrumento garantizado con mercaderías, sobre todo granos y otras materias primas de origen agropecuario o industrial, o cualquier otro bien que represente un valor estable, que sea de fácil conservación y realización. Además entidades bancarias ofrecen el factoring, un mecanismo que comienza a imponerse entre las medianas y pequeñas organizaciones.

Para el mediano y largo plazo, cada entidad propone un menú especial, a los tradicionales se suman servicios alternativos como el leasing y los fideicomisos financieros. El leasing es un sistema de financiación de activos para empresas que ha vuelto a tener amplia difusión. Consiste en un contrato de alquiler a un plazo

previamente pactado que permite financiar el 100% de los bienes de capital que necesita incorporar la empresa. Se convirtió en una alternativa a los bancos, si se atiende a la tasa de interés, se convierte en más costoso que el crédito bancario, pero las diferencias a favor residen en las ventajas impositivas que conllevan, más las financieras y contables. Entre los beneficios, figura la amortización acelerada de la inversión en el impuesto a las ganancias. Se puede deducir con el leasing en el cálculo del impuesto la totalidad de los cánones mensuales que se pagan en el ejercicio comercial; sin duda el leasing, es en estos días, y hasta que no haya cambios, el instrumento tentador para acceder a los bienes de capital de las empresas.

Otras pymes más audaces probaron financiarse a través del mercado de capitales. Primero fueron los fideicomisos y los cheques de pago diferido. Ahora la estrella financiera son las obligaciones negociables, durante el 2.007 se emitieron US\$ 1.700.000, una cifra que superó todo lo conseguido en años anteriores.

Por su parte el fideicomiso es un acuerdo mediante el cual una persona física o jurídica (fiduciante), transfiere la propiedad legal de sus activos en propiedad fiduciaria a otra persona física o jurídica (fiduciario), con el fin de realizar con ellos ciertas operaciones que se encuentran previamente estipuladas en el contrato de fideicomiso a favor de un tercero (beneficiario).

El movimiento de los bancos, como se ve, es muy reducido; persisten las desinteligencias entre los centros financieros y las empresas. Desde los bancos argumentan que las pymes no presentan sólidas garantías, que las carpetas de informaciones obtenidas no expresan la verdad en tanto los costos operativos para completar la gestión son altos y perturbadores de la gestión.

Uno de los principales interrogantes que se hacen los pequeños y medianos empresarios es la posibilidad de financiarse sin costo monetario. Muchos de ellos encuentran la respuesta en los fondos de capital de riesgo, una fuente de financiamiento muy poco difundida en nuestro país pero con gran potencial de desarrollo. El mercado de capital de riesgo tuvo su auge durante 1.998 y 2.000, con el crecimiento de los emprendimientos tecnológicos, pero la crisis de 2.001 generó una fuerte retracción de los proyectos y desaparecieron los interesados en brindar financiamiento.

Es ese mercado conviven diferentes perfiles de inversionistas en busca de financiar proyectos innovadores; a diferencia de lo que sucede con un préstamo bancario, aquí se financia por venta de participación, esto es, se otorga capital a cambio de participación accionaria en las empresas. El inversionista asume riesgos junto al propietario, de manera tal, que si pierden lo hacen en forma conjunta, y si ganan, comparten las ganancias en forma proporcional al porcentual que se haya cedido. Esta es una diferencia importante, porque cuando las empresas pierden, los bancos aún continúan ganando, o en el peor de los casos, ejecutan las garantías del empresario que no puede pagar.

En los últimos años, el microcrédito viene creciendo en todo el mundo, generando una verdadera revolución en el sector financiero, pero los antecedentes de este instrumento en Argentina se remontan a 1.992, cuando resultó una experiencia interesante. Primero el efecto Tequila y luego la crisis financiera de 2.002 en nuestro

país, terminaron de desajustar a las pocas instituciones que operaban bajo esta forma.

Sin embargo, en el segundo semestre de 2.002, el microcrédito comenzó a crecer, y hoy Argentina se está convirtiendo en un desafío interesante ya que hay dos millones de microempresas. Los montos de estos microcréditos van desde \$500 hasta \$20.000, y no financian emprendimientos iniciales, sino solamente actividades en marcha, que van desde talleres de costuras, peluquerías, servicios de reparación de computadoras, comercios, pequeñas industrias, etc. Esta herramienta representa un reto económico que tiene gran componente social, y no como una cuestión social que tiene un componente económico, en rigor, son instituciones que acompañan el desarrollo de pequeños negocios en todo su proceso.

En los fondos de capital de riesgo hay un inversor profesional especializado que realiza inversiones en compañías que no cotizan en bolsas de valores y tienen alto potencial de crecimiento. El horizonte temporal de participación suele estar limitado a dos a siete años, la rentabilidad esperada supera el 30% y el riesgo es alto. Existen diversos tipos de fondos de capital de riesgo, de acuerdo con su forma de operación, objeto o fase de iniciación. Hay fondos generalistas, que invierten en cualquier tipo de proyecto y fondos especializados por sector e industria.

Existe potencial para crear un mercado de capital de riesgo en Argentina, lo demuestran las más de trescientas empresas de alto crecimiento que se crean anualmente, y de las cuales, treinta son de muy alto crecimiento. Las empresas más buscadas por los inversores, son las que tienen alto potencial de crecimiento pero les falta capital, en general las empresas en Argentina han llegado a ocupar toda su capacidad instalada y aunque pueden seguir creciendo en ventas, no pueden hacerlo en dimensiones porque precisan financiamiento para hacer inversiones y posteriormente esperar que maduren los resultados para retirar el dinero.

Un error grave de las pymes argentinas era utilizar sus ganancias de corto plazo para reinvertir, comprando maquinaria o ampliando el edificio, lo que las estrangulaba financieramente. Hoy, los fondos de inversión orientan sus búsquedas a empresas de biotecnología, software, agro negocios, tecnología, industria y servicios.

Hay requisitos que debe cumplir toda empresa para ser sujeto de esta forma de financiación, es importante tener en cuenta que tienen asesoramiento permanente de los consultores para el armado, es imprescindible un libro de valuación de proyectos o de la empresa en marcha. Se trata de un trabado de aproximadamente doscientas o trescientas páginas, donde se describe detalladamente el marco del país, fundamentos para llegar al mercado, como se desarrolla el negocio, la competencia y demás datos útiles. Luego continúa con la descripción de la estrategia empresarial, un análisis económico y financiero de los últimos tres años, la cultura organizacional, el carácter de los socios, etc. El paso siguiente es el soporte de las simulaciones financieras con distintos escenarios de fondo para los próximos tres años, y por último una valuación comparativa. Este mercado está en su etapa inicial, por eso es necesario crear un contexto favorable, complementarlo con políticas públicas y la inversión privada para fomentar la creación de fondos capaces de invertir capital de riesgo en las empresas de rápido crecimiento.

2.4.2 El Estado Argentino y sus pymes

Unos de los mayores desafíos que enfrentan las pymes hoy en día es la necesidad de implementar mejoras competitivas, que aporten las bases de un crecimiento sustentable en el tiempo. La meta suele chocar con diversos obstáculos, generalmente derivados de diferencias estructurales de las mismas empresas, como la falta de management profesional o las dificultades para financiarse. Para quebrar esta situación, muchos especialistas en economía recomiendan un mayor protagonismo del Estado, a través de instrumentos que estimulen la concreción de inversiones.

La consigna es saber de donde vendrán fondos genuinos para que las pymes argentinas se consoliden o expandan, comprar más tecnología, entrar a nuevos mercados o detectar asociaciones con el exterior. Por el lado productivo se observa una inmensa dinámica de las grandes compañías por encontrar soluciones para las pymes, muchas de las cuales son proveedoras o representan un gran porcentaje de los socios de las uniones, asociaciones o cámaras empresarias. Se habla de un Plan Productivo por parte del gobierno nacional para apoyar el crecimiento de las pequeñas y medianas organizaciones argentinas, es decir un proyecto de largo plazo, para romper la tendencia corto plazo característica del gobierno.

El Plan tiene como objetivo la inclusión de medidas financieras, legales, laborales e impositivas de respaldo a la acción de las pymes, que podrían encarar un acelerado avance en materia de inversión, lo que ayudaría a bajar el desempleo. Es indispensable recrear un Banco de Desarrollo, al estilo del B.N.A.D.E.S. de Brasil, el cimiento más importante de la oferta crediticia para su industria, y la herramienta que le permitió ser potencia en crecimiento a escala mundial.

El anterior Banco de Desarrollo de Argentina dejó de existir, herido de muerte por sus grandes deudas y créditos mal otorgados, en algunos casos, sospechado de corrupción. Muchos proponen transformar al mismo Banco Nación (que salió bien posicionado de la crisis de 2.001), es un Banco de Desarrollo, a cargo del fomento de todas las actividades productivas, dentro de un plan de expansión nacional con proyecto en un futuro inmediato.

El gobierno nacional resucitó una operatoria olvidada en el colapso económico de 2.001. Es un programa de \$1.000 millones financiado en partes iguales por el Banco Interamericano de Desarrollo y los bancos privados comerciales interesados. Se trata de préstamos a tasa fija de hasta diez años de plazo, para cubrir necesidades de proyectos de inversiones pymes; el B.I.D. presta al 6% anual, ese hecho obligaría a los bancos privados a no trepar con la tasa de interés más allá del 11%. Ellos tendrán que asumir los riesgos que conlleva la clasificación crediticia de los posibles clientes, sobre un préstamo de \$100.000, la mitad la cubrirá el banco privado, y la otra mitad, la caja del B.I.D.

Esta entidad aprobó en los últimos años, un crédito especial a la Argentina por cincuenta millones de dólares, para mejorar la competitividad de las pymes de nuestro país. Todo ello, integrado a un programa oficial por el que se ofrecen subsidios a pymes y grupos asociados de empresas, con el impulso de optimizar la calidad de producción y los procesos industriales que utilizan. Como meta ideal se ofrecería ayuda a los que necesitan capital inicial. También se tiene en cuenta, en la

canalización de estos préstamos, la creación de agrupamientos empresariales que tiendan puentes de conocimiento con entidades científicas y tecnológicas.

Otras pymes buscaron fondos en otras geografías; aprovecharon la mejora del mercado bursátil, y abrieron su capital en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Pocos meses después de la gran crisis económica argentina, se creó el Departamento Pymes, perteneciente a la Bolsa. Lo que importa, en definitiva, que se mantiene fuerte la búsqueda de crecimiento y para los próximos años, se espera un panorama algo más alentador.

Para algunos funcionarios del gobierno, el objetivo esencial para que continúe el crecimiento económico y sigan aumentando las exportaciones, es sostener un tipo de cambio estable y competitivo.

El Estado Nacional propone préstamos para las pymes, pero éstas no los buscan. Esa alergia a los bancos que tienen muchos empresarios se entiende por la pesadez de los trámites y el nivel de exigencias que imponen las instituciones, no sólo privadas, sino también desde lo público. Algunas de las razones que frenan la financiación son las dificultades de acceso al crédito y el problema de fondeo de largo plazo de los bancos. Se trata de la falta de respaldo a las empresas cuyos números son menores a la crisis de 2.001. En aquel tiempo anterior al derrumbe, el crédito era del 20% respecto del Producto Bruto Interno. En el primer trimestre de 2.008, en cambio, es de 12,1%.

En Argentina, como el resto de América Latina, se observa la creciente importancia de las pequeñas y medianas organizaciones en la estructura de la economía doméstica. Lo que es válido para nuestro país, es similar en casi todos los países del mundo, y más del 90% de las empresas son micro, pequeñas y medianas firmas. Éstas generan más de la mitad del empleo y una fracción algo menor del producto nacional.

Durante los últimos años, las entidades financieras han estado reduciendo su exposición hacia este sector pyme, a pesar de haber tenido un buen grado de cumplimiento, por lo cual una gran cantidad de empresas de esta envergadura dejaron de obtener financiamiento en el sistema bancario. No obstante, es importante resaltar que las causas del bajo acceso que tienen las pymes nacionales al sistema bancario, no es sólo la consecuencia de la propia gestión empresarial, sino también la falta de conocimiento de las entidades financieras que ellas tienen o la poca información sobre los planes lanzados por la Nación.

La informalidad de su gestión desde el punto de vista contable e impositivo, como así también un management, muchas veces más vinculados a lazos familiares que su capacitación, hacen que las pymes sean percibidas como entidades de alto riesgo, por lo que los bancos prefieren desviar sus recursos a organizaciones de mayor tamaño que, en teoría, tienen una mejor calificación en el cumplimiento de sus obligaciones. En nuestro país no existe, en líneas generales, una oferta estructurada de financiamiento para estas pequeñas empresas. La heterogeneidad de éstas parecería ser un problema mayúsculo para un banco, encareciendo los análisis de riesgo, que es transferido posteriormente al costo financiero total del préstamo. Sin embargo, últimamente se ha observado la creación de compañías de servicios financieros, especializadas en brindar ayuda, focalizando su estrategia en el

conocimiento del sector en general y de los clientes en particular, lo que implica la posibilidad de brindar instrumentos más específicos y costos globales viables para las compañías.

En resumen, las pequeñas y medianas empresas actualmente presentan las siguientes características:

- ✓ Representan un mercado importante en términos de cantidad y volumen.
- ✓ Enfrentan necesidades financieras concretas, que no son satisfechas.
- ✓ El Banco Central de la República Argentina ha extendido sus líneas de crédito para las pymes argentinas.
- ✓ A pesar de la desconfianza de los bancos, las pymes logran bajos índices de incobrabilidad.
- ✓ Los fondos obtenidos son para financiar actividades a mediano y largo plazo.

Pese al crecimiento económico y al aumento de las inversiones, el gobierno argentino no prestó suficiente atención a aquellas inversiones indispensables, las que harían posible el sostenimiento de ese proceso. Por ejemplo, hay sectores como las industrias metálicas básicas, los productos textiles, el papel y cartón que muestran atrasos considerables.

Invertir en esas industrias requiere proyectos y varios años de maduración para ampliar las capacidades instaladas, destrabar los problemas de oferta y encontrar un equilibrio para evitar precisamente que las dificultades se trasladen a los precios de los bienes finales. Sin inversión, está visto, el peligro del incremento de la inflación está a la vuelta de la esquina. Desde el 2.003 las inversiones que se llevaron adelante, en su mayoría, fueron realizadas por las pymes. Estas empresas son las que siguen persistiendo en la búsqueda constante por mejorar la calidad y el volumen de la producción tras mucho tiempo de postergaciones; llevaron adelante estas inversiones de riesgo y esfuerzos propios porque el crédito les fue escaso desde el sector financiero y el respaldo de la banca pública no prosperó de acuerdo a los resultados esperados.

Ante este panorama, el gobierno comenzó a mover algunas piezas. Abrió así, formalmente una línea de créditos en pesos, a una tasa fija anual del 8,9% anual, y con un plazo de devolución de hasta diez años. En tanto, otras entidades como la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (S.E.Pyme) desarrollan programas constantes para colaborar con el financiamiento.

El programa oficial lanzado desde el Estado, dispone de US\$ 388 millones y está integrado por fondos girados a pequeños y medianos empresarios.

El apoyo será otorgado por medio de varias instituciones financieras seleccionadas y controladas por el Banco Central.

Podemos distinguir distintos tipos de fuentes de financiación, todas salientes desde el Estado Nacional, o en su caso avaladas por el mismo:

- 1) Dirección Nacional de Asistencia Financiera (D.I.N.A.F.): elabora propuestas y ejecuta programas destinados a facilitar a las micro, pequeñas y medianas empresas el acceso al financiamiento.

Actualmente ejecuta distintos programas que, a su vez, responden a distintas necesidades de financiación de pymes y microempresas, tales como el Régimen de Bonificación de Tasas de interés, FO.NA.Py.ME. (Fondo Nacional de Desarrollo para la MiPyME, FOMICRO, SGR (Sociedades de Garantía Recíproca) y FO.GA.Py.ME. (Fondo de Garantía para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa).

- 2) Régimen de bonificación de tasas: el objetivo del Programa es facilitar el acceso de las pymes al crédito bancario mediante el subsidio a la tasa de interés de los préstamos otorgados por los bancos que participan del programa. La bonificación es diferencial por provincia y varía entre el 25 y el 50% u 8 puntos porcentuales de la tasa de interés (lo que resulte menor). Los parámetros de subsidios dependen del grado de desarrollo de cada región o provincia. La adjudicación de los cupos para las entidades financieras se realiza a partir de licitaciones o mediante la firma de convenios.
- 3) FO.NA.Py.ME (Fondo Nacional para el Desarrollo Pyme): creado por Ley Nro. 25.300 y constituido bajo la forma de Fideicomiso Financiero que tiene por objeto realizar aportes de capital y brindar financiamiento a mediano y largo plazo. Los recursos son aportados en una primera etapa por el Estado Nacional por hasta \$100.000.000 y está abierto a organismos Internacionales, entidades públicas y privadas, y gobiernos provinciales o municipales. La asignación de dichos recursos se realiza por Jurisdicción (Provincias) en función de los Coeficientes de Coparticipación Federal de Impuestos Nacionales.
- 4) FO.MICRO (Fondo Nacional para la Creación de Microemprendimientos): destinado a la creación de unidades productivas de bienes y/o servicios por parte de grupos de trabajadores desocupados y subocupados, y a la consolidación de microemprendimientos existentes. Esta iniciativa tiene por objeto el financiamiento de proyectos asociativos o individuales a baja tasa.
- 5) FO.GA.PYME (Fondo de Garantía para Pymes): creado por la Ley 25.300 con el objeto de otorgar garantías en respaldo de las que emitan las Sociedades de Garantía Recíproca (S.G.R.) y los Fondos Provinciales, Regionales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es decir, otorgar reafianzamientos. Se constituye con un aporte inicial equivalente a \$100.000.000 a cargo del Estado Nacional, y permite también aportes provenientes de otros organismos, tanto nacionales como internacionales y privados.
- 6) Sociedades de Garantía Recíproca: su objeto es facilitar el acceso al crédito a través del otorgamiento de garantías ante cualquier obligación asumida por micro, pequeñas o medianas empresas. Son sociedades comerciales que tienen por objeto facilitar el acceso al crédito de las pymes a través del otorgamiento de garantías para el cumplimiento de sus obligaciones, son un formidable instrumento, aún no utilizado en toda su magnitud, que permite a las empresas garantizar cualquier tipo de compromisos u obligaciones susceptibles de apreciación dineraria. Han surgido como respuesta a los problemas que deben afrontar las pymes en sus relaciones de negocios con sectores de mayor tamaño o envergadura. Las Sociedades de Garantía Recíproca otorgan garantías líquidas a sus socios partícipes (pymes), para mejorar sus condiciones de acceso al crédito (entendido este como credibilidad para el

cumplimiento de compromisos u obligaciones). Esta actividad la pueden realizar a través de la emisión de avales financieros (préstamos), técnicos (cumplimiento de contratos) o mercantiles (ante proveedores o anticipo de clientes) y de cualesquiera de los permitidos por el derecho mediante la celebración de Contratos de Garantía Recíproca.

- 7) Programa Global de Crédito para pymes: se financia a empresas que facturen un monto máximo de US\$ 20 millones o su equivalente en pesos (sin incluir IVA ni impuestos internos). Posee una línea de créditos en pesos, con destino al financiamiento de proyectos de inversión, y una línea de créditos en dólares destinada al financiamiento de capital de trabajo, prefinanciación y financiación de exportaciones y adquisición de bienes de capital.

La provincia que más pidió ayuda fue Buenos Aires (con 390 proyectos), seguida por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (233 solicitudes) y Santa Fe (con 225 proyectos). Por su parte, fueron las industrias manufactureras las que reunieron más del 50% de las presentaciones, los sectores que se excluyeron fueron minería, canteras y agricultura.

Los mismos empresarios saben que no deben quedarse cruzados de brazos a la espera de líneas de crédito oficial o privado.

I.3 Diseño metodológico

Teniendo en cuenta el tema abordado, literatura a considerar y el problema planteado, se realizará un estudio descriptivo, para así analizar como se manifiestan las pymes argentinas, sus oportunidades de operar en el exterior, y la problemática que ello implica, mediante un diseño metodológico cualitativo.

Se estudiará la evolución de las pequeñas y medianas empresas argentinas (pymes), los negocios que apuntan a los mercados exteriores.

Además, se medirá diversos temas relacionados a pymes regionales en la provincia de Santa Fe, fomento de asociación, fuentes de financiación y servicios para lograr objetivos de exportación.

II - Metodología operativa

Al momento de realizar el siguiente estudio se entrevistaron un total de 32 pymes, nacionales, localizadas en distintos puntos del país, con el objetivo de obtener información sobre los temas abordados en la investigación.

Las pequeñas y medianas empresas consultadas respondieron en consideración de los siguientes puntos en cuestión:

- ✓ Situación actual de la empresa
- ✓ Comparación con años anteriores
- ✓ Situación actual del país
- ✓ Expectativas para el futuro
- ✓ Problemas de financiación
- ✓ Inversiones y crédito
- ✓ Principales problemas que deben afrontar

A continuación se detallan las empresas entrevistadas, por rubro, localización, cantidad de empleados:

Algabo S.A.
Rubro: perfumería
Cantidad de empleados: 85
Lugar: Tortuguitas, Bs. As.

Viva la casa
Rubro: fábrica de muebles
Cantidad de empleados: 18
Lugar: Esperanza, Santa Fe

Royer Doreé S.R.L.
Rubro: perfumería
Cantidad de empleados: 37
Lugar: Villa Soldati, Bs. As.

Génesis
Rubro: mueblería
Cantidad de empleados: 14
Lugar: Esperanza, Santa Fe

Cortassa S.A.
Rubro: comercio mayorista
Cantidad de empleados: 60 aprox.
Lugar: Rafela, Santa Fe

Frutillas del Litoral
Rubro: producción agrícola
Cantidad de empleados: 120
Lugar: Coronda, Santa Fe

Basso S.A.
Rubro: autopartes
Cantidad de empleados: 200
Lugar: Rafaela, Santa fe

Tesis
S.A.
Rubro: sistemas informáticos
Cantidad de empleados: 40
Lugar: Rosario, Santa Fe

Edival S.A.
Rubro: autopartes
Cantidad de empleados: 130
Lugar: Rafaela, Santa Fe
E.R.C.A.
Rubro: fábrica de maquinas agrícolas
Cantidad de empleados: 60
Lugar: Las Parejas, Santa Fe

Asist S.A.
Rubro: sistemas informáticos
Cantidad de personas: 18
Lugar: Rosario, Santa Fe
Consultar S.H.
Rubro: sistemas informáticos
Cantidad de empleados: 40
Lugar: Rosario, Santa Fe

Metalfor
Rubro: fábrica de máquinas agrícolas
Cantidad de empleados: 54
Lugar: Las Parejas, Santa Fe

Mehring S.A.
Rubro: fábrica de muebles
Cantidad de empleados: 24
Lugar: Esperanza, Santa Fe

Soluciones Punto Com S.A.
Rubro: automatización informática
Cantidad de empleados: 19
Lugar: Rosario, Santa Fe

Lethuen
Rubro: alimenticio
Cantidad de empleados: 30
Lugar: Necochea, Buenos Aires

Reinas del Sol
Rubro: apícola
Cantidad de empleados: 12
Lugar: Luis Palacios, Santa Fe

Pirantoni Fábrica de Muebles
Rubro: mueblería
Cantidad de empleados: 20
Lugar: Cañada de Gómez

Hande Cosméticos
Rubro: cosmética
Cantidad de empleados: 26
Lugar: Capital Federal, Buenos Aires

Matrix S.A.
Rubro: accesorios para peluquería
Cantidad de empleados: 22
Lugar: Caseros, Bs. As.

Ombú
Rubro: insumos para cosechadoras
Cantidad de empleados: 32
Lugar: Las Parejas, Santa Fe
Borselino Impresos
Rubro: imprenta
Cantidad de empleados: 55
Lugar: Rosario, Santa Fe

Ksoft SA
Rubro: sistemas informáticos
Cantidad de empleados: 35
Lugar: Rosario, Santa Fe

Neuralsoft S.R.L.
Rubro: automatización informática
Cantidad de empleados: 24
Lugar: Rosario, Santa Fe

Suasor S.A.
Rubro: software para empresas
Cantidad de empleados: 25
Lugar: Rosario, Santa Fe

Cara Negra
Rubro: fabricante de dulces
Cantidad de empleados: 15
Lugar: Luis Palacios, Santa Fe

Osvaldo Caon Muebles
Rubro: mueblería
Cantidad de empleados: 16
Lugar: Cañada de Gómez, Santa Fe

Laboratorios WD S.R.L.
Rubro: cosmética
Cantidad de personas: 15
Lugar: Munro, Buenos Aires

Transporte Lapelli
Rubro: Logística
Cantidad de empleados: 33
Lugar: Rosario, Santa Fe

The Fashion Group S.A.
Rubro: perfumería
Cantidad de empleados: 16
Lugar: Capital Federal, Bs. AS.

Los Graneros S.R.L.
Rubro: sistemas informáticos
Cantidad de empleados: 17
Lugar: Rosario, Santa Fe
Rosario Compras Agrup. Colab.
Rubro: supermercadista
Cantidad de empleados: 30
Lugar: Rosario, Santa Fe

II.1 - Entrevista

Nombre de la empresa:.....

Rubro:.....

Cantidad de
empleados:.....

Lugar:.....

1) ¿Cómo encuentra la actual situación de su empresa?

.....
.....
.....
.....

2) En comparación con los últimos años, ¿ha notado inconvenientes o experimentado crecimiento?

.....
.....
.....
.....

3) ¿Cómo ve la actual situación del país en términos económicos y asistencia a las pymes?

.....
.....
.....
.....

4) ¿Qué expectativas empresariales tiene para el futuro?

.....
.....
.....
.....

5) ¿Encuentra problemas de financiación para su organización? ¿Cuáles?

.....
.....
.....
.....

6) Desde su experiencia, ¿cuáles son los principales problemas que afrontan las pymes nacionales?

.....
.....
.....
.....

III - Discusión de los resultados

La conclusión general de las encuestas, es que, en comparación con años anteriores, este año se advierte una desaceleración de las expectativas, aunque éstas siguen siendo favorables. El 2.007 se despidió dejando un saldo destacable, expansión de la actividad industrial, el empleo y las inversiones.

Otro año con crecimiento de P.B.I. de más del 8%, es bastante más de que las expectativas brindaban. Las firmas nacionales de pequeña y mediana envergadura aportaron una parte sustantiva de este despegue. Sin embargo, la recuperación del sector dejó al descubierto varios problemas que condicionan el funcionamiento futuro.

Una incógnita fuerte es el precio que tendrá la energía y como se comportará el abastecimiento. La incidencia de gastos en electricidad y gas, por ejemplo, y el fantasma de tener que lidiar con eventuales cortes de suministro aportan una cuota no deseable de incertidumbre para las pymes.

La insuficiente infraestructura de transportes afecta algunas regiones del país e incide en el cálculo de los costos empresarios. La carencia de recursos humanos calificados ya comenzó a percibirse en varios segmentos de la industria, y otras de las complicaciones que tienen que enfrentar las empresas cuando planifican su producción es la falta de recursos. Estas restricciones influyen al momento de evaluar nuevas inversiones.

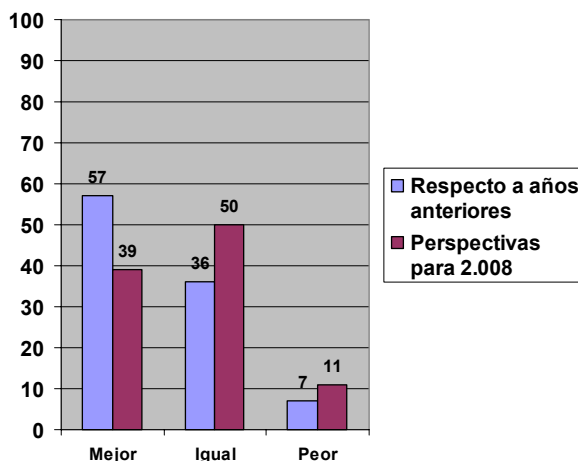
Pero el elemento más determinante, para el conjunto de pymes entrevistadas, es la falta de financiación en el sistema nacional. A poco de alcanzar el pleno uso de la capacidad instalada, para seguir creciendo las pymes necesitan incorporar equipamiento más moderno, que expanda la producción e incremente la productividad. Conseguir crédito para invertir, entonces, es vital, y para los consultados, el principal responsable es el Estado.

Durante los últimos períodos, el sistema bancario aportó sólo entre el 5% de fondos para inversión. El 88% de lo invertido por las pymes corresponde a recursos propios, es decir, reinversión empresarial. Por su parte, el porcentaje restante se lo reparten otros mecanismos de financiamiento.

Todas estas circunstancias influyen en las expectativas, la opinión de los empresarios respecto a la evolución de su propia empresa, de su sector específico de actividad y del país, muestra en todos los casos expectativas uniformemente positivas, aunque atenuadas por las circunstancias económicas de Argentina, y ven el despegue en la ayuda de cooperativas, asociativismo y oportunidades en el exterior.

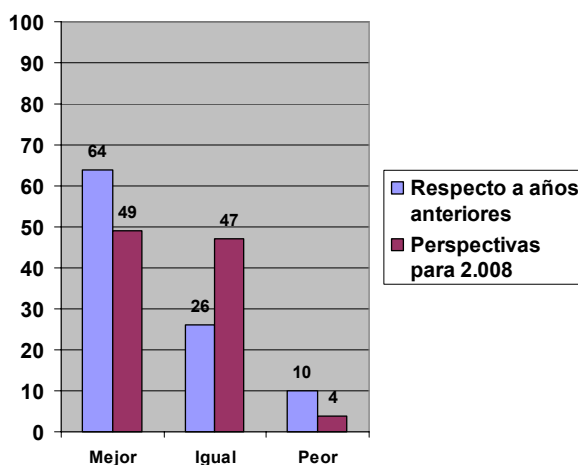
Como dato a destacar, se observa que los emprendedores ven peor al país que a su propia empresa. En efecto, las expectativas favorables sobre la evolución de la propia empresa, comparada con años anteriores, caen un 15%, en tanto, las referidas a la evolución del propio sector disminuyen un 20% y por último, las expectativas del país un 23% en forma negativa.

Gráfico 6: Situación de Argentina años anteriores – Perspectivas para 2.008



Las empresas que manifestaron que les fue mejor en años anteriores, representan un 50% más que aquellas que dicen que les fue mal. Las que esperan que el 2.008 les vaya mejor un 65% opinaron en forma positiva, mientras que el 35% de las pymes consultadas auguran un futuro peor.

Gráfico 7: Situación de las pymes años anteriores – Perspectivas para 2.008

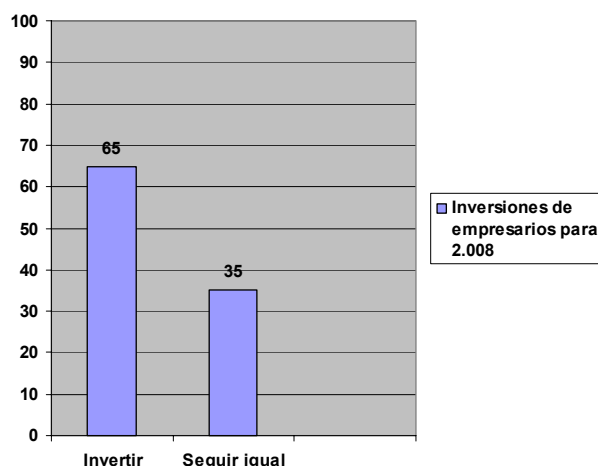


Encuestadas sobre los problemas que advierten para los años próximos, los empresarios señalaron con mayor insistencia tres:

- ✓ El aumento de los costos de producción
- ✓ La disminución de la rentabilidad
- ✓ Alta participación de cargas impositivas en el costo final de los productos

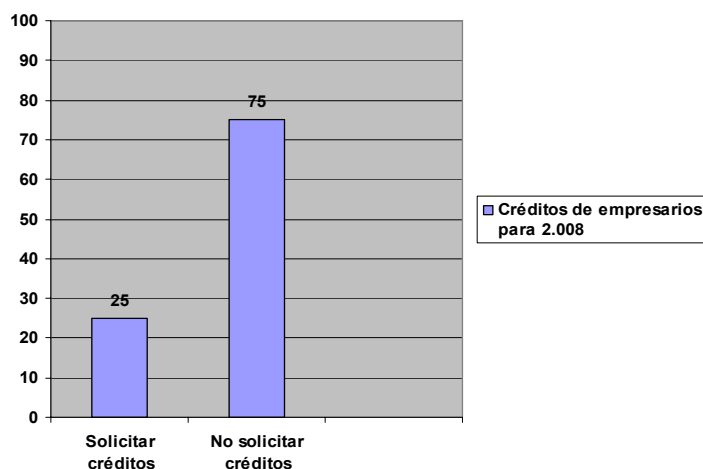
Aún con todas estas restricciones y dudas, las pymes argentinas consultadas, siguen evaluando un buen momento para invertir en su empresa, ya que el 65% piensa en invertir en bienes para expandir la producción. El 35% restante prefiere quedarse con su estructura, producir lo necesario para no trabajar con pérdidas ni deudas.

Gráfico 8: Inversiones de empresarios año 2.008



A pesar de las críticas al sistema financiero, el 25% consultado tiene previsto solicitar créditos bancarios para crecer o ampliar su producción o adquirir maquinarias. El principal desafío para este año, es lograr que las instituciones financieras atiendan las necesidades de las pymes acorde a la situación del país. Ahora bien, es importante considerar que el 75% restante no piensa en obtener recursos, porque ve al crédito como un beneficio de las entidades prestamistas y no en la propia empresa, debido a los altos intereses deben abonar.

Gráfico 9: Situación crediticia año 2.008



En opinión al sector público, todos coinciden en que hace falta idear mecanismos administrativos más ágiles y automáticos, sin tantas trabas burocráticas, que permitan a las pymes acceder de modo más fácil al crédito que necesitan para crecer y expandir sus producciones. Sólo con políticas públicas efectivas, que destraben los obstáculos existentes, se lograrán avances significativos en la actividad económica para las pymes nacionales.

Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas (pymes), en nuestro país, representan la más importante fuente de ingresos para las arcas nacionales y en lo que respecta a la generación de empleo.

La economía argentina se encuentra inmersa en un proceso de intensa transformación que, lejos de haber concluido, está aún en pleno desarrollo. Uno de los ejes principales de esta transformación es el paso de una economía semicerrada a una economía abierta, en un contexto internacional dominado por la globalización.

El nuevo escenario económico internacional está caracterizado por una intensificación de la competencia en todos los mercados, que se expresa a nivel de los países, sectores y empresas. La renovada presencia de las empresas pymes como motor del proceso de globalización, no sólo financiera sino también productiva, determina su lugar de privilegio como agente económico.

Pero no sólo cumplen una función importante desde el punto de vista económico, a partir de su desarrollo en los últimos años, han logrado fomentar la competitividad, favorecer la investigación, creación de nuevas ideas y servir de apoyo a las grandes empresas nacionales e internacionales. En su mayoría comienzan por pequeños emprendimientos personales o familiares, para luego transformarse en realidad cuando se lleva a cabo el desarrollo de un nuevo producto o servicio.

En nuestro país el auge pyme se dio por los años 50' y 60', durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones, el cual fue muchas veces criticado, pero les dio a un numeroso núcleo de organizaciones de pequeña y mediana envergadura, primero comenzar con el proceso de aprendizaje, luego la posibilidad de desarrollarse, y por último, ya en estos días, lograr expandir su producción y en muchos casos abrir mercados internacionales. El impacto pyme ha consolidado las exportaciones nacionales, no sólo en la venta de manufacturas, sino también en productos de alto valor agregado, aumentando su competitividad y la posibilidad de atender las necesidades de los mercados globales, que ante su constante crecimiento se tornan cada vez más demandantes.

A lo largo de la investigación, puede notarse que nuestras pymes logran y encuentran importantes oportunidades en los mercados internacionales, favorecidas por la devaluación de la moneda nacional, el auge de las exportaciones de compañías nuevas en pleno crecimiento y un modelo nacional orientado al sustento de las economías regionales. Sin embargo, encuentran inconvenientes al momento de su capacidad instalada, déficit técnico y problemas de encontrar mano de obra calificada.

Cada vez son más las pequeñas y medianas empresas que encuentran en el asociativismo una herramienta eficaz para llegar a destinos, que por su cuenta les resultaría complicado, obtener beneficios conjuntos y les otorga la capacidad de incrementar sus exportaciones promoviendo los consorcios o cooperativas de empresas. Esto da lugar al surgimiento de las denominadas economías regionales, en auge en nuestro territorio, pero con mucho campo por explorar aún.

Si bien se presenta un panorama por demás de alentador para las pymes nacionales, es importante destacar que el mayor inconveniente que impacta sobre su desarrollo, es la falta de financiación y acceso a líneas de crédito. Un número importante de empresas no pueden aprovechar el favorable momento económico por el que atraviesa el país debido a la ausencia, en muchos casos de un sistema crediticio que brinde ayuda a las compañías, las altas barreras burocráticas de los bancos para acceder al crédito y el desconocimiento por parte de las organizaciones de los beneficios financieros otorgados por el Estado.

No es claro el panorama del crédito para la pequeña y mediana empresa, mientras los bancos dicen que la demanda y asistencia financiera de las entidades crecen en forma sostenida, desde las empresas se asegura que las dificultades para financiarse siguen estando a la orden del día. La cuestión del financiamiento siempre ha sido la herida abierta y jamás cicatrizada de las pequeñas y medianas empresas. Pero no sólo por el lado de los bancos privados hay dificultades de entendimiento, sino también por el costado estatal.

Los cambios coyunturales de los mercados internacionales, como así también de Argentina, han posicionado a las pymes como el principal motor de crecimiento para la economía nacional, por eso es importante aumentar los esfuerzos con el fin de abrir nuevos caminos, es necesario trabajar para y con ellas, ya que las oportunidades existen y así hacer extensivo el beneficio no sólo para las pymes, sino también para todo lo positivo que generan.

Bibliografía

Libros

Bezchinsky, Gabriel, "Aportes para una Estrategia PyMe en la Argentina". 1ra. Ed., Editorial C.E.P.A.L., Buenos Aires 2.003.

Bianco, Carlos, Crespo Armengol, Carlos, Milesi, Patricia, Koenig, Darío, "Las pymes argentinas frente al ALCA: ¿oportunidad o amenaza?". 1ra. Ed., Editorial Rústica, Buenos Aires, 2004.

Donato, Vicente, "Evolución reciente, situación actual y desafíos futuros de la pyme industriales". 1ra. Ed., Editorial Fundación Observatorio Pyme, Buenos Aires, 2.008.

Donato Vicente, Wolman, Guido, Holtzman, Patricia, Obere, Diego, Bruera, Ignacio, Freier, María, Arena, Vanesa, "Expectativas de las pymes industriales para 2.005 y resultados hacia fines de 2.004". 1ra. Ed., Editorial Fundación Observatorio Pyme, Buenos Aires, 2.005.

Giacinti, Miguel, "Pymes: un desafío de la Argentina. Visión sobre el desarrollo. Economías regionales y pautas comerciales". 1ra. Ed., Editorial Biblos, Buenos Aires, 2001.

Kantis, Hugo, "Alianzas exportadoras y gestión estratégica en las pymes". 1ra. Ed., Editorial Universidad General Sarmiento, Buenos Aires, 2002.

Kantis, Hugo, "Desarrollo y gestión de pymes: aportes para un debate necesario". 1ra. Ed., Editorial Universidad General Sarmiento, Buenos Aires, 2002.

Kantis, Hugo, Federico, Juan, "Estrategias empresariales y generación de empleo productivo". 1ra. Ed., Editorial Universidad General Sarmiento, Buenos Aires, 2.004

Kohanoff, Rafael, "Recuperar el orgullo de hacer la Argentina, propuestas desde lo social, el empleo y las pymes". 1ra. Ed., Editorial Biblos, 2001.

Kosacoff, Bernardo, "Estrategias empresariales en tiempo de cambio". 1ra. Ed., Editorial Universidad Nacional de Quilmes Ediciones, Buenos Aires, 2.006.

Kosacoff, Bernardo, Ramos, Adrián, "Cambios contemporáneos en la estructura de las industrias de Argentina". 1ra. Ed., Editorial Universidad Nacional de Quilmes Ediciones, Buenos Aires, 2.006.

Moori, Virginia, Koenig Darío, Yoguel, Gabriel, "Pymes exportadoras argentinas exitosas: hacia la construcción de ventajas competitivas". 1ra. Ed., Editorial Miño y Dávila, Buenos Aires, 2001.

Revistas

Martino, Patricia, "Pymes santafesinas a la caza de mercados internacionales". *Suplemento Economía Diario La Capital*, Octubre 2.004, Págs. 4 y 5.

Gontan, Rubén, "Créditos futuros para las pymes". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 12, Marzo 2.005, Pág. 39.

Brittos, Alejandro, "Embanderada con las pymes". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 13, Abril 2.005, Págs. 2 y 3.

Martino, Patricia, "La inflación de costos, el talón de Aquiles de las pymes industriales". *Suplemento Economía Diario La Capital*, Mayo 2.005, Págs. 4 y 5.

Waschler, Sofía, "Dinero fácil y rápido para financiar a los microemprendedores". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 15. Junio 2.005. Pág. 50.

Martino, Patricia, "Las pymes industriales camino a consolidar su crecimiento". *Suplemento Economía Diario La Capital*, Agosto 2.005, Págs. 4 y 5.

Muchnik, Daniel, "¿Quién financia a las pymes?". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 19. Octubre 2.005. Pág.13.

Milanesio, Analía, "Donde hay plata fresca". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 21. Diciembre 2.005. Págs. 6, 7, 8, 9 y 10.

Milanesio, Analía, "Cómo financiarse con fondos de riego". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 23. Pág. 42.

Uría, Leandro, "Las pymes exponen su caso". *Suplemento Comercio Exterior Diario La Nación*, Marzo 2.006. Pág. 3.

Muchnik, Daniel, "Nuevas fuentes de apoyo financiero". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 30. Septiembre 2.006. Pág. 12.

Fernández, Nino, "Subsidios que ayudan a despegar". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 31. Octubre 2.006. Pág. 6.

Muchnik, Daniel, "Cómo conseguir fondos en 2.007". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 34. Enero 2.007. Pág. 16.

Muchnik, Daniel, "Más fuentes de ayuda financiera". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 36. Marzo 2.007.

Crettaz, José, "Mercados a la medida de las pymes". *Suplemento Comercio Exterior Diario La Nación*, Abril 2.007. Págs. 6 y 7.

Galli, Emiliano, "El modo de hacer negocios de las pymes". *Suplemento Comercio Exterior Diario La Nación*, Abril 2.007. Pág. 12.

Iglesias, Graciela, "Un crecimiento amenazado". *Suplemento Comercio Exterior Diario La Nación*. Mayo 2.007. Págs. 3 y 4.

Muchnik, Daniel, "Un banco que financie a las pymes". *Revista Pymes de Clarín* Nro. 41. Agosto 2.007. Pág. 16.

Olivera, Francisco, "Pasado y presente de las exportaciones argentinas". *Sección Economía Diario La Nación*. Agosto 2.007. Págs. 2, 3 y 4.

Uría, Leandro, "El universo internacional de las pymes está inmaduro". *Suplemento Comercio Exterior Diario La Nación*. Agosto 2.007. Págs. 5 y 6.

Otros documentos

"Guía jurídica empresario y pyme". 1ra. Ed., Editorial Planeta, Buenos Aires, 2002.

Resolución del Ministerio de Economía de la República Argentina Nro. 401/1.989.

Resolución del Ministerio de Economía de la República Argentina Nro. 208/1.993.

Resolución del Ministerio de Economía de la República Argentina Nro. 52/1.994.

Resolución de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional Nro. 675/2.002.

Ley de Conformación de Consorcios y Cooperativas de Exportación Nro. 12.119, Legislatura de la Provincia de Santa Fe.