

Documento de Trabajo N° 80

**Las PYMES argentinas: ambiente de
negocios y crecimiento exportador**

M. Cristini y G. Bermúdez*

** Este trabajo se desarrolló por iniciativa y patrocinio de la Fundación Banco Francés.*



Fundación de
I nvestigaciones
Económicas
Latinoamericanas

Buenos Aires, junio del 2004

QUÉ ES FIEL?

La Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas, FIEL, es un organismo de investigación privado, independiente, apolítico y sin fines de lucro, dedicado al análisis de los problemas económicos de la Argentina y América Latina.

Fue fundada en 1964 por las organizaciones empresarias más importantes y representativas de la Argentina, a saber: la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, la Cámara Argentina de Comercio, la Sociedad Rural Argentina y la Unión Industrial Argentina.

FIEL concentra sus estudios en la realización de investigaciones en economía aplicada, basadas en muchos casos en el procesamiento de la estadística económica que elabora directamente la institución.

Estas investigaciones abarcan áreas diversas, tales como economía internacional, mercado de trabajo, crecimiento económico, organización industrial, mercados agropecuarios, economía del sector público, mercados financieros. En los últimos años la Fundación ha concentrado sus esfuerzos en diversas líneas de investigación relacionadas con el sector público y su intervención en la economía, trabajos que han hecho de FIEL la institución local con mayor experiencia en este área. Dentro de esta temática, ocupa un lugar destacado el estudio y la propuesta de soluciones económicas para los problemas sociales (educación, salud, pobreza, justicia, previsión social). Recientemente se han incorporado nuevas áreas de investigación, tales como economía de la energía, medioambiente, economía del transporte y descentralización fiscal.

El espíritu crítico, la independencia y el trabajo reflexivo son los atributos principales de las actividades de investigación de FIEL.

Por la tarea desarrollada en sus años de existencia, FIEL ha recibido la "Mención de Honor" otorgada a las mejores figuras en la historia de las Instituciones-Comunidad-Empresas Argentinas, y el premio "Konex de Platino" como máximo exponente en la historia de las "Fundaciones Educativas y de Investigación" otorgado por la Fundación Konex.

La dirección de FIEL es ejercida por un Consejo Directivo compuesto por los presidentes de las entidades fundadoras y otros dirigentes empresarios. Dicho órgano es asistido en la definición de los programas anuales de trabajo por un Consejo Consultivo integrado por miembros representativos de los diferentes sectores de la actividad económica del país, que aportan a FIEL los principales requerimientos de investigación desde el punto de vista de la actividad empresarial. Un Consejo Académico asesora en materia de programas de investigación de mediano y largo plazo. Los estudios y las investigaciones son llevados a cabo por el Cuerpo Técnico, cuya dirección está a cargo de tres economistas jefes, secundados por un equipo de investigadores permanentes y especialistas contratados para estudios específicos.

AV. CORDOBA 637-4° PISO- (C1054AAF) BUENOS AIRES-ARGENTINA

TEL. (5411) 4314-1990-FAX (5411) 4314-8648

postmaster@fiel.org.ar

www.fiel.org

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente: Juan P. Munro
Vicepresidentes: Víctor L. Savanti
Juan Masjoan
Luis Mario Castro
Secretario: Franco Livini
Prosecretario: Juan Manuel Forn
Tesorero: Mario E. Vázquez
Protesorero: Manuel Sacerdote

Vocales: Guillermo E. Alchourón, Alberto Alvarez Gaiani, Juan Aranguren, Juan Bruchou, José M. Dagnino Pastore, Carlos de la Vega (Presidente de la Cámara Argentina de Comercio), José M Gogna, Marcelo Lema, Silvio Machiavello, Francisco Mezzadri, Luciano Miguens (Presidente de la Sociedad Rural Argentina), Raúl Padilla, Aldo B. Roggio, Mariano Rossi, Santiago Soldati, Esteban Tackacs, Juan Pedro Thibaud, Amadeo Vázquez, Oscar Vicente, Julio Werthein (Presidente de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires), Federico Zorraquín.

CONSEJO CONSULTIVO

Cristian Beyer, Martín J. Blaquier, Alejandro Bulgheroni, José Gerardo Cartellone, Enrique Cristofani, Horacio De Lorenzi, Martín Del Nido, Jorge Ferioli, Rodolfo Ferro, Martín Fornara, Amalia Lacroze de Fortabat, Alberto L. Grimoldi, Juan Larrañaga, Pablo de Lazari, Eric Legros, Héctor Marsili, Antoni Peris Mingot, Roberto Philipps, Francisco Ponasso, Horacio Turri, Gustavo Valle, Gonzalo Verdomar Weiss, Mauricio Wior.

CONSEJO ACADEMICO

Miguel Kiguel, Manuel Solanet, Mario Teijeiro.

CUERPO TÉCNICO

Economistas Jefe: Daniel Artana, Juan Luis Bour, Fernando Navajas (Director)

Economistas Asociados: Walter Cont, Santiago Urbiztondo

Economistas Senior: Marcela Cristini, Mónica Panadeiros, Abel Viglione.

Economista Principal Dpto. Economía de la Educación: María Echart.

Economistas: Cynthia Moskovits, Ramiro A. Moya, Nuria Susmel.

Economistas Junior: Guillermo Bermúdez, Ezequiel Cabezón.

Investigadores Visitantes: Enrique Bour, Alfonso Martínez, Mario Salinardi, Enrique Szewach.

Asistentes de Investigación: S. Fernández Bocacci, L.A. Schupak.

Asistentes de Estadísticas: A. Bour, M. Cotlar, R. Fernández, V. Djmal, A. Moscatelli, V. Mutuberría, N. Popouchado.

Entidad independiente, apolítica sin fines de lucro, consagrada al análisis de los problemas económicos y latinoamericanos. Fue creada el 7 de febrero de 1964. -FIEL, está asociada al IFO Institut Für Wirtschaftsforschung München e integra la red de institutos corresponsales del CINDE, Centro Internacional para el Desarrollo Económico. Constituye además la secretaria permanente de la Asociación Argentina de Economía Política.

INDICE

SÍNTESIS.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
1. EL CLIMA DE NEGOCIOS PARA LAS PYMES EXPORTADORAS	5
1.1. LA ENCUESTA Y SUS CARACTERÍSTICAS.....	5
1.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	8
2. PROBLEMAS TRANSITORIOS O PERMANENTES?	16
3. POLÍTICAS PÚBLICAS INNOVADORAS	20
3.1. LA EXPERIENCIA INTERNACIONAL.....	20
3.2. ¿HAY QUE COMPLETAR LA AGENDA DE POLÍTICAS EN LA ARGENTINA?.....	22
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

Esta investigación es parte del Programa de Estudios de FIEL, aprobado por su Consejo Directivo, aunque no refleja necesariamente la opinión individual de sus miembros ni de las Entidades Fundadoras o Empresas Patrocinantes.

SÍNTESIS

Superada la aguda crisis económica de fines del 2001, la Argentina se mueve hacia la recuperación de su nivel de actividad y las PYMES ocupan un lugar destacado en esa recuperación. En particular, el proceso de internacionalización de las PYMES que se observa en el resto del mundo, podría cobrar impulso localmente. Para ello tanto la decisión empresaria como el diseño de las políticas públicas deben estar alineadas con el objetivo de competir y exportar. Este trabajo sintetiza la evidencia sobre la percepción del clima de negocios y sus cambios recientes para las empresas PYMES exportadoras en comparación con el resto de las empresas sobre datos de dos encuestas sucesivas. La primera se realizó entre los meses de agosto y octubre de 2002 y la segunda fue relevada entre enero y marzo de 2004.

Los resultados de ambas encuestas indican que:

- Las empresas más productivas tienen mayor probabilidad de pasar con éxito los obstáculos de ingreso a los mercados externo. Consistentemente, en el caso local las PYMES exportadoras exhiben productividades más altas que las no exportadoras. Enfrentadas a obstáculos en el clima de negocios de diversa índole, las PYMES exportadoras tienen preocupaciones similares a las de las empresas grandes.
- El dólar alto es un factor de aliento para todas las empresas, pero las PYMES exportadoras, al igual que las empresas grandes, siguen preocupadas por factores más estructurales que determinan su competitividad como los costos de carga al mercado o la inestabilidad de las normas fiscales. Esto sugiere que reconocen que el dólar como factor de aliento es sólo transitorio.
- En lo inmediato, las PYMES no manifiestan que la baja en la tasa de interés haya constituido un factor de aliento a sus negocios, probablemente porque se manejen con sus saldos de caja que crecieron luego de la devaluación. Esto es consistente con el menor número de empresas que declara haber invertido en el 2002-03. Una excepción son las PYMES exportadoras que han invertido en mayor número que en el período recesivo anterior.
- Durante la recesión muchas empresas buscaron diversificar su mercado hacia la exportación. Más recientemente, las PYMES no exportadoras declaran haber intentado su primera exportación, que por sus montos todavía no inciden en el conjunto de sus negocios. En algunos casos se trata de envíos de muestras sin valor comercial.
- Las empresas de todo tipo manifiestan la importancia de desarrollar sus negocios en un contexto de crecimiento económico y estabilidad de las normas que regulan sus negocios y mercados, especialmente las tributarias. Las PYMES exportadoras han manifestado como políticas necesarias aquellas dirigidas a la financiación de sus ventas, al acceso a mercados e información comercial (asistencia a ferias, contacto con clientes en el exterior y acceso a información de mercado) y a los sobrecostos de la logística para colocación de productos en el exterior (aduana, fletes, etc).

En el plano de las políticas públicas, tanto la experiencia internacional como la local indican que en el caso argentino deberían retomarse con mayor urgencia las acciones tendientes a reducir los obstáculos que enfrentan las PYMES provenientes de la regulación económica (discriminación impositiva, falta de seguridad jurídica, costo de formalización de los negocios). Un aspecto propio del caso argentino y de otras economías en desarrollo de la región latinoamericana se refieren a los costos de transacción y las características de las cadenas productivas (baja subcontratación, pobre

acceso al crédito y a garantías, limitada capacidad de gestión y baja creación de empresas). En estos aspectos, la reducida capacidad de la gestión pública y las restricciones fiscales aconsejan abrir un espacio para la acción privada en coordinación con acciones públicas que creen el marco adecuado (SGR, capacitación, adopción de tecnología y difusión de información). El ejemplo de los grupos o consorcios de exportación debería multiplicarse a otras áreas. Por último, en la experiencia de los países más avanzados en la internacionalización de las PYMES, la tecnología de Internet y el e-commerce se manifiestan como una herramienta en pleno desarrollo, que no debe descuidarse localmente.

INTRODUCCIÓN

La visión sobre los procesos de crecimiento económico han ido cambiando a lo largo del tiempo, en la medida en que las economías se incorporaban y avanzaban en el proceso de desarrollo. Hoy, en el marco de la revolución de la informática y las telecomunicaciones, se discute sobre los mecanismos que disparan la creación de la “sociedad del conocimiento”, como etapa más sofisticada del desarrollo económico. Dentro de esa discusión, se han señalado algunos aspectos de interés para nuestro análisis, tales como los siguientes:

1. el crecimiento económico proviene en gran medida de procesos de especialización;
2. los adelantos tecnológicos y la inversión en capital humano generan un escenario favorable para esa especialización y;
3. los empresarios asumen los riesgos y administran los medios para avanzar con éxito en esa especialización.

Esta es una visión “schumpeteriana” del desarrollo económico. El empresario es una pieza vital de esa visión pues, busca nuevas oportunidades, mejora la productividad propia y global a través de la reorganización productiva y asume situaciones de riesgo que no son asegurables en los mercados. La capacidad empresarial combina condiciones personales y aptitudes adquiridas a través de la experiencia, el entrenamiento y los estudios.

La decisión de convertirse y perseverar como empresario (es decir de integrar la “oferta de capacidad empresarial”) depende de la percepción de las oportunidades de progreso que ofrece el sistema. Precisamente, en las economías industriales desde fines de los 80 y, en los países en desarrollo que han logrado alcanzar un sendero de crecimiento sustentable, más recientemente, se ha observado un aumento en la creación neta de empresas que, en general, nacen como PYMES. En muchos casos de países en desarrollo se ha documentado que la eliminación de la incertidumbre macroeconómica, el mayor atractivo para la inversión extranjera y la creación de un clima de negocios favorable al crecimiento empresario se tradujeron en condiciones para una aceleración de los start-ups y una mayor inserción de las PYMES como exportadoras en el mercado internacional.

Por otro lado, en la Argentina las PYMES constituyen una parte muy significativa del sistema productivo, sobre todo por su participación en el empleo y por su diversidad de naturaleza.¹ Este universo complejo es semejante en todas las experiencias, pero en el caso argentino la participación de las PYMES se encuentra entre las más altas de América Latina, junto con el Brasil.

Durante los años 90 varios factores operaron sobre el universo de las PYMES, alterando su desempeño. Por una parte, la mayor competencia impuesta por la apertura económica y un tipo de cambio sobrevaluado hacia finales de la década, impusieron la necesidad de respuestas rápidas de estas empresas para aumentar su competitividad a un ritmo que no pudo ser seguido en todos los casos. En particular, los problemas recurrentes de acceso

¹ *El conjunto de las PYMES reúne empresas muy diversas en producción, empleo, tecnología y eficiencia. Según el Censo Económico de 1994, un 99,2% de los establecimientos totales poseían menos de 50 empleados y eran fuente de empleo del 70% del total de trabajadores en la actividad privada.*

al crédito y alta tasa de interés que se mencionan en la experiencia internacional, inclusive para países muy avanzados, se tradujeron en el caso argentino en una grave barrera para la modernización empresarial. La presión de la demanda del Estado sobre el mercado de crédito elevó las tasas de interés a niveles incompatibles con el rendimiento de los proyectos productivos. Las empresa más grandes pudieron escapar de ese sobre costo utilizando vías alternativas de financiamiento. Las PYMES enfrentaron, en el mejor de los casos, la necesidad de autofinanciarse limitando el alcance de sus inversiones. En el sector servicios las empresas de menor porte encontraron nuevos nichos como el del surgimiento de actividades derivadas del “outsourcing” de empresas grandes o renglones de actividad que aceleraron su desarrollo, como el turismo o el software. Con todo, no pudieron escapar al contexto de crisis entre 1998 y el 2001. No hay todavía un balance claro de lo ocurrido con las PYMES en los 90, pero lo cierto es que hacia finales de la década el deterioro del clima de negocios que enfrentaron, limitó muy seriamente su desempeño.

A partir del año 2002, luego de la devaluación y pesificación asimétrica de los activos y pasivos financieros, se produjo un reacomodamiento de precios relativos que reflejó la modificación de la regla cambiaria pero, también, otros aspectos relacionados con el punto de partida recesivo de la actividad económica y la declaración del default de la deuda pública. Como consecuencia de esos cambios, las actividades sustitutivas de importaciones constituyeron una nueva oportunidad para las PYMES locales, que respondieron reactivando sus líneas de producción y, consecuentemente, creando nuevos empleos. En el caso de las exportaciones, la respuesta fue menos apreciable dadas los mayores obstáculos y costos de transacción que representa el ingreso a los mercados internacionales.

En este marco, nuestro trabajo se propone analizar la percepción del clima de negocios que tienen hoy las PYMES exportadoras en relación con el pasado reciente (sección 1.), evaluar los mayores problemas que estas empresas declaran enfrentar (sección 2) y revisar los instrumentos de política que permitieron atacar estos problemas en otras experiencias (sección 3).

1. EL CLIMA DE NEGOCIOS PARA LAS PYMES EXPORTADORAS

1.1. La encuesta y sus características

La medición sobre la percepción del clima de negocios y sus cambios recientes, se llevó a cabo a través de dos encuestas sucesivas. La primera se realizó entre los meses de agosto y octubre de 2002 y la segunda fue relevada entre enero y marzo de 2004. La primera encuesta recoge opiniones correspondientes al período 2001-2002 y datos objetivos sobre la evolución económica de las empresas que abarcaron el período 1998-2001. La segunda encuesta se refiere exclusivamente al período año 2002-2003.

En término de los contenidos de la encuesta, la recopilación de opiniones y de datos objetivos sobre el desempeño de las empresas, que se ha incorporado en ambas encuestas, permite hacer una descripción de la vinculación entre las decisiones empresarias y las señales que el empresario "lee" del entorno en el que se desenvuelve.

Ambas encuestas se dirigieron a empresas de diferentes tamaños, principalmente del sector manufacturero. Las de mayor tamaño, por sus características, presentan casos de producción multiplanta distribuida en varios puntos del país. En el caso de las PYMES, la muestra alcanzó cobertura nacional.

Con referencia al contenido del formulario, en la primera parte, las preguntas se orientaron a identificar la actividad principal de la empresa, su edad, tamaño, localización, condición como exportadora, tipo de firma y nacionalidad del capital. En la segunda parte se buscó determinar la influencia que ejercen diversos factores sobre el crecimiento y la competitividad de la empresa, y en lo que se refiere a la experiencia empresarial del encuestado, se trató de identificar su percepción sobre la calidad de los servicios públicos y el buen funcionamiento del gobierno; también se procuró caracterizar los obstáculos que limitan las decisiones empresarias en el nivel general y en el más inmediato de su localización territorial, listándose factores referidos a la estabilidad de las reglas fiscales, la complejidad del marco regulatorio, la eficacia judicial, la discrecionalidad de las decisiones públicas y otros. Finalmente, preguntas específicas tuvieron por objetivo identificar el desempeño empresarial en cuanto a la dinámica de las ventas, el empleo y las decisiones empresarias adoptadas entre 1998 y 2001, en el caso de la primera encuesta y durante el 2002, en el caso de la segunda encuesta.

En el cuadro nro. 1 se pueden comparar el conjunto de empresas de ambas encuestas que presentan características muy similares en término de la estructura y la representatividad de ventas. Los contactos efectivos en cada caso fueron de 533 empresas y 391 empresas, respectivamente. Los casos informados corresponden a las empresas que reúnen todos los datos necesarios para su clasificación y se encontraban en operación al momento de la encuesta. El número de plantas por empresa es de 1,6 y 2,5 en promedio, respectivamente, distribuidas en el ámbito nacional.

**Cuadro N° 1
Caracterización de las Muestras**

Encuesta 2001 - 2002 (*)								
Rangos de Facturación	Cantidad de Empresas	Participación sobre el total de empresas	Total Ventas (en millones de \$)	Participación sobre el total de ventas %	Ventas por empresa (en millones de \$)	Empleo Total (cantidad de trabajadores)	Trabajadores por Empresa	Ventas por Trabajador (en miles de \$)
Hasta 500 mil.	50	12,6	11,31	0,04	0,2	412	8	27,45
500 mil a 3 millones	105	26,5	140,82	0,54	1,3	13.111	125	10,74
3 mill. a 24 mill.	129	32,6	1.365,88	5,21	10,6	17.039	132	80,16
24 mill. a 100 mill.	64	16,2	2.850,15	10,87	44,5	24.735	386	115,23
Mayor de 100 millones	48	12,1	21.863,60	83,35	455,5	82.725	1.723	264,29
Total de Empresas (**)	396	100,0	26.231,76	100,00	66,2	138.022	349	190,05
Encuesta 2003 - 2004 (***)								
Rangos de Facturación	Cantidad de Empresas	Participación sobre el total de empresas	Total Ventas (en millones de \$)	Participación sobre el total de ventas %	Ventas por empresa (en millones de \$)	Empleo Total (cantidad de trabajadores)	Trabajadores por Empresa	Ventas por Trabajador (en miles de \$)
Hasta 500 mil.	34	11,85	8,5	0,02	0,2	311	9	27,26
500 mil a 3 millones	64	22,30	84,7	0,25	1,3	1.608	25	52,69
3 mill. a 24 mill.	76	26,48	686,5	2,02	9,0	6.923	91	99,17
24 mill. a 100 mill.	62	21,60	3.072,9	9,06	49,6	17.804	287	172,60
Mayor de 100 millones	51	17,77	30.061,9	88,64	589,4	72.080	1.413	417,06
Total de Empresas (**)	287	100,0	33.914,57	100,00	118,2	98.726	344	343,52

(*) "El Ambiente de Negocios en las Provincias Argentinas". FIEL (2003). Datos correspondientes al año 2001.
 (**) No fueron consideradas las encuestas que no proporcionaban información sobre las variables aquí presentadas.
 (***) Datos correspondientes al año 2002.

La clasificación por tamaño de ventas de las empresas² permite observar en la última columna del cuadro la progresión conocida en la literatura sobre la productividad laboral medida por el indicador “Ventas por trabajador”. Las empresas aumentan su productividad laboral a medida que aumenta su tamaño debido a la mayor incorporación de capital por trabajador empleado.

Las ventas comparadas en términos nominales crecen entre las dos encuestas por el efecto de la devaluación, que hace crecer el precio de los bienes transables (exportables e importables) por encima de los precios de los servicios y de las mercaderías de circulación exclusivamente doméstica (alimentos perecederos, por ejemplo), más asociadas a las empresas pequeñas.

En la primera encuesta, las empresas muy pequeñas exhiben una productividad laboral más alta que las que las siguen en orden de facturación debido a que muchas empresas que se inician lo hacen con trabajo no asalariado (empresas familiares o trabajo de los socios). También, existe un rango de empresas con alto nivel tecnológico, pero baja facturación y empleo en términos relativos, que integran esta categoría (emprendimientos en software, por ejemplo). Este es un efecto observado en otras experiencias que aparece disimulado en la encuesta más reciente debido al efecto “inflacionario” de la devaluación.

Con respecto a la actividad de exportación de las empresas, en el Cuadro nro. 2 se presentan los indicadores correspondientes a las empresas exportadoras (grandes y PYMES) y no exportadoras (PYMES). Ambas encuestas presentan rasgos comunes a otras encuestas disponibles con respecto a la comparación entre los distintos estratos de empresas. Lo más importante para destacar aquí es que las PYMES exportadoras presentan indicadores de “ventas por empresa” y “trabajadores por empresa” más altos que sus pares que no exportan, sugiriendo que las empresas que encaran el negocio exportador son las de mayor envergadura. A la vez, las PYMES exportadoras son más productivas que las no exportadoras, medidas a través de su productividad laboral (“ventas por trabajador”). Este resultado es el usualmente encontrado en la experiencia internacional y con él suele señalarse la capacidad de las PYMES exportadoras para proveer mejores salarios en concordancia con empleos más productivos.³

² La clasificación de la categoría PYME se hizo de acuerdo a la normativa vigente del BCRA que, dentro de la actividad de Industria y Minería, considera PYME a las empresas con facturación de hasta 43,2 millones de pesos.

³ Bernard y Jensen (1999), estudiando el caso de las empresas exportadoras de los Estados Unidos indican que aquellas que son más productivas son precisamente las que entran en los mercados internacionales y que sus ventas y el empleo siguen creciendo luego de este ingreso, aunque llega un momento en que su incremento de productividad tiende a nivelarse. Lo importante por lo tanto es la generación de empresas de alta productividad porque ello aumenta la probabilidad de tener empresas exportadoras.

Cuadro Nº 2				
Caracterización de las empresas exportadoras				
Por Tamaño de la firma				
Encuesta 2001-2002 (*)				
Variable	Empresas Exportadoras		Empresas No Exportadoras	Todas las Empresas
	Grandes Empresas	Pequeñas y Medianas Empresas	Pequeñas y Medianas Empresas	
Cantidad de Empresas	50	153	168	396
Participación sobre el total de empresas (%)	25	75	91	100
Total Ventas (en millones de \$)	14.663,0	2.011,8	822,6	26.231,8
Participación sobre el total de ventas %	88	12	11	100
Ventas por empresa (en millones de \$)	293,3	13,1	4,9	66,2
Empleo Total (cantidad de trabajadores)	60.166	23.648	20.654	138.022
Trabajadores por Empresa	1.203,3	154,6	122,9	349
Ventas por Trabajador (en miles de \$)	243,7	85,1	39,8	190,1
Encuesta 2003-2004 (**)				
Variable	Empresas Exportadoras		Empresas No Exportadoras	Todas las Empresas
	Grandes Empresas	Pequeñas y Medianas Empresas	Pequeñas y Medianas Empresas	
Cantidad de Empresas	71	83	112	287
Participación sobre el total de empresas (%)	46	54	90	100
Total Ventas (en millones de \$)	26.302,2	958,8	621,3	33.914,6
Participación sobre el total de ventas %	96	4	10	100
Ventas por empresa (en millones de \$)	370,5	11,6	5,5	118,2
Empleo Total (cantidad de trabajadores)	59.467	7.099	5.801	98.726
Trabajadores por Empresa	837,6	85,5	51,8	344
Ventas por Trabajador (en miles de \$)	442,3	135,1	107,1	343,5
(*) "El Ambiente de Negocios en las Provincias Argentinas". FIEL (2003). Datos correspondientes al año 2001.				
(**) Datos correspondientes al año 2002.				

1.2. Resultados de la encuesta

En ambas encuestas se indagó tanto por los factores de aliento a la actividad empresarial como sobre los principales obstáculos enfrentados. La modalidad de las preguntas y los aspectos incluidos fueron ligeramente diferentes en ambos casos debido a los fuertes cambios en el escenario económico entre los dos períodos analizados.

En cuanto a los factores de aliento a los negocios que afectan al crecimiento y la productividad, para el período 2001-02, la pregunta se dirigió en general a la identificación de la importancia relativa de dichos factores por tamaño de empresa (ver cuadro nro. 3). Los factores fueron elegidos siguiendo la evidencia reseñada por la literatura y la experiencia anterior con este tipo de encuestas.

El ordenamiento de los factores no es muy diferente para los distintos tipos de empresas. Todas consideran que lo más importante es contar con un "gobierno nacional eficaz" y ubican en segundo o tercer término al "crecimiento global del país". Para las empresas PYME no exportadoras y para las empresas grandes tener un "gobierno local eficaz" es muy importante. En contraste, las PYMES exportadoras le adjudican gran importancia al costo de los servicios públicos. A partir de allí los intereses de cada grupo de empresas se separan un poco más. Mientras las empresas grandes y PYMES exportadoras le adjudican importancia al "crecimiento sectorial", las PYMES no exportadoras se manifiestan indiferentes a un variado número de factores como el "crecimiento provincial", el "crecimiento sectorial", la "oferta de crédito local" y el "funcionamiento judicial adecuado". Otro contraste importante es que las empresas grandes y las exportadoras no le asignan importancia a su mercado inmediato, el provincial, lo que era un resultado anticipable. Los problemas de abastecimiento de insumos no son de relevancia para ningún tipo de empresas, sugiriendo que estos aspectos (disponibilidad de proveedores y

abastecimiento del insumo principal) dependen de sus propias variables de control. Con una posición levemente más significativa, les preocupa la disponibilidad de mano de obra calificada y el costo de su carga al mercado de destino. La oferta de crédito en su localización les resultaba una limitante intermedia, muy probablemente debido a la posibilidad de acceso al mercado nacional.

Cuadro N° 3			
Factores que Afectan al Crecimiento y la Productividad			
Ranking 2000 - 2001 ^{1/}			
	Empresas Grandes	Empresas Pyme No Exportadoras	Empresas Pyme Exportadoras
Gobierno Nacional Eficaz	1	1	1
Crecimiento Global del País	2	3	2
Crecimiento Sectorial	3	5	4
Gobierno Provincial Eficaz	3	2	4
Funcionamiento Adecuado del Sistema Judicial	4	5	5
Costos Razonables de Servicios Públicos	4	4	3
Oferta de Crédito Local	5	5	4
Mano de Obra Calificada	6	6	7
Costo Razonable de Transporte	6	6	6
Crecimiento de su Provincia	7	5	8
Acceso a Insumo principal	8	7	8
Disponibilidad de Proveedores	9	8	9

Fuente: FIEL (2003) "El Clima de Negocios en las Provincias"
 Nota:
 1/ Posición en el Ranking. Los valores correspondientes se presentan en el Anexo Estadístico. Cuadros A1-A3.

Como ya se mencionara, los factores que se presentan en el Cuadro nro. 3 dan una idea general de los factores de aliento al crecimiento y la competitividad, ligada a la percepción empresaria en un período sumamente crítico desde el punto de vista del funcionamiento global de la economía. Por el contrario, en el ejercicio planteado para el relevamiento 2003-04, se preguntó directamente por los factores que habían incidido positivamente para ese período.

La "reactivación del mercado nacional" y "el dólar alto" son los factores más importantes, con un adecuado contraste entre grandes y PYMES no exportadoras que dan prioridad a la reactivación y las PYMES exportadoras que señalan al dólar alto como factor principal. La reactivación sectorial es importante para todo tipo de empresa y el bajo costo laboral lo es para las empresas grandes y PYMES exportadoras. Los factores institucionales del período previo no jugaron ningún papel en este relevamiento presumiblemente porque no se observaban resultados importantes que pudieran influir positivamente sobre los negocios. Un punto significativo es que la baja de la tasa de interés no resultó relevante para las empresas, probablemente porque prefirieron manejarse con sus saldos de caja, que crecieron luego de la devaluación (ver Recuadro 1).⁴

⁴ Este hecho fue mencionado en entrevistas con los responsables de crédito PYME del sector financiero.

Cuadro N° 4			
Factores de Aliento al Desempeño Empresario			
Ranking 2003 ^{1/}			
	Empresas		
	Empresas Grandes	Empresas Pyme No Exportadoras	Empresas Pyme Exportadoras
Reactivación Nacional	1	1	2
Dólar Alto	2	3	1
Reactivación Sectorial	3	2	3
Bajo Costo Laboral	4	7	4
Otros	5	6	5
Ninguno	6	5	7
Reactivación Provincial	7	4	8
Baja Tasa de Interés	8	10	6
Reordenamiento de las Fuerzas Públicas Provinciales	9	8	8
Mejora del Clima Político Provincial	10	9	8

Fuente: Encuesta Empresaria FIEL 2003 - 2004 "El Ambiente de Negocios en las Provincias Argentinas".
 Nota:
 1/ Posición en el ranking. Los valores correspondientes se presentan en el Anexo Estadístico: Cuadros A-4 - A-6.

Recuadro 1

Las PYMES y la recuperación del mercado de crédito en el 2003

Hasta el 2001, en la Argentina, las fuentes principales de financiamiento de las empresas de todo tamaño eran la reinversión de utilidades, el financiamiento de proveedores y el crédito bancario. Las PYMES utilizan relativamente más las dos primeras fuentes y en el caso del crédito bancario concentran su demanda en instrumentos determinados según el tamaño de la empresa. Las más pequeñas operan con el giro en descubierto y los préstamos personales que se terminaban aplicando a la empresa. Las de mayor porte declaraban usar, además, los créditos prendarios y los hipotecarios comerciales.

En el 2003, la economía se movió en un contexto de alto crecimiento económico y elevada liquidez del sistema financiero. No obstante, los préstamos al sector privado no acompañaron ese comportamiento y cabe preguntarse por las razones de ese rezago para el caso específico de las PYMES.

Una descripción estilizada de los hechos indica que las tasas de interés para los principales instrumentos de crédito se han reducido sustancialmente en el último año. Por ejemplo, la tasa por adelantos en cuenta corriente en pesos pasó de 52,8% en febrero de 2003 a 22,3% en enero de 2004 y los créditos con documentos a sola firma pasaron de 30% a 11,5% en el mismo período. El abaratamiento del crédito y la liquidez bancaria son indicativos de una oferta disponible y señalan que, por el momento, es la demanda de crédito la que aparecería poco activa.

La reacción de los préstamos en pesos al sector privado ha sido de una recuperación *nominal* de algunos segmentos: en febrero de 2004 el aumento interanual de los adelantos en cuenta corriente fue de 9,6%, los préstamos personales, 0,3% y las tarjetas de crédito 15,7%. Por otra parte, se observaron descensos en documentos a sola firma (-6,1%), hipotecarios (-16,6%), prendarios (-31,2%) y en otros préstamos (-10,2%). La recuperación de los préstamos más asociados a los consumos de las familias que a la producción sugiere un rezago en la reacción de la demanda de las empresas, sobre todo de las PYMES reflejada en el bajo nivel de los créditos hipotecarios comerciales y prendarios que son los que estas empresas usan. Por otra parte, el contexto institucional todavía incierto afectó más a los préstamos con garantía real que involucran mayores plazos y cuyos instrumentos quedaron vulnerados transitoriamente durante la crisis.

Según varios análisis llevados a cabo en los 90, las PYMES más pequeñas suelen operar con adelantos en cuenta corriente para la integración de su capital de giro. Estos mantuvieron históricamente una relación constante del 100% con los saldos en cuenta corriente (resulta lógico que así suceda dado que los adelantos se otorgan en función de los movimientos de fondos de los clientes). Esta relación cayó sustancialmente después de la devaluación y pesificación asimétrica, encontrándose este cociente en alrededor del 25% en la actualidad. Este hecho señala la potencialidad de su crecimiento futuro.

Por último, el rezago en el despegue del crédito podría estar vinculado también con la mayor liquidez con que está trabajando la economía argentina: la demanda de circulante, de saldos de cuentas corrientes y de caja de ahorro (de disponibilidad inmediata) se encuentran en máximos históricos. El 62% del agregado más amplio (M3) corresponde a la demanda por liquidez (los conceptos señalados recientemente y denominados como M2) Esta participación exhibe un valor históricamente alto, comparado con el promedio del 45% de la década pasada.

La comparación entre ambas encuestas ratifica la importancia que tiene el contexto de crecimiento global para todas las empresas. También permite asegurar que el patrón de las PYMES exportadoras es más semejante al de las empresas grandes, salvo por el hecho de que las segundas tienen una mayor preocupación relativa por el acceso al crédito y la tasa de interés.

El análisis de los principales obstáculos fue llevado a cabo de forma análoga. En el período de referencia 2001-02, el conjunto de las empresas manifestaron que la "inestabilidad de las reglas impositivas" fueron una de sus mayores preocupaciones junto con el clima político

Cuadro N° 5			
Obstáculos que limitan las decisiones empresarias			
Ranking 2001 - 2002 ^{1/}			
Obstáculos	Empresas		
	Empresas Grandes	Empresas Pyme No Exportadoras	Empresas Pyme Exportadoras
Cambio desfavorable de reglas	1	1	3
Clima político enrarecido	2	2	2
Discrecionalidad en las decisiones de gobierno	3	6	1
Dificultad para interpretar las leyes	4	5	4
Demoras judiciales	5	3	4
Altos costos de litigar	6	4	3
Arbitrariedad en las sentencias judiciales	7	7	5
Otros	8	7	7
Pagos irregulares	9	8	6

Fuente: FIEL (2003) "El Clima de Negocios en las Provincias Argentinas"
 Nota:
 1/ Posición en el ranking. Los valores correspondientes se presentan en el Anexo Estadístico. Cuadros A-7A-9.

enrarecido. A la vez, en mayor o menor medida todas descartaron los “pagos irregulares para destrabar obstáculos burocráticos” como un obstáculo significativo a sus negocios. En un plano intermedio de preocupación se ubicó la “dificultad para interpretar las leyes y normativas”. Entre las principales diferencias por tipo de empresa, mientras que las empresas grandes y las PYMES exportadoras mostraron fuerte preocupación por la “discrecionalidad en las decisiones de gobierno”, las PYMES no exportadoras manifestaron mayor preocupación por las “demoras judiciales” y “los altos costos de litigar”. En este punto coincidieron con las PYMES exportadoras, sugiriendo que los problemas de ineficacia judicial las perjudican relativamente más que a las empresas grandes, probablemente debido a la diferencia de medios al alcance de una y otra.

Para el año 2003 se agregaron algunos temas de infraestructura, de seguridad y del mercado de crédito, habida cuenta de los cambios de escenario (ver Cuadro 6). De las tres preocupaciones esenciales de las empresas en este período, la primera coincide con lo relevado en el período de referencia y se refiere a los “cambios desfavorables en las reglas impositivas”. Las dos siguientes corresponden a los problemas de seguridad representados por la idea de “insuficiente protección policial” y a los de infraestructura centrados en el “deficiente estado de las carreteras”. Notablemente, no se anticiparon problemas en el suministro de energía, que aparece en el fondo del ranking para todas las empresas. Nuevamente, los problemas de demoras y costos judiciales aparecen en un lugar intermedio del ranking, pero ahora para todas las empresas sugiriendo un empeoramiento de la situación o un clima de mayor incertidumbre capaz de generar dicha preocupación, al aumentar la probabilidad de tener que resolver conflictos por la vía judicial. La dificultad para interpretar la normativa sigue apareciendo en un lugar intermedio del ranking, consistente con la opinión del período anterior de relevamiento.

Por último, las encuestas también incorporaron una pregunta sobre las decisiones adoptadas en cada período que permitieran vincular las percepciones sobre el clima de negocios con las acciones efectivas por parte de los empresarios.

Cuadro N° 6			
Principales Obstáculos al Desempeño Empresarial			
Ranking 2003 ^{1/}			
Obstáculos	Empresas		
	Empresas Grandes	Empresas Pyme No Exportadoras	Empresas Pyme Exportadoras
Insuficiente protección policial	1	2	3
Cambio desfavorable de reglas impositivas	2	1	1
Clima Político Enrarecido	3	4	6
Dificultad en interpretar las leyes	4	6	5
Deficiente estado de las carreteras	4	3	2
Arbitrariedad en las sentencias judiciales	5	5	5
Insuficiente disponibilidad de crédito	6	7	4
Demoras judiciales	6	4	5
Altos costos de litigar	7	6	5
Discrecionalidad en las decisiones de Gobierno	7	2	8
Otros obstáculos	8	6	7
Deficiencia provisión de Energía Eléctrica	9	9	9
Deficiencia provisión del Servicio Telefónico	10	10	10
Pagos irregulares	11	8	10

Fuente: Encuesta Empresarial FIEL 2003-2004 "El Ambiente de Negocios en las Provincias Argentinas".
 Nota:
 1/ Posición en el ranking. Los valores correspondientes se presentan en el Anexo Estadístico: Cuadros A-10 - A-12

En el primer período, 98-01, que corresponde a un escenario económico recesivo con empeoramiento progresivo del clima de negocios, las empresas grandes y las PYMES exportadoras fueron las que más invirtieron. El cierre de plantas alcanzó niveles muy importantes (casi el 20%, en promedio, para todas las empresas) en concordancia con la caída del estímulo de la economía, pero también muchas empresas intentaron hacer una primera exportación, buscando su diversificación de mercados ante la caída de la demanda interna. También el uso del crédito de fuentes locales mostró importante actividad aún en el caso de empresas grandes. (ver Cuadro nro. 7).

Cuadro N° 7			
Patrón de Decisiones Adoptadas			
1998 - 2001			
(En porcentaje)			
	Grandes Empresas	Empresas Pymes Exportadoras	Empresas Pymes No Exportadoras
Invirtió en maquinaria y equipo	85,7	78,7	59,5
Cerró alguna planta de producción o sucursal	25,7	12,7	19,0
Exportó por primera vez	7,1	16,7	2,5
Usó crédito de bancos en la provincia	27,1	46,0	38,0
Litigó en tribunales provinciales	52,9	30,0	36,2

Fuente: FIEL (2003) "El Clima de Negocios en las Provincias Argentinas"

En el período siguiente, 2003, las PYMES exportadoras continuaron con su impulso inversor, dado la mejora del tipo de cambio, generalizándose más entre las empresas de este tipo la decisión de inversión en comparación con el patrón del período anterior. La mejora de las condiciones revirtieron el cierre de plantas, reduciéndolo. Un aspecto alentador es que las

PYMES no exportadoras declaran haber exportado por primera vez en el período, aunque probablemente se trate de negocios muy incipientes o envíos de muestras al exterior, que no inciden aún como porcentaje de sus ventas. La disrupción del mercado financiero llevó al menor uso del crédito. La mayor incertidumbre exhibida sobre el funcionamiento del Poder Judicial se refleja también en una menor incidencia de los litigios llevados a los tribunales provinciales con respecto al período de referencia. (ver Cuadro nro.8).

Cuadro N° 8			
Patrón de Decisiones Adoptadas			
2003			
(En porcentaje)			
	Grandes Empresas	Empresas Pymes Exportadoras	Empresas Pymes No Exportadoras
Invirtió en maquinaria y equipo	64,1	82,1	54,6
Cerró alguna planta de producción o sucursal	8,7	8,5	10,3
Exportó por primera vez	7,6	1,9	5,2
Usó crédito de bancos en la provincia	18,5	21,7	8,2
Litigó en tribunales provinciales	23,9	21,7	19,6

Fuente: Encuesta Empresaria FIEL 2002 - 2003 "El Ambiente de Negocios en las Provincias Argentinas".

Principales conclusiones de las encuestas:

Vale la pena sintetizar aquí algunos de los puntos más importantes de las dos secciones anteriores:

Las empresas más productivas tienen mayor probabilidad de pasar con éxito los obstáculos de ingreso a los mercados externos: las PYMES exportadoras exhiben productividades más altas que las no exportadoras.

Enfrentadas a obstáculos en el clima de negocios de diversa índole, las PYMES exportadoras tienen preocupaciones similares a las de las empresas grandes.

El dólar alto es un factor de aliento para todas las empresas, pero las PYMES exportadoras, al igual que las empresas grandes, siguen preocupadas por factores más estructurales que determinan su competitividad como los costos de carga al mercado o la inestabilidad de las normas fiscales. Esto sugiere que reconocen que el dólar como factor de aliento es sólo transitorio.

En lo inmediato, las PYMES no manifiestan que la baja en la tasa de interés haya constituido un factor de aliento a sus negocios, probablemente porque se manejen con sus saldos de caja que crecieron luego de la devaluación. Esto es consistente con el menor número de empresas que declara haber invertido en el 2002-03. Una excepción son las PYMES exportadoras que han invertido en mayor número que en el período recesivo anterior.

Durante la recesión muchas empresas buscaron diversificar su mercado hacia la exportación. Más recientemente, las PYMES no exportadoras declaran haber intentado su primera

exportación, que por sus montos todavía no inciden en el conjunto de sus negocios. En algunos casos se trata de envíos de muestras sin valor comercial.

Las empresas de todo tipo manifiestan la importancia de desarrollar sus negocios en un contexto de crecimiento económico y estabilidad de las normas que regulan sus negocios y mercados, especialmente las tributarias.

2. PROBLEMAS TRANSITORIOS O PERMANENTES?

El ambiente en el cual operan las empresas afecta el desempeño de sus negocios. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) suelen encontrarse menos dotadas que las empresas grandes en recursos o capacidades que les permitan moderar el efecto del entorno en el que se desenvuelven sobre su plan de negocios. Este hecho determina que mecanismos del entorno de negocios que no vulneran el desempeño de las empresas grandes, se transformen en problemas serios para las empresas de menor tamaño. Del mismo modo, circunstancias que se consideran transitorias para las empresas grandes, como atravesar un período recesivo o perder algún mercado externo, pueden volverse problemas permanentes para las PYMES, que durante una recesión prolongada se exponen a perder su capital de trabajo o que, ante la pérdida de un mercado externo importante, pueden abandonar definitivamente su iniciativa exportadora. Como se verá, la posibilidad de sortear esos obstáculos depende del esfuerzo conjunto de las PYMES y de la eficacia de las políticas públicas que tratan de compensarlos. En el caso argentino reciente, la evidencia reseñada en la sección anterior indica que las empresas deben convivir no sólo con obstáculos de mercado, como es el hecho de atravesar un período recesivo, sino también con obstáculos derivados de la gestión de las políticas públicas, como es la inestabilidad de las normas tributarias.

Por su parte, la presente sección reseña la evidencia internacional sobre los factores del ambiente de negocios que afectan a las PYMES y, en particular, sobre aquellos que resultan determinantes del éxito exportador. Su objetivo es poner en perspectiva los resultados de nuestras encuestas y ayudar a identificar que tipo de políticas públicas ya probadas en otros países pueden ser de utilidad para la Argentina.

El estudio de un *desempeño exportador exitoso de las PYMES*⁵ ha sido abordado desde diversas perspectivas y como una prolongación del análisis del éxito de las pequeñas y medianas empresas en el mercado doméstico. Usualmente, el comportamiento de las ventas se usa como una medida aproximada del éxito. Así, por ejemplo, una PYME se define como exitosa si la tasa de crecimiento de sus ventas resulta superior a un umbral determinado. Por su parte, la importancia otorgada al éxito exportador se basa en la evidencia recogida en diversas investigaciones según las cuales pequeñas empresas exportadoras derivan mayores beneficios y se exponen a menores riesgos en sus operaciones, que empresas comparables no exportadoras. La diferencia existente entre el potencial de crecimiento que ofrece el mercado mundial en oposición a la dinámica de la demanda interna es un factor considerado con asiduidad.

En línea con los argumentos anteriores, Calof y Viviers (1995) encuentran que los costos y riesgos de una operación de exportación se reducen y los beneficios se incrementan a medida que el proceso de internacionalización de la firma se profundiza; Karagozoglu y Lindell (1998), por su parte, hacen referencia a la dinámica del mercado externo como incentivo hacia la búsqueda de oportunidades globales por parte de las PYMES tecnológicas.

La gama de *factores considerados en los estudios dedicados a rastrear los determinantes de un desempeño exitoso de las PYMES en general y de las PYMES exportadoras* en particular, ha sido muy amplia, dando cuenta de la propia diversidad del fenómeno que pretende desentrañarse. Al mismo tiempo, los diversos autores presentan sus conclusiones con cautela,

⁵ La literatura suele distinguir a las PYMES exportadoras con el nombre de Pymex.

dado que existen importantes diferencias en los desempeños de firmas de un mismo sector, y entre las distintas regiones productivas que componen las muestras a ser analizadas⁶.

Una enumeración estilizada de los factores que han sido tenidos en cuenta en diversas investigaciones es la siguiente: características específicas de las firmas⁷ (monto de activos, tamaño de la firma, ciclo de vida, acceso a fuentes de financiamiento, costo del financiamiento, etc.); características de la estrategia de negocios (reducciones de costos y competencia por bajos precios versus desarrollo de nuevos productos y búsqueda de mercados); características de los gerentes / dueños (educación, entrenamiento, edad, etc.); características de las capacidades tecnológicas y estrategia de innovación (Investigación y desarrollo, desarrollo de marcas, etc.), características de la estrategia comercial (diversificación del producto, consolidación de marcas, posesión de canales de distribución) y finalmente, aspectos asociados al ambiente en el cual se desenvuelven las firmas (mercado laboral, marco regulatorio propicio a la reducción de costos de transacción, calidad y eficiencia del gobierno).

Un conjunto de trabajos que FIEL ha llevado a cabo desde 1995 sobre PYMES han arrojado resultados que permitieron identificar *los factores del ambiente de negocios que ayudan al éxito de estas empresa*, en particular en su etapa de iniciación exportadora.⁸ Entre ellos, por ejemplo, los análisis sobre la década del 90 indicaron que las empresas manufactureras expuestas a la competencia externa exhibieron un mayor grado éxito en su gestión. También se encontró evidencia de que el tamaño no es un determinante del éxito de la firma. En cambio, la edad (ciclo de vida de la firma)⁹; la inversión en maquinaria y equipo y la estructura de financiamiento de las operaciones (más exitosas aquellas que tienen mayor acceso al crédito bancario) son factores importantes. En el caso de las PYMES de servicios la vinculación con empresas grandes a través de contratos de tercerización favoreció la modernización y surgimiento de empresas. Otro factor destacable es la existencia de empresarios que utilizan su habilidad de aplicar la organización de gestión de los recursos humanos a sucesivos nichos de mercado que fueron desarrollando a medida que el nicho anterior perdía rentabilidad. También en este caso la restricción financiera resultó significativa para el crecimiento.

Yonggui, Yuli y Lo (2002), en un estudio sobre 11.000 PYMES chinas, encuentran que de entre las variables que caracterizan a las empresas, la edad se encuentra negativamente relacionada con el crecimiento, mientras que el tamaño al igual que la capacitación del plantel laboral son factores positivos; otras variables (capital registrado, total de activos, localización, número de subsidiarias, tipo de tenencia, tipo de industria, número de inversores) no resultan de relevancia. En el mismo trabajo, el nivel de educación del gerente / dueño (característica de la gerencia) resulta relevante; del mismo modo, los factores asociados a la estrategia de

⁶ Con el objeto de capturar los efectos que sobre el desempeño podría introducir la pertenencia a una determinada actividad rama industrial, Wijewardena y Tibbits (1997) en su estudio sobre PYMES australianas introducen variables dummy para capturar los efectos específicos. Los resultados muestran que las variables no resultan ser significativas estadísticamente para explicar diferencias sectoriales de desempeño.

⁷ En diversas investigaciones suele sostenerse que estas características constituyen la fuente de ventaja competitiva de las firmas.

⁸ Ver FIEL(1996) y Cristini, Acosta y Susmel (2003).

⁹ El hecho de que algunos autores encuentren que la edad de la pequeña empresa afecta negativamente el desempeño ha sido justificado a partir de considerar que las PYMES recién nacidas se sostienen en productos con un gran potencial de crecimiento; esta dinámica se perderá con el tiempo con el agotamiento del ciclo del producto y dependerá del gerenciamiento de la firma lograr sustituir el producto o proceso de manera de sostener la dinámica de ventas. La edad de la firma, sin embargo afecta la probabilidad de exportar de la empresa.

innovación (R&D, desarrollo de productos, etc.) ejercen una importante influencia sobre el desempeño. Finalmente, los autores encuentran que las variables que caracterizan un ambiente de negocios favorable para el desenvolvimiento de la PYME (mercado laboral, marco regulatorio propicio a la reducción de costos de transacción, calidad y eficiencia del gobierno, etc.) muestran una importante relación positiva con el desempeño de la firma. Según los autores, este es un resultado esperable dado que las pequeñas empresas tienen capacidad y recursos limitados para amortiguar el impacto de shocks procedentes del ambiente de negocios. Little (1987), Davidson (1991) y Tan y Tay (1994) identifican a la edad de la firma como un factor que afecta el desempeño de las PYMES de Singapur. Wijewardena y Cooray (1995) encuentran que las empresas medianas tienen un mejor desempeño que las pequeñas, al mismo tiempo, en el mencionado estudio se observa que las empresas que poseen un personal más capacitado evidencian mayores niveles de crecimiento.

En síntesis, las características de la firma, edad y tamaño, la capacitación de sus recursos humanos, la estrategia de negocios y las condiciones del ambiente de negocios presentan comportamientos coincidentes en los estudios reseñados. Otras variables como monto de activos, sector industrial de pertenencia y localización de la empresa, no parecen afectar el desempeño empresarial.

En materia de éxito exportador, se suman a las características anteriores algunas más específicas. Por ejemplo, en un reciente trabajo sobre las PYMES de la Argentina, FUNDES (2000) sostiene que las empresas enfrentan restricciones endógenas y exógenas para iniciarse y consolidarse en la actividad de exportación, al tiempo que los esfuerzos públicos y privados de la última década dirigidos a apoyar a este tipo de empresas, no han resultado del todo eficientes. En este estudio se identifican como rasgos comunes a las PYMES exportadoras su dinámica, la diversificación de los mercados que abastecen, la escasa dependencia del principal cliente en el exterior, fuertes eslabonamientos y una compleja gestión de comercio exterior. En particular, la estrategia o gestión comercial involucra grupos estables de recursos humanos afectados a las actividades de comercio exterior, la utilización de folletería, el desarrollo de una página web y la asistencia a ferias y exposiciones. Los autores destacan también como positivas ciertas características de su estrategia de innovación y capacidades tecnológicas, tales como acciones de reconversión, R&D y cumplimiento de normas y estándares. La falta de financiamiento, la operatoria aduanera local, el atraso cambiario y las condiciones del mercado laboral, fueron identificados como los principales obstáculos. Estos pudieron ser parcialmente superados a partir de esfuerzos individuales hacia la constitución de redes de cooperación entre empresas.

En un estudio sobre el éxito exportador de PYMES canadienses, Lefebvre y Lefebvre (2000), tratan de determinar que factores afectan el desempeño exportador y la probabilidad de exportar. Este estudio considera una amplia gama de factores. Los autores encuentran que el tamaño de la firma, la participación en actividades de importación, las actividades de investigación y desarrollo, la intensidad de conocimiento y el acceso a redes de distribución, son los principales aspectos que explican la decisión de exportar¹⁰. La investigación también determina que las capacidades tecnológicas de la firma, definidas por los autores como las tareas de asimilación y adecuación de nuevas tecnologías aplicables al producto o a los procesos, resultan de mayor relevancia en las PYMES de industrias de alta tecnología que sus

¹⁰ La edad de firma que supone un proceso de acumulación de conocimientos y maduración en el aprendizaje, si bien afecta considerablemente la probabilidad de exportar, encuentra escasa relevancia para dar cuenta del desempeño exportador.

capacidades comerciales; las cuales, por su parte son relevantes para las industrias no tecnológicas.

En cuanto al efecto del ambiente de negocios sobre el desempeño de las PYMES exportadoras, FUNDES (2000b) señala que las PYMES son capaces de identificar restricciones que limitan su desarrollo; algunos de los factores que se señalan resultan aquellos asociados al marco regulatorio (impacto negativo de los aspectos impositivos y del mercado laboral y trabas para exportar e importar), la inseguridad jurídica y el acceso al financiamiento.

3. POLÍTICAS PÚBLICAS INNOVADORAS

3.1. La experiencia internacional

En términos tradicionales suele pensarse que las PYMES se concentran fundamentalmente en los mercados nacionales. No obstante, el proceso de globalización no las ha dejado afuera y actualmente se estima que el 25% de las PYMES manufactureras del mundo participan activamente en actividades de exportación y contribuyen entre el 25 y 35% de las exportaciones mundiales de bienes industriales.

Las PYMES de mayor productividad son las que exportan y en ese proceso generan un crecimiento generalizado de la productividad ya que atraerán mayores recursos de inversión que reforzarán su crecimiento de ventas y empleo. Desde ese punto de vista, lo primero es generar un clima de negocios que promueva empresas productivas como política prioritaria y facilitar el acceso al mercado externo, que en general representa altos costos para las PYMES, como política complementaria.¹¹

En países como Canadá o Italia, donde se han desarrollado políticas de promoción de exportaciones de las PYMES, se reconoce que sólo un mínimo de empresas las utilizan en todo su potencial. También se indica que las políticas tienen un diseño rígido que impide el seguimiento de las PYME a medida que avanza en su proceso de internacionalización.

En los países del Este Asiático (Corea, Malasia, Tailandia, Indonesia y China), donde el crecimiento económico ha sido una constante desde la década del 80 (entre 6 y 9% anual en promedio)¹², las PYMES industriales crecieron significativamente ocupando el 60-70% de la población urbana y aportando entre el 25 y el 40% del producto manufacturero. Todos estos países salvo China han puesto en marcha políticas específicas para las PYMES de alcance variado. La República de Corea es, probablemente la de mayor organización a través de su Administración de Pequeñas y Medianas Empresas (SMBA), que actúa regionalmente a través de oficinas propias y en coordinación con las federaciones industriales privadas y los organismos de promoción financiera y técnica.

No obstante el desempeño sobresaliente de estas economías y de sus PYMES exportadoras, la globalización ha creado muchas tensiones imponiendo desafíos de competitividad nuevos que llevaron a muchas empresas grandes y PYMES a situaciones críticas. Esto ocurrió sobre todo, en el contexto de políticas macroeconómicas inadecuadas caracterizadas por la sobrevaluación cambiaria. Las políticas específicas para PYMES no están diseñadas para poder compensar los efectos negativos de las políticas macro y aún en términos de sus propios alcances, muchas de estas políticas han mostrado baja eficacia con respecto a sus objetivos. En particular, el acceso a la información comercial, el acceso al crédito en mercados que siempre están muy demandados y las dificultades para el contacto directo con los empresarios a través de oficinas estatales son algunos de los hechos destacados en la experiencia asiática.

El rápido crecimiento del Este Asiático y el crecimiento del comercio regional ha favorecido el desarrollo de las PYMES exportadoras con alcance dentro del ámbito del ASEAN. Dentro de

¹¹ Ver Bernard y Jensen (1999).....

¹² La crisis asiática del 97 sólo afectó a algunos de estos países por un corto período de uno o dos años.

este ámbito se han llevado adelante iniciativas para mejorar el clima de negocios para las PYMES bajo control del Consejo Consultivo de Negocios del APEC y también se ha creado un Centro APEC para el intercambio tecnológico y de entrenamiento de las PYMES que opera como un “clearing” de información para el conjunto de empresas.

En los países más avanzados como los Estados Unidos, R. F. de Alemania y el Reino Unido hay algunos puntos centrales para destacar con respecto a la generación de capacidad empresaria y al nacimiento de nuevas empresas:

- la creación acelerada de nuevas empresas en los países industriales observada recientemente deriva de los cambios en la organización del mercado (outsourcing de las empresas grandes) y de la introducción y desarrollo de nuevas tecnologías;
- la gestión empresaria más eficaz y la creación de las nuevas empresas estuvo a cargo de empresarios con alta especialización y/o experiencia. Las políticas gubernamentales se utilizaron como medios para liberar los obstáculos durante la etapa inicial del desarrollo empresario y luego, compensando en parte las desventajas naturales de las PYMES respecto de los costos de transacción en los mercados cuando las unidades económicas no alcanzan cierta escala.
- En los casos exitosos se verifica una gran actividad de transferencia tecnológica desde universidades donde fundaciones privadas, asociaciones empresarias e institutos públicos trabajan interactuando.
- También se ha puesto énfasis en asistir a los empresarios PYMES para fortalecer su capacidad de gestión de negocios (aspectos financieros y administrativos).

En los países de la OCDE, se ha puesto en marcha la promoción de los instrumentos del “e-commerce” para el caso de la internacionalización de sus PYMES. Su impacto es aún incipiente, pero muestra gran capacidad de expansión.

Por último, en el caso de Chile, se reconoce el éxito de los Proyectos de Fomento (PROFO) que reúnen a grupos de empresas por 3 ó 4 años y les financia hasta el 70% de su plan de trabajo aprobado por las autoridades. Este programa de promoción de la asociatividad fue evaluado por un organismo externo y sus resultados sugirieron que habían sido muy útiles para el conocimiento de mercados y nuevas oportunidades de negocios y para la difusión de nuevas tecnologías. En cambio, no pudieron resolver los problemas de acceso al crédito.

Algunos aspectos más novedosos de las políticas públicas dirigidas a las PYMES en los últimos años indican la proliferación en los países de la OCDE de los “one-stop” o “one-point of entry shops”, que en la Argentina se identifican parcialmente con la “ventanilla única”. Mientras esta última trata de reducir la carga administrativa de los trámites para las PYMES, el modelo internacional suma a este aspecto todo tipo de información y resulta un producto coordinado de las acciones públicas en diferentes niveles de gobierno y de las acciones privadas de promoción. La información y acceso a recursos de estas ventanillas (generalmente electrónicas además de físicas) es muy variado, según los casos, incluyendo acceso al financiamiento, a trámites de habilitación, aduaneros e impositivos, programas de capacitación e información comercial. También la difusión coordinada de la información sobre “best practice” sectorial y la referida a las cadenas productivas o de exportación es una práctica difundida en los países más organizados.

Para que estos instrumentos funcionen adecuadamente, han sido en general precedidos por reformas administrativas simplificadoras (como en el caso de Australia) o por esfuerzos de coordinación entre diferentes niveles de gobierno y entre los gobiernos y las instituciones civiles

de todo tipo (asociaciones de bancos, cámaras empresarias, ONGs, como en el caso de Francia, Italia y el Reino Unido)

3.2. ¿Hay que completar la agenda de políticas en la Argentina?

Varios análisis sobre la evolución de las PYMES exportadoras en la última década señalaron que la mayor parte de las empresas sólo ha utilizado los instrumentos de promoción de alcance general (reintegros de impuestos, admisión temporaria, etc). Sin embargo, la Argentina posee una política de promoción de PYMES semejante, en la letra, a la de los países de desarrollo similar o aún más avanzados como algunos del Este Asiático.

En la práctica, las empresas indican que esas políticas adolecen de problemas de implementación o de inadecuación a las necesidades empresarias. A esto se agrega que las normas de promoción se perciben como inestables y sujetas a la limitación de los recursos fiscales.

En efecto, en cuanto al diseño de las políticas, el gobierno nacional redefinió en varias oportunidades su política PYME. La inestabilidad y el empobrecimiento del fondeo limitaron en gran medida su alcance. Las iniciativas provinciales, más cercanas a las empresas, tuvieron un mejor desempeño pero con un alcance muy limitado (Córdoba, Mendoza, Santa Fe).

A diferencia de lo que ocurre en buena parte de los países avanzados, las políticas locales se dirigen sobre todo a las PYMES ya establecidas. Por contraste, en los primeros países se favorecen más a los start-ups y los spin-offs. Como resultado tanto del clima de negocios favorable como de los programas vigentes, en los Estados Unidos, Canadá e Israel, 7 de cada 100 personas emprenden su propia empresa. En Italia y el Reino Unido este indicador es 3,4 emprendedores por cada 100 personas y en Dinamarca, Finlandia, Francia, R.F. Alemana y Japón es de 1,8 emprendedores, considerado como un nivel de actividad emprendedora bajo para el conjunto de los países de la OCDE.

Más recientemente, las autoridades pertinentes han señalado el objetivo de que las políticas de promoción de las PYMES y, en particular de las PYMES exportadoras, deben procurar operar para la formación de redes empresarias y redes público-privadas para mejorar su alcance y eficacia.¹³ Varias experiencias de grupos y consorcios exportadores indican que algunas asociaciones orientadas a aumentar la escala o reducir los costos de penetración de nuevos mercados pueden resultar muy convenientes. Hacia fines del 2003 existían unos 78 grupos y consorcios que nucleaban 640 PYMES con exportaciones por US\$ 180 millones. Los “padrinos” de estos consorcios son tanto públicos como ONGs empresarias que facilitan los profesionales para la coordinación del grupo por un tiempo determinado. Algunos de estos grupos muestran exportaciones crecientes y pasaron a hacerse cargo de sus propios gastos de coordinación.

Por su parte, las PYMES exportadoras han manifestado como políticas necesarias aquellas dirigidas a la financiación de sus ventas, al acceso a mercados e información comercial (asistencia a ferias, contacto con clientes en el exterior y acceso a información de mercado¹⁴) y

¹³ IERAL(1999) y McDermott(2002), señalan los aciertos y limitaciones que han mostrado las instituciones descentralizadas de promoción PYME en la Argentina.

¹⁴ Debe señalarse que algunos estudios internacionales sobre marketing de productos indican que el uso de fuentes de información por PYMES exportadoras se vuelve efectivo dependiendo de ciertas características de las empresas en su capacidad de procesamiento, por lo que no es factible establecer un patrón rígido que dé acceso a esas fuentes sino que es conveniente permitir que cada empresa optimice su acceso.

a los sobrecostos de la logística para colocación de productos en el exterior (aduana, fletes, etc).

Tanto la experiencia internacional como la local indican que en el caso argentino deberían retomarse con mayor urgencia las acciones tendientes a reducir los obstáculos que enfrentan las PYMES provenientes de la regulación económica (discriminación impositiva, falta de seguridad jurídica, costo de formalización de los negocios). Un aspecto propio del caso argentino y de otras economías en desarrollo de la región latinoamericana se refieren a los costos de transacción y las características de las cadenas productivas (baja subcontratación, pobre acceso al crédito y a garantías, limitada capacidad de gestión y baja creación de empresas). En estos aspectos, la reducida capacidad de la gestión pública y las restricciones fiscales aconsejan abrir un espacio para la acción privada en coordinación con acciones públicas que creen el marco adecuado (SGR, capacitación, adopción de tecnología y difusión de información). El ejemplo de los grupos o consorcios de exportación debería multiplicarse a otras áreas. Por último, en la experiencia de los países más avanzados en la internacionalización del las PYMES, la tecnología de Internet y el e-commerce se manifiestan como una herramienta en pleno desarrollo, que no debe descuidarse localmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alarcón, C. y G. Stumpo (2000), "Pequeñas y medianas empresas industriales en Chile", Serie Desarrollo Productivo, Cepal nro. 78, Santiago de Chile.

Bernard, A. B. y J.B.Jensen (1999), "Exporting and Productivity", Working Paper 7135, NBER, May 1999.

Calof, J. y W. Viviers, (1995), "Internationalization Behavior of Small and Medium Sized South African Enterprises", Journal of Small Business Management, 33, pp 71-79.

Centro de Estudios para la Producción (CEP), "Problemática y Perspectivas de la Exportación PYME en la Argentina Post Convertibilidad", Presentación de PPT, Secretaría de Industria, Comercio y Minería, Ministerio de la Producción.

Cristini, M.; P. Acosta y N. Susmel, (2003), "Productividad y Crecimiento de las PYMES: La Evidencia Argentina en los 90", Documento de Trabajo N° 76, FIEL.

Davidson, P., (1991), "Continued entrepreneurship: ability, need, and opportunities as determinants of small firm growth", Journal of Business Venturing, Vol. 6 , pp.405-429.

Dhungana, B. P. (2002), "Strengthening the Competitiveness of Small and Medium Enterprises in the Globalization Process: Prospects and Challenges", Investment Promotion and Enterprise Development Bulletin for Asia and the Pacific.

FUNDES, (2000), "Las PYMES Exportadoras Argentinas Exitosas: Hacia la Construcción de Ventajas Competitivas". FUNDES Argentina. Ed. Miño y Dávila.

FUNDES, (2000b), "Los Problemas del Entorno de Negocios. Desarrollo Competitivo de las PYMES Argentinas". FUNDES Argentina.

IERAL (1999), Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Buenos Aires.

Karagozoglu, N. y M. Lindell, (1998), "Internationalization of Small and Medium Sized Technology Based Firms: An Explanatory Study", Journal of Small Business Management, 36, pp 44-59.

Lefebvre, E. y L. Lefebvre, (2000), "SMEs, Exports and Job Creation: A Firm Level Analysis", CIRANO y École Polytechnique de Montréal, Occasional Paper Number 26.

Little, I.M.D., (1987), "Small Manufacturing Enterprises in Developing Countries", The World Bank Economic Review, Enero, pp. 203-235.

McDermott,(2002) "Argentine SMEs and their Support Programs: The Barriers and Possibilities for Local Learning", DT 09/2002, IAE, Universidad Austral.

OECD, (2000), "Small and Medium Enterprise Outlook".

Préfontaine, L. P.J. Tremblay y P.M. Léger, "Export Performance and Job Creation: The Case of SMEs", Cirano, Montreal, Marzo 1998.

Tan, W. y R. Tay, (1994), "Factors Contributing to the Growth of SMEs: Singapore Case", Proceedings to the Fifth ENDEC World Conference of Entrepreneurship, Singapur: NTU – Entrepreneurship Development Center, pp. 150-161.

Voerman, J.A., M.Wedel y P.S.Zwart, "Export Market Information. Behaviour of SMEs: The Influence of Firm Characteristics", University of Groningen.

Yonggui, W.; Yuli, Z. y H.Lo, (2002), "The Key Factors Distinguishing High Growth Small and Medium Sized Enterprises From Those of Poor Performance: Evidence from China", Working Paper, Nacional Center for Economic Research, Universidad de Tsinghua, Pekin.

Wijewardena, H. y S. Cooray, (1995), "Determinants of Growth in Small Japanese Manufacturing Firms: Survey Evidence from Kobe", Journal of Small Business Management, Vol. 33, Nº 4, pp. 87-92.

Wijewardena, H. y G. Tibbits, (1997), "Factors Contributing to the Growth of Small Manufacturing Firms: An Insight From

SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO

1. La Fuerza de Trabajo en Buenos Aires, J. L. Bour. Diciembre 1981.
2. Encuesta sobre Remuneraciones en la Industria. Diseño Metodológico. J. L. Bour, V. L. Funes, H. Hopenhayn. Diciembre 1981.
3. Algunas Reflexiones sobre el Tratamiento a los Insumos no Comercitados en el Cálculo de Protección Efectiva. G. E. Nielsen. Diciembre 1981.
4. Ganado Vacuno: El Ciclo de Existencias en las Provincias. M. Cristini. Junio 1982.
5. Oferta de Trabajo: Conceptos Básicos y Problemas de Medición. J. L. Bour. Julio 1982.
6. Ocupaciones e Ingresos en el Mercado de Trabajo de la Cap. Fed. y GBA. H. Hopenhayn. 1982. 3 tomos.
7. La Oferta Agropecuaria: El Caso del Trigo en la Última Década. M. Cristini. Septiembre 1983.
8. Determinantes de la Oferta de Trabajo en Buenos Aires. J. L. Bour. Enero 1984.
9. El Ciclo Ganadero. La Evidencia Empírica 1982-84 y su Incorporación a un Modelo de Comportamiento. M. Cristini. Noviembre 1984.
10. El Impuesto a la Tierra, las Retenciones y sus Efectos en la Producción Actual y la Futura. M. Cristini, N. Susmel y E. Szewach. Octubre 1985.
11. El Impuesto a la Tierra: una Discusión de sus Efectos Económicos para el Caso Argentino. M. Cristini y O. Chisari. Abril 1986.
12. La Demanda de Carne Vacuna en la Argentina: Determinantes y Estimaciones. M. Cristini. Noviembre 1986.
13. Las Encuestas de Coyuntura de FIEL como Predictores del Nivel de Actividad en el Corto Plazo. M. Cristini e Isidro Soloaga. Noviembre 1986.
14. La Política Agropecuaria Común (PAC): Causas de su Permanencia y Perspectivas Futuras. M. Cristini. Julio 1987.
15. Informe OKITA: Un Análisis Crítico. D. Artana, J. L. Bour, N. Susmel y E. Szewach. Diciembre 1987.
16. Regulación y Desregulación: Teoría y Evidencia Empírica. D. Artana y E. Szewach. Marzo 1988.

17. Sistema de Atención Médica en la Argentina: Propuesta para su Reforma. M. Panadeiros. Mayo 1988.
18. Investigaciones Antidumping y Compensatorias contra los Países Latinoamericanos Altamente Endeudados. J. Nogués. Agosto 1988.
19. Aspectos Dinámicos del Funcionamiento del Mercado de Tierras: El Caso Argentino. M. Cristini, O. Chisari. Noviembre 1988.
20. Incidencia de los Impuestos Indirectos en el Gasto de las Familias. J. L. Bour, J. Sereno, N. Susmel. Enero 1989.
21. Inversión en Educación Universitaria en Argentina. J. L. Bour, M. Echart. Junio 1989.
22. La Promoción a la Informática en la Argentina. D. Artana, M. Salinardi. Septiembre 1989.
23. Principales Características de las Exportaciones Industriales en la Argentina. C. Canis, C. Golonbek, I. Soloaga. Diciembre 1989.
24. Efectos de un Esquema de Apertura Económica sobre la Calidad de Bienes Producidos Localmente. C. Canis, C. Golonbek, I. Soloaga. Marzo 1990.
25. Evolución de las Cotizaciones Accionarias en el Largo Plazo. C. Miteff. Julio 1990.
26. Algunas Consideraciones sobre el Endeudamiento y la Solvencia del SPA. D. Artana, O. Libonatti, C. Rivas. Noviembre 1990.
27. La Comercialización de Granos. Análisis del Mercado Argentino. D. Artana, M. Cristini, J. Delgado. Diciembre 1990.
28. Propuesta de Reforma de la Carta Orgánica del Banco Central. J. Piekarz, E. Szewach. Marzo 1991.
29. El Sistema de Obras Sociales en la Argentina: Diagnóstico y Propuesta de Reforma. M. Panadeiros. Agosto 1991.
30. Reforma de la Caja de Jubilaciones y Pensiones de la Provincia de Mendoza. M. Cristini, J. Delgado. Octubre 1991.
31. Los Acuerdos Regionales en los 90: Un Estudio Comparado de la CE92, el NAFTA y el MERCOSUR. M. Cristini, N. Balzarotti. Diciembre 1991.
32. Costos Laborales en el MERCOSUR: Legislación Comparada. J. L. Bour, N. Susmel, C. Bagolini, M. Echart. Abril 1992.

33. El sistema Agro-Alimentario y el Mercado de la CE. M. Cristini. Junio 1992.
34. Gasto Público Social: El Sistema de Salud. M. Panadeiros. Setiembre 1992.
35. Costos Laborales en el MERCOSUR: Comparación de los Costos Laborales Directos. J. L. Bour, N. Susmel, C. Bagolini, M. Echart. Diciembre 1992.
36. El Arancel Externo Común (AEC) del MERCOSUR: los conflictos. M. Cristini, N. Balzarotti. Febrero 1993.
37. Encuesta sobre Inversión en la Industria Manufacturera. M. Lurati. Julio 1993.
38. La Descentralización de la Educación Superior: Elementos de un Programa de Reforma. Agosto 1993.
39. Financiamiento de la Inversión Privada en Sectores de Infraestructura. FIEL/BANCO MUNDIAL. Diciembre de 1993.
40. La Experiencia del Asia Oriental. FIEL/BANCO MUNDIAL. Marzo de 1994.
41. Reforma Previsional y Opción de Reparto-Capitalización. José Delgado. Junio 1994
42. Fiscal Decentralization: Some Lessons for Latin America. D. Artana, R. López Murphy. Octubre 1994.
43. Defensa del Consumidor. D. Artana. Diciembre 1994.
44. Defensa de la Competencia. D. Artana. Marzo 1995.
45. Encuesta sobre Inversión en la Industria Manufacturera (2da. parte). M. Lurati. Setiembre 1995.
46. Precios y Márgenes del Gas Natural: Algunas Observaciones Comparativas. F. Navajas. Octubre 1995.
47. Las PYMES en la Argentina. M. Cristini. Diciembre 1995.
48. El Relabanceo de las Tarifas Telefónicas en la Argentina. D. Artana, R. L. Murphy, F. Navajas y S. Urbiztondo. Diciembre 1995.
49. Una Propuesta de Tarificación Vial para el Area Metropolitana. O. Libonatti, R. Moya y M. Salinardi. Setiembre 1996.
50. Mercado Laboral e Instituciones: Lecciones a partir del Caso de Chile. Ricardo Paredes M. Diciembre 1996.

51. Determinantes del Ahorro Interno: El Caso Argentino. R. López Murphy, F. Navajas, S. Urbiztondo y C. Moskovits. Diciembre 1996.
52. Las Estadísticas Laborales. Juan L. Bour y Nuria Susmel. Junio 1997.
53. Decentralisation, Inter-Governmental Fiscal Relations and Macroeconomic Governance. The Case of Argentina. Ricardo L. Murphy and C. Moskovits. Agosto 1997.
54. Competencia Desleal en el Comercio Minorista. Experiencia para el Caso Argentino. D. Artana y F. Navajas. Agosto 1997.
55. Modernización del Comercio Minorista en la Argentina: El Rol de los Supermercados. D. Artana, M. Cristini, R. Moya, M. Panadeiros. Setiembre 1997.
56. La Deuda Pública Argentina: 1990-1997. C. Dal Din y N. López Isnardi. Junio 1998.
57. Regulaciones a los Supermercados. D. Artana y M. Panadeiros. Julio 1998.
58. Desarrollos Recientes en las Finanzas de los Gobiernos Locales en Argentina. R. López Murphy y C. Moskovits. Noviembre 1998.
59. Aspectos Financieros de Tipos de Cambio y Monetarios del Mercosur. Diciembre 1998.
60. El Problema del Año 2000. Implicancias Económicas Potenciales. E. Bour. Marzo 1999.
61. El Crédito para las Microempresas: Una Propuesta de Institucionalización para la Argentina: M. Cristini y R. Moya. Agosto 1999.
62. El Control Aduanero en una Economía Abierta: El Caso del Programa de Inspección de Preembarque en la Argentina. M. Cristini y R. Moya. Agosto 1999.
63. La Integración Mercosur-Unión Europea: La Óptica de los Negocios. M. Cristini y M. Panadeiros. Diciembre 1999.
64. La Apertura Financiera Argentina de los '90. Una Visión Complementaria de la Balanza de Pagos. Claudio Dal Din . Junio 2000.
65. Hacia un Programa de Obras Públicas Ampliado: Beneficios y Requisitos Fiscales. S. Auguste, M. Cristini y C. Moskovits. Setiembre 2000.
66. Una Educación para el Siglo XXI. La Evaluación de la Calidad de la Educación. G. Cousinet. Noviembre 2000.
67. Una Educación para el Siglo XXI. La Práctica de la Evaluación de la Calidad de la Educación. Experiencia Argentina e Internacional. M. Nicholson. Diciembre 2000.

68. Microeconometric Decompositions of Aggregate Variables. An Application to Labor Informality in Argentina. L. Gasparini. Marzo 2001.
69. Apertura Comercial en el Sector Informático. P. Acosta y M. Cristini. Junio 2001.
70. Reseña: Índice de Producción Industrial y sus Ciclos. Lindor Esteban Martin Lucero. Agosto 2001.
71. El Agro y el País: Una Estrategia para el Futuro. Octubre 2001.
72. Seguridad Social y Competitividad: El Caso del Sistema de Salud. M. Panadeiros. Marzo 2002.
73. Estructuras Tarifarias Bajo Estrés. F. Navajas. Setiembre 2002.
74. Nuevas Estrategias Competitivas en la Industria Farmacéutica Argentina y Reconocimiento de la Propiedad Intelectual. M. Panadeiros. Octubre 2002.
75. Infraestructura y Costos de Logística en la Argentina. M. Cristini, R.Moya y G. Bermúdez. Noviembre 2002.
76. Productividad y Crecimiento de las PYMES: La Evidencia Argentina en los 90. M. Cristini, P. Costa y N. Susmel. Mayo 2003.
77. Renegotiation with Public Utilities in Argentina: Analysis and Proposal. S. Urbiztondo. Octubre 2003.
78. Cables Suelos: La Transmisión en la Provincia de Buenos Aires (Comedia) E. Bour y Carlos A. Carman. Noviembre 2003.
79. Educación Universitaria. Aportes para el debate acerca de su efectividad y equidad. M. Echart. Diciembre 2003.

ESTAS EMPRESAS CREEN EN LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA PRIVADA EN LA ARGENTINA

ACARA-Asoc. de Conces. de Autom. de la Rep. Arg.
Aga S.A.
Agfa Gevaert Arg. S.A.
Amarilla Gas S.A.
American Express Argentina S.A.
Aseg. de Caucciones S.A. Cía. Seg.
Aseg. de Créditos y Garantías
Asoc. Argentina de Cías. de Seguros
Asoc. Bancos de la Argentina -ABA
Asoc. de Concesionarios de Automotores de la Rep. Arg.
Automóvil Club Argentino

Banca Nazionale del Lavoro S.A.
Banco CMF S.A.
Banco COMAFI
Banco Galicia
Banco de Inversión y Comercio Exterior - BICE
Banco Europeo para América Latina
Banco Patagonia-Sudameris S.A.
Banco Río
Banco Sáenz S.A.
Banco Societe Generale
BankBoston
Banco Macro-Bansud S.A.
Bayer S.A.
BBV Banco Francés
BNP Paribas
Bodegas Chandon S.A.
Bolsa de Cereales de Buenos Aires
Bolsa de Comercio de Bs.As.
Booz Allen & Hamilton de Arg. S.A.
Bunge Argentina S.A.

C&A Argentina SCS
Cablevisión S.A.
Caja de Seguro S.A.
Cámara Argentina de Comercio
Cámara Argentina de Supermercados
Cámara de Frigoríficos de Argentina
Camuzzi Argentina
Cargill S.A.C.I.

Carrefour Argentina S.A.
Central Puerto S.A.
Cepas Argentinas S.A.
Cervecería y Maltería Quilmes
Citibank, N.A.
CMS Operating S.A.
Coca Cola de Argentina S.A.
Coca Cola FEMSA de Buenos Aires
Compañía de Radio Comunicaciones Móviles
COPAL
Corsiglia y Cía. Soc. de Bolsa S.A.
CTI Compañía de Teléfonos del Interior S.A.

Daimler Chrysler
Direct TV
Droguería Del Sud
Du Pont Argentina S.A.

EDENOR S.A.
Editorial Atlántida S.A.
Esso S.A. Petrolera Argentina
Estudio Glibota Mac Loughlin y Asoc.

F.V.S.A.
Falabella S.A.
Farmanet S.A.
Ford Argentina S.A.
Fratelli Branca Dest. S.A.
Fund. Cámara Española de Comercio de la Rep. Arg.

Gas Natural Ban S.A.
Grupo Danone
Grimoldi S.A.

Hewlett Packard Argentina S.A.

ESTAS EMPRESAS CREEN EN LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA PRIVADA EN LA ARGENTINA

IBM Argentina S.A.
Industrias Metalúrgicas Pescarmona
IRSA

Javicho S.A.
José Cartellone Const. Civiles S.A.
JP Morgan Chase

La Holando Sudamericana
Loma Negra C.I.A.S.A.
Luncheon Tickets S.A.
Lloyds Bank (BLSA) Limited

Marby S.A.
Massalin Particulares S.A.
Mastellone Hnos. S..
Medicus A. de Asistencia Médica y Científica
Mercado Abierto Electrónico S.A.
Mercado de Valores de Bs. As.
Merchant Bankers Asociados
Metrogas S.A.
Molinos Río de la Plata S.A.
Murchison S.A. Estib. y Cargas

Nobleza Piccardo S.A.I.C.F.
Novartis
Nuevo Banco Bisel S.A.

OCA S.A.
Organización Techint
Orígenes AFJP S.A.
Orlando y Cía. Sociedad de Bolsa

Pan American Energy LLC
PBBPolisur S.A.
Petrobras Energía S.A.
Philips Argentina S.A.

Pirelli Argentina S.A.

Repsol-YPF S.A.
Roggio S.A.

S.A.C.E.I.F. Louis Dreyfus y Cía. Ltda.
San Jorge Emprendimientos S.A.
SC Johnson & Son de Arg. S.A.
SanCor Coop. Unidas Ltda.
Sealed Air Argentina S.A.
Shell C.A.P.S.A.
Siembra AFJP
Siemens S.A.
Sociedad Comercial del Plata S.A.
Sociedad Rural Argentina
Swift Armour S.A. Argentina

Telecom Argentina
Telefónica de Argentina
Total Austral
Transportadora de Gas del Norte SA

Unicenter Shopping
Unilever de Argentina S.A.
Unión de Administradoras de Fondos,
Jubilaciones y Pensiones

Vidriería Argentina S.A.