



Unión Industrial Argentina

Sin Industria No Hay Nación



Buenos Aires, 31 de enero de 2014

Mesa de Competitividad Sistémica

Encuesta Nacional sobre Competitividad e Inversión

Introducción

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en forma conjunta con la Unión Industrial Argentina (UIA), la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) y la Confederación General Económica (CGE), dió inicio a la ENCUESTA NACIONAL SOBRE COMPETITIVIDAD E INVERSIÓN el día 21 de octubre de 2013 y se relevó hasta los primeros días del mes de Diciembre 2013.

Este operativo se realizó con el objetivo principal de obtener información actualizada acerca de los factores que afectan la competitividad de las empresas y los proyectos de inversión del sector privado a nivel nacional.

La decisión de llevar adelante este operativo fue tomada en el marco de las reuniones técnicas de la Mesa de Competitividad Sistémica, que se desarrollaron por instrucción de la Presidenta de la Nación Dra. Cristina Fernández de Kirchner.

La Encuesta alcanzó a un conjunto de grandes empresas representativas de los diversos sectores y subsectores de la actividad económica.

Se destinó al operativo una importante cantidad de personal y recursos, que cubrieron las áreas de relevamiento, procesamiento y análisis de la información.

Panel Relevado:

El panel relevado se determinó con 400 grandes empresas nacionales y extranjeras que pudieran brindar información relevante respecto a la situación de la competitividad y las perspectivas y obstáculos a la inversión en los siguientes sectores:

- Industria Manufacturera
- Logística & Transporte
- Producción de Energía

Grandes Líneas de Investigación:

Las líneas de investigación se abordaron a través de preguntas apodadas por instituciones participantes de manera de generar información referente a:

- Posicionamiento Nacional e Internacional
- Competidores y Situación Relativa
- Estrategias de Competitividad
- Planes y obstáculos a la Inversión

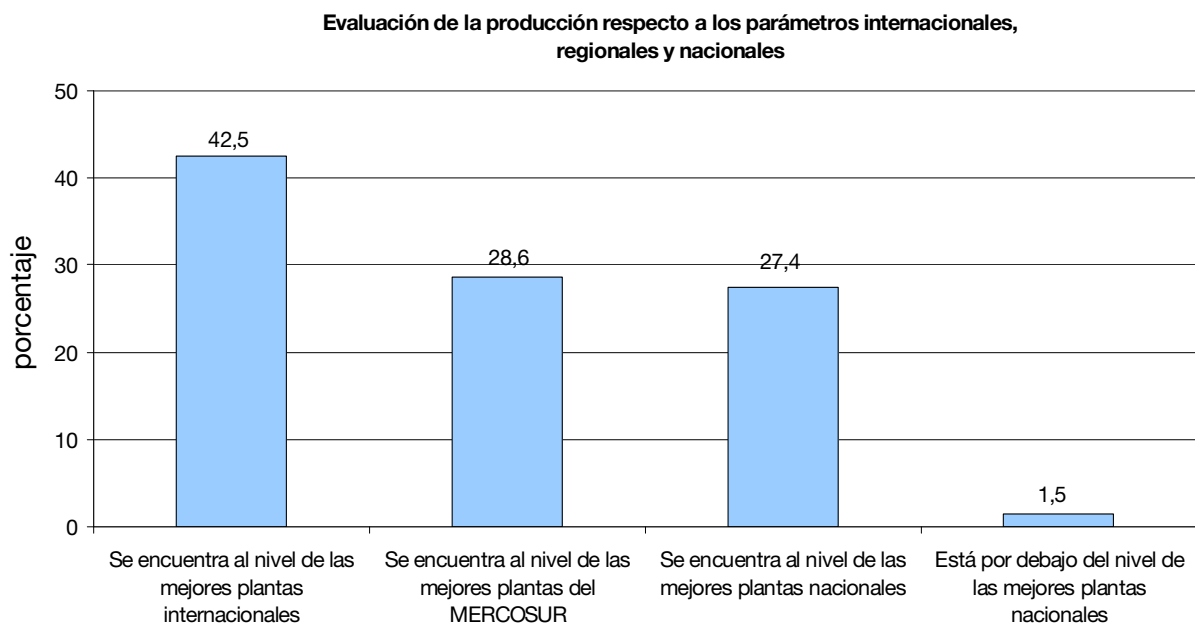
A continuación se presenta un resumen de la información obtenida, permitiendo los datos recabados ulteriores procesamientos por actividad, producto o área de interés.

Posicionamiento dentro de los parámetros internacionales, regionales y nacionales

A partir de la información obtenida del panel de empresas compuesto por firmas de diferentes tamaños, sectores y origen de capital (nacional o extranjero) se puede observar que el 42,5% de las mismas considera que su producción se encuentra al nivel de las mejores plantas internacionales.

Un 28,6% de los respondientes califica el nivel de su producción a la altura de las mejores plantas del MERCOSUR, el 27,4% de las firmas se ubica al nivel de las mejores plantas nacionales mientras que el 1,5% de los informantes evaluó que su producción está por debajo de las mejores plantas nacionales.

Para definir en que posicionamiento dentro de los parámetros internacionales, regionales y nacionales se encuentran las empresas tuvieron en cuenta la escala productiva, antigüedad de los equipos, tecnología de los productos elaborados, etc.

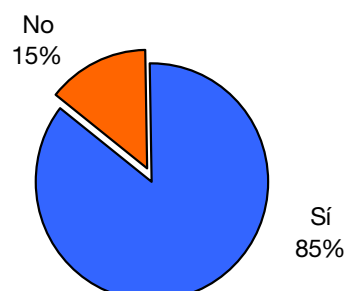


Inversión

Planes y estrategias

En materia de inversión, el 85% de las empresas del panel manifestó que prevén realizar nuevas inversiones, mientras que el 15% restante declaró no tener previsto realizar inversiones.

Empresas que prevén nuevas inversiones



Al analizar los motivos considerados por las empresas para realizar nuevas inversiones, se observa que las principales razones se centran en “Incrementar la productividad” (17,9%), “Reponer maquinaria y equipo por desgaste” (15,9%), “Mejorar la calidad de los productos/servicios que produce” (12,7%) y “Desarrollar nuevos productos/servicios” (9,6%).

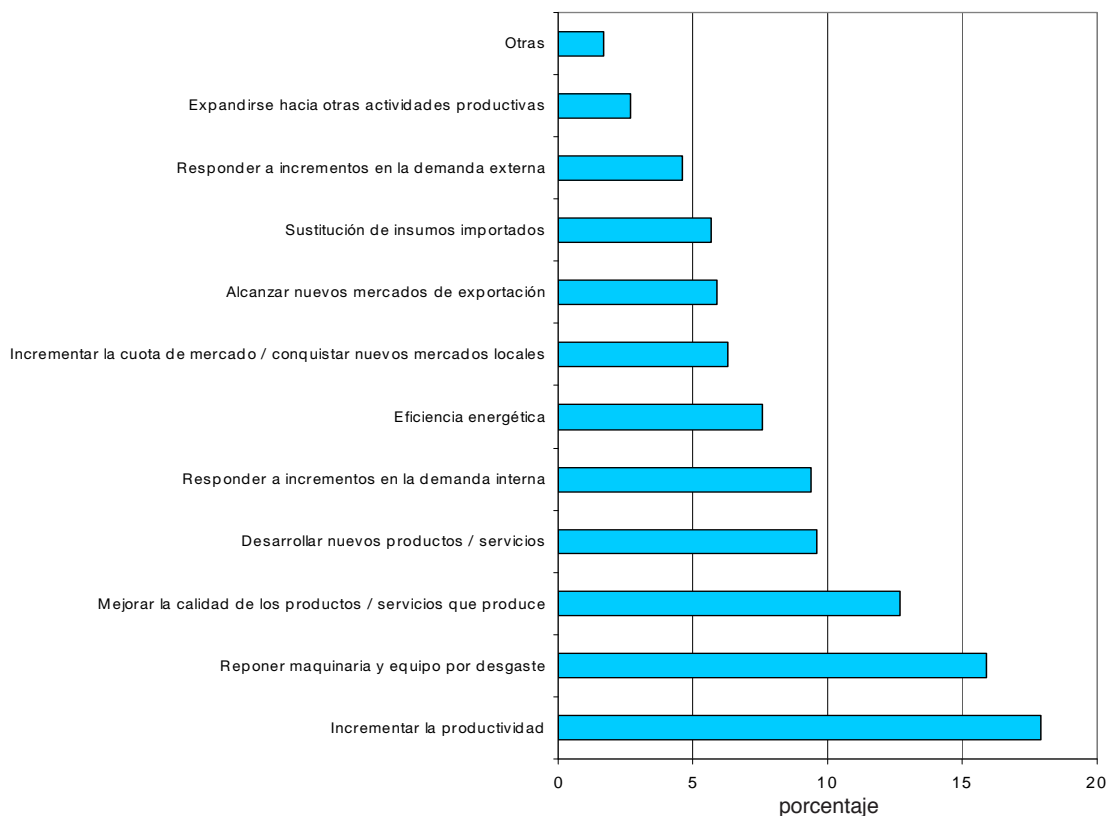
Las opciones como la “Expansión hacia otras actividades productivas” (2,7%), “Responder a incrementos en la demanda externa” (4,6%) y “Sustituir insumos importados” (5,7%) tuvieron menor incidencia de respuesta.

Dentro de las especificaciones del ítem “Otras”, las empresas especificaron como otras razones para invertir la “Mejora de estándares Medioambientales y de Seguridad” así como “Realizar cambios tecnológicos”.

Razones que motivan la nueva inversión	%
Incrementar la productividad	17,9
Reponer maquinaria y equipo por desgaste	15,9
Mejorar la calidad de los productos / servicios que produce	12,7
Desarrollar nuevos productos / servicios	9,6
Responder a incrementos en la demanda interna	9,4
Eficiencia energética	7,6
Incrementar la cuota de mercado / conquistar nuevos mercados locales	6,3
Alcanzar nuevos mercados de exportación	5,9
Sustitución de insumos importados	5,7
Responder a incrementos en la demanda externa	4,6
Expandirse hacia otras actividades productivas	2,7
Otras	1,7

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

Razones que motivan la nueva inversión, según porcentaje de respuesta



Principales estrategias

En este sentido, las empresas que han manifestado la necesidad de realizar nuevas inversiones han destacado que las estrategias que motivaron las nuevas inversiones están enfocadas en “Aumentar la capacidad de producción” (23,5%), “Reducir costos” (20,7%), “Incorporar nuevos bienes de capital” (10,9%) y “Lanzar nuevos productos” (10,5%).

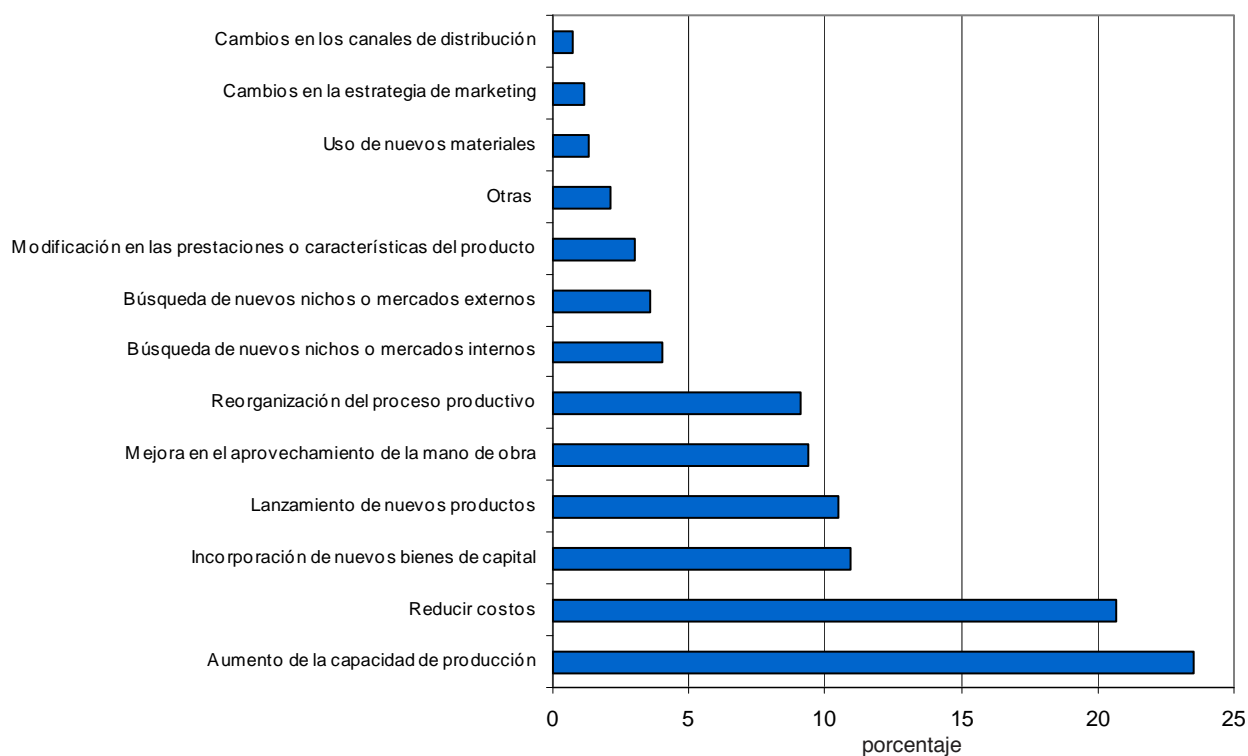
Por su parte, dentro de las de menor incidencia se encuentran las estrategias dirigidas a realizar “Cambios en los canales de distribución” (0,7%), “Cambios en la estrategia de marketing” (1,2%) y “Uso de nuevos materiales” (1,3%).

Entre otras estrategias resaltadas por las empresas como orientadoras de la inversión se encuentra “Aumentar el valor agregado de producción”, “Mantener la capacidad de producción” y “Adoptar estrategias de desarrollo sustentable”.

Principales estrategias que orientan las actividades de inversión	%
Aumento de la capacidad de producción	23,5
Reducir costos	20,7
Incorporación de nuevos bienes de capital	10,9
Lanzamiento de nuevos productos	10,5
Mejora en el aprovechamiento de la mano de obra	9,4
Reorganización del proceso productivo	9,1
Búsqueda de nuevos nichos o mercados internos	4,0
Búsqueda de nuevos nichos o mercados externos	3,6
Modificación en las prestaciones o características del producto	3,0
Otras	2,1
Uso de nuevos materiales	1,3
Cambios en la estrategia de marketing	1,2
Cambios en los canales de distribución	0,7

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

Principales estrategias que orientan las actividades de inversión



Análisis de las principales razones y estrategias que motivan la inversión

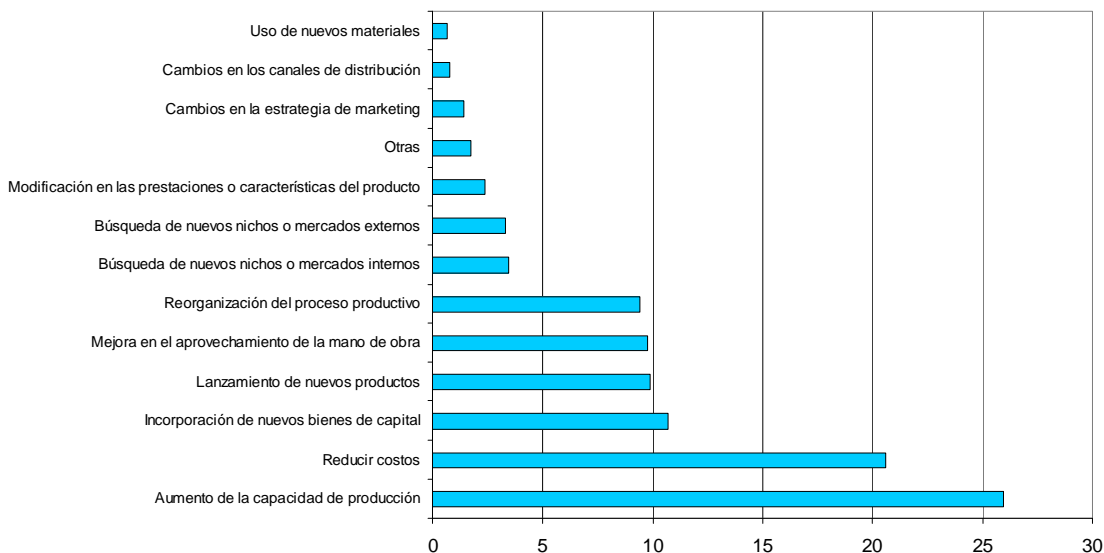
Teniendo en cuenta las 2 principales razones junto a las estrategias seleccionadas por las empresas para invertir, se realizó el cruce entre las variables a modo de observar las elecciones resultantes ante las decisiones de inversión.

Por lo tanto, al realizar el cruce de las 2 principales motivos, “Incrementar la productividad” y “Reponer maquinaria y equipo por desgaste”, indicadas por las empresas del panel como motivadoras de las nuevas inversiones, se observa que las estrategias mas importantes para ambos casos son el “Aumento de la capacidad de producción” y “Reducir los costos”.

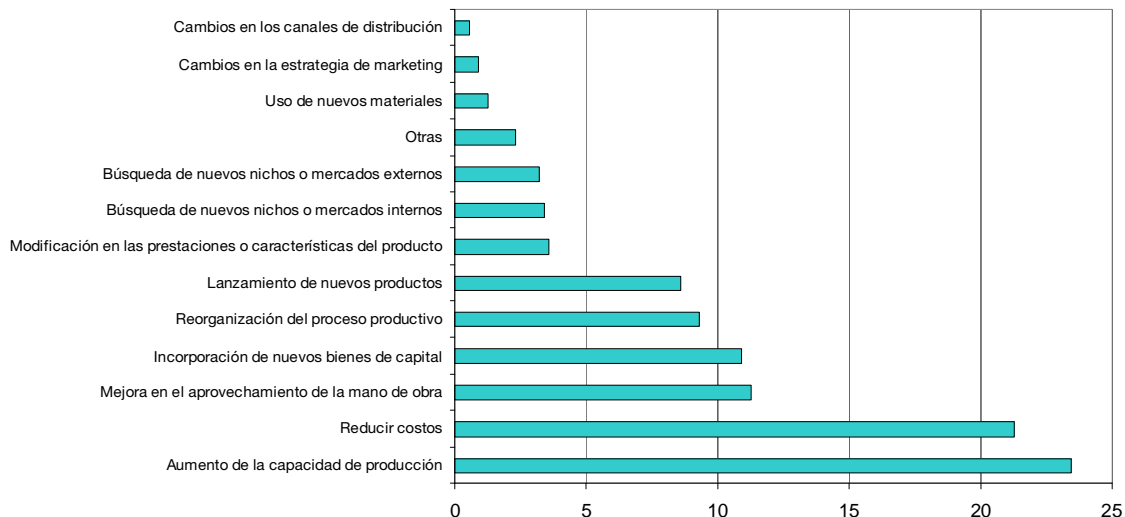
Sin embargo, para las empresas que decidieron “Reponer Maquinaria y equipo por desgaste” la “Mejora en el aprovechamiento de la mano de obra” y la “Reorganización del proceso productivo” tiene una mayor preponderancia que para los que eligieron “Incrementar la productividad”, casos en los cuales la “Incorporación de nuevos bienes de capital” y el “Lanzamiento de nuevos productos” le siguen en importancia.

Si se analizan las estrategias de menor relevancia para dichos casos puede observarse que para los que decidieron “Incrementar la productividad”, el “Uso de nuevos materiales” fue la de menor interés, mientras que para los que decidieron “Reponer maquinaria y equipo por desgaste”, la opción “Cambios en los canales de distribución” tuvo el menor nivel de respuesta.

Incrementar la productividad de acuerdo a las estrategias que orientan la inversión, en porcentaje



Reponer maquinaria y equipo por desgaste de acuerdo a las estrategias que orientan la inversión, en porcentaje



Impedimentos a la inversión

Para las empresas que declararon no tener previstas inversiones se analizaron los factores que impiden o dificultan las mismas.

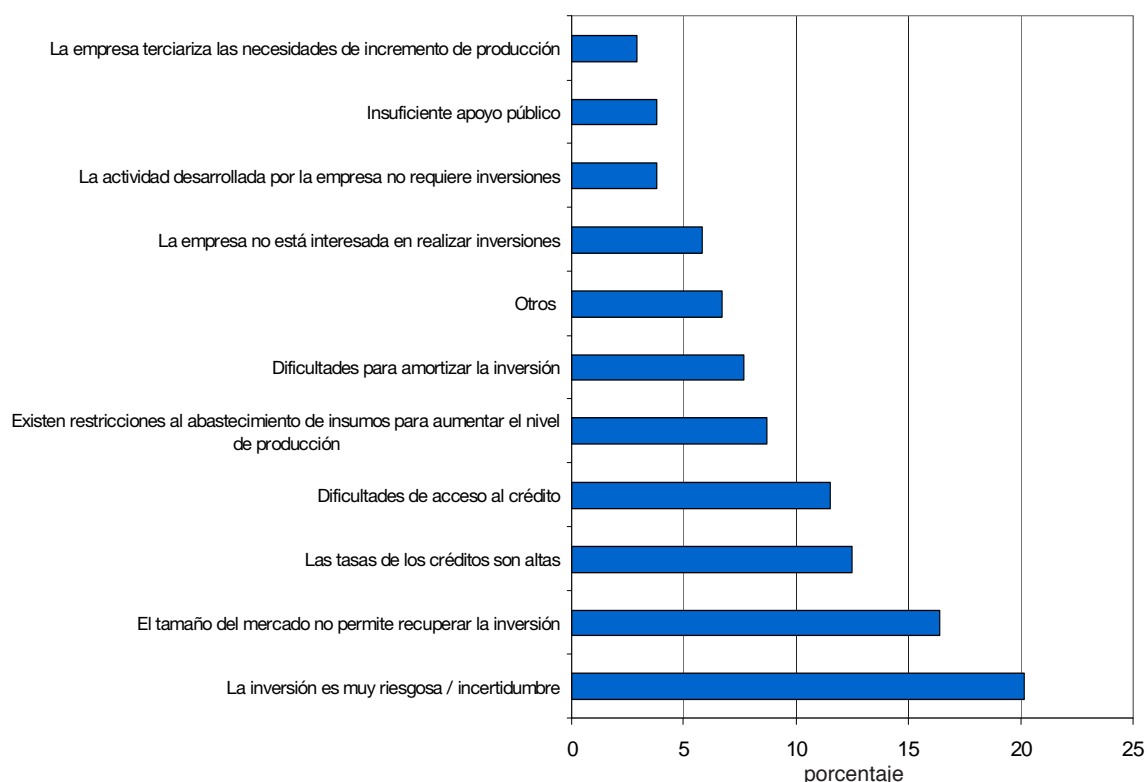
Ante la consulta de los factores que impiden la realización de las inversiones, las empresas destacaron como principal impedimento “El riesgo y la incertidumbre a la hora de invertir” (20,2%), “El tamaño del mercado no permite recuperar la inversión” (16,4%), “Las tasas de los créditos son altas” (12,5%) así como las “Dificultades de acceso al crédito” (11,5%).

Entre los factores que presentan menor incidencia se encuentran “La terciarización de las necesidades de incremento de producción” (2,9%) y el “Insuficiente apoyo publico” (3,8%).

Factores que impiden la realización de inversiones	%
La inversión es muy riesgosa/incertidumbre	20,2
El tamaño del mercado no permite recuperar la inversión	16,4
Las tasas de los créditos son altas	12,5
Dificultades de acceso al crédito	11,5
Existen restricciones al abastecimiento de insumos para aumentar el nivel de producción	8,7
Dificultades para amortizar la inversión	7,7
Otros	6,7
La empresa no está interesada en realizar inversiones	5,8
La actividad desarrollada por la empresa no requiere inversiones	3,8
Insuficiente apoyo público	3,8
La empresa terciariza las necesidades de incremento de producción	2,9

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

Factores que impiden la realización de inversiones



Análisis según Actividad Principal

Dada la diversidad de actividades incluidas en el relevamiento, a los efectos de este análisis, se determinaron 9 grandes grupos de actividades que cubrieran todos los sectores encuestados.

Como parte del análisis acerca de la competitividad y los proyectos de inversión del sector privado a nivel nacional, se consultó a las empresas por la Utilización de la capacidad instalada en su estado actual a fin de conocer el comportamiento de las mismas.

El estudio de la utilización de la capacidad instalada mide la proporción de la capacidad instalada del sector que está siendo actualmente utilizada, según la apreciación de cada empresa con su propio criterio.

En cuanto a los niveles de utilización de la capacidad instalada, se observa que el mayor nivel de utilización se encuentra en las empresas correspondientes a las actividades de “Transporte y Logística” con 90,7%. Comportamiento similar se observa en las empresas con actividad relacionada a “Papel y Productos de la madera” y “Vehículos y Material de transporte” con 84,6% y 83,2%, respectivamente.

Por su parte, las que declaran tener el menor nivel de utilización se encuentran asociadas a las actividades de “Energía” con 61,6%, “Maquinaria y Equipo” con 68,5% y “Textiles, Productos de vestir y Calzados” con 76%.

Porcentaje de utilización de la capacidad instalada, según grupos de actividad	%
Alimentos, Bebidas y Tabaco	77,9
Textiles, Productos de vestir y Calzados	76,0
Papel y Productos de la madera	84,6
Químicos, Farmacéuticos y Plástico	79,5
Productos metalúrgicos y minerales	80,0
Maquinaria y Equipo	68,5
Vehículos y Material de transporte	83,2
Energía	61,6
Transporte y Logística	90,7

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

La intención de realizar nuevas inversiones fue afirmativo en el 85% del total. Sin embargo, si el análisis se hace por grupo de actividad, los resultados presentan evidencias disímiles.

En este sentido, se aprecia que el mayor porcentaje en cuanto a la declaración de nuevas inversiones la tuvieron las empresas del grupo que comprende las actividades de “Maquinaria y Equipo” con 100%, seguido de las empresas “Textiles, Productos de Vestir y Calzado” con 95,2%.

Sin embargo, las empresas correspondientes al grupo de “Papel y Productos de la madera” y de “Vehículos y Material de transporte” sostienen menores niveles de inversión del 66,7% y 74,2%, respectivamente.

Empresas que prevén y no prevén inversiones, según grupo de actividad	%
Alimentos, Bebidas y Tabaco	88,8
Textiles, Productos de vestir y Calzados	95,2
Papel y Productos de la madera	66,7
Químicos, Farmacéuticos y Plástico	86,2
Productos metalúrgicos y minerales	87,5
Maquinaria y Equipo	100,0
Vehículos y Material de transporte	74,2
Energía	88,2
Transporte y Logística	78,3

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

Competitividad

En materia de competitividad, el 64,8% de las empresas respondientes manifestó no haber perdido clientes a manos de competidores del exterior, mientras que el 35,2% restante si declaró haber sido afectado en el período analizado.

Dentro de este último grupo, los factores que las empresas declararon como relevante frente a la competencia externa fueron el “Precio” (36,1%), los “Problemas de abastecimiento” (12,9%) y “Otros” (12%), entre otras causas.

Del análisis de las respuestas al punto “Otros” surge que las empresas especificaron que la “Definición en las políticas cambiarias”, las “Medidas arancelarias”, los “Derechos de exportación” y los “Altos costos o a la falta de insumos” son factores de incidencia importante a la hora de competir.

Se detectaron asimismo que los factores como “Calidad” (0,8%), “Plazos de entrega” (4%) y “Problemas de Escala” (5,2%) resultaron tener menos incidencia frente a la competencia externa.

Factores relevantes frente a competidores del exterior (producto principal)	%
Precio	36,1
Problemas de escala	5,2
Calidad	0,8
Problemas de abastecimiento	12,9
Plazos de entrega	4,0
Costos de entrega	11,2
Financiamiento	7,6
Condiciones y formas de pago	10,0
Otros	12,0

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

En términos sectoriales se observa que las empresas que declaran haber perdido clientes en manos de competidores del exterior están asociadas a las actividades de “Alimentos, Bebidas y Tabaco” (33,1%), “Químicos, Farmacéutico y Plásticos” (27,9%) y “Vehículos y Material de transporte” (9,8%).

Destacándose entre las actividades con menor incidencia las empresas que desarrollan actividades de “Energía”, “Transporte y Logística” y “Textiles, Productos de vestir y Calzados”.

Factores relevantes frente a competidores del exterior (producto principal), según grupo de actividad

Grupo de actividad	Precio	Problemas de escala / falta de capacidad instalada	Calidad	Problemas de abastecimiento de materias primas e insumos	Plazos de entrega	Costos de entrega (empaquete, flete, seguros, etc.)	Financiamiento	Condiciones y formas de pago	Otros
Alimentos, Bebidas y Tabaco	9,7	1,6	0,0	4,1	0,8	6,8	2,4	2,9	4,9
Textiles, Productos de vestir y Calzados	2,0	0,4	0,0	0,8	0,4	0,0	0,0	0,0	0,5
Papel y Productos de la madera	2,0	0,4	0,0	0,4	0,0	0,8	0,4	0,5	0,0
Químicos, Farmacéuticos y Plástico	8,9	1,6	0,4	4,8	2,0	2,0	1,6	2,9	3,7
Productos metalúrgicos y minerales	3,7	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,8	1,3	0,5
Maquinarias y Equipos	3,3	0,4	0,0	1,2	0,3	0,0	1,6	1,2	0,5
Vehículos y Maquinas de transporte	4,5	0,4	0,0	0,8	0,4	1,6	0,8	0,9	0,4
Energía y Comercio	0,4	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Transporte y Logística	1,6	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,9
Total	36,1	5,2	0,8	12,9	4,0	11,2	7,6	10,0	12,0

Fuente: Encuesta Nacional de Competitividad e Inversión

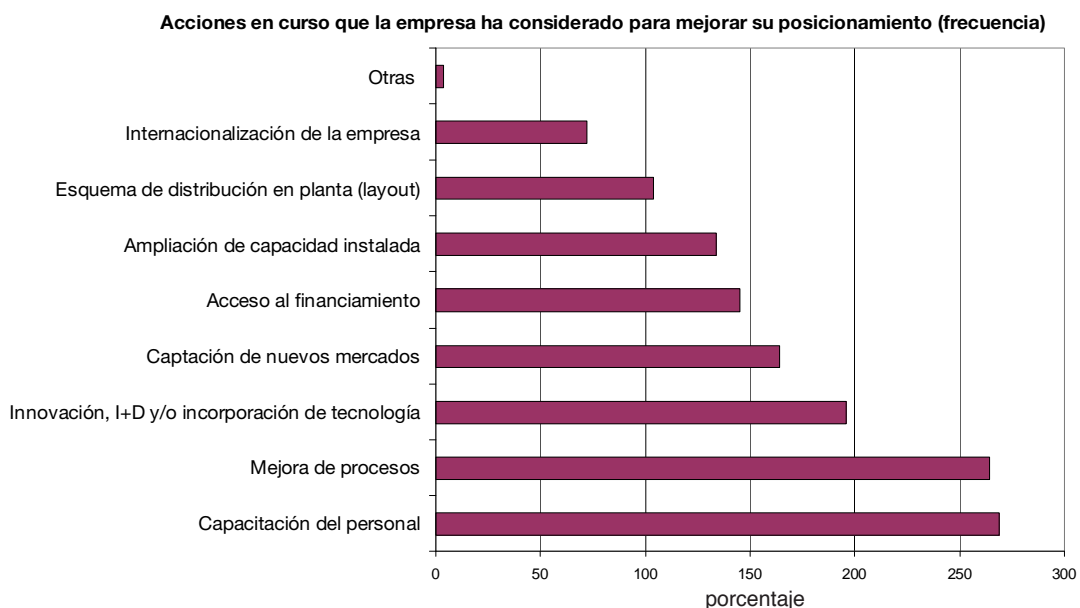
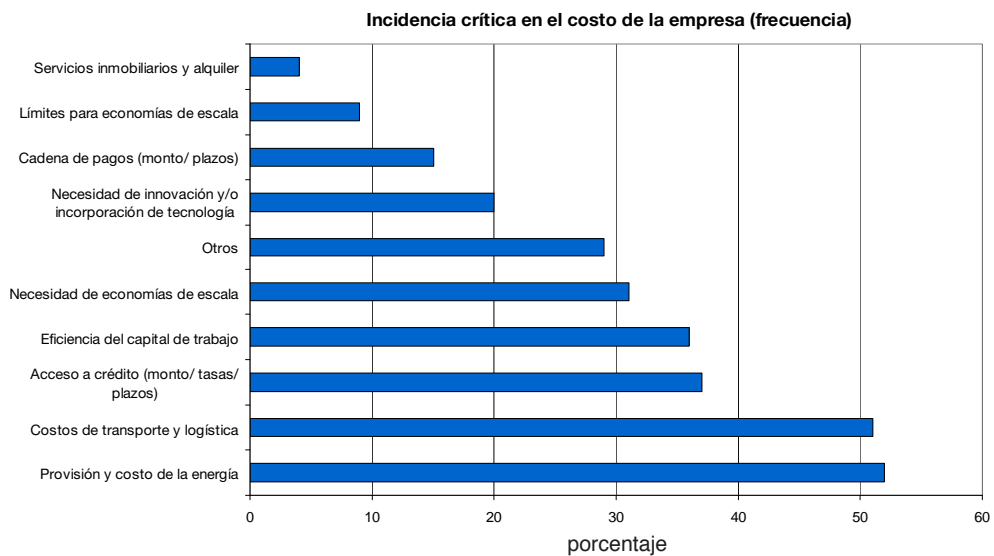
Estrategias para la Competitividad

En relación a las estrategias para la competitividad, las empresas han resaltado la importancia de ciertos factores que presionan sobre sus costos y las acciones que pretende tomar para un mejor posicionamiento competitivo y así poder diferenciar el impacto y los resultados que puedan tener.

Haciendo el análisis de los factores que presionan sobre los costos totales de la empresa según el grado de incidencia crítica declarado por las empresas, la “Provisión y costo de la energía”, “Costos de transporte y logística” y el “Acceso al Crédito” son los factores mas señalados. Por otra parte, los “Servicios inmobiliarios y alquiler”, “Límites para economías de escala” y “Cadena de pago” son destacados como los menos influyentes.

Un dato a destacar, dentro del ítem “Otras”, es la relevancia de los “Costos laborales” y la “Disponibilidad de profesionales de alta capacitación” dado que este factor ha sido señalado como de incidencia crítica por el 53% de los respondentes de esta opción.

En término de las acciones consideradas por las empresas para mejorar su posicionamiento competitivo, y que se encuentra en proceso de realización, la “Capacitación del personal”, la “Mejora de procesos”, e “Innovación, I+D y/o incorporación de tecnología” son las mas destacadas.



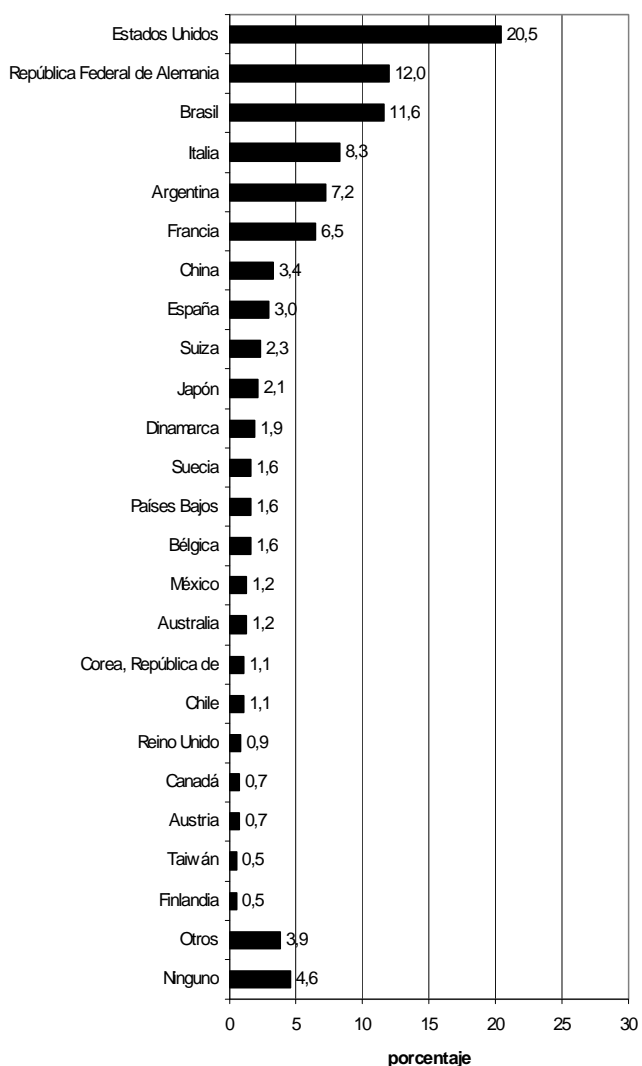
Competidores y Situación Relativa

Analizando la evaluación que hicieron las empresas respecto al resto de los países las mismas expresaron que los países referentes en cuanto a la tecnología de los productos que producen, los de mayor relevancia son Estados Unidos, República Federal de Alemania, Brasil e Italia, mientras que los países como Finlandia, Taiwán, Austria y Canadá se encuentran entre los de menor influencia, entre los elegidos por los informantes.

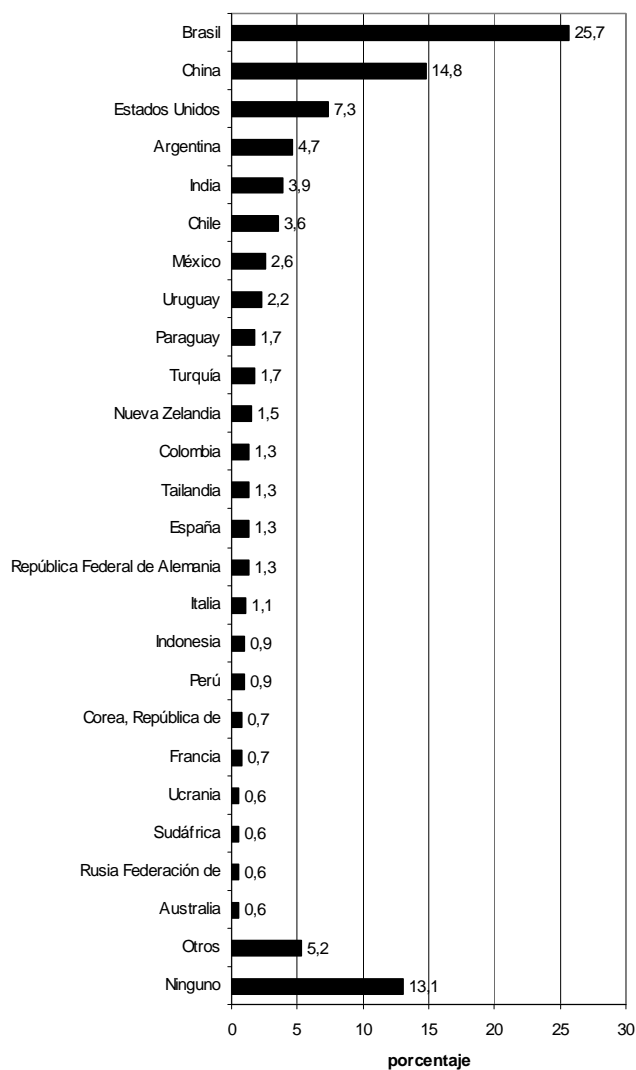
Por su parte, si se observan las respuestas respecto a los países que compiten por menores costos, los países señalados por las empresas como un posible competidor son Brasil, China y Estados Unidos. En contraposición, los países considerados como de menor competencia por sus costos son Australia, Federación Rusa, Sudáfrica y Ucrania.

Por ultimo, los países que las empresas del panel han destacado como modelos a imitar dentro de una estrategia de mejora de competitividad son Brasil, Estados Unidos, República Federal de Alemania, China y Chile por encima de Argentina. Sin embargo, los países como Bélgica, Canadá, Tailandia y Dinamarca fueron indicados como los de menor importancia a la hora de ser considerados como modelos, siempre dentro de los seleccionados por las empresas.

País referente, en cuanto a la tecnología, de los productos que produce



País que compite por menores costos



País que toman como modelo a imitar dentro de una estrategia de mejora de competitividad

