



Informe sobre las PyME Industriales de Tucumán

Observatorio PyME de la Provincia de Tucumán

Fundación Observatorio PyME

Università di Bologna

**Oswaldo Meloni
Octubre de 2009**

Índice de la presentación

- A. **Caracterización de las PyME industriales de la provincia**
- B. **Cadenas productivas y competencia**
 - Clientes y proveedores**
 - Competidores**
- C. **Desempeño productivo, expectativas y problemas**
 - Inserción internacional**
 - Expectativas y problemas**
- D. **Tecnología, capital físico y humano**
 - El proceso inversor**
 - Tecnologías y certificaciones de calidad**
 - Empleo y capacitación**
- E. **El financiamiento de las PyME industriales**
- F. **Infraestructura, entorno y gobierno local**

Antigüedad

Edad

Solo el 31% de las PyMEs industriales tiene más de 15 años de antigüedad

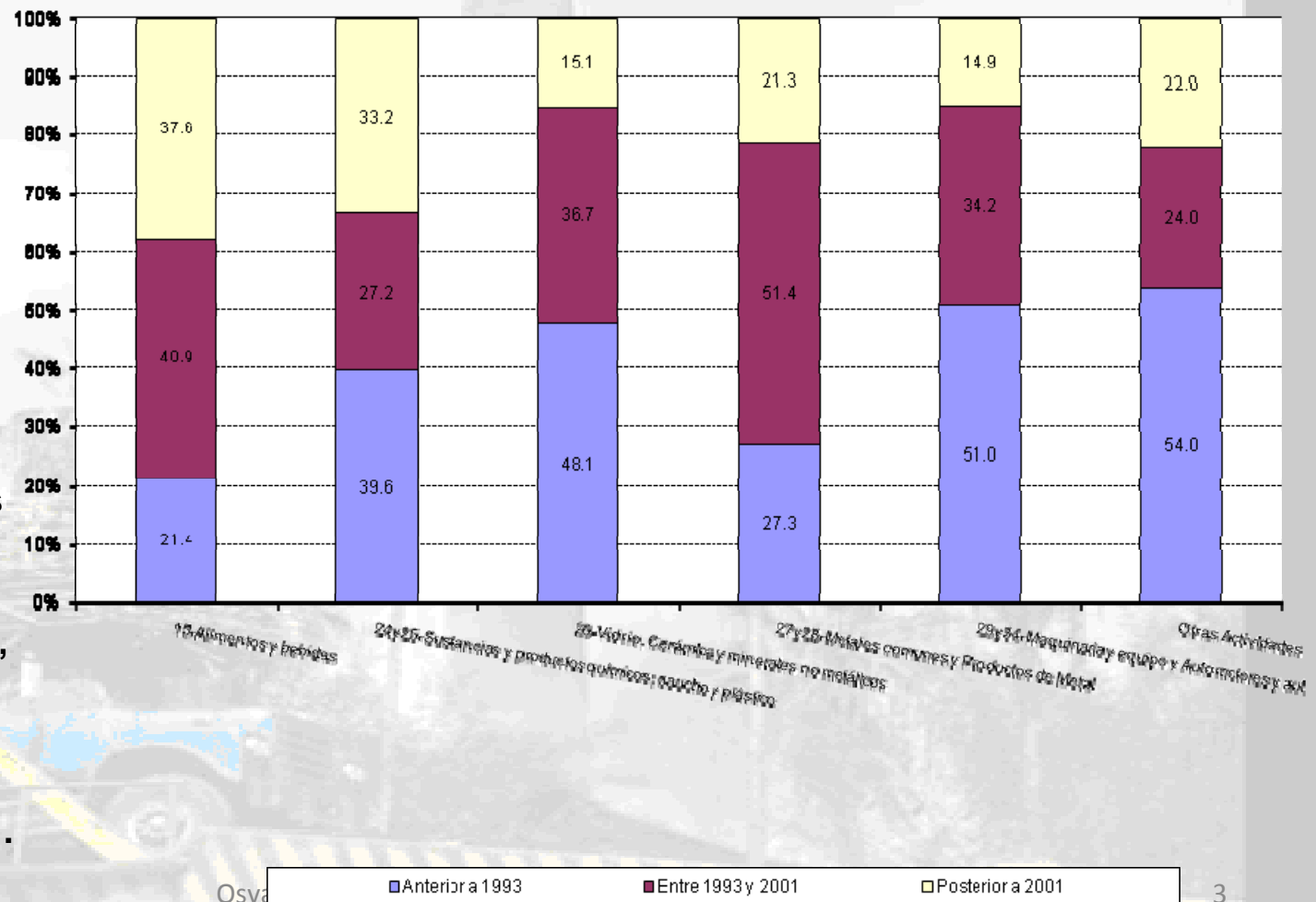
Un 39% se generó durante los años de la convertibilidad, entre 1993 y 2001

El restante 30% nació con posterioridad a 2001.

Edad y Tamaño

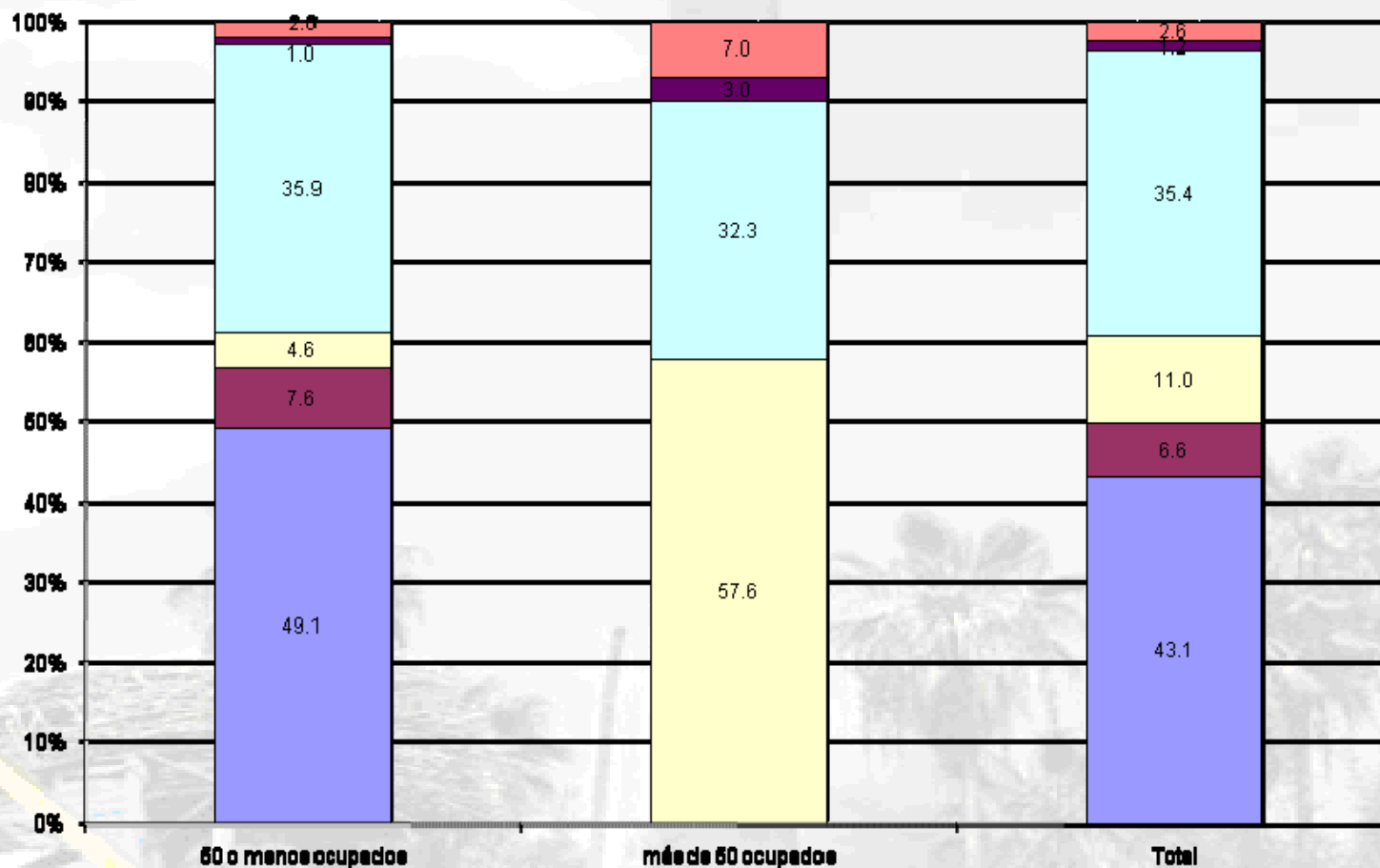
El 65% de las empresas con más de 50 empleados fue creada con anterioridad a 1993, un 31% entre 1993 y 2001 y solo un 3,1% de las empresas fue generada luego de 2001.

Año de inicio de actividades con la actual razón social.



Forma Jurídica

Forma
Jurídica
y
Tamaño



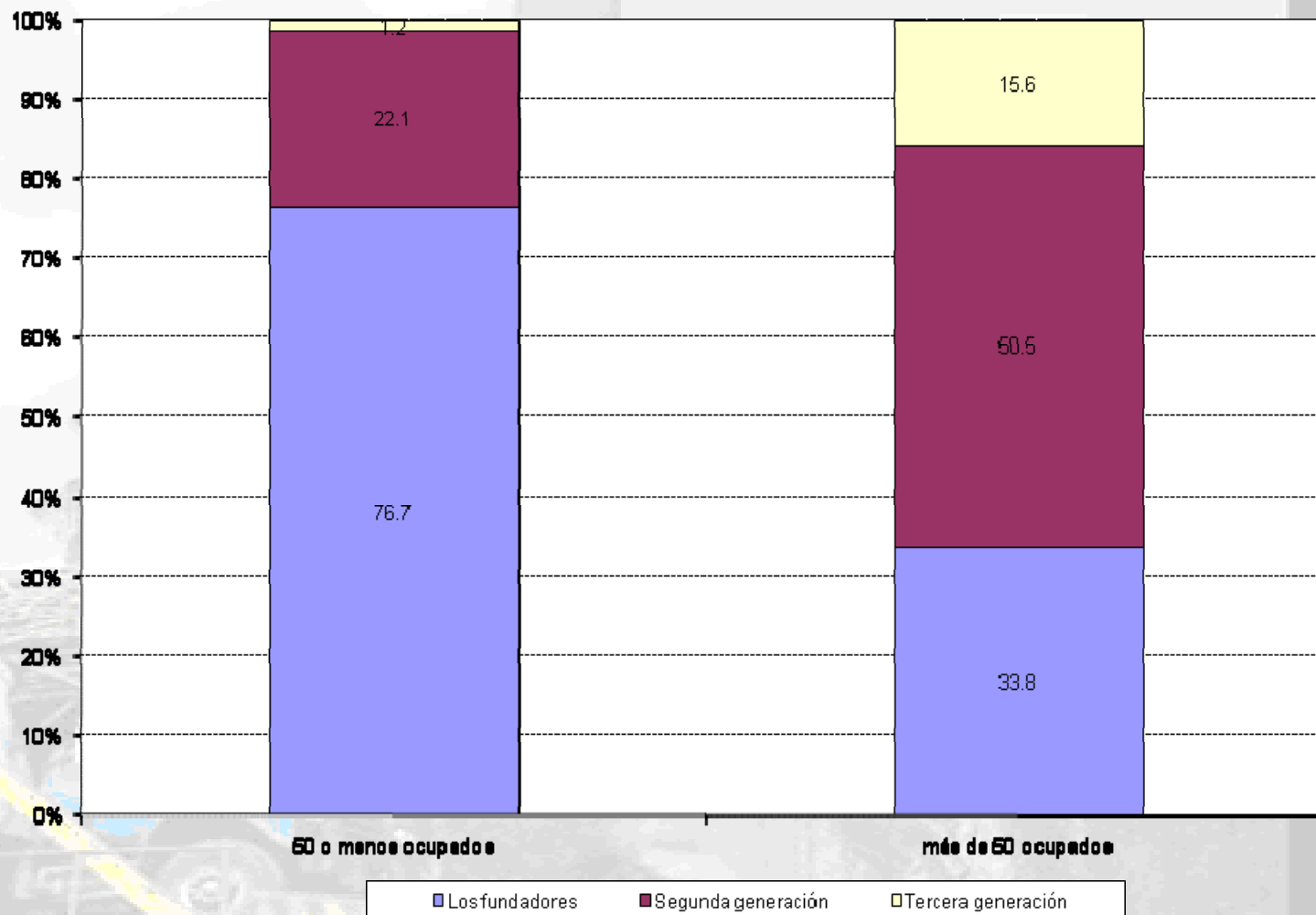
■ Unipersonal
 ■ Sociedad de hecho
 ■ Sociedad anónima
 ■ Sociedad de responsabilidad limitada
 ■ Sociedad cooperativa
 ■ Otra

Conducción

Conducción y Tamaño

Tres generaciones

El 72% de las empresas radicadas en Tucumán es dirigida por sus fundadores, un 25% por la segunda generación y solo un 3% por la tercera generación.



Our Clients



Cadenas productivas y competencia

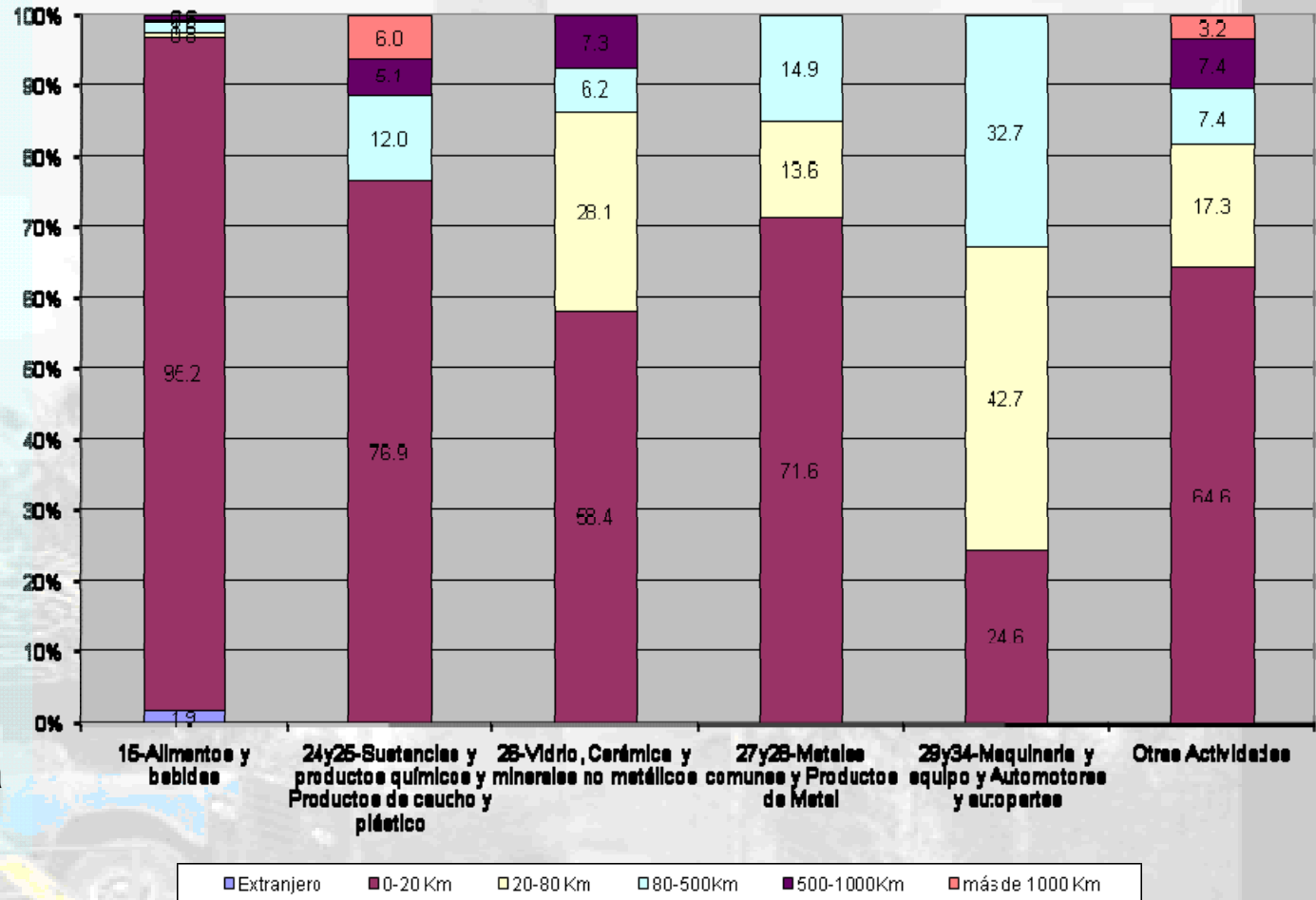
Cientes

Ubicación Geográfica de la Demanda

¿Dónde está el Cliente más importante?

- Para un 78%, como máximo a 20 Km. de distancia.
- Para un 10%, entre 20 y 80 Km. de su local.
- Para un 8%, entre 80 y 500 Km.
- Para un 2%, entre 500 y 1000 Km.
- Para un 1% a más de 1000 Km.
- Solo un 1% tiene a una empresa extranjera como su primer cliente

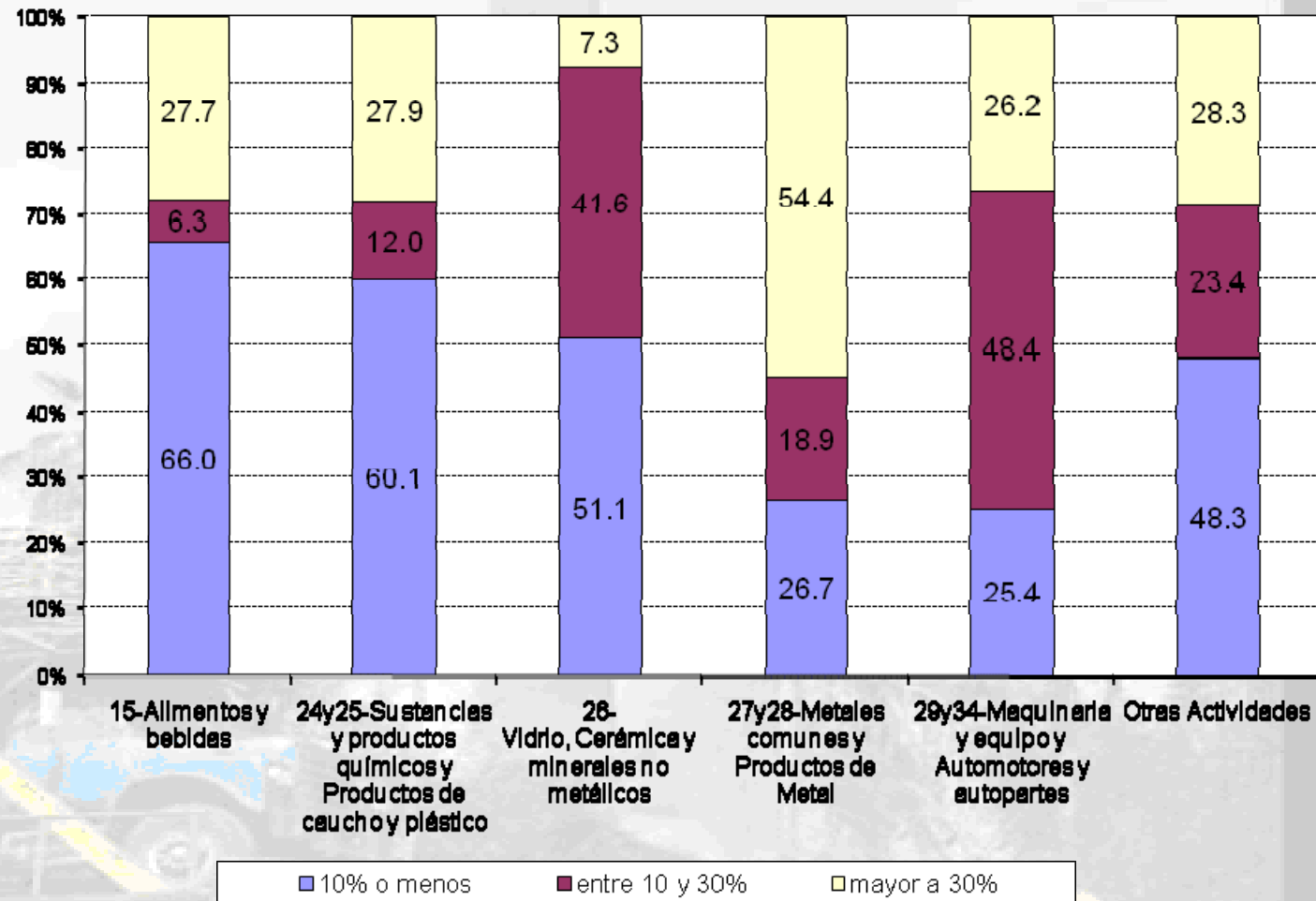
Distancia al principal cliente de los locales industriales



Concentración de la Demanda

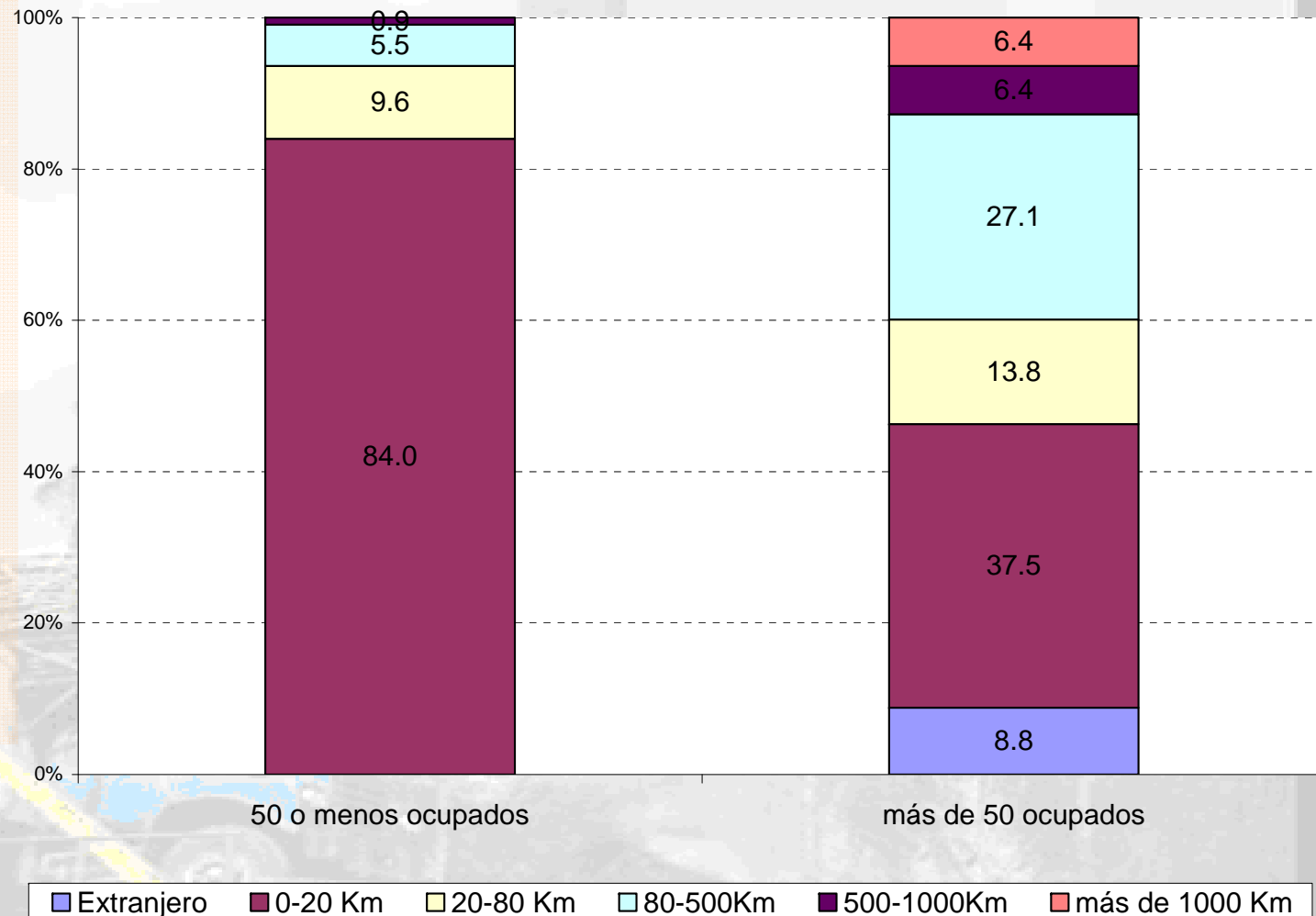
Concentración de ventas en el cliente principal

- El 53% vende menos de un 10% a su principal cliente
- Un 14% destina entre 10 y 30% a un mismo cliente
- Un tercio le vende más del 30% a su principal cliente



Distancia al principal cliente de los locales industriales clasificado por tamaño.

- Los locales relativamente pequeños, con menos de 50 empleados, tienen sus clientes más importantes en la provincia o en provincias vecinas,
- Los demandantes principales de las firmas de mayor envergadura (50 empleados o más) se ubican en una mayor proporción fuera de la provincia



A hand holding a pen over a document with the text "Developer (authorized user)".

Cadenas productivas y competencia

Proveedores

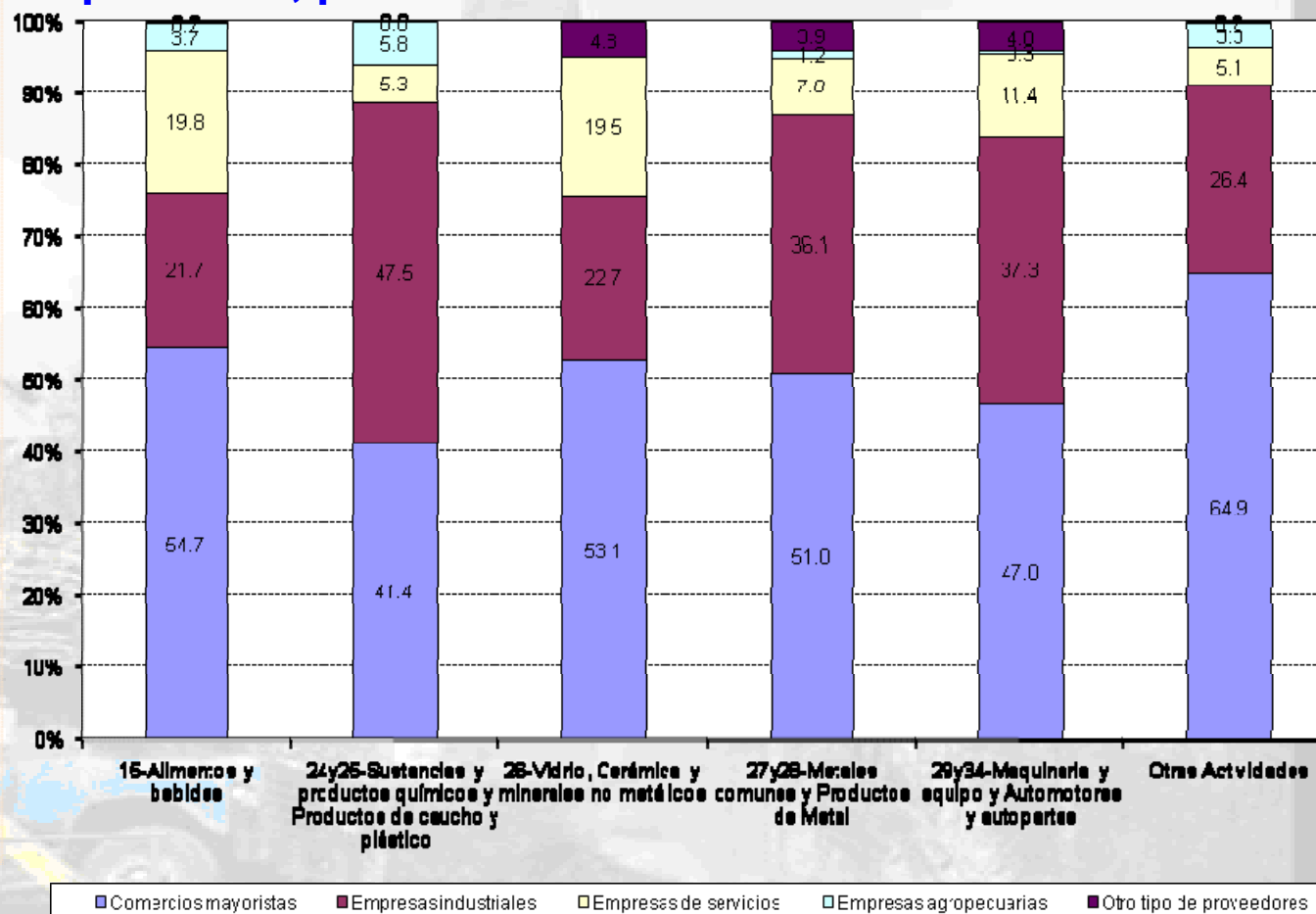
Oswaldo Meloni- 8 de Octubre de 2009

Los Proveedores de las PyMEs

Tipo de Proveedor

- El 54% del monto total de las compras se realiza en comercios mayoristas
- Un 27% en empresas industriales
- Un 15% en empresas de servicios
- Un 3% en empresas agropecuarias.

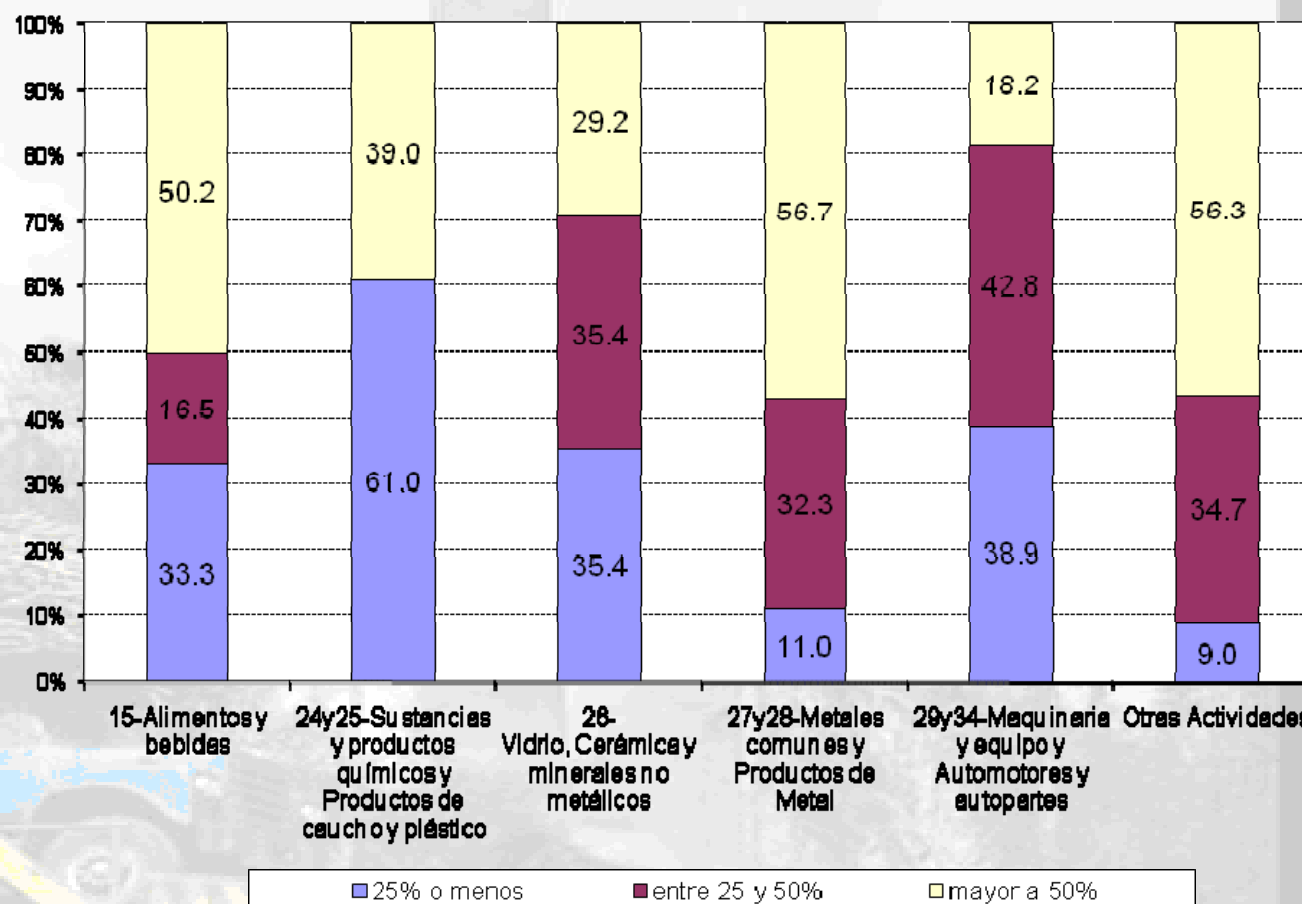
Distribución de las compras de las PyMEs de la provincia, por rama de actividad



Concentración de los Proveedores

Participación del principal proveedor en las compras de insumos de las PyME industriales de la provincia

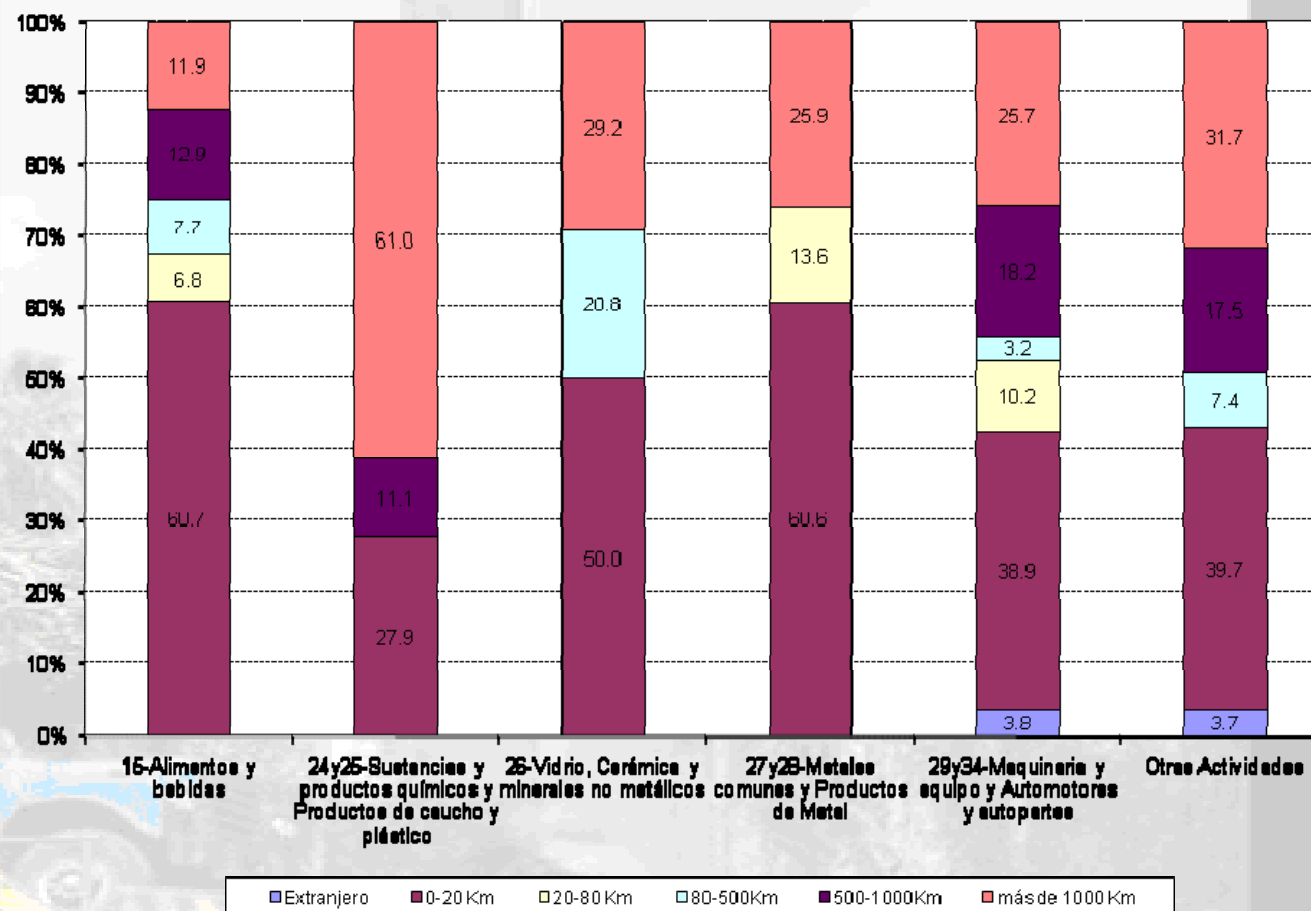
- El 46% de las PyMEs tucumanas concentra más del 50% de sus compras en un solo proveedor
- El 23% de las empresas recibe entre el 25% y el 50% de sus insumos del principal proveedor.
- El 31% restante obtiene menos del 25% de sus suministros del distribuidor más importante.



Distancia al principal proveedor de los locales industriales

- Para un 53% de las PyMEs los proveedores principales se encuentra a menos de 20 kilómetros del local industrial
- Para el 6%, entre 20 y 80 kilómetros
- Para el 7% entre 80 y 500 kilómetros
- Para el 12% entre 500 y 1000 kilómetros
- Para el 21% a más de 1000 kilómetros de distancia.
- Solo para un 1% de las firmas tucumanas los proveedores más importantes residen en el extranjero.

Distancia al principal proveedor de los locales industriales clasificados por rubro.



competencia

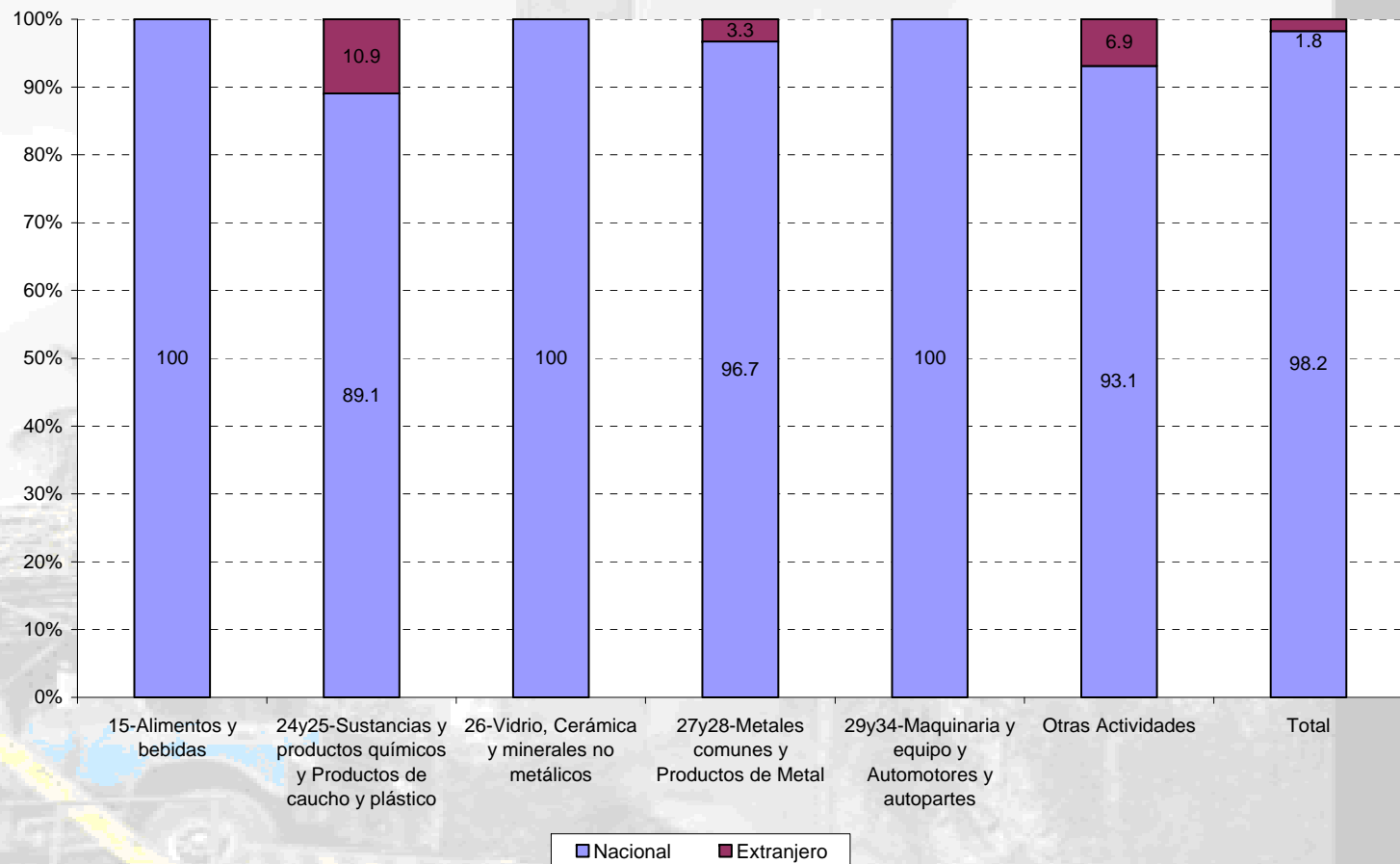


Competidores

Origen del principal competidor

- El 1,8% de las PyMEs tiene como principal competidor a una empresa situada en el exterior
- El restante 98,2% compite con firmas ubicadas en el territorio nacional.

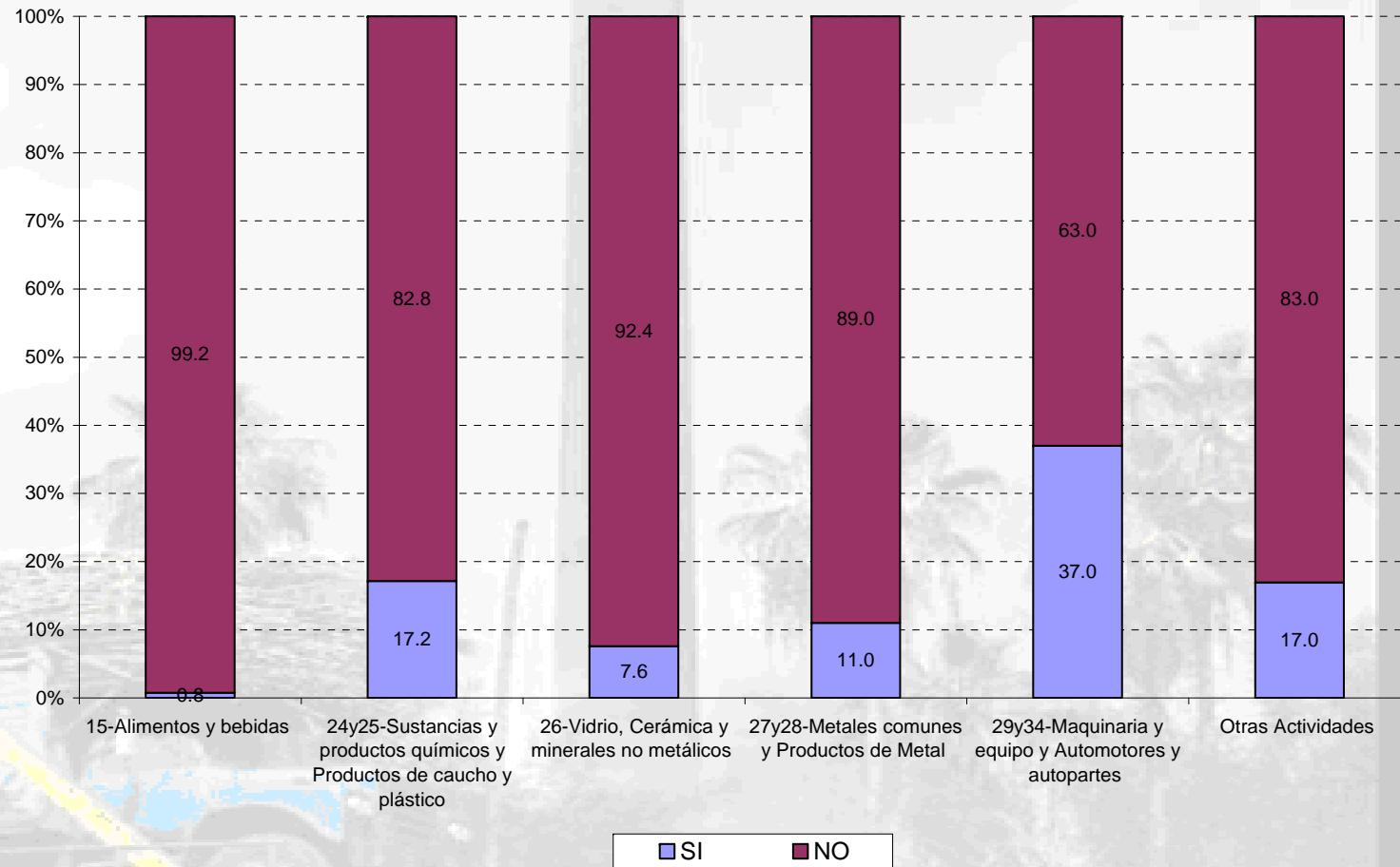
Origen del principal competidor de las PyME industriales de la provincia clasificado por rubro



La amenaza de la competencia internacional

Percepción de las importaciones como amenaza de las ventas

Para el 91% de las PyMEs industriales, las importaciones no son una amenaza para sus ventas.



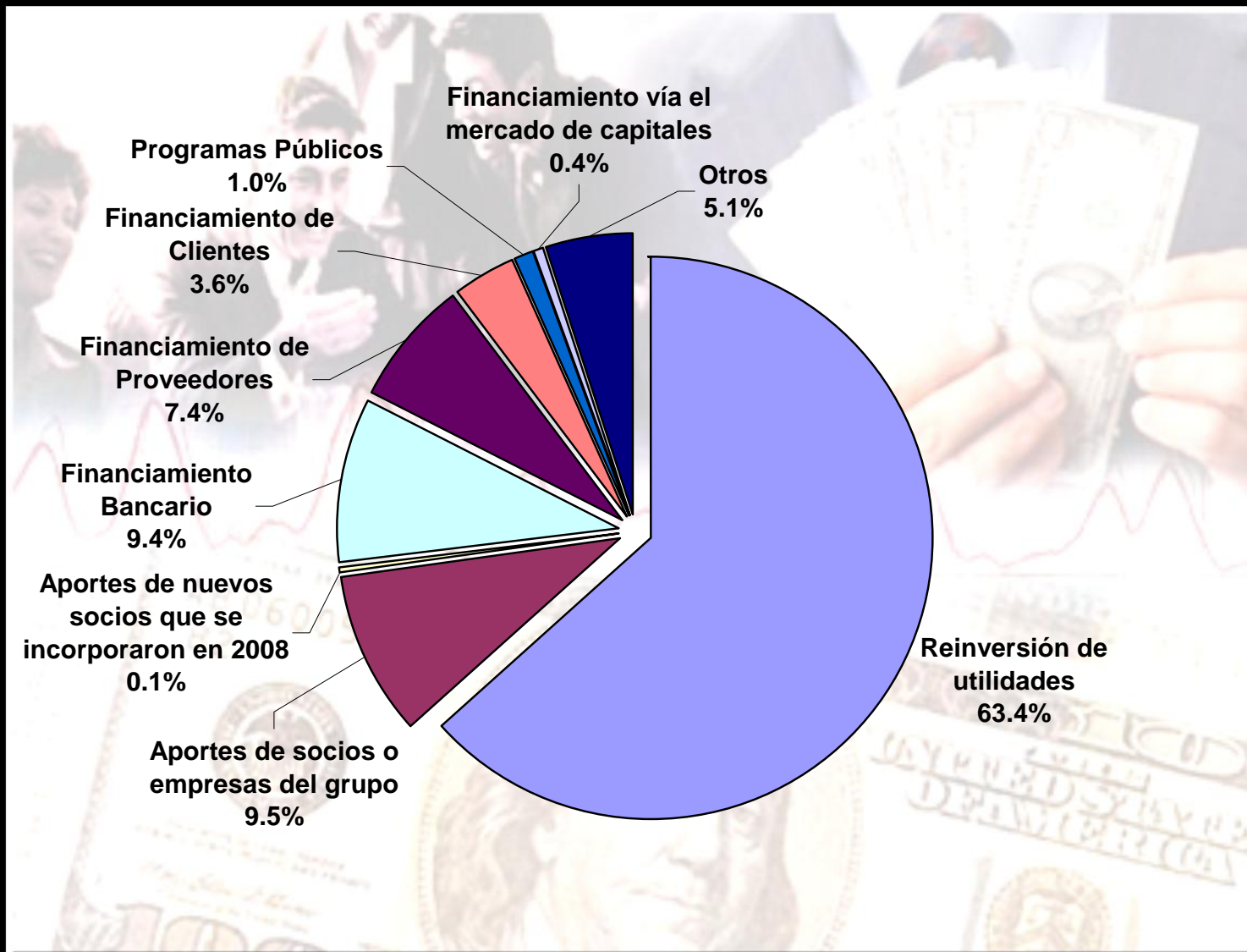
Tecnología, capital físico y humano

Inversiones

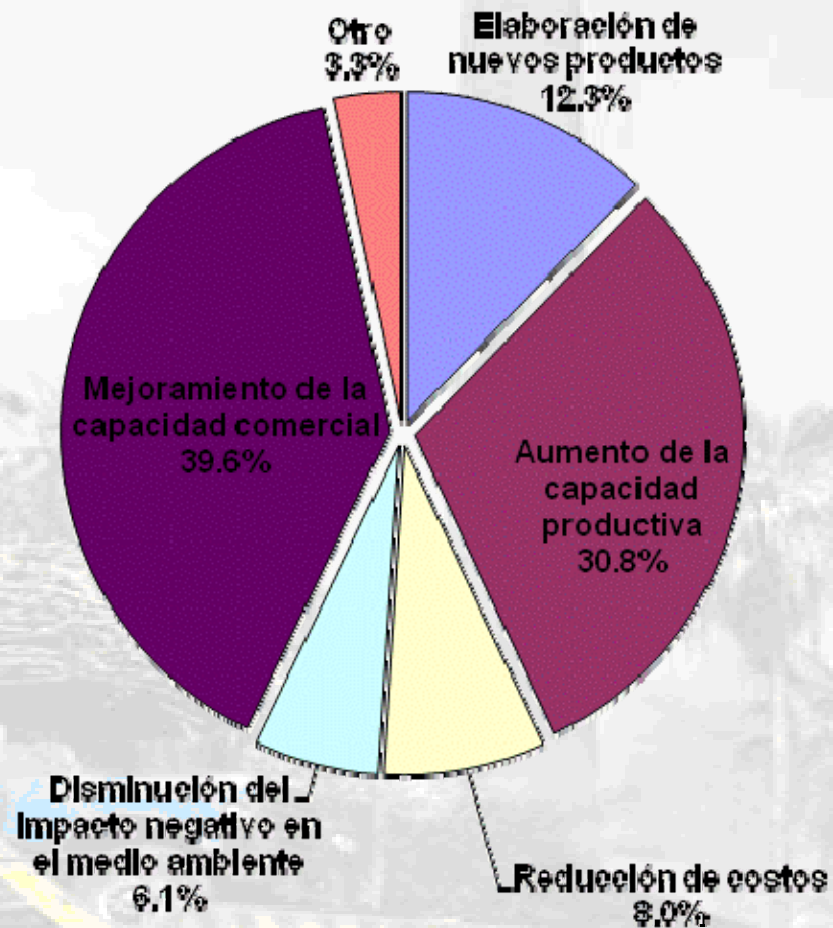
Oswaldo Meloni- 8 de Octubre de 2009

Inversión como Porcentaje de las ventas, por rubro

Sector de Actividad	Total Inversiones	Inversiones en Maquinarias y Equipo
Alimentos y bebidas	16,8	12,8
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	2,6	2,1
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	9,9	5,2
Metales comunes y Productos de Metal	8,8	8,8
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	5,6	4,5
Otras Actividades	11,4	8,3
Total	10,3	7,4

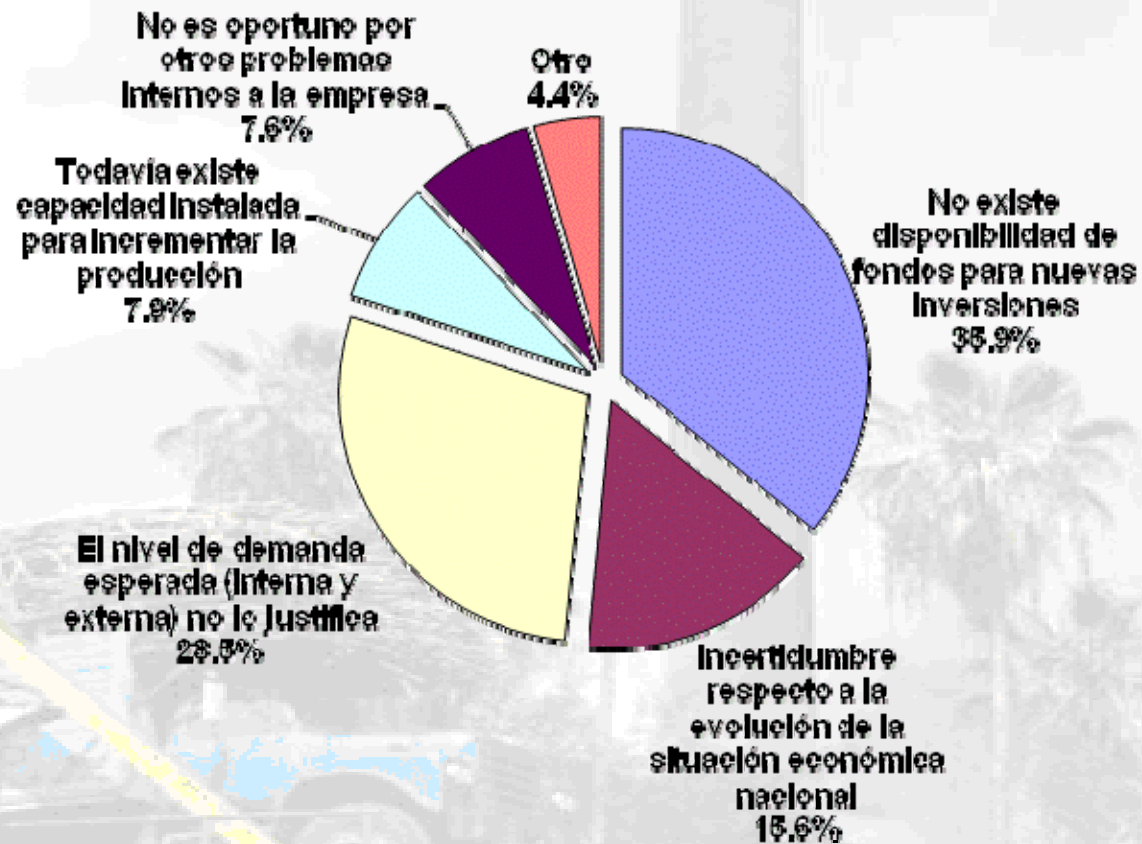


El destino de las inversiones durante 2008



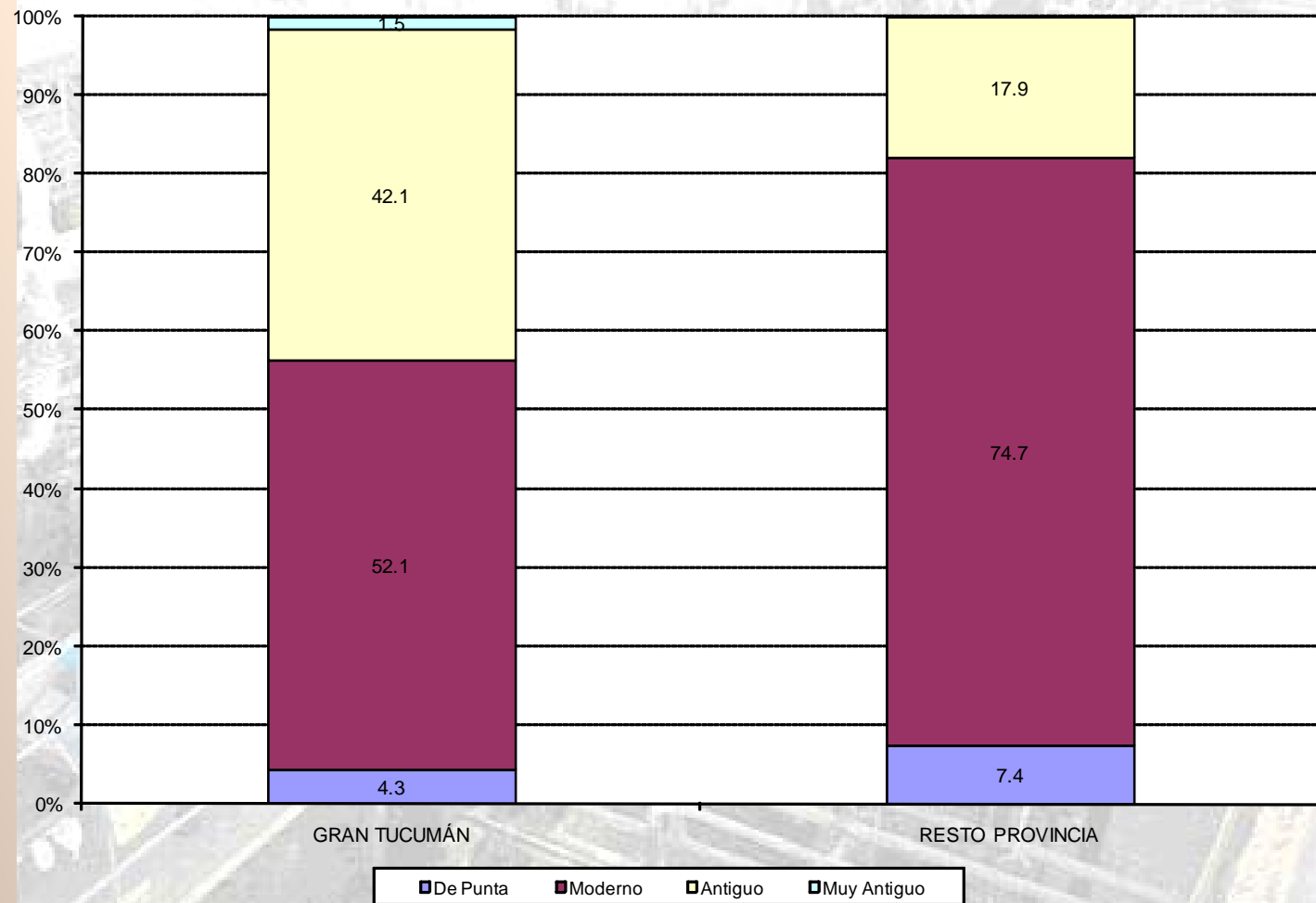
Oswaldo Meloni- 8 de Octubre de 2009

¿Por qué no invirtieron en 2008?



Estado de la maquinaria

- Para el 57% de los empresarios su maquinaria disponible es “moderna”
- Para el 5% puede calificarse como tecnología “de punta”.
- El 37% de las empresas declaró su maquinaria como “antigua”
- Para el 1% es “muy antigua”.




QMS-Quality Management Systems

Certificaciones

Solo el 2,7% de las empresas del medio cuentan con certificaciones ISO.

Sector de Actividad	ISO	Otras
Alimentos y bebidas	0.8	4.7
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	.	6.0
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	.	.
Metales comunes y Productos de Metal	10.3	.
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	10.7	.
Otras Actividades	.	.
Total	2.7	3.0

REGISTERED FIRM
ISO - 9001



Desempeño productivo, expectativas y problemas

Problemas

Oswaldo Meloni- 8 de Octubre de 2009

Problemas

- 1. Insuficiente capacidad instalada**
- 2. Caída en las ventas,**
- 3. Dificultadas en la obtención de financiamiento,**
- 4. Alta participación de los impuestos en el costo final del producto,**
- 5. Disminución de la rentabilidad,**
- 6. Retraso en el pago de los clientes,**
- 7. Aumento de los costos directos de producción**
- 8. Fuerte competencia en el mercado interno**
- 9. Fuerte competencia en los mercados internacionales**
- 10. Elevados costos financieros**
- 11. Alto grado de evasión de los productores locales con los que compete**
- 12. Dificultades en el suministro de energía**
- 13. Elevados costos de logística.**

Alta participación de los impuestos en el costo final del producto

Sector de Actividad	Poco relevante	Relevante	Muy relevante
Alimentos y bebidas	.	18.8	81.2
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	6.2	8.5	85.3
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	7.6	15.1	77.3
Metales comunes y Productos de Metal	3.9	22.0	74.1
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	3.8	20.7	75.5
Otras Actividades	7.4	32.2	60.3
Total	2.5	20.1	77.4

Aumento de los costos directos de producción

Sector de Actividad	Poco relevante	Relevante	Muy relevante
Alimentos y bebidas	.	10.7	89.3
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	.	26.9	73.1
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	7.6	15.1	77.3
Metales comunes y Productos de Metal	.	11.0	89.0
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	3.8	17.5	78.7
Otras Actividades	.	21.1	78.9
Total	0.8	13.9	85.3

Retraso en el pago de los clientes

Sector de Actividad	Poco relevante	Relevante	Muy relevante
Alimentos y bebidas	18.1	27.0	54.9
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	.	41.5	58.5
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	15.1	21.6	63.3
Metales comunes y Productos de Metal	14.1	29.7	56.1
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	18.2	27.7	54.1
Otras Actividades	29.8	26.7	43.5
Total	17.8	27.9	54.3

Elevados costos financieros

Sector de Actividad	Poco relevante	Relevante	Muy relevante
Alimentos y bebidas	35.1	20.7	44.1
Sustancias y productos químicos y Productos de caucho y plástico	12.2	13.5	74.3
Vidrio, Cerámica y minerales no metálicos	29.2	7.6	63.3
Metales comunes y Productos de Metal	30.3	42.0	27.7
Maquinaria y equipo y Automotores y autopartes	34.6	22.0	43.4
Otras Actividades	18.6	34.7	46.7
Total	31.0	23.6	45.4

The background of the slide is a faded photograph of an industrial site. A tall, dark chimney stands prominently in the center. In the foreground, a blue truck is partially visible, and a yellow and black striped safety barrier runs across the bottom. The overall scene is somewhat hazy, suggesting an industrial or construction environment.

Informe sobre las PyME Industriales de Tucumán

Observatorio PyME de la Provincia de Tucumán

Fundación Observatorio PyME

Università di Bologna

**Oswaldo Meloni
Octubre de 2009**