



Cont. y Lic. en Administración Mónica G. Liendo
Cont. y Lic. en Administración Adriana M. Martínez

Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía

ASOCIATIVIDAD. ANÁLISIS DEL RELEVAMIENTO PRODUCTIVO DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE LA CIUDAD DE ROSARIO. AÑO 2001

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la asociatividad como estrategia de cooperación empresaria, constituye una herramienta para enfrentar la competencia y lograr un mejor posicionamiento en los mercados. Esta modalidad no solo posibilita el desarrollo de ventajas competitivas individuales y conjuntas, sino que puede contribuir a la permanencia en el mercado fundamentalmente de las micro y pequeñas empresas.

El objetivo de la presente investigación es analizar el grado de desarrollo y caracterización del asociativismo en las industrias manufactureras rosarinas. Tomando como base la información del Relevamiento Productivo de la Industria Manufacturera de la ciudad de Rosario, realizado en el año 2001, se seleccionaron como universo objeto de estudio las empresas que reunieran las siguientes características:

- 1 Pertenece a cámaras
- 2 Participan en algún tipo de asociación de empresas
- 3 Manifestaron interés de asociarse

Del total de 2456 empresas relevadas, el universo se conformó con 1373 empresas que reunieran una o más de las características enunciadas precedentemente.

2. TAMAÑO DE EMPRESAS

Siguiendo las pautas utilizadas en el relevamiento de 1997, las 1373 empresas se clasificaron en micro, pymes y grandes tomando en cuenta los siguientes parámetros:

Micro - menos de 5 personas ocupadas

facturación inferior a 60.000 pesos anuales



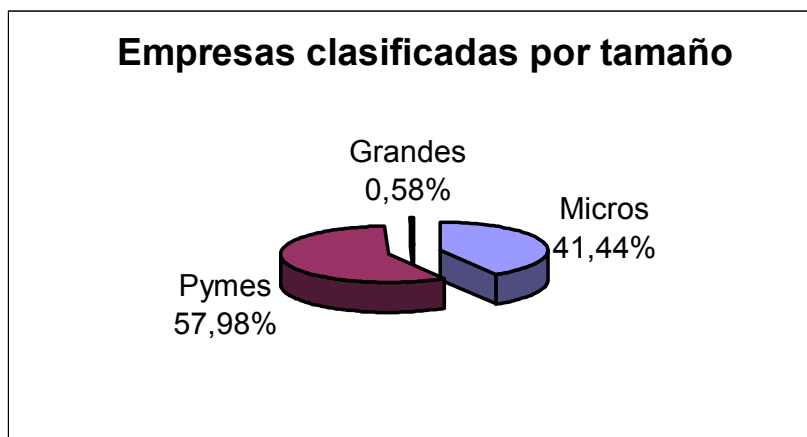
Grades - más de 200 personas ocupadas

Pymes – entre 5 y 200 personas ocupadas

menos de 5 personas ocupadas y facturación superior a 60.000 pesos anuales

Tamaño de las empresas

Tipo de empresa	Cantidad Empresas	Porcentaje
Micros	569	41,44
Pymes	796	57,98
Grandes	8	0,58
Total	1373	





Si se analiza el universo del Relevamiento Productivo las 2456 empresas que lo conforman, se dividen en un 53,54% de Micro, un 46,13 % de Pymes y 0,33% de Grandes. Comparando estos resultados con los del cuadro 1, se detecta que la proporción entre micro y Pymes **se invierte** cuando se analizan sólo las empresas que pertenecen a cámaras, están asociadas o tienen intenciones de hacerlo.

3. DIFERENTES TIPOS DE ASOCIACIONES

3.1. Asociación para exportar

Del universo en estudio sólo 90 empresas exportan lo que representa un 6,55%. De estas, un total de 30 empresas participan de la modalidad asociativa de consorcio de exportación y 413 manifiestan su interés en asociarse para participar en consorcio de exportaciones.

Tipo de Empresa	Lo Hace		Lo Haría	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Micro	5	16,66	137	33,17
Pymes	24	80	274	66,34
Grande	1	3,34	2	0,49
Total	30		413	

Los tres rubros más representativos de las empresas asociadas en consorcios de exportación están constituidos por fabricación de maquinaria y equipo no clasificados previamente con el 26,7%, elaboración de productos alimenticios y bebidas con el 16,7% y fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques con el 13,3%.

De las 413 empresas que tienen interés en participar en consorcio de exportación, 40 ya se encuentran exportando, 209 manifiestan estar en condiciones de hacerlo y 160 manifiestan no estarlo.

3.1.1. Obstáculos de las empresas que no exportan pero consideran que estarían en condiciones de exportar



Obstáculos para exportar	1º lugar	
	Cantidad	%
1 Falta información de mercado	59	28,23
2 Trámites administrativos complicados	24	11,48
3 Escaso volumen de producción	13	6,22
4 Costos elevados	63	30,14
5 Falta de conoc.para moverse en merc.ex	25	11,96
6 Otros	22	10,53
0 No sabe No contesta	3	1,44
Vacías	-	-
Total	209	

El principal obstáculo que presentan las empresas que dicen estar en condiciones de exportar a pesar de no hacerlo, lo constituyen los costos elevados, siguiéndole en un porcentaje similar la falta de información de mercado.





3.2.. Asociación para compras de materias primas

Sólo 38 empresas de las 1373 tomadas como universo se encuentran al momento de la encuesta, desarrollando algún tipo de modalidad asociativa para adquisición de materias primas de las cuales más del **55%** manifiestan **pertenecer a alguna cámara empresarial**, A pesar de ser ésta una cantidad poco representativa dado que no alcanza a ser el 3% del total, es importante destacar que se encuentran interesadas en asociarse para este fin, alrededor del 52% del universo, especialmente las micro y las Pymes.

Tipo de Empresa	Lo Hace		Lo Haría	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Micro	9	23,68	332	46,63
Pymes	27	71,05	378	53,09
Grande	2	5,26	2	0,28
Total	38		712	

Los cuatro rubros más representativos de las empresas asociadas para compras de materias primas, están constituidos por elaboración de productos alimenticios y bebidas con el 23,7%, fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo con el 13,2% y fabricación de maquinaria y equipo no clasificados previamente y actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones, ambos con el 10,5%.

3.3. Asociación para compartir información de mercados

Consultadas las empresas acerca de la posibilidad de formar parte de algún tipo asociativo con el objeto de compartir información de mercados, solamente 87 empresas ya se encuentran haciéndolo mientras que a 752 le interesaría realizarlo.

Un dato importante de destacar es que de las 87 empresas asociadas, casi el **68%** es decir, 59 empresas, manifiestan **pertenecer a alguna cámara empresarial**, mientras que de las empresas que se asociarían sólo el 27% pertenecen a cámaras.



Tipo de Empresa	Lo Hace		Lo Haría	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Micro	15	17,24	344	45,74
Pymes	70	80,46	406	53,99
Grande	2	2,30	2	0,27
TOTAL	87		752	

Los tres rubros más representativos de las empresas asociadas para compartir información de mercado, están constituidos por elaboración de productos alimenticios y bebidas con el 17,2%, fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo con el 16,1% y fabricación de maquinaria y equipo no clasificados previamente con el 13,8%.

3.4. Asociación para actividades logísticas

Es muy bajo el porcentaje de las empresas que se encuentran asociadas para actividades logísticas de transporte, almacenamiento, envase, etc. dado que no alcanza siquiera al 1.50% de la base. En cuanto a las empresas que se encontrarían dispuestas a asociarse, este se eleva pero no logra alcanzar el 20% del universo.

Tipo de Empresa	Lo Hace		Lo Haría	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Micro	8	42,11	80	33,90
Pymes	9	47,37	154	65,25
Grande	2	10,53	2	0,85
TOTAL	19		236	



Los tres rubros más representativos de las empresas asociadas para actividades logísticas están constituidos por elaboración de productos alimenticios y bebidas con el 27,8%, fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques con el 16,7% y fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo con el 16,7%.

3.5. Asociación para contratación de servicios comunes de profesionales

Al igual que en los ítems precedentes es muy escaso el volumen de empresas que adoptan una modalidad asociativa orientada a la contratación de servicios comunes de profesionales, llegando a un 3,93 %, no obstante, un dato interesante a remarcar es que casi el **69%** de las empresas que sí lo hacen **pertenecen a alguna cámara empresarial**. En cuanto a las empresas que se encontrarían interesadas, el 24% de los encuestados manifiesta su voluntad de llevarlo adelante.

Tipo de Empresa	Lo Hace		Lo Haría	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Micro	13	24,07	142	42,90
Pymes	39	72,22	188	56,80
Grande	2	3,70	1	0,30
TOTAL	54		331	

Los cuatro rubros más representativos de las empresas asociadas para contratación de servicios comunes de profesionales están constituidos por elaboración de productos alimenticios y bebidas con el 18,5%, fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo y fabricación de maquinaria y equipo no clasificado previamente, ambos con el 13% y fabricación de sustancias y productos químicos con el 7,4%.

4. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS QUE PERTENECEN A CÁMARAS

Del universo de las 1373 empresas, 546 manifiestan pertenecer a cámaras, de las cuales 423, que representa más del 77% son Pymes y alrededor del 21% son Micro. Cabe destacar que si bien sólo el 1,47 % son grandes empresas, este porcentaje corresponde a la totalidad de las empresas grandes encuestadas en el Relevamiento Productivo.



4.1 Tamaño de las empresas

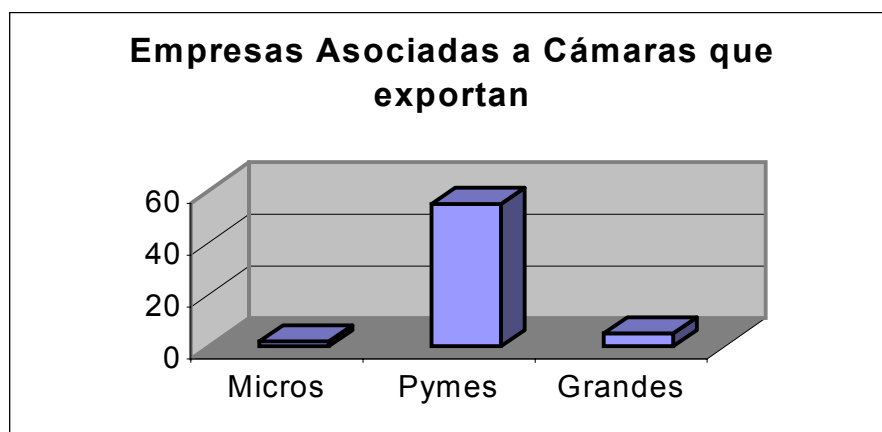
De las 546 empresas que están adheridas a alguna cámara, sólo el 11,35% , es decir, 62 empresas se encontraban al momento del Relevamiento Productivo exportando.

Tipo de empresa	Cant. Emp.	Porcentaje
Micros	115	21,06
Pymes	423	77,47
Grandes	8	1,47
Total	546	

4.2. Empresas que exportan, según su tamaño

De las 546 empresas que pertenecen a Cámaras sólo 62 de ellas o sea, 11,4% realizan operaciones en el mercado externo, de las cuales casi el 90% corresponde a Pymes.

1. TIPO DE EMPRESA	Cant. Empresas	Porcentaje
Micros	2	3,23
Pymes	55	88,71
Grandes	5	8,06
Total	62	





Del total de empresas que pertenecen a cámara y que exportan el 40,3% presenta como principal obstáculo los costos elevados, el 14,5% trámites administrativos complicados y el 11,3% falta de información de mercado.

4.3. Empresas que no exportan y están en condiciones de exportar, clasificadas según su tamaño

El 30,57% de las empresas que pertenecen a cámaras manifiestan que si bien no exportan consideran estar en condiciones de hacerlo., de las cuales casi el 90% de estas empresas son Pymes.

Tipo de empresa	Cant. Empr.	Porcentaje
Micros	19	10,98
Pymes	154	89,02
Grandes	0	
Total	173	

Estas empresas manifiestan al igual que las empresas que exportan, que el principal obstáculo para encarar la exportación, lo representan los elevados costos con un 41,62% , la falta de información de mercado con un 15,03% y trámites administrativos complicados con un 9,24%

4.4. Empresas que no exportan. No están en condiciones y están dispuestas

Dentro de las 546 empresas adheridas a cámaras 114 o sea el 20,88% estarían interesadas en exportar a pesar de no estar en condiciones. Los principales obstáculos que impiden la exportación para ellas son en primer lugar, el escaso volumen de producción con un 29,82%, luego los costos elevados con el 27,19% y en tercer lugar la falta de información de mercado con el 12,28%



Tipo de empresa	Cant. Empresas	Porcentaje
Micros	27	23,68
Pymes	87	76,32
Grandes	0	
Total	114	

5. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS QUE ESTÁN ASOCIADAS

Del universo de las 1373 empresas sólo el 10,78%, es decir, 148 empresas manifiestan participar en algún tipo de asociación de empresas. De este colectivo, 31 que representa el 20,95% son Micro y alrededor del 77% o sea 114, son Pymes.

5.2. Tamaño de las empresas

Solamente 148 empresas del universo de 1373 manifiestan estar llevando adelante algún tipo de asociación de empresas, dentro de las cuales alrededor del 77% son Pymes.

Tipo de empresa	Cant. Emp.	Porcentaje
Micros	31	20,95
Pymes	114	77,03
Grandes	3	2,03
Total	148	

5.3. Empresas que exportan

Del total de empresas que están asociadas y que exportan el 42,8% presenta como principal obstáculo los costos elevados y el 23,8% la falta de información de mercado.

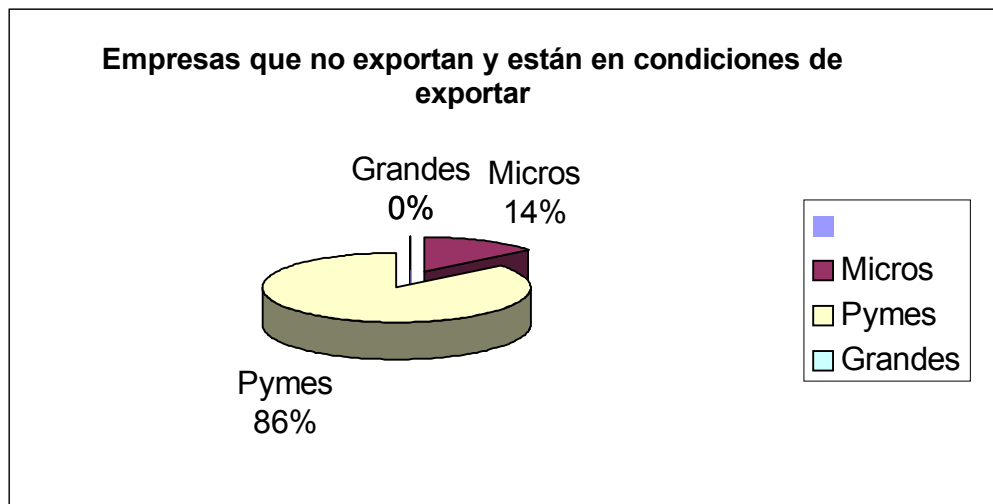


Tipo de empresa	Cant. Empr.	Porcentaje
Micros	0	
Pymes	20	95,24
Grandes	1	4,76
Total	21	

5.4. Empresas que no exportan y están en condiciones de exportar, clasificadas según su tamaño

El 33,10% de las empresas asociadas manifiestan que si bien no exportan consideran estar en condiciones de hacerlo., de las cuales casi el 86% de estas empresas son Pymes.

Tipo de empresa	Cant. Empr.	Porcentaje
Micros	7	14,29
Pymes	42	85,71
Grandes	0	
Total	49	



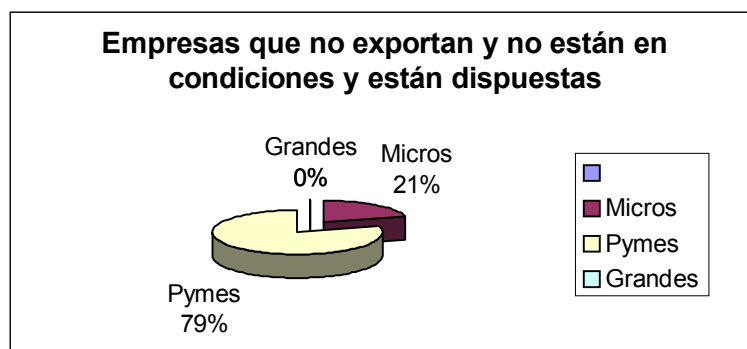


Estas empresas manifiestan al igual que las empresas que exportan, que el principal obstáculo para encarar la exportación, lo representan los elevados costos con un 44,9% y la falta de información de mercado con un 16,33%.

5.5 Empresas que no exportan. No están en condiciones y están dispuestas

Dentro de las 148 empresas asociadas 34 o sea el 22,97% estarían interesadas en exportar a pesar de no estar en condiciones. Los principales obstáculos que impiden la exportación para ellas son en primer lugar, costos elevados con un 32,35% y luego el escaso volumen de producción y la falta de información de mercado con el 17,65% .

Tipo de empresa	Cant. Empr.	Porcentaje
Micros	7	20,59
Pymes	27	79,41
Grandes	0	
Total	34	





6. CONCLUSIONES

En nuestra ciudad, durante la última década, el sector empresario industrial, ha experimentado un significativo deterioro en sus niveles de actividad. Esta circunstancia, ha llevado a un gran número de pequeñas y medianas empresas a una situación de vulnerabilidad que en muchos casos no se ha podido superar.

En la búsqueda de soluciones a esta problemática, adquiere gran importancia el desarrollo de estrategias innovadoras que le permitan a las empresas locales, hacer frente con un mayor grado de solvencia a las exigencias competitivas de los mercados.

En este contexto, una de las alternativas que se percibe para superar las dificultades operativas individuales, facilitando el desarrollo de las ventajas competitivas, está dada por las asociaciones y otras modalidades de cooperación empresarial.

A la luz de los objetivos planteados en la presente investigación, tomando como base los datos obtenidos en el Relevamiento Productivo 2001 de la Industria Manufacturera de la Ciudad de Rosario, es importante destacar que en la actualidad, las experiencias en esta materia en nuestra ciudad, no han alcanzado aún un alto grado de desarrollo.

Corroborando esta afirmación podemos decir que de un universo de 1373 empresas relevadas, solamente 148 que representan el 10,8%, manifestaron participar de alguna modalidad asociativa.

Dentro de las empresas que se encuentran desarrollando algún tipo de alianzas, el principal motivo de esta unión es para compartir información de mercados, siendo las empresas productoras de alimentos y bebidas y las que fabrican productos de metales excepto maquinarias y equipos, las que más se encuentran unidas para este objetivo.

El segundo motivo en importancia que da lugar a uniones de empresas, es el contratación de servicios comunes de profesionales, destacándose aquí, al igual que lo manifestado en el párrafo anterior, las empresas productoras de alimentos y bebidas y las que fabrican productos de metales excepto maquinarias y equipos.

Por último, en tercer lugar, se destaca como motivo de asociación empresarial el de compra de materias primas. Analizando quiénes son las empresas que más han desarrollado esta unión, coinciden con los mismos rubros que en los casos de compartir información de mercado y contratación de servicios comunes de profesionales.

Si bien la asociación para formar consorcios de exportación no es una de las más difundidas en nuestra ciudad, dado que sólo 30 de las 90 empresas del universo que están exportando pertenecen a algún consorcio, existe un elevado número de empresas que a pesar de no estar exportando manifiesta su intención de hacerlo.

Dentro de los principales motivos que obstaculizan la concreción de ventas en el mercado externo encontramos a los costos elevados, a la falta de información de mercado y el escaso volumen de producción.



Desde principios del año 2002, en la economía de nuestro país se han producido cambios como consecuencia de la devaluación de nuestra moneda, que favorecen la posibilidad de colocar nuestros productos en el exterior. En este contexto, la asociatividad con fines de exportar se presenta como una de las alternativas que puede contribuir a sortear los obstáculos manifestados precedentemente.

Para finalizar, teniendo en cuenta los beneficios potenciales de las distintas prácticas asociativas y el escaso desarrollo que han alcanzado dentro del tejido productivo local, sería de suma importancia la participación de las instituciones intermedias así como el sector público como promotores de este tipo de uniones.