



UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL LITORAL



1^{ER} INFORME SEMESTRAL SOBRE EL AMBIENTE DE NEGOCIOS EN LAS EMPRESAS DEL AGLOMERADO GRAN SANTA FE

1^{ER} SEMESTRE 2011

EQUIPO RESPONSABLE

Lic. Hugo Arillaga

Lic. Claudia Herzfeld

Lic. Andrea Abrile

Srta. Gabriela Busso

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL
Secretaría de Vinculación Tecnológica
y Desarrollo Productivo
Observatorio Económico Territorial

Sede: Facultad de Ciencias Económicas
Moreno 2557 (S3000CVE) Santa Fe
Tel: +54 (342) 4571171 - int. 170
Email: oet@unl.edu.ar
Web: www.unl.edu.ar/oet

PROLOGO

El presente informe tiene por finalidad la producción y difusión de información referida tanto a los niveles de actividad económica, como a las expectativas generales y sectoriales de los empresarios, y en general, al ambiente de negocios en la esfera local. A esta información se la considera de utilidad tanto para viabilizar la evaluación de las trayectorias de cada empresa en el contexto de la economía local, como para posibilitar también la toma de decisiones a nivel de empresa, con una lectura más amplia del escenario actual y de las expectativas sobre el futuro.

También, y en particular, está concebida para que los diferentes niveles de gobierno, a la hora de la formulación de las políticas públicas, puedan conocer los inconvenientes que enfrenta el empresariado, como también los diversos aspectos de la situación económica, que constituyen espacios de tensión para los actores sociales que ese desenvuelven en el mundo productivo.

A los efectos de que este informe crezca en términos de representatividad global y sectorial, como también en su nivel de utilidad, se invita al conjunto de empresas del aglomerado a generar recomendaciones y a sumarse al grupo de empresas informantes, para lo cual se les solicita tomar contacto con este Observatorio, ya sea a su correo electrónico (oet@unl.edu.ar), o telefónicamente al TE: (0342)-458-5610 int. 170/171.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS QUE HAN ACCEDIDO A ESTA ENCUESTA:	5
3. ANÁLISIS DE RESULTADOS	6
3.1. Características de las Empresas y Nivel de actividad	6
3.1.1. Personal ocupado al 31/12/2010:	6
3.1.2. Presencia de profesionales universitarios en relación de dependencia	6
3.1.3. Tipos de mercados y cobertura geográfica de las ventas	7
3.1.3.1. Participación de las ventas al sector público en el total de la facturación anual	7
3.1.3.2. Distribución geográfica de las ventas	8
3.1.4. Empresas que invirtieron en 2010	9
3.1.5. Variación del 1er semestre de 2011 respecto al 2do semestre de 2010 de algunas variables claves para la empresa	9
3.1.6. Nivel de actividad económica	10
3.2. Expectativas	12
3.2.1. Expectativas sobre las condiciones económicas del país	12
3.2.1.1. Expectativas sobre nivel de actividad 2011	12
3.2.1.2. Expectativas sobre la cotización del Dólar	13
3.2.1.3. Expectativas sobre la tasa anual de inflación	13
3.2.2. Expectativas Económicas de la Empresa	13
3.2.2.1. Expectativas sobre la situación particular de la empresa en el 2011	13
3.2.2.2. Inversiones en el 2011	14
3.2.2.3. Actividades innovativas en el 2011	15
3.2.2.4. Factores preocupantes del contexto económico-político actual	16
3.2.2.5. Desafíos de la Empresa en el 2011	17

1^{er} Informe semestral sobre el ambiente de negocios en las empresas del Aglomerado Gran Santa Fe^{1, 2}

1^{er} Semestre 2011

1. INTRODUCCIÓN

En el presente informe se presentan los resultados obtenidos del Primer relevamiento de la actividad económica territorial y expectativas de las empresas del Aglomerado Gran Santa Fe, medición llevada a cabo a través de una encuesta desarrollada e implementada desde el Observatorio Económico Territorial de la Universidad Nacional del Litoral³.

Dicha encuesta se realizó a través de un formulario electrónico cuyo link fue enviado a empresas que desarrollan diversas actividades económicas dentro del ámbito territorial mencionado. La invitación a participar se llevó a cabo a través de correo electrónico y contactos telefónicos, informándoles a las mismas que el formulario se encontraba disponible para ser contestado online.

La encuesta se estructuró en dos bloques. El primero de ellos, orientado a caracterizar el perfil de las empresas y su nivel de actividad. En esta instancia se indaga respecto a variables tales como nivel de facturación, cantidad de empleados y nivel de formación de los mismos, tipo de mercados a los que orienta su producción y cobertura geográfica de los mismos, nivel de inversión en el 2010, entre otros aspectos.

El segundo bloque, esta orientado a conocer las expectativas de los empresarios en el corto plazo y se divide en dos capítulos, el primero de ellos respecto a las condiciones económicas del país y el segundo a las condiciones económicas de la empresa.

El operativo se llevó a cabo entre los meses de marzo y junio de 2011, y se obtuvieron setenta respuestas, cuyo análisis de la composición sectorial se describe a continuación.

¹ Equipo responsable: Lic. Hugo Arillaga, Lic. Claudia Herzfeld, Lic. Andrea Abrile, Srta. Gabriela Busso.

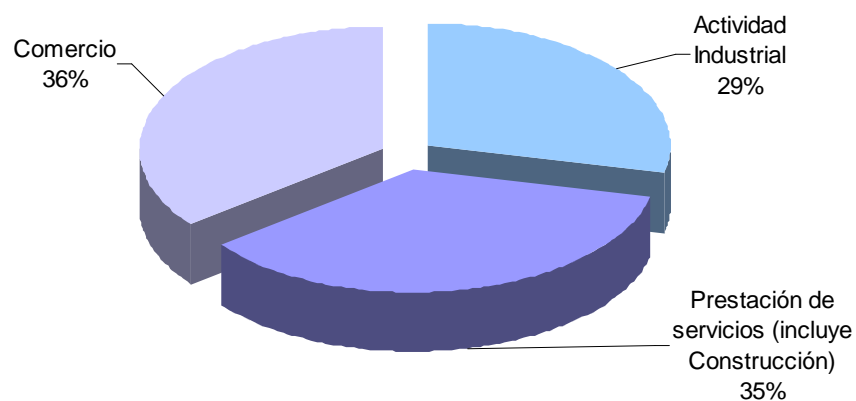
² El Gran Aglomerado Santa Fe está conformado por las localidades de: Santa Fe, Santo Tomé, Recreo, San José del Rincón, Sauce Viejo y Arrollo Leyes.

³ El Observatorio Económico territorial es una estructura de la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la U.N.L., y tiene su sede en la Facultad de Ciencias Económicas de dicha Universidad.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS QUE HAN ACCEDIDO A ESTA ENCUESTA:

- El 29% de las empresas manifestó que su actividad principal es “Industrial”; dentro de las cuales se cuentan principalmente empresas fabricantes de productos químicos, productos elaborados del metal, de maquinaria de uso general y especial, además de empresas dedicadas a la fabricación de productos de madera, impresión y edición.
- El 36% de las empresas desarrolla como actividad principal el “comercio”, destacándose como principales rubros: venta de partes o piezas de automotores; venta al por menor de combustibles, alimentos y otros bienes en comercios especializados y venta al por mayor de materias primas agropecuarias, artículos de uso doméstico y mercancías en general.
- El 36% son prestadoras de “servicios”, dentro de las cuales se incluye especialmente a empresas constructoras, además de empresas desarrolladoras de software, instituciones educativas y de salud, servicios gastronómicos y de transporte entre otras.

Gráfico 1: Distribución de las empresas participantes según Actividad Principal



3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

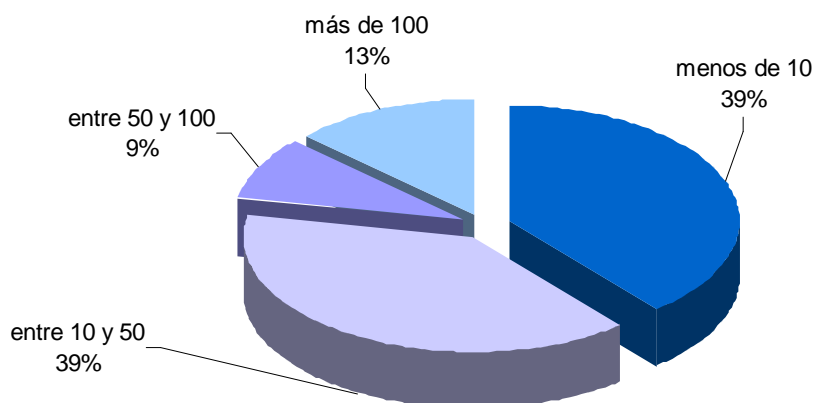
3.1. Características de las Empresas y Nivel de actividad

3.1.1. Personal ocupado al 31/12/2010:

- El 39% de las empresas relevadas tenía a esa fecha menos de 10 personas trabajando, incluyendo el y/o los dueños.
- Igual participación tenían las empresas que contaban con una cantidad de personal que rondaba entre las 10 y 50 personas.
- En tercer lugar, el 9% de las empresas tenían entre 50 y 100 personas trabajando.
- Por último, el 13% de las empresas que respondieron, contaban a dicha fecha con más de 100 personas trabajando.

A nivel sectorial, se señala que el sector industrial es el que posee la mayor proporción de empresas (45%) con plantas de entre 10 y 50 personas; el sector comercial presenta el mayor peso (48%), en el segmento de empresas con menos de 10 personas trabajando y es en el sector servicios donde se manifiesta la mayor participación (24%) de las empresas con más de 100 personas, resultado que está particularmente influenciado por la cantidad de empresas constructoras dentro del grupo analizado.

Gráfico 2: Distribución del total de empresas según cantidad de personal ocupado al 31/12/2010



3.1.2. Presencia de profesionales universitarios en relación de dependencia

A fin de generar una lectura del grado de captación de profesionales en las diversas empresas de la región, lo cual de alguna manera resulta un indicador (no perfecto) de las capacidades tecnológicas de las mismas, se ha procurado medir tanto el número de empresas que cuentan con al menos un profesional y la orientación disciplinar de los mismos, al 31/12/2010.

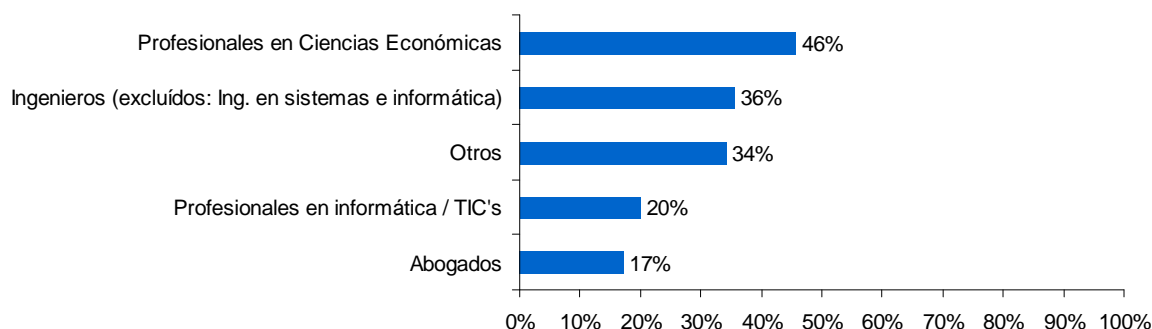
- El 61% de las empresas que respondieron tienen en su planta de personal al menos un profesional.

La orientación de estos profesionales es:

- El 46% de las empresas cuentan con al menos un profesional en Ciencias Económicas
- El 36% con al menos un ingeniero en ramas no informáticas.
- El 20% de las empresas cuentan con profesionales en informática y/o TICs.
- El 17% de las empresas cuentan con al menos un abogado.
- El 34% de las empresas cuentan con al menos un profesional en otras ramas disciplinares diferentes a las descriptas precedentemente.

A nivel sectorial, se destaca el alto porcentaje de empresas (76%) del sector prestador de servicios con al menos un profesional en su planta de personal.

Gráfico 3: Empresas con al menos un profesional en su planta de personal, según orientación disciplinar al 31/12/2010



3.1.3. Tipos de mercados y cobertura geográfica de las ventas

A fin de lograr una aproximación al grado de vulnerabilidad de las empresas del territorio a los ciclos de la economía local y la potencia del presupuesto público como herramienta anticíclica, se ha indagado respecto a la incidencia que el sector público tiene en las ventas (total de facturación) de las empresas, como así también respecto a la distribución geográfica del total de las ventas.

3.1.3.1. Participación de las ventas al sector público en el total de la facturación anual

De esta forma, se ha obtenido que:

- El 49% de las empresas venden al sector público.
- Para el 16% del total de las empresas las ventas al gobierno representan el 50% o más de su facturación.

Si este análisis se lo profundiza por rama de actividad económica, permite reconocer y destacar que tanto el 56% de las empresas prestadoras de servicios como de los comercios venden al sector público. Sin embargo en relación a la importancia de este mercado en el volumen de sus negocios, se destaca que solo para el 8% de los

comercios, las ventas al sector público representan el 50% o más del total de su facturación.

En el caso de las empresas prestadoras de servicios la demanda desde el sector público tiene un mayor peso, debido a que para el 36% de ellas las ventas al mismo representan el 50% o más de su facturación anual.

En cuanto a las industrias, se observa una menor relación comercial con el Estado, puesto que solo el 30% de las empresas proveen al mismo y solo en el 15% de los casos las ventas superan el 10% del total de la facturación.

3.1.3.2. Distribución geográfica de las ventas

A fin de conocer el grado de dependencia del mercado local por parte de las empresas, como así mismo la diversificación geográfica de las ventas y en particular su grado de internacionalización, se ha consultado a las empresas respecto a la distribución geográfica de sus ventas en el año 2010.

Para ello se les ha requerido específicamente el porcentaje del total de sus ventas correspondientes al año 2010, realizadas en: la ciudad de Santa Fe; en el resto de la provincia de Santa Fe; en el resto del País y en el extranjero. Al respecto, se observa que:

- El 83% de las empresas orientan sus ventas total o parcialmente a la ciudad de Santa Fe, el 17% restante vende sus productos o servicios exclusivamente fuera de la ciudad de Santa Fe.
- Para el 67% de las empresas, el resto de la provincia de Santa Fe es parte de su mercado de destino.
- El 57% de las empresas venden sus productos o servicios en el resto del país, entendiéndose por ello el resto de las provincias, excluida Santa Fe.
- Finalmente, el 17% de las empresas son exportadoras, orientando, en la amplia mayoría de los casos, parcialmente su producción hacia el exterior.

En cuanto a la importancia de los distintos mercados para las empresas consultadas, se observa que:

- Para el 61% de las empresas el principal mercado es el local. Destacándose el caso de un 19% (del total de las empresas), para las cuales Santa Fe es su mercado exclusivo.
- En el otro extremo, se ubica un 27% de las empresas para las cuales su principal mercado se ubica en el resto del País (excluyendo nuevamente aquí a la provincia de Santa Fe).
- Solo para el 9% del total de las empresas su principal mercado se encuentra en la Provincia de Santa Fe (excluyendo aquí a la ciudad de Santa Fe).

De lo expresado surge una significativa diversificación geográfica del mercado de las empresas encuestadas; si bien cabe destacar que estas respuestas no pueden ser consideradas estadísticamente representativas de la actividad económica territorial, en principio debido al medio de recolección de la información utilizado (Internet), al cual no

tienen acceso el universo de actores económicos, destacándose una baja representación de las micro empresas, las que detentan una significativa presencia en el territorio.

En este sentido se destaca que estos resultados deben ser interpretados considerando una alta participación de empresas industriales, constructoras y desarrolladoras de software en el total de las respuestas, las que por sus características naturales suelen proveer a mercados extendidos territorialmente.

Gráfico 4: Participación de las empresas en los distintos niveles geográficos de mercado

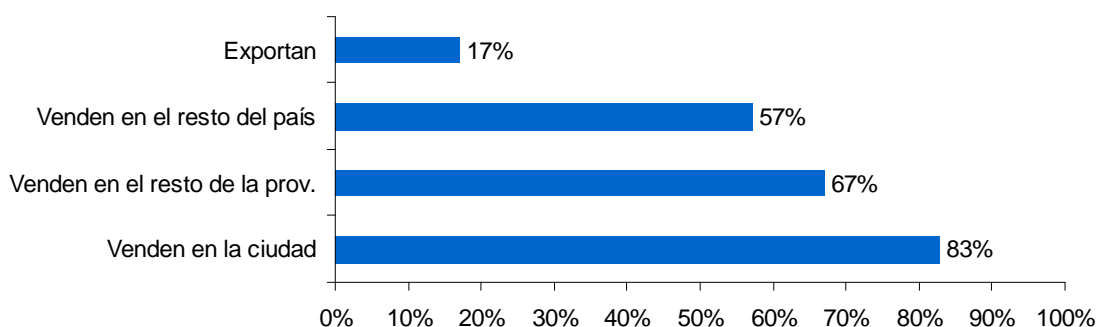
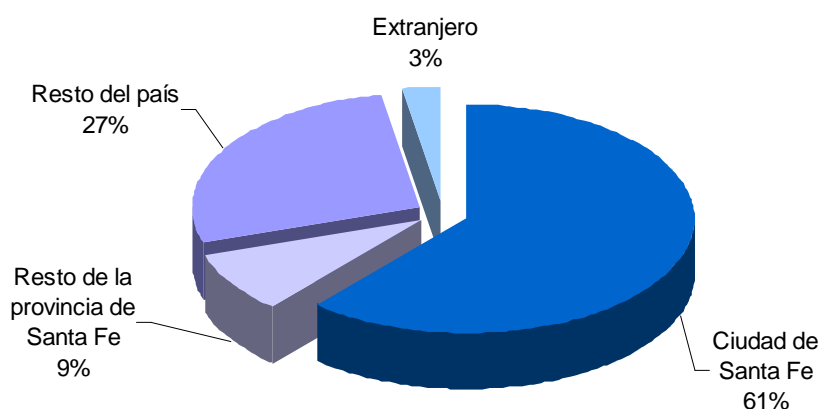


Gráfico 5: Distribución de empresas según principal mercado de ventas



3.1.4. Empresas que invirtieron en 2010

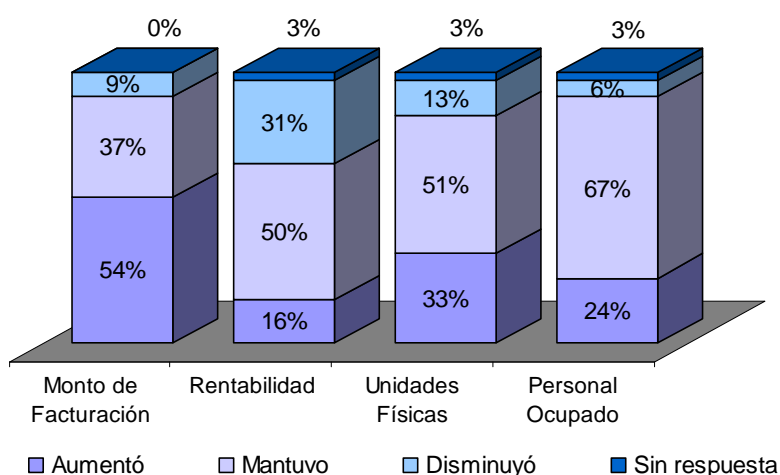
De las empresas que respondieron la encuesta, el 63% manifestó que en el transcurso del año 2010 han realizado inversiones, destacándose sectorialmente el caso de las prestadoras de servicios, ya que realizaron inversiones el 80% de las empresas provenientes de dicho sector.

3.1.5. Variación del 1er semestre de 2011 respecto al 2do semestre de 2010 de algunas variables claves para la empresa

En base a las respuestas plasmadas en el siguiente gráfico se puede considerar en términos generales que el 1er semestre del 2011 el grueso de las empresas varió positivamente respecto al último semestre del año anterior, puesto que:

- El 54% de las empresas aumentó su facturación respecto al semestre anterior.
- La mitad de las empresas mantuvo su rentabilidad.
- El 33% de las empresas aumentó su producción.
- El 24% de las empresas aumentó la cantidad de mano de obra ocupada.

Gráfico 6: Variación del 1er semestre de 2011 respecto al 2do semestre de 2010 del Monto de Facturación, Rentabilidad, producción y personal ocupado



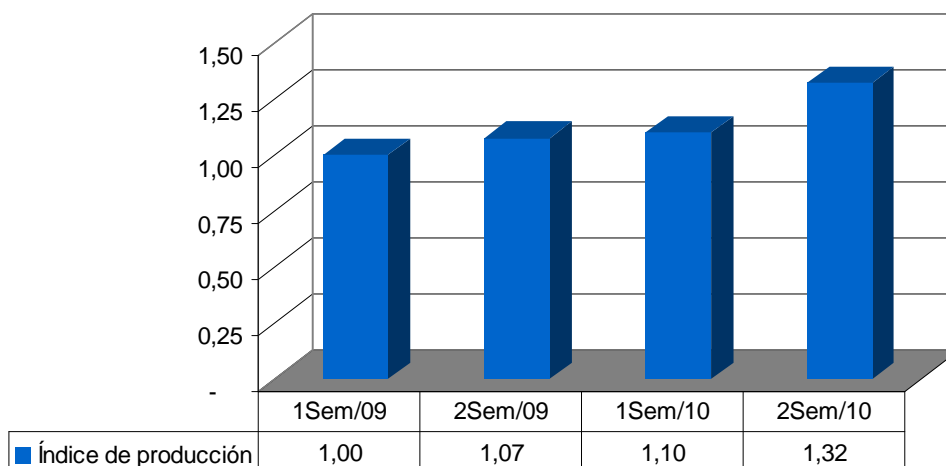
3.1.6. Nivel de actividad económica

Se ha procurado crear un indicador del nivel de facturación de las empresas privadas del territorio, en principio se recalca que este indicador no mide el Valor Agregado de la economía (Producto), sino el nivel de facturación, representativo del nivel de producción, pero acotado al universo de empresas privadas. El mismo está diseñado a los efectos de captar la evolución de la facturación de un conjunto representativo de empresas. Sin duda, y tal cual como ya se ha mencionado, en esta primera edición del informe sobre el ambiente de negocios del aglomerado urbano santafesino, no se ha llegado a reunir un número y una tipología de empresas que sea absolutamente representativo de estas variables. Este hecho se ve particularmente acentuado en este punto en particular, ya que un 15% de las empresas que han respondido la encuesta no registraron en la misma, la información respecto a facturación.

Este déficit en la representatividad estadística de los resultados, será subsanado en las próximas ediciones de este informe, ya que se ha cambiando la forma de interrogación sobre facturación, de modo de asegurarle doblemente a las empresas la confidencialidad de este tipo de información.

No obstante, a partir de 85% de las respuestas recibidas, se ha construido un indicador de actividad económica sobre la base de la evolución de la facturación a nivel semestral. Los resultados así obtenidos se vuelcan en el siguiente gráfico:

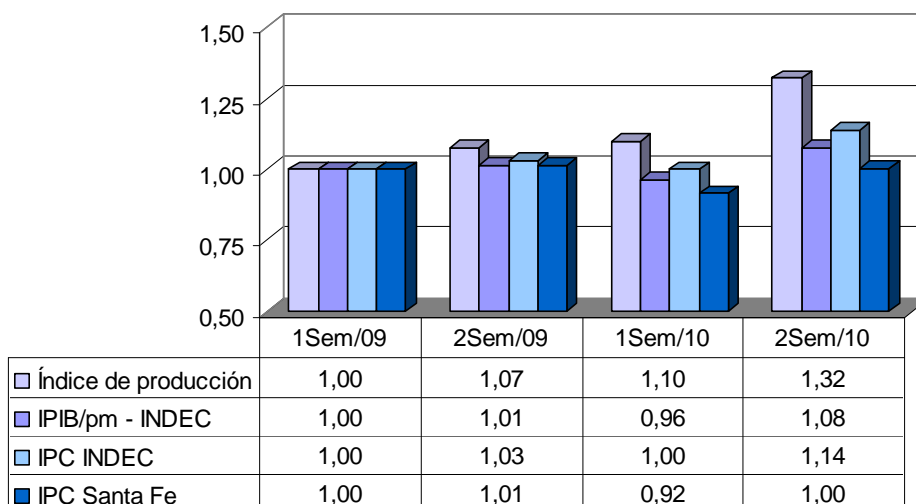
**Gráfico 7: Índice de facturación de las empresas privadas del aglomerado Santa Fe
(en valores corrientes)**



A los efectos de generar una lectura de esta variable que este corregida por la variación en el poder adquisitivo de la moneda (efecto inflacionario), se ha recalculado ajustando la serie precedente con diversos índices de precios.

En primer lugar se aplicó el Índice de Precios Internos Básicos al por mayor, elaborado por el INDEC, el mismo refleja la evolución de los precios al por mayor, descontados los impuestos directos, dado que resulta el que más se ajusta al tipo de información requerida a las empresas. En segundo lugar se ajustó el índice corriente a valores reales mediante la aplicación del índice de precios al consumidor. Para ello en este caso se han aplicado y así se muestran dos índices.

**Gráfico 8: Índice de facturación de las empresas privadas del aglomerado Santa Fe
(en valores corrientes y reales)**



El primero de ellos es el índice elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), el cual refleja la variación de estos precios en Capital Federal, mientras que el segundo, es elaborado por el Instituto Provincial de Estadística y Censos (IPEC) y refleja la variación de precios en el Aglomerado Gran Santa Fe.

Sin duda estas diversas aplicaciones dan resultados altamente heterogéneos, ya que el 32% de crecimiento en la facturación (en un año y medio) que arroja la serie de valores corrientes, se convierte en un crecimiento del 8% en dicho período (lo cual equivale al 5,14% anual promedio), si se aplican los precios mayoristas sin impuestos. Pero dan crecimientos en el período extendido del 14% o nulo (lo cual implica tasas anuales de crecimiento del 9% o del 0%), si se consideran el índice de precios al consumidor calculado por Nación o por la Provincia.

3.2. Expectativas

3.2.1. Expectativas sobre las condiciones económicas del país

A continuación se presenta en forma sintética, las respuestas en relación a las perspectivas que los empresarios del aglomerado tienen, sobre algunas de las principales variables macroeconómicas: Nivel de actividad, Tipo de cambio y Tasa de inflación.

3.2.1.1. Expectativas sobre nivel de actividad 2011

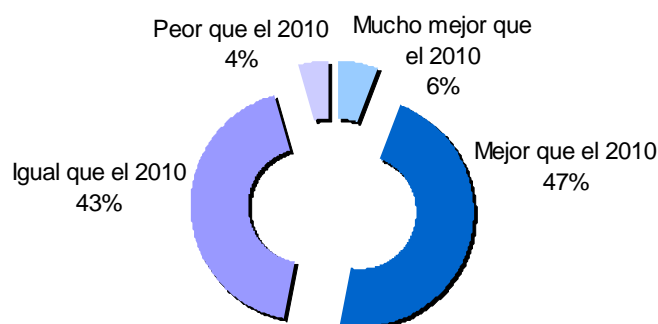
En relación a las expectativas sobre nivel de actividad, cabe decir que existe una percepción favorable tanto en términos de la evolución de la economía en general, como de las propias empresas en particular.

Esta situación se refleja en el importante número de empresarios (53%) que consideran que la economía a nivel general será “mejor o mucho mejor” en el año 2011 respecto al 2010, además de considerar que solo el 4% de los encuestados prevén un empeoramiento de la situación (ver gráfico 9).

El sector que detenta mejores expectativas de la economía a nivel agregado, es el industrial, en el cual el 60% de los empresarios consideran que el corriente año concluirá siendo un año “mejor o mucho mejor” que el pasado 2010.

Gráfico 9: Expectativa sobre la evolución del nivel de actividad de la Argentina durante el 2011 respecto al 2010

¿Cómo cree que será la situación general de la economía, términos de nivel de actividad, en el año 2011 en relación al 2010?



3.2.1.2. Expectativas sobre la cotización del Dólar

Con respecto a los valores que se espera asuma el tipo de cambio de la principal divisa extranjera (dólar estadounidense) en el futuro próximo, las expectativas se resumen en el siguiente cuadro⁴.

Cuadro 1: Cotización esperada del dólar estadounidense

	Promedio	Desvío Estándar	Coficiente de variación
Al 31 de Diciembre de 2011	4,35	0,27	6%
Al 30 de Junio de 2012	4,73	0,48	10%

Como se puede observar, los empresarios esperan un alza del valor de la divisa en el transcurso de los próximos 12 meses a partir de mediados de este año. Del cuadro anterior se deduce que los empresarios esperan un incremento del 6% en el valor del dólar en el último semestre de 2011 y un incremento del 9% durante el primer semestre de 2012. De esta forma, entre junio de 2011 y 2012 se espera un incremento anual del 15% del valor del dólar.

Es de destacar que debido a los valores del Desvío Estándar y del Coeficiente de variación (C.V.), se observa un importante acuerdo en las expectativas de los empresarios en relación a la cotización del dólar.

3.2.1.3. Expectativas sobre la tasa anual de inflación

Los empresarios encuestados esperan para este año una tasa de inflación promedio que ronda en el orden del 26% anual, sin embargo a juzgar por el valor del 25% del C.V, debe tenerse en cuenta que la estimación presenta un bajo grado de confiabilidad, debido a la existencia de una dispersión considerable en la opinión de los empresarios.

Esto implica que el grueso las respuestas (95%), esperan una inflación anual mayor al 19,5% y menor del 32,5%.

Cuadro 2: ¿Qué tasa de inflación anual estima para la economía en general en el año 2011?

Promedio	26
Desvío Estándar	7
Coficiente de variación	25%

3.2.2. Expectativas Económicas de la Empresa

3.2.2.1. Expectativas sobre la situación particular de la empresa en el 2011

Los empresarios han manifestado poseer expectativas muy positivas en relación al desarrollo de su empresa en el transcurso del presente año. Al respecto, el 56% de los

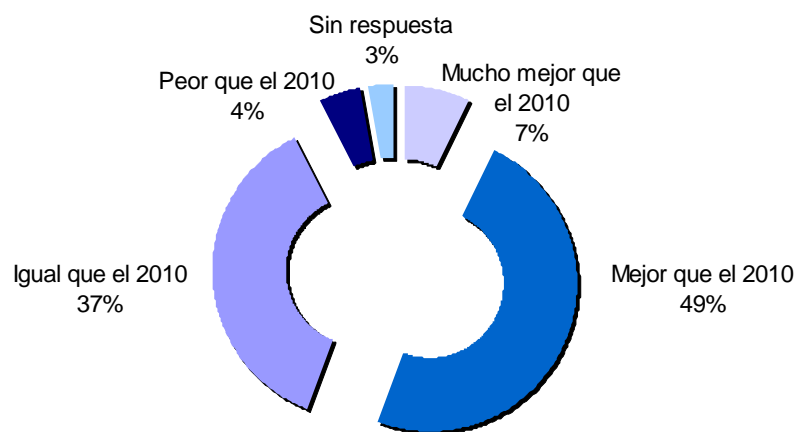
⁴ Mientras el Desvío Estándar es una medida del grado de dispersión de los datos con respecto al valor promedio, el Coeficiente de variación es una medida de dispersión útil para comparar dispersiones a escalas distintas. Se calcula como la razón entre el desvío estándar y la media, multiplicado por cien.

empresarios consultados espera que su empresa concluya el presente año “mejor o mucho mejor” que en el 2010.

A nivel sectorial, se destaca el sector industrial, puesto que el 60% de las respuestas sobre expectativas de estos empresarios reflejan que esperan concluir el año 2011 “mejor o mucho mejor” que el vivido en el año 2010. En contraposición a esta opinión es importante destacar que, en todos los sectores, la cantidad de empresarios que sostienen expectativas negativas para sus empresas, creyendo que concluirán un 2011 peor que el 2010, es de un orden de tan sólo entre el 4 y el 5%.

Gráfico 10: Expectativa de la situación de la empresa en 2011 respecto a 2010

¿Cómo cree que será la situación particular de su empresa en el año 2011 en relación al 2010?



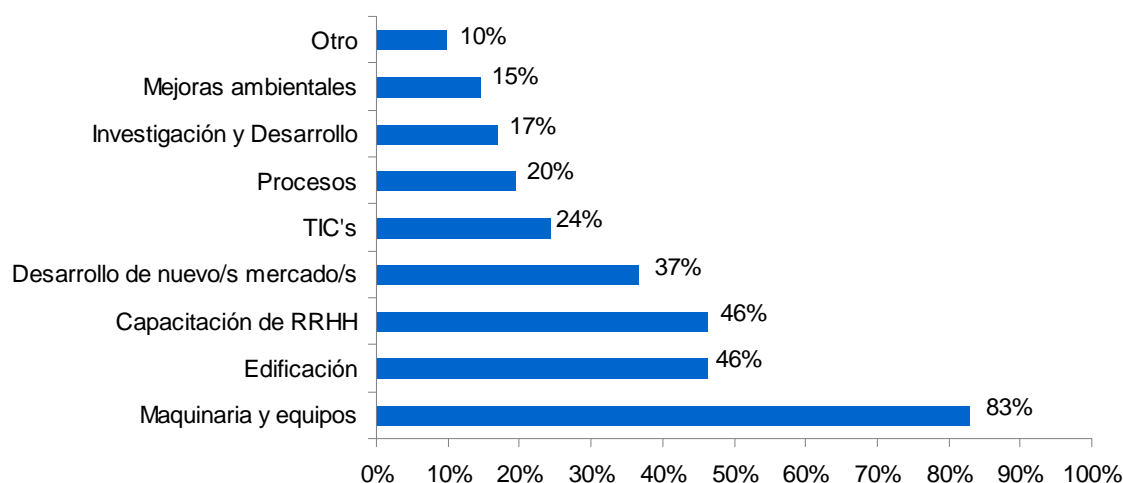
3.2.2.2. Inversiones en el 2011

Aproximadamente el 60% de las empresas que respondieron la encuesta transmitieron que proyectan realizar inversiones en el transcurso del año 2011, siendo dicha inversión en el 56% de los casos mayor a la realizada en el 2010.

A nivel sectorial se destacan las intenciones de realizar inversiones durante el 2011 por parte de los empresarios del sector servicios, puesto que el 76% de los mismos respondió afirmativamente ante esta pregunta, así mismo el 63% de estos últimos planea ejecutar un monto mayor al invertido en 2010.

La inversión que se planea realizar en el 2011, estaría orientada a los siguientes ítems y en los porcentajes que se muestran en el siguiente gráfico:

Gráfico 11: Porcentaje de empresas que realizarán inversiones durante el 2011 según el tipo de inversión que planean realizar



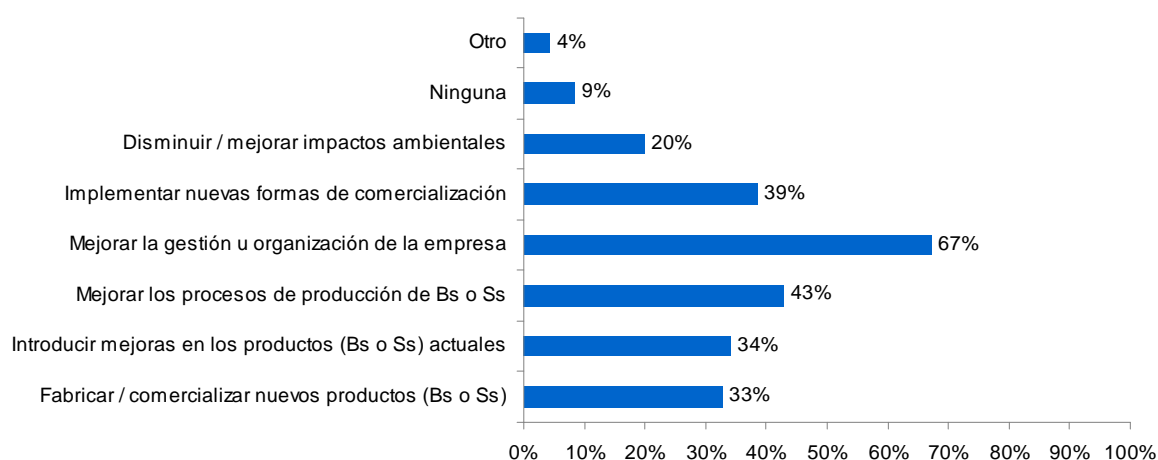
Como se puede observar en el gráfico anterior, la gran mayoría de las empresas (83%) que piensan realizar inversiones en el transcurso del año 2011, consideran invertir en maquinaria y equipos; otro importante grupo de empresas (46%) planea invertir en edificación y capacitación de recursos humanos. Cabe destacar que si bien la cantidad de empresas que planean invertir en investigación y desarrollo es menor que las que pretenden realizar otro tipo de inversiones, el 17% es un valor muy alto considerando los promedios nacionales, además es destacable que la mayoría de ellas pretende realizar dicho esfuerzo con recursos humanos y equipamiento propio.

3.2.2.3. Actividades innovativas en el 2011

Puesto que las inversiones de carácter innovativo son consideradas como una de las mayores fuentes de generación de capacidades competitivas, se decidió indagar sobre las previsiones en este aspecto. Para lo cual se presentaron seis tipos de opciones de inversiones innovativas. Al respecto se destacan las principales conclusiones:

- La mayoría (68%) de las empresas planea en el 2011 mejorar su gestión u organización;
- El 43% las empresas pretenden mejorar sus procesos de producción, ya sea de bienes y/o servicios, y
- El 39% de las empresas pretende implementar nuevas formas de comercialización.

Gráfico 12: Porcentaje de empresas según el tipo de innovación que planean realizar



3.2.2.4. Factores preocupantes del contexto económico-político actual

Con el propósito de conocer cuales son las principales preocupaciones del empresariado respecto al contexto económico-político, se ha solicitado a los mismos que indiquen, según orden de importancia los tres principales factores del contexto económico-político actual que más le preocupan a su empresa.

De esta forma, al indagar respecto al principal factor del contexto económico-político actual que preocupa al empresariado local, se observa que a la mayoría de los empresarios (un 36%) les inquieta el nivel de inflación y en menor medida, le siguen como preocupaciones el tipo de cambio, la falta o inaccesibilidad al crédito y la incertidumbre político-económica, entre otras.

Al analizar las respuestas a nivel sectorial se observa que en cada uno de los sectores al igual que en el conjunto, a la mayoría de los empresarios les preocupa principalmente la inflación, sin embargo el resto de las preocupaciones varía según las características particulares de la actividad del sector. De esta forma a los industriales luego de la inflación les preocupa el tipo de cambio, a los comerciantes las restricciones a las importaciones y a las empresas prestadoras de servicios les preocupa la incertidumbre política generada por el proceso electoral.

Las respuestas al principal factor señalado como fuente de preocupación empresarial, se vuelcan en el siguiente cuadro, en el cual se señala el porcentaje de adhesión.

Cuadro 3: Distribución de respuestas a la pregunta: ¿Cuál es el principal factor del contexto económico-político actual que más preocupa a su empresa? - Total de empresas

Inflación	36%
Tipo de cambio	9%
Financiamiento	7%
Problemas gremiales	7%
Elecciones	7%
Incertidumbre político-económica	7%
Restricción de importaciones	6%
Presión tributaria	3%
Inseguridad	3%
Nivel de actividad económica	3%
Otros	6%
Sin respuesta	7%

Por otra parte, interrogados los empresarios en relación a cuáles son los **tres** factores del contexto económico-político más preocupantes, dan un conjunto de respuestas, las cuales alcanzan de un modo más eficiente la presentación del universo de preocupaciones empresariales.

Cuadro 4: Frecuencia de los tres principales factores de preocupación empresaria, sobre el contexto económico-político actual.

Inflación	76%
Conflictos gremiales/política salarial	21%
Financiamiento	19%
Presión tributaria	16%
Inseguridad	14%
Tipo de cambio	14%
Elecciones	14%
Incertidumbre político-económica	14%
Restricción de importaciones	11%
Inseguridad jurídica	11%
Política económica	10%
Economía Nacional e Internacional	10%

3.2.2.5. Desafíos de la Empresa en el 2011

A fin de conocer los principales desafíos que las propias empresas reconocen que deben afrontar, se requirió a las mismas que señalen, siguiendo un orden de prioridad, los tres principales desafíos que su empresa debe afrontar en el presente año.

Los resultados se procesaron como en el caso anterior de dos modos, en primer lugar analizando las respuestas de aquellos desafíos que fueron reconocidos como primer

prioridad. De esta forma resultados que se reflejan en el Cuadro N° 5, señalan al crecimiento y al desarrollo de los nuevos mercados como los principales desafíos que se reconocen, en tercer lugar, casi en paridad con el segundo se señala nuevamente a la inflación como el principal desafío a ser superado.

Cuadro 5: Distribución de respuestas a la pregunta: ¿Cuál es el principal desafío que deberá afrontar su empresa durante este año? - Total de empresas

Crecer	17%
Desarrollo de nuevos mercados/mejorar posicionamiento	11%
Inflación	10%
Consolidación de la producción e innovación de productos	7%
Mantener/aumentar la rentabilidad	7%
Mayor competencia	6%
Mantener nivel de actividad	6%
Financiamiento	4%
Mejorar la gestión organizacional	4%
Aumentar la competitividad	4%
Problemas gremiales	3%
Estabilizarse/afianzarse	3%
Otros	10%
Sin respuesta	7%

Aquí nuevamente se presenta en el Cuadro N° 6, las respuestas obtenidas del procesamiento de los tres principales desafíos. En este caso la inflación vuelve a ser el tema relevante, seguido por aquellas dos preocupaciones que la precedieran en la respuesta anterior (desarrollo de mercados y crecimiento).

Cuadro 6: ¿Cuáles son los desafíos que deberá afrontar su empresa durante este año?

Inflación	26%
Desarrollo de nuevos mercados y aumentar clientela	26%
Crecer	24%
Mejorar la gestión organizacional	19%
Consolidación de la producción e innovación de productos	17%
Mantener/aumentar la rentabilidad	17%
Mayor competencia	16%
Financiamiento	14%
Captación, Retención y profesionalización de RRHH	13%

Se destaca de estos resultados una fuerte concordancia entre las buenas expectativas para el corriente año y las que aquí se obtienen como desafíos, ya que la mayoría de las empresas fijan su atención en el crecimiento, la expansión, el posicionamiento en los mercados, la innovación en los productos, etc. Sin duda objetivos estos en cuyo logro, reconocen que la inflación es un obstáculo que dificulta el camino.