

15

La Industria de electrodomésticos
en Córdoba



Capítulo 15: La Industria de Electrodomésticos en Córdoba¹

La industria de los electrodomésticos y productos afines posee una extensa trayectoria tanto en el país como en la provincia de Córdoba. Abarca una amplia variedad de productos, procesos e insumos, y está estrechamente vinculada con otras industrias. Su crecimiento y desarrollo presenta grandes posibilidades en la provincia, para lo que se requiere superar los obstáculos de la coyuntura actual.

15.1 Introducción

El sector de electrodomésticos y afines en la provincia de Córdoba se caracteriza por presentar una amplia variedad de actividades productivas tendientes a la elaboración de bienes durables para uso doméstico. Exhibe un alto grado de integración entre las diferentes ramas productivas manufactureras, incluyendo actividades tales como la fundición de metales, la elaboración de componentes, el ensamblaje de partes, y el diseño y terminación de los bienes finales.

En el marco de una política industrial a nivel nacional tendiente a la sustitución de importaciones, surgen para las firmas del sector diversas oportunidades en el sentido de ascender a lo largo de la cadena de valor, desarrollando nuevas etapas del proceso de producción e incrementando la participación de mercado de sus productos. Pero a su vez, ello exige una importante erogación de fondos en materia de diseño, incorporación de tecnología y desarrollo de software operacionales.

Al hablar de electrodomésticos se hace referencia a máquinas que sirven para realizar actividades rutinarias en el hogar, cuya fuente de energía es eléctrica. Se engloban dentro de los bienes de consumo durable, susceptibles de ser utilizados durante un periodo de tiempo prolongado al no agotarse con el uso, y siendo a la vez bienes finales, no sometidos a transformaciones una vez producidos, de modo tal que son operados en el estado en que se encuentran al salir de fábrica.

Los electrodomésticos se dividen en tres grandes categorías: línea blanca, línea marrón y pequeños aparatos electrodomésticos. La primera de ellas, los electrodomésticos de la línea blanca, se refiere a los vinculados a la cocina y limpieza. Entran en este grupo las heladeras, freezers, lavarropas, secarropas, lavavajillas, hornos, termotanques y calefones eléctricos, entre otros. La línea marrón abarca los electrodomésticos de video y audio, como televisores, equipos de música, home cinema, consolas de videojuegos y reproductores de DVD. Por último, los pequeños aparatos electrodomésticos (PAE) engloban una gran cantidad de instrumentos, siendo las aplicaciones de cocina los más importantes. Incluye cafeteras, procesadoras, licuadoras, tostadoras, secadores de pelo, afeitadoras eléctricas, planchas, entre otros.

A los fines de este estudio, se incorporarán al análisis industrias afines a la producción de electrodomésticos tales como ventiladores, iluminación, balanzas, artefactos a gas, entre otros, que no están comprendidas en la clasificación precedente. Este hecho se justifica en la

¹ El presente capítulo es un resumen del proyecto titulado "Estudio para el desarrollo, fortalecimiento y modernización del sector de electrodomésticos y afines en la Provincia de Córdoba" Exp N°14 155 00 01 a cargo del Instituto de Investigaciones Económicas de la Bolsa de Comercio de Córdoba, financiado por el Consejo Federal de Inversiones a pedido del Ministerio de Industria, Comercio, Minería y Desarrollo Científico de la provincia de Córdoba, que actualmente se encuentra en ejecución.

vinculación y similitud con las empresas del sector, existencia de proveedores y canales de distribución comunes, procesos productivos relacionados y realidad económica de la empresa compartida con las firmas productoras de electrodomésticos.

Por otra parte, ciertas empresas no pueden ser agrupadas en otros rubros de producción, tanto por pertenecer a sectores que no poseen una delimitación clara, como por ser casos particulares en el área geográfica bajo estudio -en este caso, la Provincia de Córdoba-. Ante esta situación, resulta de interés su inclusión como empresa afín al rubro de electrodomésticos, de modo que se pueda analizar su situación particular y tener en cuenta en la delimitación de políticas de incentivo al sector.

15.2 Revisión del sector productor de electrodomésticos y afines en Argentina

15.2.1 El desarrollo por sustitución

Históricamente la República Argentina ha sido pionera en la región, junto con Brasil, en el desarrollo de industrias que incorporan procesos productivos complejos. En las primeras décadas del siglo XX, paralelamente con la construcción de las primeras redes de gas y electricidad, la sociedad argentina comenzó a manifestar la necesidad de artefactos modernos que hagan más cómoda la vida de sus familias. De esta manera, el mercado del electrodoméstico comenzó a constituirse, en un principio, como un estrecho nicho reservado únicamente para las clases pudientes. No obstante, el pronunciado crecimiento económico y la constante extensión de las redes de gas y electricidad provocaron que cada vez una porción mayor de la sociedad pudiera acceder a este tipo de bienes.

Hasta la década de 1930, prácticamente la totalidad de los bienes domésticos que consumían gas o electricidad eran importados. Lo anterior se debe principalmente a que para producir eficientemente este tipo de artefactos es necesario grandes inversiones en tecnología y mano de obra calificada, circunstancias que no eran frecuentes en el sector industrial argentino. En aquellos años, las características de la coyuntura económica de nuestro país incentivaban el desarrollo de emprendimientos agroexportadores, mientras los productos manufacturados eran generalmente importados desde Europa o Estados Unidos.

La crisis económica de 1930 cambió radicalmente la situación, la retracción del comercio internacional obligó a nuestro país a revisar el, hasta ese entonces indiscutible, modelo agroexportador. Como resultado de esto, se impulsó desde el Estado un proceso de industrialización por sustitución de importaciones, permitiendo a la industria del electrodoméstico dar un salto que se intensificó particularmente en la segunda mitad de la década de 1940. Las políticas arancelarias y de fomento a la industria jugaron un rol clave.

La paulatina recuperación económica, al igual que las políticas sociales impulsadas por el gobierno en aquellos años, permitieron acelerar el proceso de ampliación del mercado del electrodoméstico. “El auge inicial del sector de artículos para el hogar se produjo en un contexto favorecido por salarios crecientes, difusión de los servicios eléctricos, construcción de nuevas viviendas y una mayor participación social de la mujer. Tal contexto propició la modernización de la vivienda, donde la cocina ganó importancia dentro de la distribución del hogar. Allí se concentraban algunos de los elementos más costosos de la casa” (CEP, 2004).

Necesariamente la integración de la industria nacional en la cadena de valor del electrodoméstico fue gradual; en un principio las plantas nacionales se limitaban a ensamblar productos que utilizaban en mayor medida insumos importados. Luego, al ganar experiencia en el mercado, se comenzaron a integrar paulatinamente procesos productivos más complejos,

inicialmente bajo licencia de marcas extranjeras, para en última instancia llegar a diseñar y producir casi la totalidad del producto en nuestro país.

La industria del electrodoméstico alcanzó su primer auge durante la década de 1960, cuando las compras a crédito estimularon en mayor medida la demanda. “Resumiendo, en treinta años dicha industria había alcanzado su pleno desarrollo y estaba provista de máquinas y equipos de avanzada. El sector utilizaba el 95% de materia prima de origen nacional, que incluía chapas de metal, maderas y cristales de alta calidad, así como motores y accesorios.

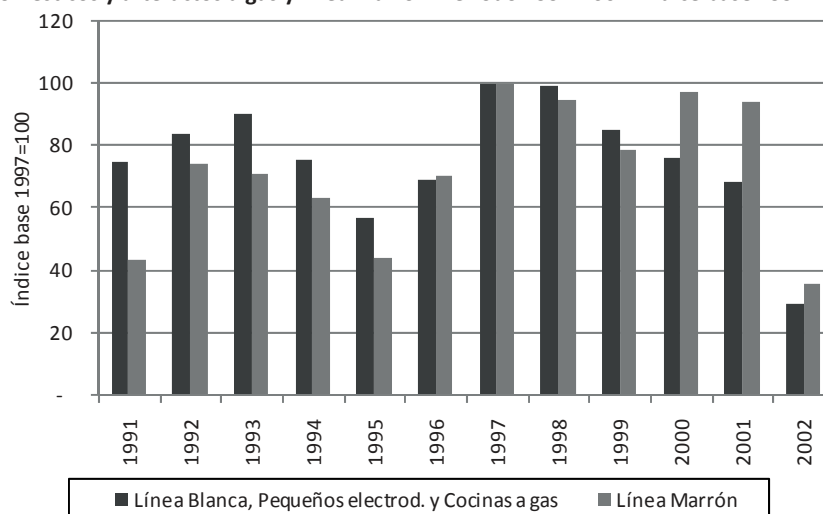
Este desarrollo se truncó a mediados de los ‘70. Los dos motivos principales de este hecho fueron, por un lado, el deterioro del salario real; y por el otro, la apertura comercial que favoreció la entrada de productos importados en un mercado nacional históricamente protegido y en proceso de contracción” (CEP, 2004).

Para finales de la década de 1970 el entorno protegido que impulsaba el desarrollo industrial estaba desapareciendo. La competencia extranjera terminó por reducir, en gran medida, la porción que ocupaban los productores nacionales en la cadena de valor del electrodoméstico. Este proceso continuó ininterrumpidamente durante toda la década de 1980 generando que muchas empresas cierren sus puertas o transmutaran en ensambladoras, importadoras o distribuidoras de artefactos fabricados en el extranjero. Finalmente las crisis macroeconómicas de la segunda mitad de los ‘80 potenciaron la decadencia del sector.

15.2.2 Estabilidad, recuperación y crisis

A comienzos de la década de 1990, con la estabilización de la economía nacional, la industria del electrodoméstico comenzó a recuperarse nuevamente. El consumo atrasado, a raíz de las dificultades económicas de la década anterior, estimuló a la demanda, asimismo la estabilidad en los precios y el restablecimiento del crédito para consumo contribuyeron a la recuperación del mercado. En este entorno más estable las empresas optaron por producir nuevamente. Como se aprecia en el Gráfico 15.1, el volumen producido de electrodomésticos fue incrementándose paulatinamente desde el comienzo de la década para llegar a su punto más elevado en 1997 y 1998, tras sufrir una regresión pasajera entre 1994 y 1996 (Efecto Tequila).

Gráfico 15.1: Volumen físico de producción de electrodomésticos de línea blanca, pequeños electrodomésticos y artefactos a gas y línea marrón. Periodo 1991-2002. Índice base 1997=100



Fuente: IIE sobre la base de CEP

Más allá de la recuperación del sector, en gran parte debida al clima de estabilidad económica, las políticas de apertura comercial adoptadas por el Estado generaron un doble efecto. Como señala el Centro de Estudios para la Producción: “Por un lado, dieron lugar a una renovación de la oferta importada y también local, con nuevos productos y desarrollos tecnológicos y de diseño (...) a precios accesibles. En segundo término, esa misma modernización e internacionalización de la competencia implicó un achicamiento del espacio para la producción local en el propio mercado argentino (lo que se agravaría en los últimos años de la década), con una reducción del número de empresas” (CEP, 2004).

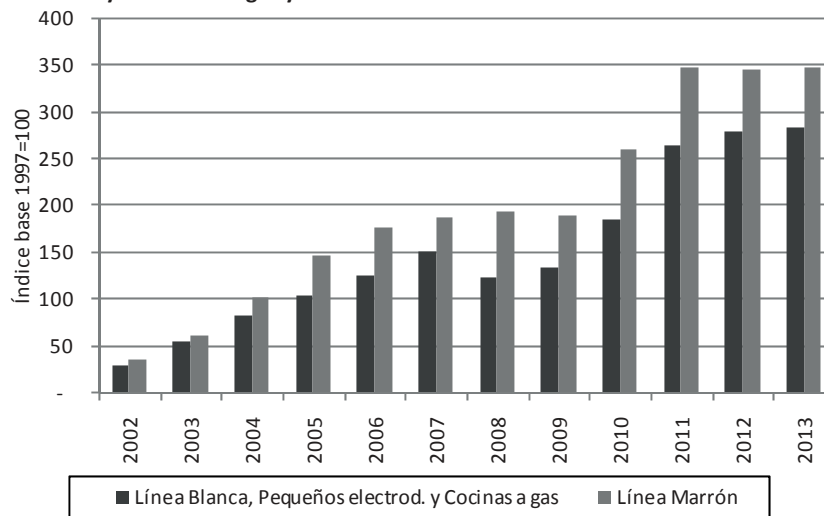
El panorama económico nacional se deterioró nuevamente para los últimos años de los '90 y la industria del electrodoméstico se vio ampliamente afectada por esta nueva crisis.

Tras la debacle económica, social y política de diciembre de 2001, y la posterior devaluación del peso, la recesión fue la característica distintiva de la economía argentina en el 2002. El elemento que en mayor medida afectó al sector del electrodoméstico fue la devaluación. Durante los años '90 las empresas, pese a haber vuelto a ocupar eslabones en la cadena de valor, aprovecharon las ventajas propias de una economía abierta al comercio internacional, por lo que dependían en gran medida de insumos importados. La repentina y brusca devaluación le asestó un nuevo golpe a esta industria, que ya se enfrentaba a una pronunciada retracción de la demanda local.

15.2.3 El desarrollo reciente del sector

Al igual que muchos otros sectores productivos de nuestro país, a comienzos de la década del 2000 la industria del electrodoméstico se encontraba en una situación crítica. Por un lado, la oferta se vio fuertemente afectada por el incremento de costos, a raíz de la devaluación y el consecuente aumento del precio de los insumos importados. Por otro lado, la disminución del salario real, la profunda contracción del crédito, la incertidumbre en el panorama económico y el encarecimiento de los electrodomésticos, abatieron a la demanda. El punto más bajo de la producción se alcanzó en el año 2002.

La situación comenzó a mejorar para el año 2003 con la paulatina estabilidad y recuperación del país. La reestructuración de la economía nacional inauguró nuevas oportunidades para los industriales que pudieron superar la crisis. Lógicamente, la adaptación al nuevo entorno presentó importantes desafíos, sin embargo la recuperación del mercado interno permitió nuevas perspectivas positivas para esta. La reactivación del sector comenzó a acelerarse entre los años 2003-2006, a punto tal que para 2006 los niveles de producción en línea blanca, marrón y pequeños electrodomésticos ya superaban ampliamente los alcanzados en 1998. La gama de electrodomésticos de línea marrón (audio y video) fue la que más crecimiento tuvo en esos años. El clima de crecimiento económico y estabilidad social y política generó un entorno ventajoso para la inversión y por ende la incorporación de nuevas tecnologías y procesos productivos.

Gráfico 15.2: Volumen físico de producción de electrodomésticos de línea blanca, pequeños electrodomésticos y artefactos a gas y línea marrón. Periodo 2002-2013. Índice base 1997=100

Fuente: IIE sobre la base de CEP

Los últimos datos oficiales publicados sobre el sector indican que en el año 2013 se alcanzó el récord histórico en la producción de electrodomésticos en nuestro país. Según CEP “La recuperación económica y el crédito para consumo; las regulaciones al sector (licencias no automáticas para la importación); y las inversiones realizadas por las firmas locales, han sido algunos de los factores que han permitido el avance de los productos nacionales frente a los importados en el mercado interno” (CEP, 2008).

15.2.4 El sector del electrodoméstico en la Provincia de Córdoba

La industria del electrodoméstico en la provincia de Córdoba se caracteriza por presentar una amplia variedad de actividades productivas tendientes a la elaboración de bienes durables para uso doméstico. La mayor cantidad de plantas pertenecientes a dicha rama de actividad se encuentran radicadas en el departamento Capital y los ubicados al sur y al este de la provincia, siendo estos los distritos de mayor desarrollo relativo a lo largo de la cadena de valor.

La producción de electrodomésticos en la provincia de Córdoba exhibe un alto grado de integración entre las diferentes ramas productivas manufactureras. Los diferentes procesos productivos comprenden actividades tales como la fundición de metales, la elaboración de componentes, el ensamblaje de partes, y el diseño y la terminación de los bienes finales. Ello motiva la especialización de numerosas firmas, tanto en lo que refiere al desarrollo de línea blanca, como así también de otros electrodomésticos de uso específico. No obstante, las empresas de mayor envergadura se concentran en la producción de cocinas a gas y eléctricas, lavarropas y ventiladores.

La provincia de Córdoba posee una ventaja competitiva respecto de otros distritos del país, puesto que la actividad metalúrgica es una tradición en el entramado productivo provincial. Además, el alto grado de calificación de la mano de obra permite la rápida adaptación y reconversión de la línea de producción, incorporando nuevas tecnologías e innovando tanto en productos como en procesos.

En el marco de una política industrial a nivel nacional tendiente a la sustitución de importaciones, se presentan para las firmas del sector diversas oportunidades para ascender a lo

largo de la cadena de valor, desarrollando nuevas etapas del proceso de producción e incrementando la participación de mercado de sus productos. Pero a su vez, ello exige una importante erogación de fondos en materia de diseño, incorporación de tecnología y desarrollo de software operacionales.

15.3 Resultados del estudio

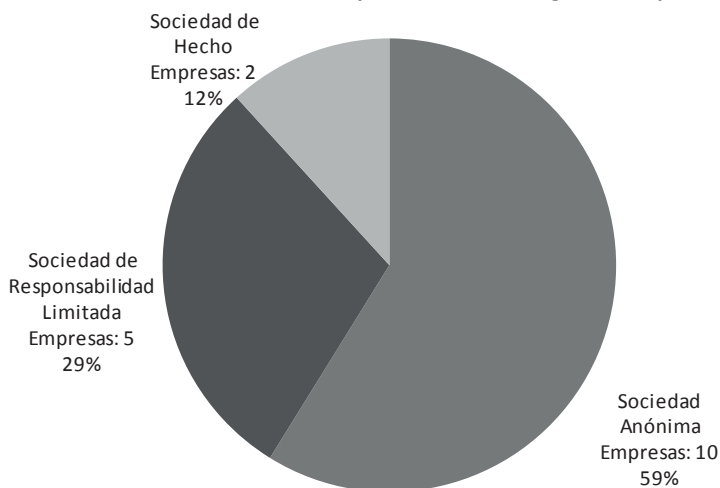
En esta sección se hará un repaso por los principales resultados obtenidos en el trabajo “Estudio para el desarrollo, fortalecimiento y modernización del sector de electrodomésticos y afines en la Provincia de Córdoba”, en los primeros meses de 2015. Fueron encuestadas un total de diecisiete empresas del sector en la provincia de Córdoba.

Los electrodomésticos y productos afines producidos por las empresas relevadas incluyen lavarropas, secarropas, centrifugadoras, planchadoras, heladeras, cámaras frigoríficas, cocinas, termotanques, campanas, extractores, balanzas, máquinas de coser domésticas, bordeadoras de césped, estufas, pistolas de aire caliente, mantas eléctricas, potencias, plafones e insumos como tubos de acero, tornillos y cables, entre los más importantes.

15.3.1 Características generales de las empresas

En primer lugar, se indagó por la tipología jurídica de las empresas. Dentro del rubro estudiado, la mayoría de las empresas se han encaminado hacia una estructura societaria donde se limite la responsabilidad solo al capital invertido. Es por ello que el 59% de las empresas encuestadas (10) se inscriben como sociedades anónimas, 29% (5) como sociedades de responsabilidad limitada y solo el 12% (2) como sociedades de hecho (ver Gráfico 15.3).

Gráfico 15.3: Cantidad de empresas relevadas según forma jurídica



Fuente: IIE.

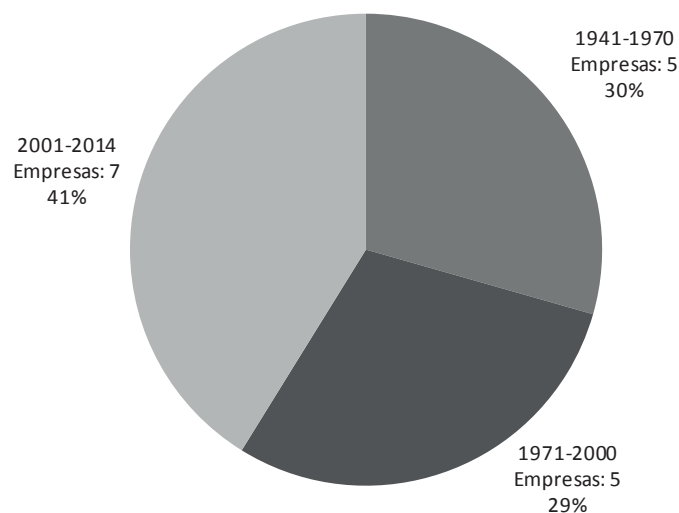
En cuanto a la localización de las empresas, 8 de las 17 se encuentran en la ciudad de Córdoba, 3 en San Francisco, 2 en Villa Allende, y 1 en las localidades de Luque, Oliva, Villa María y Morteros. Es decir, la mayoría de las empresas productoras de electrodomésticos y productos afines se concentran en la capital de la provincia, localidades aledañas y los departamentos ubicados al este y sudeste provincial.

Cuadro 15.1: Cantidad de empresas por localidad

Localidad	Cantidad de empresas
Córdoba	8
San Francisco	3
Villa Allende	2
Luque	1
Oliva	1
Villa María	1
Morteros	1

Fuente: IIE.

Por otro lado, el año de inicio de las actividades de las empresas es muy variable, habiéndose encuestado una empresa con menos de dos años de vida y otra con más de 65. En el Gráfico 15.4 se ilustra la diversidad de años de inicio de actividades de las empresas del sector. Mientras un 30% de las empresas se crearon entre 1941 y 1970, 29% lo hizo entre 1971 y 2000, y 41% entre 2001 y 2014. Es así que las empresas presentan ciertas diferencias inherentes a la madurez que van alcanzando con los años.

Gráfico 15.4: Cantidad de empresas según año de inicio de actividades

Fuente: IIE.

También existe una gran heterogeneidad entre las empresas de acuerdo al nivel de facturación anual. El nivel de ventas es una variable clave para medir la magnitud de las mismas, aunque las elevadas tasas de inflación dificultan la realización de comparaciones interanuales.

Debido a la dificultad de recabar información sensible como lo es el monto de facturación de las empresas, se procedió a resignar precisión y se permitió que las empresas eligieran un rango de ventas, que se presenta en el Cuadro 15.2 junto con la cantidad de empresas incluidas en cada rango para los años 2013 y 2014.

Se aprecia que dentro del sector productor de electrodomésticos y productos afines coexisten pequeñas empresas que facturan menos de \$3.000.000 anuales con grandes empresas que facturan más de \$183.000.000.

Cuadro 15.2: Cantidad de empresas según rango de facturación anual

	2013	2014
\$0 - \$3.000.000	6	4
\$3.000.001 - \$10.000.000	3	4
\$10.000.001 - \$20.000.000	2	2
\$20.000.001 - \$80.000.000	3	3
\$80.000.001 - \$183.000.000	1	2
\$183.000.001 - \$500.000.000	1	1
Más de \$500.000.001	1	1

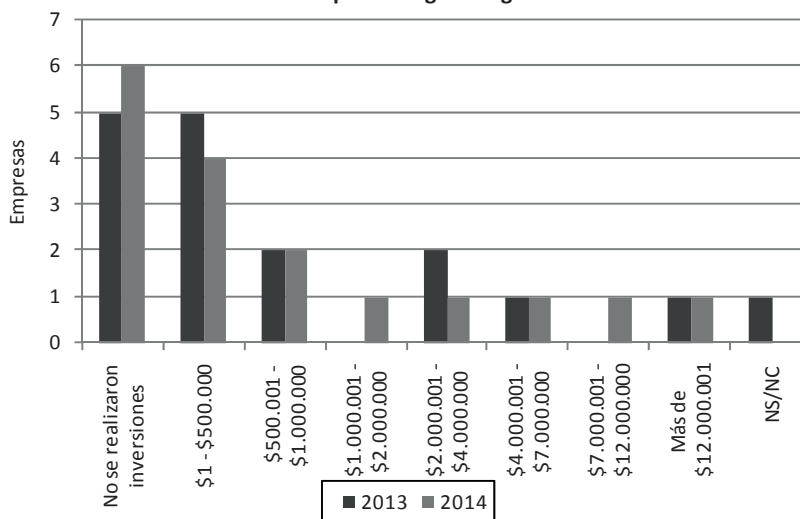
Fuente: IIE.

15.3.2 Situación actual del sector

De acuerdo a los datos suministrados por las empresas, el uso de capacidad instalada se encuentra, en promedio, en torno al 66%. Sin embargo, también existen en este aspecto grandes diferencias dentro del sector: mientras algunas empresas manifiestan usar su capacidad instalada en un 100%, otras lo hacen en un 15% en su área dedicada a la fabricación de electrodomésticos.

Más allá de eso, once de las diecisiete empresas relevadas manifiestan haber realizado inversiones en el año 2014, la misma cantidad que en el año anterior. La heterogeneidad del sector permanece en este aspecto, observándose que las inversiones de las empresas varían entre las que invirtieron menos de \$500.000 y las que lo hicieron por más de \$12.000.000.

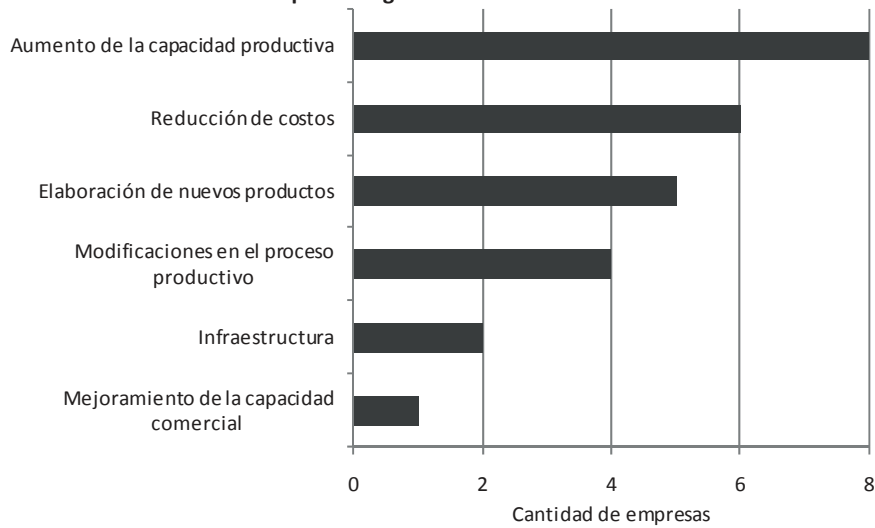
Gráfico 15.5: Cantidad de empresas según rango de inversiones anuales



Fuente: IIE.

Entre los destinos de las inversiones realizadas, se destaca el aumento de la capacidad productiva en ocho de las empresas, reducción de costos en seis, elaboración de nuevos productos en cinco, modificaciones del proceso productivo en cuatro, e infraestructura y mejoramiento de la capacidad comercial en dos y una respectivamente (ver Gráfico 15.6).

Por lo tanto, aunque actualmente el uso de la capacidad instalada en las empresas sea relativamente bajo, estas esperan un panorama futuro positivo con aumento de la producción, lo que las lleva a aumentar la capacidad productiva.

Gráfico 15.6: Cantidad de empresas según destino de las inversiones realizadas en 2014

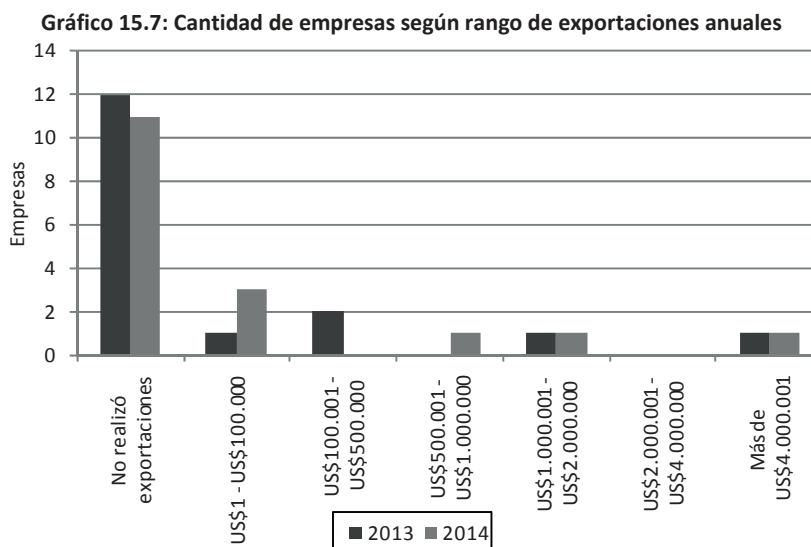
Fuente: IIE.

Seis de las once empresas que llevaron adelante inversiones en el año 2014 utilizaron como principal fuente de financiamiento los recursos propios (60% de la inversión o más). De hecho, tres de esas empresas financiaron su inversión únicamente con recursos propios, sin recurrir a otras alternativas. Otras tres empresas eligieron como principal fuente de financiamiento el bancario, dentro de las cuales una empresa lo utilizó como el único medio de financiamiento de su inversión. Las restantes dos empresas se financiaron con una mezcla de alternativas, utilizando también los programas públicos.

Se observa, entonces, una mayoría de empresas que no acuden a los mercados financieros o a los programas públicos para conseguir fondos para sus inversiones. Entre estos últimos, las empresas del sector mencionaron el Programa de Acceso al Crédito y la Competitividad (PACC), el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), las líneas de tasas subsidiadas y el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

Por otro lado, se aprecia que existe un bajo conocimiento de la Ley de Promoción Industrial 9.727, ya que solo cinco de las diecisiete empresas manifiesta conocerla, y solo cuatro utilizan sus beneficios.

En cuanto al comercio exterior, cinco de las diecisiete firmas encuestadas manifestaron haber realizado exportaciones en 2013, mientras que ese número se incrementó en uno en 2014, llegando a ser seis las empresas exportadoras de la muestra. De ellas, tres exportaron menos de US\$100.000, una entre US\$500.001 y US\$1.000.000, una entre US\$1.000.001 y US\$2.000.000 y otra más de US\$4.000.000.



Fuente: IIE.

Los países destinos de los productos electrodomésticos y afines de la provincia de Córdoba incluyen a varios países latinoamericanos como Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela; Estados Unidos y Líbano.

Todas las empresas que realizaron exportaciones en los últimos años manifiestan tener relación con la Agencia ProCórdoba, organismo encargado de facilitar y promover las exportaciones provinciales. Incluso dos empresas que no realizan exportaciones mantienen relaciones con la Agencia. Se indagó también acerca de si la empresa se encuentra registrada en el Directorio de Oferta Exportable de ProCórdoba; las cinco empresas que exportaron en 2013 se mostraron inscriptas.

Entre las dificultades de las empresas para exportar se resalta el precio poco competitivo, señalado por diez de las diecisiete empresas como el principal obstáculo para acceder a los mercados externos. Otras dificultades relacionadas al precio de los productos locales y destacadas por cuatro empresas cada una son las limitaciones financieras y los derechos de exportación. También se señalaron dificultades para determinar mercados potenciales, falta de información legal e impositiva en los posibles mercados y falta de información sobre el mercado externo, entre las que más identificaron las empresas (ver Gráfico 15.8).

Gráfico 15.8: Cantidad de empresas según dificultades mantenidas para exportar

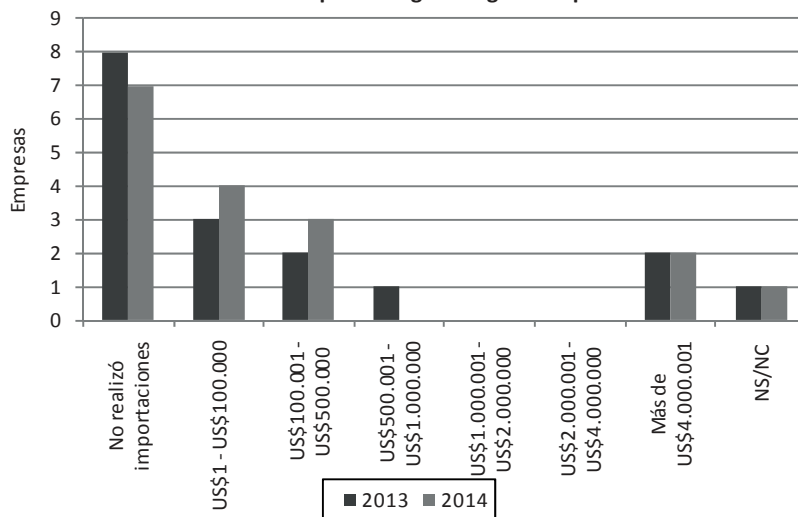


Fuente: IIE.

Por el lado de las importaciones, hubo en 2014 nueve empresas que realizaron compras en el exterior, una más que en 2013. Cuatro de ellas hicieron compras por menos de US\$100.000, tres por montos entre US\$100.001 y US\$500.000 y dos por más de US\$4.000.000.

Entre los principales países de origen resalta China, de donde provienen los insumos de ocho de las empresas importadoras, Brasil y España, con cuatro cada uno, y Estados Unidos, Italia y Chile con uno cada uno (cada empresa mencionó todos los países de origen de sus importaciones).

Gráfico 15.9: Cantidad de empresas según rango de importaciones anuales

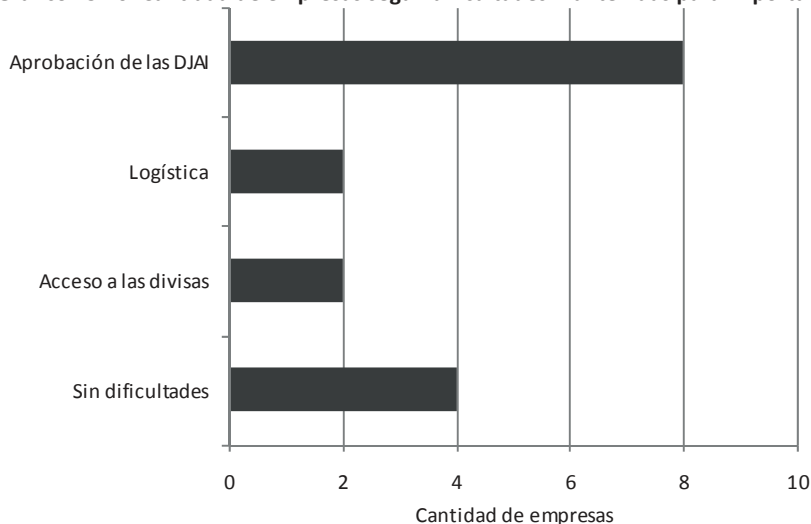


Fuente: IIE.

Entre las principales dificultades que encuentran las empresas encuestadas para importar se destaca la aprobación de las Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación (DJAI) por parte de la Secretaría de Comercio Interior de la Nación, considerada una dificultad por ocho de las catorce empresas que respondieron cuando se preguntó por este aspecto. Cuatro de las empresas no manifiestan tener problemas para realizar sus importaciones, dos empresas

señalan los problemas de logística y otras dos, de acceso a las divisas como limitantes para hacerse de insumos importados.

Gráfico 15.10: Cantidad de empresas según dificultades mantenidas para importar



Fuente: IIE.

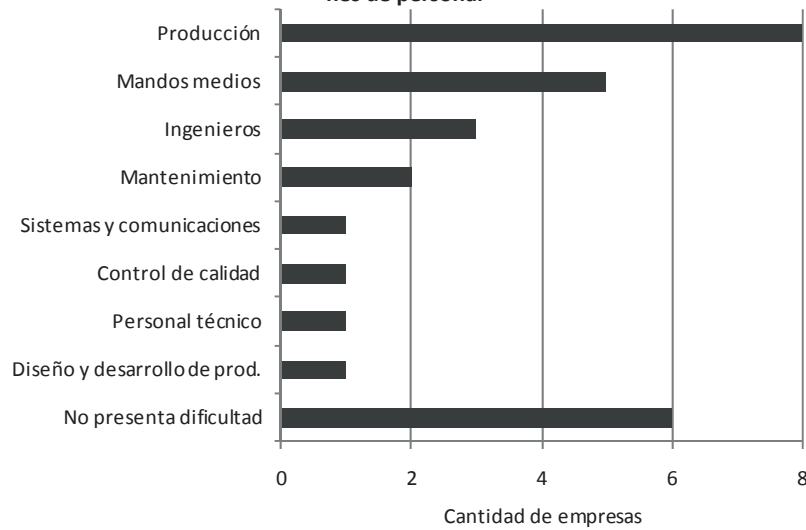
Otra variable de importancia para caracterizar al sector productor de electrodomésticos y afines en Córdoba es la cantidad de puestos de trabajo que generan. Entre las dieciséis empresas respondientes de esta pregunta se alcanzaron los 2.373 empleados hacia fines de 2014. Este número es inferior al de 2013, año en que estas mismas empresas emplearon a 2.489 personas; es decir, el empleo en las empresas estudiadas cayó 4,7% en un año.

De las cinco firmas analizadas que empleaban más de 100 personas en 2013, tres redujeron su personal, una lo mantuvo y una lo aumentó. Considerando la totalidad de las empresas (dieciséis respondieron a esta pregunta) cuatro aumentaron su personal, cuatro lo mantuvieron constante y ocho lo redujeron.

Se indagó además acerca del nivel educativo de los empleados y de las necesidades de capacitación en las empresas. El 17% de los empleados de las empresas analizadas poseen niveles educativos terciarios o superior, llegando a significar el 50% en empresas pequeñas. En las empresas más grandes este número se encuentra entre 14% y 30% del total de los empleados.

Entre las principales necesidades de capacitación del personal, las empresas han enumerado diferentes áreas, como la comercialización, seguridad, calidad y comercio exterior, la necesidad de especialistas en metrología, soldadura y tornos, gestión del medio ambiente y actualización tecnológica y modernización del mercado.

En relación a esta problemática, las empresas han manifestado dificultad para hacer contrataciones de personal en el área de producción (ocho empresas de las diecisiete), mandos medios (cinco empresas), ingenieros (tres empresas), mantenimiento (dos empresas), y sistemas y comunicación, control de calidad, personal técnico y diseño y desarrollo de productos (una empresa en cada uno). Seis de las diecisiete empresas relevadas no poseen dificultades para hacer contrataciones de personal.

Gráfico 15.11: Cantidad de empresas según área en la que existen dificultades para hacer contrataciones de personal

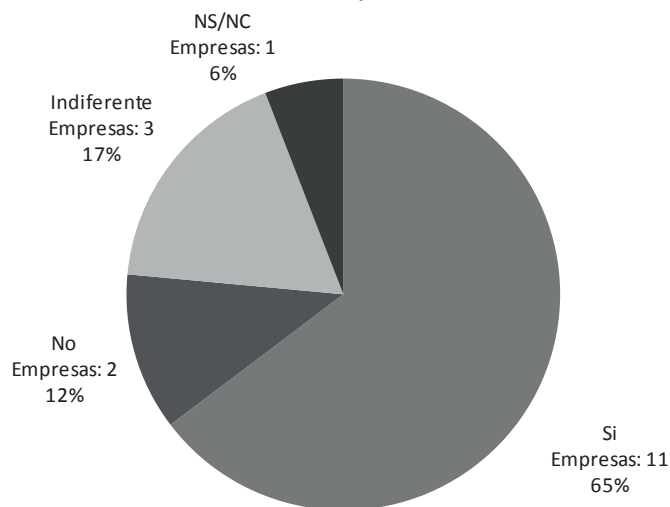
Fuente: IIE.

Se indagó también acerca del grado de vinculación que mantiene la industria de electrodomésticos con cámaras empresarias, asociaciones y otras instituciones relacionadas al sector. La inexistencia de una cámara empresaria que agrupe a las empresas del sector en Córdoba y defienda sus intereses y necesidades puede resultar una debilidad en algunas ocasiones. De las diecisiete empresas que participaron en el estudio, cinco forman parte de la Cámara de Industriales Metalúrgicos y Componentes de Córdoba, cuatro de la Unión Industrial de Córdoba, dos (empresas de San Francisco) de la Asociación de Industriales Metalúrgicos de San Francisco, dos de la Cámara de Fabricantes de Electrodomésticos, dos de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba, una de la Cámara de Industrias Plásticas de Córdoba y una de la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina.

Algunas empresas, por otro lado, están vinculadas con otras instituciones. Tres de las empresas manifiestan compartir información con universidades; dos, mantener cooperaciones técnicas; y una, vinculaciones mediante recursos humanos. Dos empresas declaran tener acuerdos de cooperación técnica con institutos de investigación y con el sector público; y una, compartir información con estas instituciones. Por último, respecto a las relaciones entre empresas, tres de ellas dicen compartir información; dos, vincularse por formar parte de asociaciones empresarias; y una, por recursos humanos, cooperación técnica, inversiones conjuntas y compartir máquinas.

Ante la posibilidad de crear un grupo asociativo entre las empresas del sector en la provincia de Córdoba, once empresas manifestaron su opinión positiva, tres fueron indiferentes y solo dos se manifestaron en contra (ver Gráfico 15.12).

Gráfico 15.12: Cantidad de empresas según su opinión acerca de la utilidad de formar un grupo asociativo del sector en la provincia de Córdoba



Fuente: IIE.

15.3.3 Mercado de insumos y productos

Las ventas de las empresas se pueden realizar a través de diferentes canales. Entre las empresas relevadas del sector productor de electrodomésticos y productos afines en la provincia de Córdoba se encuentran aquellas que centran sus ventas en los comercios mayoristas (cuatro empresas de dieciséis), las que lo hacen en el comercio minorista (cinco empresas), las que venden directamente a consumidor final (una empresa), las que venden una proporción pequeña a cada tipo de cliente (cuatro empresas), y las productoras de insumos para la industria (dos empresas).

La diversidad de bienes producidos por el sector lleva también a que los insumos utilizados en los procesos productivos sean muy diversos. En términos generales, esta industria se nutre de insumos provenientes de una amplia gama de otras industrias, como la metalúrgica, siderúrgica, plástica, química, electrónica, electromecánica, luminotécnica, de conductores, entre otras.

De las dieciséis empresas que clasificaron sus compras de insumos de acuerdo a la industria de la que provenía, ocho presentaron una estructura diversificada, es decir, insumen una proporción baja de sus compras en cada industria. Se señalaron, además, los insumos utilizados para embalajes como cartón y poliestireno, vidrio y esmalte vítreo.

Otras ocho empresas indicaron que sus compras de insumos se encontraban concentradas en una o dos industrias, pero con una gran variabilidad entre ellas. Así, algunas insumen mayoría de productos provenientes de industrias metalúrgicas (tres empresas), una electrónica, una de la industria de conductores, una de resistores para calefacción eléctrica y aislantes, y otras dos concentran sus compras en dos industrias: luminotécnicas y de conductores, y siderúrgicas y plásticas.

En cuanto al origen de estos insumos, solo dos de las quince empresas que respondieron ante esta pregunta manifestaron adquirirlos en su mayoría dentro de la provincia, una en un 100% y otra en un 80%. El resto de las empresas compra la mayoría de los insumos en otras provin-

cias, lo importan (una empresa importa el 80% de sus insumos), o tienen una estructura de compras tal que diversifica los orígenes.

Ocho de las quince empresas compran el 70% o más de sus insumos fuera de la provincia de Córdoba. Es decir, a pesar de la vasta trayectoria y desarrollo de la industria cordobesa, esta no ha sido capaz de completar un encadenamiento hacia atrás para el sector de electrodomésticos y productos afines en la provincia.

Cuando se indagó acerca del motivo por el cual se compran insumos fuera de la provincia, de las diecisiete empresas que respondieron a la pregunta, quince manifestaron que no encuentran proveedores locales de los insumos específicos que requiere la empresa. Una empresa adquiere el 100% de sus insumos en la provincia, y la restante respondió que los proveedores locales presentan mayores precios.

Entre los productos que se adquieren en la provincia, las firmas mencionaron una amplia variedad, como insumos metalúrgicos, acero, piezas mecanizadas, motores, máquinas, tornillería, piezas de aluminio, cobre y caucho, chapa, plásticos, insumos eléctricos y electrónicos, embalajes, pintura e indumentaria.

15.4 Análisis Cualitativo

Complementariamente a los datos cuantitativos de las empresas del sector productor de electrodomésticos y afines, se relevaron datos de tipo cualitativo para profundizar el análisis en la parte no mensurable del sector. De esta forma se puede observar cómo se visualiza el sector desde adentro.

La encuesta mediante la cual se realizó el relevamiento de los datos está conformada por dos categorías: los accesos y las capacidades. La primera abarca la percepción respecto al acceso al financiamiento, la información, la tecnología y el capital humano de las empresas, y la segunda a la capacidad productiva, de gestión, de competencia y de aprendizaje.

Cada uno de estos aspectos analizados contiene enunciados de carácter positivo, los cuales se responden puntuando por medio de una escala que va del 1 al 5, manifestando el nivel de acuerdo o desacuerdo con las mismas. La escala es la siguiente:

1 - Muy en desacuerdo

2 - En desacuerdo

3 - Indiferente

4 - De Acuerdo

5 - Muy de acuerdo

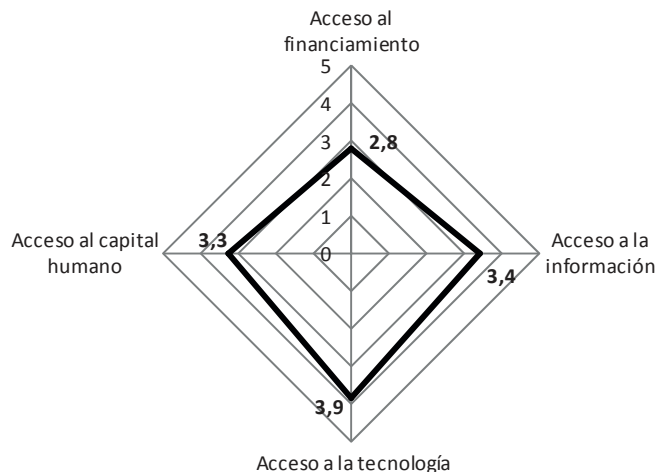
De esta manera, mientras más elevado es el valor obtenido, más positiva es la percepción de la empresas respecto a sus *accesos* y sus *capacidades*.

En el Gráfico 15.13 se presentan los resultados del análisis de accesos, donde se señalan los valores obtenidos en cada dimensión del análisis. De esta forma se aprecia que las empresas del sector consideran poseer un buen acceso a la tecnología, al alcanzar el valor 3,9. Esta es la dimensión en la que el sector considera que posee mayor fortaleza.

En cuanto a las dimensiones de información y capital humano, las empresas manifiestan poseer un acceso satisfactorio. Sin embargo, el acceso al financiamiento es el más débil, con un valor de 2,8. Es decir, las empresas consideran poseer un acceso levemente insatisfactorio al

financiamiento. Debe destacarse que esta es una problemática generalizada entre las pymes, y no una debilidad particular del sector productor de electrodomésticos.

Gráfico 15.13: Análisis de accesos



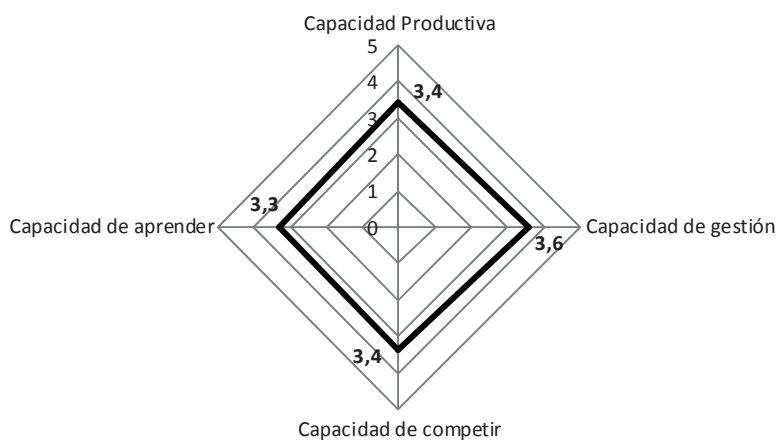
Fuente: IIE.

Por otro lado, se presenta en el Gráfico 15.14 el análisis de las capacidades del sector. La primera impresión es que no existen diferencias significativas entre las distintas capacidades, y que en el agregado, las empresas se sienten capaces de gestionar, producir, aprender y competir. Este resultado es un tanto atípico en relación a los resultados obtenidos usualmente mediante este tipo de análisis.

Una posible explicación para tal resultado es que, al responder, los empresarios han sobrevalorado sus capacidades. Los accesos pueden resultar un tanto externos a las empresas, mientras que las capacidades tienen un vínculo jerárquico más bajo y directo con los empresarios. Podría ocurrir entonces que al considerar las capacidades dependientes, se sobreestime su valoración². Aún así queda expresada la atipicidad del patrón resultante.

² El exceso de confianza es un sesgo cognitivo recurrente, por el cual las personas sobreestiman las capacidades por encima de lo que realmente son (Kahneman, 2011).

Gráfico 15.14: Análisis de capacidades

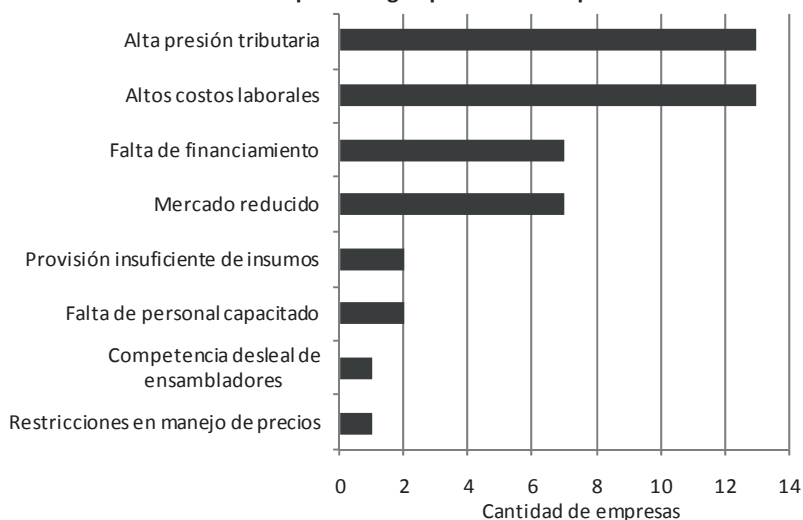


Fuente: IIE.

Por último, se consultó a las empresas acerca de su problemática actual. En el Gráfico 15.15 se ilustran los resultados surgidos de las opiniones de las empresas del sector. De las diecisiete empresas que participaron del relevamiento, trece consideran enfrentar una alta presión tributaria, y la misma cantidad declara tener costos laborales elevados. En un segundo nivel de importancia se encuentran la falta de financiamiento (situación que también se aprecia en el análisis de accesos) y el mercado reducido, con siete empresas que observan problemáticas en estos aspectos. Dos empresas consideran una dificultad la falta de personal capacitado; dos, la provisión insuficiente de insumos; una, la competencia desleal de ensambladoras; y una, las restricciones en el manejo de precios.

Un hecho destacable es que dieciséis de las diecisiete empresas manifiestan que estas problemáticas son comunes para todo el sector productor de electrodomésticos y afines.

Gráfico 15.15: Cantidad de empresas según problemáticas percibidas en el sector



Fuente: IIE.

Las empresas fueron consultadas, además, acerca de los instrumentos de política que consideren necesarios para afrontar estas dificultades, logrando una amplia participación y variedad de comentarios al respecto.

Las principales sugerencias guardan relación con las mayores preocupaciones de las empresas, la alta presión tributaria y los costos laborales. Respecto a la primera se marcaron medidas como brindar beneficios impositivos para empresas que cumplan ciertas exigencias legales, agilizar la creación de parques industriales con beneficios para las empresas radicadas, realizar reformas impositivas integrales y eliminar impuestos distorsivos.

Referido a la problemática de los costos laborales, las empresas sugirieron flexibilizar la legislación laboral y hacer revisiones para que se incentive la toma de mano de obra.

Se requirió también mejorar el acceso al crédito para las empresas ante la falta de financiamiento; fomentar las asociaciones cooperativas tanto para la compra de insumos como para la venta de productos a fin de reducir costos; hacer hincapié en los colegios técnicos para contar con personal capacitado para la industria; facilitar el acceso y reducir los costos de los insumos importados, fomentar la innovación y el desarrollo, permitir la libre determinación de precios, garantizar la competencia en igualdad de condiciones entre las empresas, y evitar el desarrollo de la denominada “industria del juicio”.

Respecto al mercado reducido, se señaló que para las industrias de productos durables el mercado interno es en general pequeño, y las complicaciones para exportar no permiten a las empresas diversificarse en otros mercados.

15.5 Consideraciones finales

El sector productor de electrodomésticos y productos afines en la provincia de Córdoba abarca un grupo heterogéneo de empresas, con diferentes tamaños, antigüedad y productos ofrecidos. Sin embargo, estas empresas comparten mercados, procesos productivos, insumos y problemáticas coyunturales, lo que lleva a la necesidad de estudiarlas como sector industrial. La experiencia y trayectoria de la provincia de Córdoba como uno de los centros industriales de mayor importancia del país ofrece un marco propicio para el desarrollo del sector, potencialidad que en la actualidad no se está aprovechando plenamente.

A lo largo de este capítulo se expusieron las características tanto cuantitativas como cualitativas del sector bajo estudio. Entre las principales debilidades encontradas, se pueden destacar el desconocimiento de la Ley de Promoción Industrial y su escaso aprovechamiento, la poca vinculación entre las empresas y con otras instituciones relacionadas, el limitado acceso al sistema financiero y a los programas públicos para financiar inversiones, las dificultades para acceder a mercados externos por no ser competitivas fuera del país y para importar insumos por las barreras impuestas desde el Estado.

La coyuntura económica del país ha presentado serias dificultades para las empresas que mostraron un uso de capacidad instalada de producción bajo y han reducido la cantidad de empleados en el último año.

Por otra parte, la mayoría de las empresas del sector compran sus insumos fuera de la provincia de Córdoba, por no conseguir a nivel local las características requeridas. Es decir, a pesar de la vasta trayectoria y desarrollo de la industria cordobesa, esta no ha sido capaz de producir los insumos que requiere la industria de electrodomésticos y productos afines de la provincia.

Entre las principales problemáticas señaladas por las empresas en su funcionamiento, se destacan la alta presión tributaria y los elevados costos laborales, seguidas por las dificultades de acceder al financiamiento y el mercado reducido. Se han presentado en este capítulo las principales propuestas de política de las empresas para hacer frente a estas problemáticas e impulsar su desarrollo; pero queda pendiente para futuros trabajos el estudio de las propuestas y la diagramación de planes de acción que sirvan de incentivo para esta industria y ayuden a sobrellevar las dificultades que la coyuntura presenta.