
Indicadores de Actividad Económica.

Nº 11 - Diciembre 1991 - Febrero 1992



CREEBBA

Centro Regional de Estudios Económicos
Bahía Blanca - Argentina



Fundación Bolsa de Comercio de Bahía Blanca

Indicadores de Actividad Económica

Nº II Diciembre 1991 - Febrero 1992

CREEBBA

**Centro Regional de Estudios
Económicos Bahía Blanca Argentina**

Fundación Bolsa de Comercio de Bahía Blanca

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente: Lic. Ricardo E. Bara

Ing. Federico García Zamora

Cr. Héctor Cueto

CUERPO TECNICO

Economista Coordinador: Lic. Juan I. Esandi

Economista Asesor: Lic. Oscar E. Liberman

Asistente: Sra. Susana Nuti

El balance del segundo número es más que satisfactorio. El informe conserva la estructura del primero, exhibiendo los principales resultados sector por sector, y una introducción en la cual se exponen los datos más relevantes complementados por una comparación intersectorial.

Sin embargo, creemos que existen aportes sustanciales con respecto a la primera edición. La elaboración de tendencias para el período noviembre-marzo, la incorporación del sector industrial, el análisis de la estructura de financiamiento y planes de inversión del sector comercial, y los rankings de ventas para todos los sectores; ofrecen un panorama detallado de la actividad económica de la ciudad durante el verano.

A fin de comprender correctamente los resultados, es conveniente interpretar debidamente el indicador "saldo de respuesta". Este valor surge de la diferencia entre las alternativas extremas (excluyendo la opción "normal"), y refleja la inclinación o tendencia del mercado hacia cada una de las mismas, a partir de una situación caracterizable como normal.

INDICE:

Estabilidad: expectativas de los empresarios locales	1
Características estructurales del Sector Comercial	2
Destino de las ventas	3
Estructura de Financiamiento	4
Planes de Inversión	8
Análisis Sectorial	10
Datos globales: Comercio Mayorista, Minorista e Industria ..	10
Tendencias globales del trimestre diciembre-febrero y expectativas para marzo	11
Relaciones intersectoriales y Rámking de actividades	15
Resultados subsectoriales	22
Comercio Mayorista	22
Comercio Minorista	33
Industria	53

Estabilidad: expectativas de los empresarios locales

La estabilidad delinea en las expectativas de los empresarios un escenario alternativo totalmente opuesto al de los últimos años, caracterizados por los ajustes coyunturales, especulación financiera y corridas hiperinflacionarias. Los empresarios buscan nuevas alternativas de rentabilidad.

Los cambios económicos de los últimos quince años caracterizados por hiperinflaciones, corridas cambiarias y los consecuentes violentos ajustes, fueron determinando en las expectativas de los empresarios un marco de incertidumbre que a crecía al ritmo de la hiperinflación impidiendo la toma de decisiones económicamente racionales.

Las alternativas de rentabilidad estaban prácticamente absorbidas por la especulación, ya sea en una diferente gama de depósitos o en compra de dólares.

A partir del Plan de Convertibilidad, comienza a vivirse una etapa de estabilidad apoyada fundamentalmente en las expectativas favorables que genera en los agentes económicos un tipo de cambio estable.

Tras varios meses con baja inflación, tipo de cambio estable, desregulación y apertura de los mercados, los empresarios comenzaron a habituarse poco a poco a un escenario de estabilidad, sin olvidar los problemas que aún persisten en la economía, pero formando poco a poco expectativas racionales que los orientan hacia alternativas de rentabilidad sustancialmente diferentes.

La apuesta de los industriales y comerciantes se orienta principalmente hacia la redefinición de sus estructuras, la consecución de nuevos mercados y en el caso de los activos por primera vez en mucho tiempo la formación de expectativas de mediano plazo.

La opinión de los empresarios locales

En nuestra primer encuesta de coyuntura realizada en noviembre de 1991, ya se percibía en la opinión de los empresarios una tendencia a la búsqueda de alternativas de rentabilidad dentro de la propia estructura de su empresa o a través de una mayor participación en el mercado.

Si bien algunos sectores como el farmacéutico, desorientado por una desregulación que aún no se hacía efectiva, o el de la industria química que reflejaba las consecuencias de una crisis nacional del sector, revelaban no encontrarse en una situación satisfactoria, la mayor parte de los sectores se mostraba bastante opti-

mista.

Las mejoras en su rentabilidad inducidas por los propios empresarios apuntaban a una mejor organización de su empresa y a aumentar la demanda de sus productos.

Las mejoras en la organización podían incurrir en gastos extraordinarios en compensaciones por despidos de personal, capacitación del mismo y actualización de planta y equipos (este último caso condicionado fundamentalmente por la capacidad de crédito).

Por otra parte, lograr un impacto sobre la demanda los llevó a hacer nuevamente los números en lo que respecto a precios, y en menor escala en mejoras de la calidad. La apertura a los mercados internacionales fue determinante en lo que hace a precios de mercancías importadas, notándose un gran impacto en sectores como el comercio de textiles y artículos para el hogar, y generando muy buenas expectativas para 1992 en otros como el comercio de cámaras y cubiertas.

Sin embargo, algunos fantasmas todavía presionaban sobre el funcionamiento completo de este mecanismo de estabilidad. La presión tributaria debería haber causado un impacto positivo respecto a la eliminación de la competencia desleal, sin embargo existían dudas acerca de la magnitud de este efecto en comparación con el incremento sobre los costos de los empresarios, que además se veían inflados en varias oportunidades por algunos aumentos en las tarifas de los servicios públicos.

La presión sobre los costos acotaba la posibilidad de trabajar sobre precios más competitivos, pero no era este el único escollo que encontraban para aumentar su demanda. El poder de

compra de los asalariados se encontraba bastante desgastado por una inflación baja pero persistente, limitando su mayor participación en las compras.

En este punto, el restablecimiento parcial de la capacidad de crédito compensaba en gran parte a través de las compras con planes de financiación.

La opinión de los empresarios locales fue bastante consensuada en lo que respecta a la identificación de los puntos que aún debían corregirse para permitir un ajuste más equilibrado. Una tasa de inflación significativamente más baja aún, un mejor ordenamiento del sistema tributario, la estabilización de las tarifas de los servicios públicos, y tasas de interés sensiblemente menores que permitan restablecer la completamente la capacidad de crédito y minimicen los costos financieros.

Características Estructurales del Sector Comercial

En forma adicional a la encuesta de coyuntura, desde diciembre se ha implementado este estudio para un conjunto menor de empresas caracterizadas por ser las de mayor facturación en sus respectivos rubros. El análisis se centra fundamentalmente en los siguientes aspectos:

- I - Destino de ventas.
- II- Estructura de financiamiento.
- III-Planes de inversión.

A continuación se comenta brevemente solo parte del material obtenido resaltando los rasgos mas destacados.

I - Destino de las ventas

DESTINO DE VENTAS (porcentaje s/ventas)

LOCAL	RESTO DEL PAÍS	EXTERIOR
64,8	34,8	0,4

En general, puede afirmarse que el sector comercial se encuentra fundamentalmente orientado al mercado local. En el conjunto de empresas encuestadas este porcentaje representa casi el 65% de las ventas totales (ponderando siempre las respuestas de cada empresa por el cociente entre sus montos de ventas y la facturación total de las empresas que integran la muestra). Es posible observar también que una mínima parte se destina al exterior 0,4%. Más precisamente,

esta fracción se identifica con la actividad comercializadora de productos primarios (granos, lana, pesca).

Aplicando siempre la misma metodología, puede observarse los datos desde otra perspectiva. En este caso, se exponen los porcentajes de destino pero diferenciando categorías distintas de empresas según el monto facturado. Sintéticamente, lo que los datos revelan es que el mercado "no local" naturalmente juega un rol de mayor preponderancia a medida que aumentan los montos facturados.

DESTINO DE VENTAS (porcentaje s/ventas)

CATEGORÍAS SEGÚN MONTO DE VENTAS	LOCAL	RESTO DEL PAÍS	EXTERIOR
A-de 1 millón a 2,5 millones	72,4	22,5	5,1
B-de 2,5 mill. a 5 mill.	66,6	33,4	0,0
C-de 5 mill. a 10 mill.	52,3	47,7	0,0
D-mas de 10 millones	41,8	50,5	7,8

II - Estructura de financiamiento

Se advierte un claro cambio en la composición de la estructura de financiamiento cuando la empresa ingresa a una escala superior de operaciones (determinado en este caso en los 5 millones de dólares anuales). Los recursos propios que juegan un papel dominante en las empresas relativamente menores (categorías A y B) disminuyen su participación y la fuente de financiamiento bancaria comienza a desarrollar un papel mas activo (considerando en forma conjunta a los bancos locales y del resto del país,

esta participación asciende a aproximadamente entre el 24 y el 30% de la facturación total en concepto de compras). Adicionalmente, es interesante destacar el sesgo exhibido en las empresas de mayor facturación (categoría D) a operar con bancos "no-localizadas" en la ciudad. Esta descripción no debe dejar de destacar el significativo rol que le cabe al financiamiento de los proveedores (por lo menos superior al 20%) y que cobra mayor importancia en la medida que la empresa se maneja con un mayor volumen de ventas.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (1)
 (% fuente financiamiento s/compras)

CATEGORÍA	recurso - propio	bancos local	bancos afuera	proveedor	otros
A-1 a 2,5 m.	63,5	6,8	0,0	30,1	0
B-2,5 a 5 m.	70,5	5,1	2,5	21,8	0
C-5 a 10 m.	28,7	10,3	19,7	41,2	0
D-mas de 10 m.	36,7	2,5	21,7	39,1	0

En cuanto a la política de financiamiento de las ventas, la elevada participación del uso de la tarjeta en la primer categoría (24%) es explicable en parte si se considera que en ese nivel se incluyen empresas comerciales minoristas; mas específicamente, este tramo aglutina a un numero importante de supermercados. Exceptuando la cuarta categoría, nuevamente es factible reconocer cambios en la política de financiamiento a medida que aumenta el monto de ventas. Partiendo de la primera categoría, con el crecimiento en el volumen de operaciones, se notara nítidamente una menor participación de las operaciones de con contado y recurriendo al uso de la tarjeta de crédito,

compensada por un mayor empleo de los pagos financiados. Esta diferenciación es atendible si se destaca nuevamente que en las primeras categorías predominan las empresas del ramo minorista quedando los tramos superiores para empresas que por su gran envergadura comercial abastecen a otra de tamaño menor y por ende negocian montos superiores. Al margen de la naturaleza mayorista o minorista de la empresa, es cierto también que las categorías "B" y "C" representan empresas que comercializan bienes de alto valor. Precisamente, los elevados precios determinan la necesidad de recurrir mas asiduamente a pagos financiados.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (2)
(% modalidad financiam.s/ventas)

CATEGORÍA	Contado	Tarjeta	Financiado
A-de 1 a 2,5 m.	60,2	24,1	15,4
B-de 2,5 a 5 m.	53,9	10,9	35,1
C-de 5 a 10 m.	30,5	0,0	69,7
D-mas de 10 m.	73,5	12,3	14,2

Desde una perspectiva diferente, según el destino de ventas nuevamente cabe hacer diferenciaciones en la estructura de financiamiento. En primer lugar, la financiación de proveedores como porcentaje de las compras es mayor en las empresas orientados al mercado local. Aquellas en las cuales el grueso de la demanda no se

localiza en la ciudad (categoría O.M.-E.), suplen esta baja participación de los proveedores con la asistencia crediticia de bancos situados en otros puntos del país. Ambas categorías comparten un bajo uso del sistema financiero local y porcentajes similares en el manejo de recursos propios.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (3)
(% fuente financiam.s/compras)

DIFERENCIACION S/EL DESTINO DE VENTAS	recursos propios	bancos locales	bancos afuera	proveedor
Orientadas al mercado local (O.M.L.) M.L. > 60%	44,6	4,4	0,9	50,1
Orientadas al mercado externo (O.M.E.) M.L. < 40%	37,5	4,0	35,8	22,7
Diferencia: O.M.L.-O.M.E.	7,1	0,4	34,9	27,4

Aparentemente, la política de financiamiento no ofrece grandes variaciones según la orientación que exponga la empresa. Desde este ángulo, los resultados exhiben en ambos casos, una participación conjunta de ventas financiadas (sumando operaciones financiadas y con tarjeta) cercana al 36% sobre el

total de ventas. El único rasgo distintivo en la política de financiamiento es que los integrantes del grupo O.M.L. financian principalmente mediante el uso de tarjeta, en tanto que las O.M.E. recurren a financiar con otro tipo de instrumentos de pago diferido.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (4) (% modalidad financiam.s/ventas)

DIFERENCIACION S/ DESTINO DE VENTAS	Contado	Tarjeta	Financiado
Orientadas al mercado local (O.M.L.) M.L. > 60%	62,7	21,2	16,7
Orientadas al mercado externo (O.M.E.) M.L. < 40%	63,8	0	36,2
Diferencia: O.M.L.-O.M.E.	-1,1	21,2	-19,5

Resulta valido agregar que la estructura de financiamiento expuesta no necesariamente reflejan la "composición o participación de las distintas fuentes" consideradas ideales por el empresario. No debe dejarse de lado que en definitiva los cuadros exponen el resultado de una negociación que supuestamente satisface a las partes involucradas. Presumiblemente, la composición se acerque mas a una estructura de financiamiento ideal o deseado a medida que aumenta la firma en tamaño e importancia. La dimensión de la empresa (obviamente también de la otra parte con quien

transa) sienta la base de un poder de negociación importante y por lo tanto de un posibilidad mayor de acceder a condiciones de pago con un grado de aproximación mayor a las considerada ideales.

En opinión de algunos empresarios entrevistados, en el actual contexto de tasas activas de interés altas y créditos de difícil acceso resulta preferible manejar las compras de mercaderías con pagos en efectivo. La operaciones al contado pueden llegar a cambiar sustancialmente el monto final de las mismas en relación a aquellas que acceden a algún tipo de

financiamiento. Los descuentos ofrecidos son muy importantes, y en gran parte de los casos existe un rédito no monetario consistente en un trato preferencial con respecto a otros clientes (por ejemplo, al recibir la mercadería anticipadamente con respecto al resto de los compradores). En muchos casos, sobre todo en mercaderías costosas, la competitividad en los precios se resuelve con apropiados planes de financiación. En este sentido, al empresario se le presentan (aunque es válido señalarlo, no siempre) escasas alternativas. Una de ellas es comprar financiado al proveedor y trasladar el financiamiento a los consumidores. En otros casos, principalmente cuando no se dispone de suficiente poder de negociación, el proveedor exige pagos al contado (justamente, el poder de negociación explicaría la mayor participación de los proveedores en la estructura de financiamiento en las empresas de mayor facturación). En estas circunstancias, el empresario se inclina por aportar capital propio apostando a recuperar en las cuotas pactadas el costo financiero del capital inmovilizado. A juzgar por los resultados expuestos, en caso de no contar con capital suficiente, deja como última alternativa el recurso al crédito bancario. El elevado costo de financiamiento propio de estas operaciones dificulta una financiación competitiva acrecentando el riesgo de no colocar toda la mercadería y en consecuencia, de no poder responder frente a los compromisos asumidos frente al banco. En caso de no tener más alternativas que el crédito de una entidad financiera, la empresa ingresa a un peligroso círculo vicioso dado que en cada instancia las tasas del crédito suman una prima de riesgo en

incobrabilidad a vez mayor que encarece los compromisos con el banco. Por otra parte, el ciclo solo es posible mientras exista asistencia financiera bancaria y cabe tener en cuenta que con cada renovación del mismo, la reticencia a la renovación de los créditos por parte del banco es cada vez mayor por los crecientes riesgos de insolvencia de la firma.

III - Planes de Inversión

Las empresas con planes de inversión abarcan el 47% del conjunto de empresas comerciales que componen la muestra de este análisis (los porcentajes restantes se dividen en 37% para empresas sin planes de inversión y el 16% correspondiente a aquellas que optaron por no contestar). Su participación en las ventas de este mismo conjunto representa el 70% del total facturado. En consecuencia, puede afirmarse que el estudio o ejecución de los proyectos de inversión en esta primera parte del año fundamentalmente corren por cuenta de las empresas de mayor facturación. Si se examina más detenidamente la distribución de los montos de inversión, podrá observarse la mayor concentración de proyectos (en estudio o ejecución) en aquellas inversiones que estimativamente se ubican entre los 100.000 a 200.000 dólares.

CATEGORÍAS SEGÚN MONTOS DE INVERSIÓN PLANEADOS	porcentaje de empresas sobre el total encuestado.
A-hasta 50.000 u\$s.	0%
B-de 50.000 a 100.000 u\$s.	37%
C-de 100.000 a 200.000 u\$s.	50%
D-mas de 200.000 u\$s.	13%

Finalmente cabe comentar brevemente algunos datos referidos a la estructura ocupacional. La característica examinada consiste en la relación existente el personal de ventas y el personal administrativo. Debe aclararse que en todos los casos los datos brindados por las empresas son ponderados de acuerdo al personal

total empleado en ventas y administración en proporción a la suma de personas ocupadas en estas mismas tareas en el total de empresas encuestadas. En promedio las empresas ocupan poco mas de 4 personas en tareas de ventas por cada empleado administrativo. Los principales resultados se muestran en el cuadro siguiente:

CATEGORÍAS DIFERENCIANDO SEGÚN EL DESTINO DE LAS VENTAS:	Ratio ponderado Personal ventas s/ personal administ.
O.M.L. Orientadas al mercado local (M.L. > 60%)	4,69
O.M.E. Orientadas al mercado externo (M.L. < 40%)	6,87
DIFERENCIA:O.M.L.- O.M.E.	-2,18

Análisis Sectorial

Datos globales del Comercio Mayorista, Comercio Minorista y Sector Industrial.

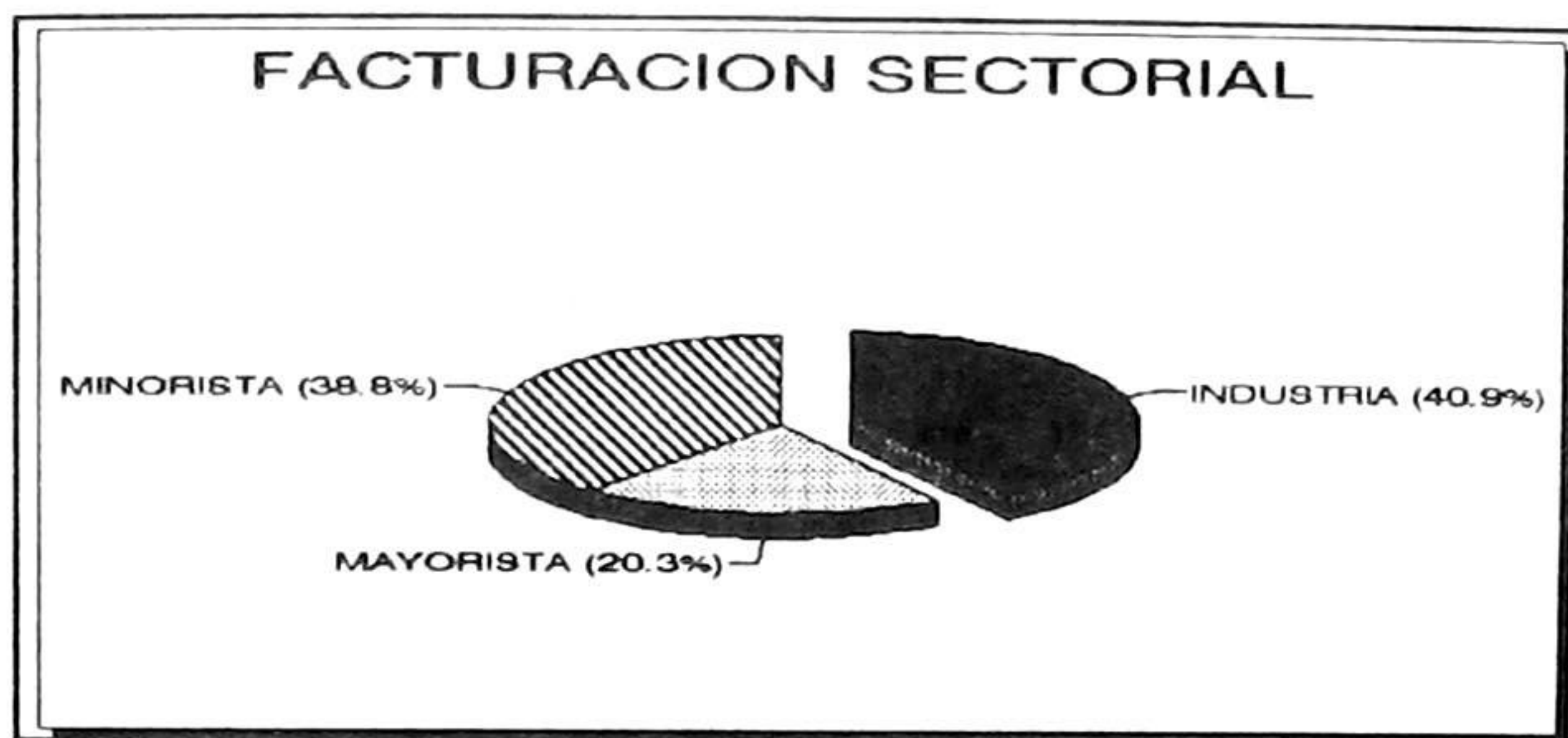
Los datos sobre facturación total para el bimestre enero-febrero agregados, observan una proporción de 60% y 40% para Comercio e Industria respectivamente. Los datos de facturación media por empresa y tendencia de ventas como determinantes de la facturación total y situación general de cada sector.

Los primeros resultados que arroja el análisis de los datos de facturación total para el primer bimestre del año, clasificados y agregados sectorialmente, revelan una distribución sectorial que mantiene las proporciones históricas: Comercio Mayorista: 20.3%, Comercio Minorista: 38.8% e Industria: 40.9%. Agregando esta información, se obtiene un 59.1% de la facturación total para el Comercio y un 40.9% para la Industria.

Esta mayor participación de las actividades comerciales se debe principalmente a la gran cantidad de empresas locales dedicadas al comercio (88.9% de las actividades comerciales e industriales).

Sin embargo, observando

la distribución de facturación media sectorial, es visible la situación escalonada que se produce desde el sector industrial (empresas de gran facturación) hacia el comercio mayorista y minorista. Sobre un valor medio del 33.3 (en una escala de 1 a 100), la facturación media de los sectores es: Industria: 57.61, Comercio Mayorista: 28.50 y Comercio minorista: 13.89. Estos valores son fundamentales para analizar las tendencias durante los meses de diciembre, enero y febrero, ya que ponderan la proporción de los efectos sobre la economía, de cada una de las diferentes circunstancias por las que pasó cada uno de los sectores analizados durante el verano.



Enero - Febrero de 1992

Tendencias globales del trimestre Diciembre-Febrero. Expectativas para marzo.

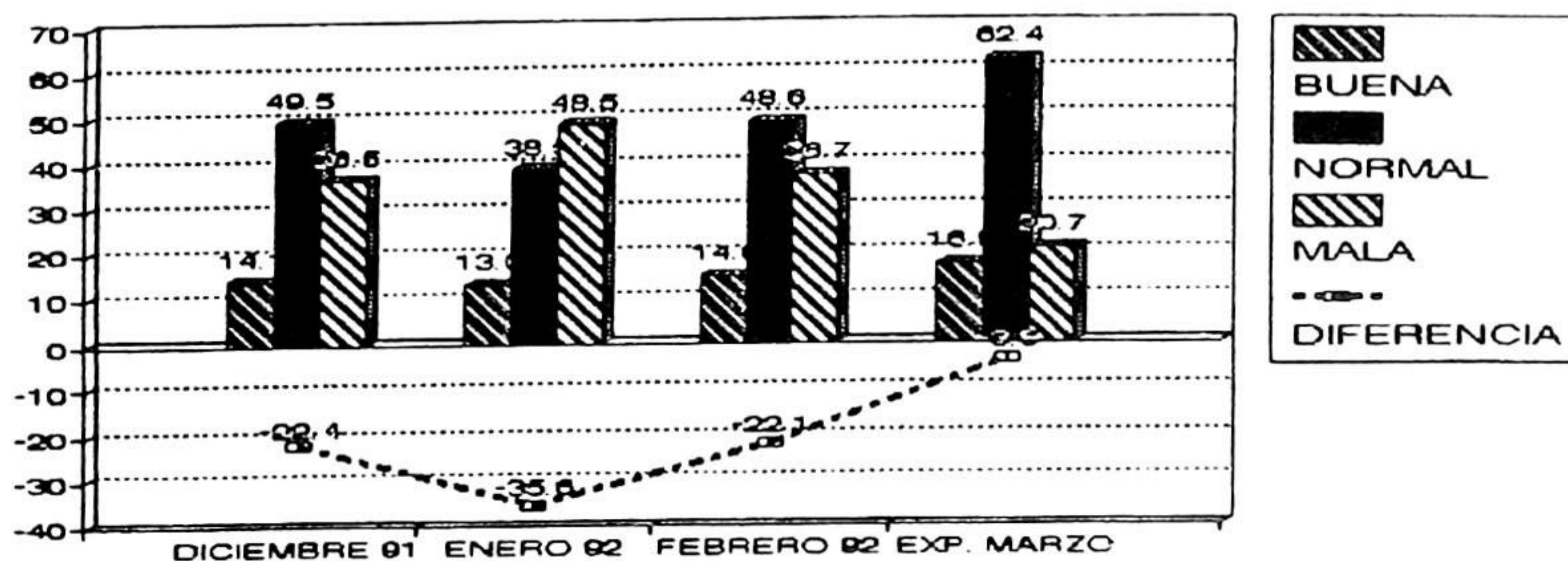
Observando las tendencias de **Situación General y Ventas**, se destacan los primeros signos de una estabilidad a la que los empresarios no estaban acostumbrados durante los últimos veranos. En el gráfico de Situación General, puede verse claramente que en casi la totalidad de los meses, fue mayoría la porción de cada sector que señaló una situación normal.

El sector que atravesó la circunstancia menos favorable durante el verano fue el **Comercio Mayorista**, cuyo saldo de respuestas indicó una situación

adversa para el trimestre diciembre-febrero, encontrando su peor momento en el mes de enero. Sin embargo la pequeña mejoría que se observó en febrero, sumada a motivos estacionales de algunos rubros (**papeleras, productos químicos, gas y derivados del petróleo, maquinarias y aparatos, productos primarios**), influyeron en el balance agregado de expectativas, esperando el sector, en términos globales, una situación absolutamente normal.

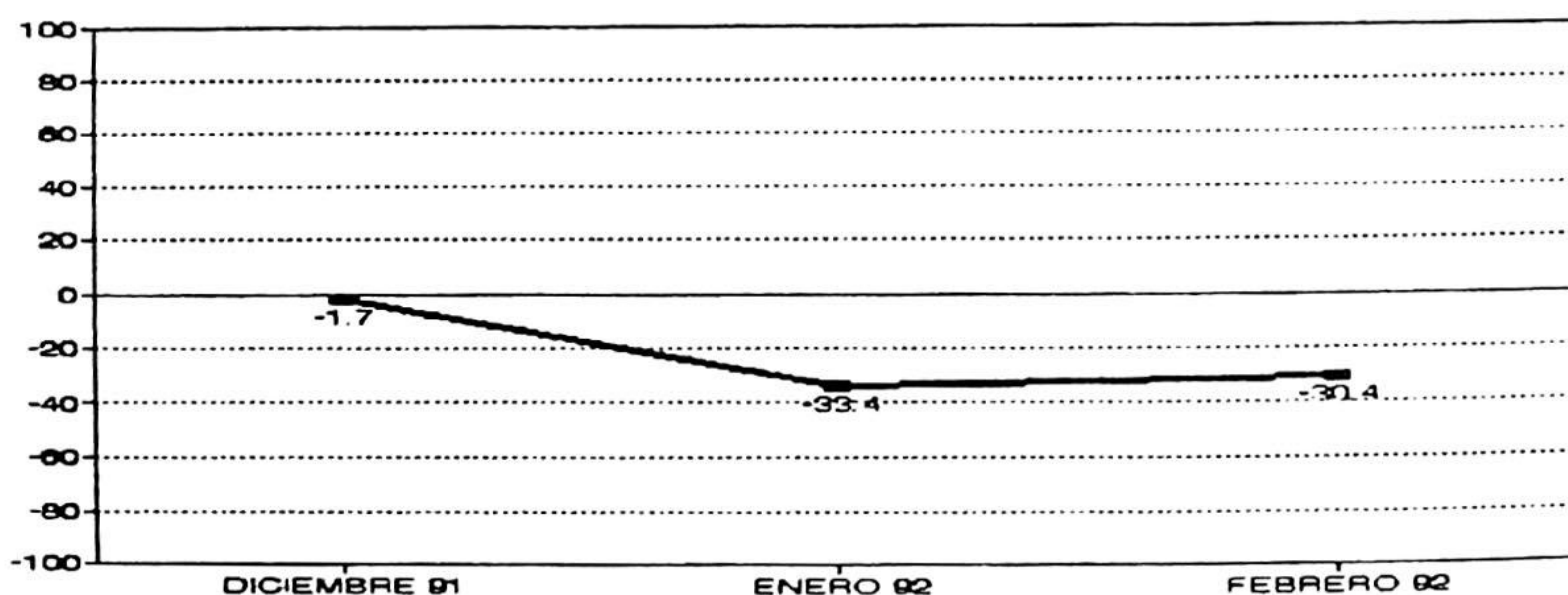
COMERCIO MAYORISTA

Situación General



COMERCIO MAYORISTA

Tendencia de las Ventas



Tanto el Comercio Minorista, como la Industria, tuvieron un buen verano con una situación general "normal" a "buena".

Lo más destacado del trimestre fue el mes de febrero, que contrariamente lo esperado por los empresarios por la experiencia de años anteriores, fue el

mejor momento de todos los sectores.

Probablemente, la buena situación de febrero, conjugada con alguna variación importante en algunos precios que elevaron la tasa de inflación, llevó a los empresarios de los dos sectores con mejor tendencia de ventas (Comercio Minorista e Industria) a

formarse expectativas no tan favorables para el mes de marzo. De cualquier forma, el saldo de respuestas para estos dos sectores continuo dentro de la escala de "normal" a "bueno".

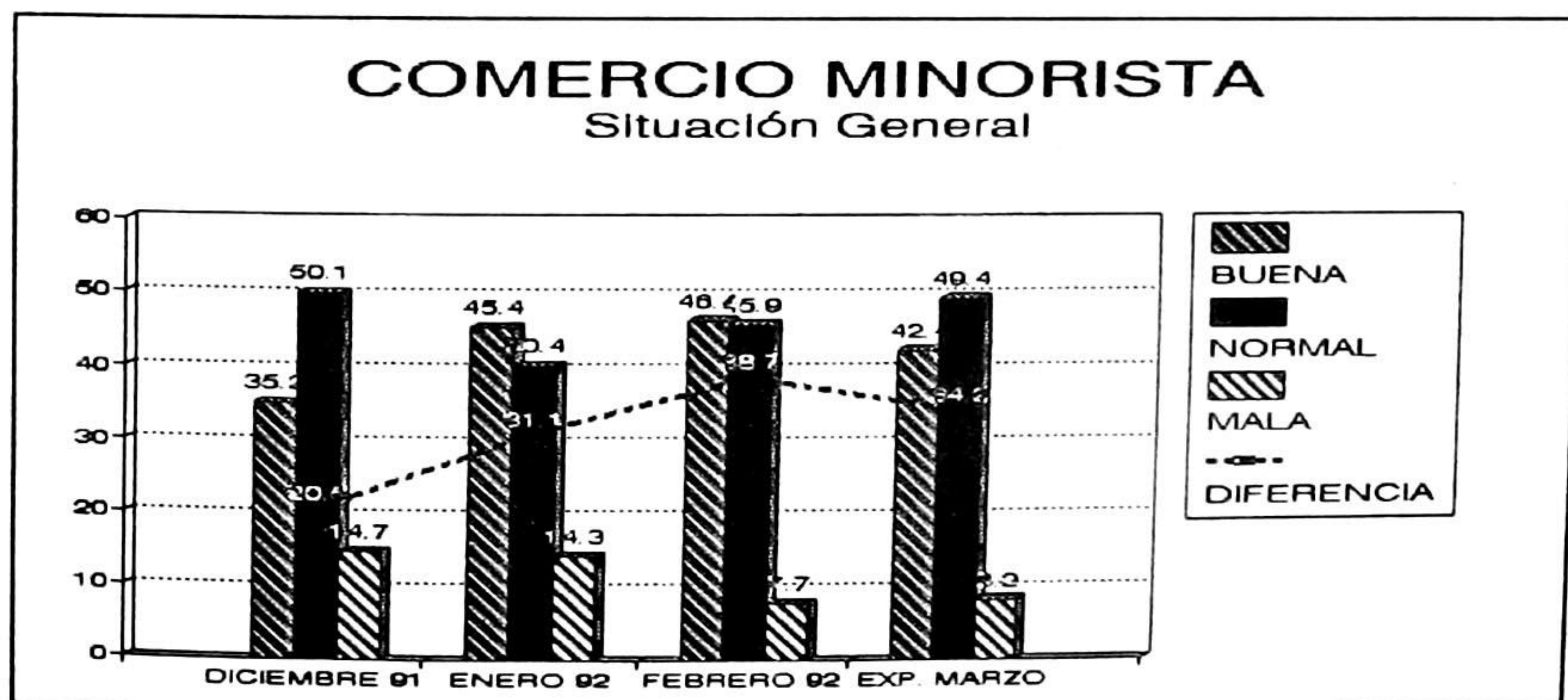
En este sentido, parece encontrarse una mayor racionalidad en el proceso de formación de expectativas, producto de la estabilidad, de manera tal que ante estos cambios inesperados de la tasa de inflación la reacción general de los empresarios es sustancialmente más cauta.

Otro indicador relevante para el análisis sectorial fue la evolución de las ventas durante el trimestre diciembre-febrero. Si se observan los gráficos correspondientes a Tendencia de Ventas, es notorio el paralelismo que

existe entre estas tendencias y las curvas de saldos netos (diferencia) de los gráficos de Situación General. La estrecha relación existente entre ventas y situación general encuentra también su correlación con los valores de facturación total.

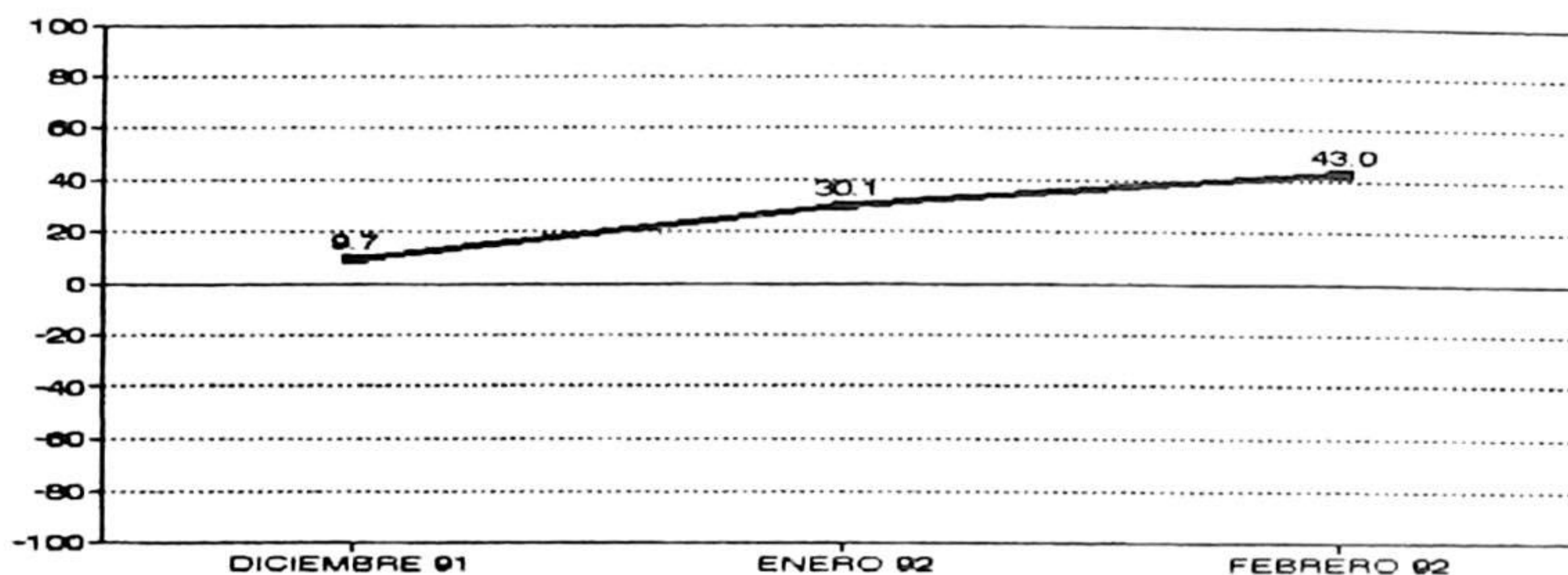
Los sectores que pasaron por un buen verano, desde el punto de vista de las ventas fueron **Industria y Comercio Minorista**. El primero denotó durante todo el trimestre una situación absolutamente normal, sin el efecto disminución esperado para el verano.

El caso del **Comercio Minorista** es más notorio aún, ya que la tendencia fue creciente durante todo el trimestre, observando el resultado máximo en febrero (43%).



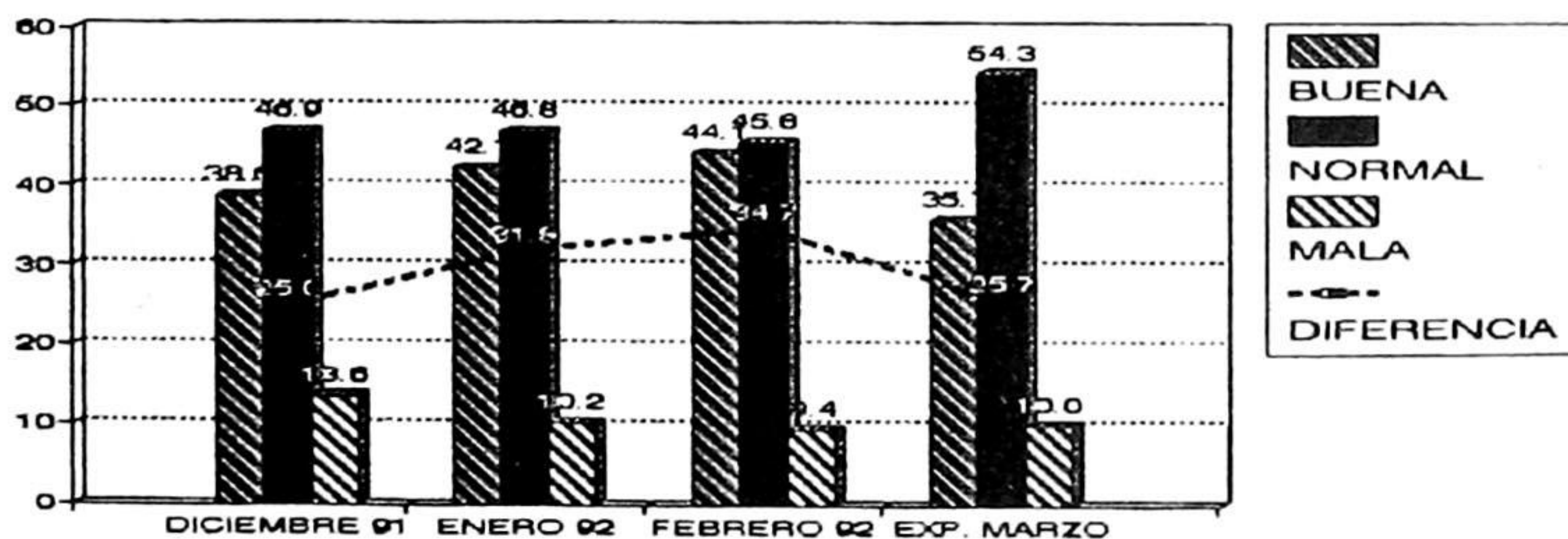
COMERCIO MINORISTA

Tendencia de las Ventas



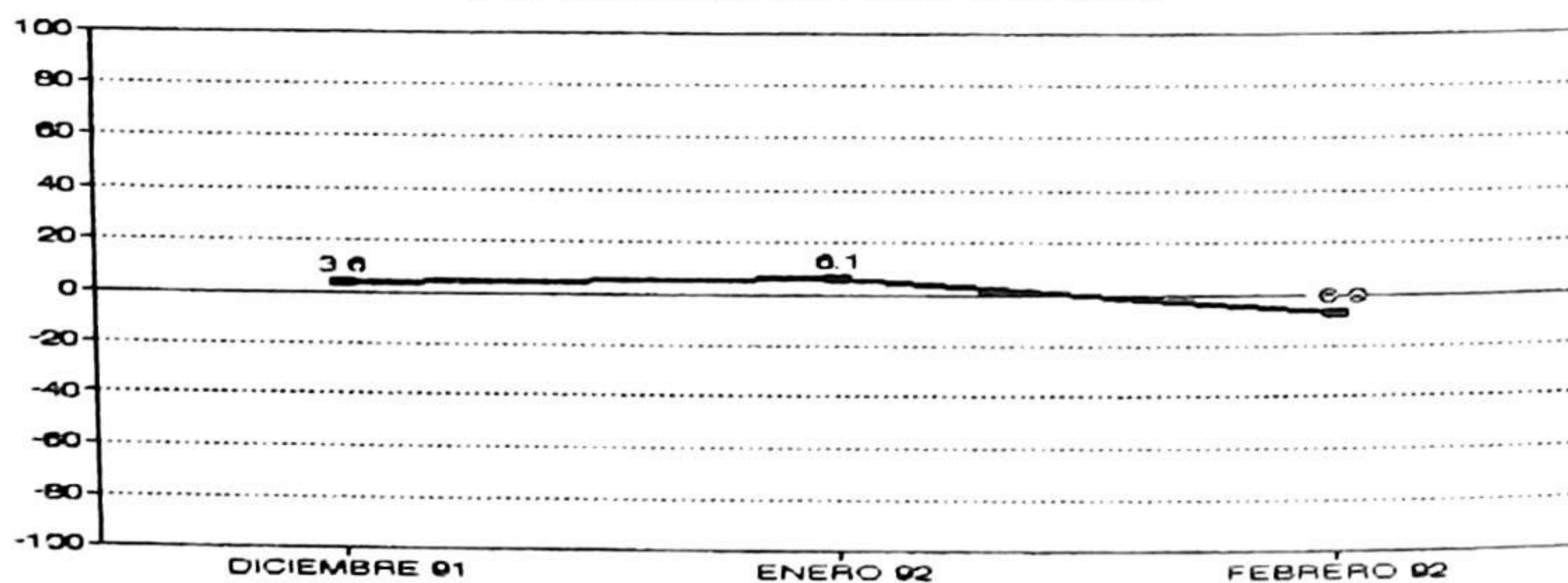
INDUSTRIA

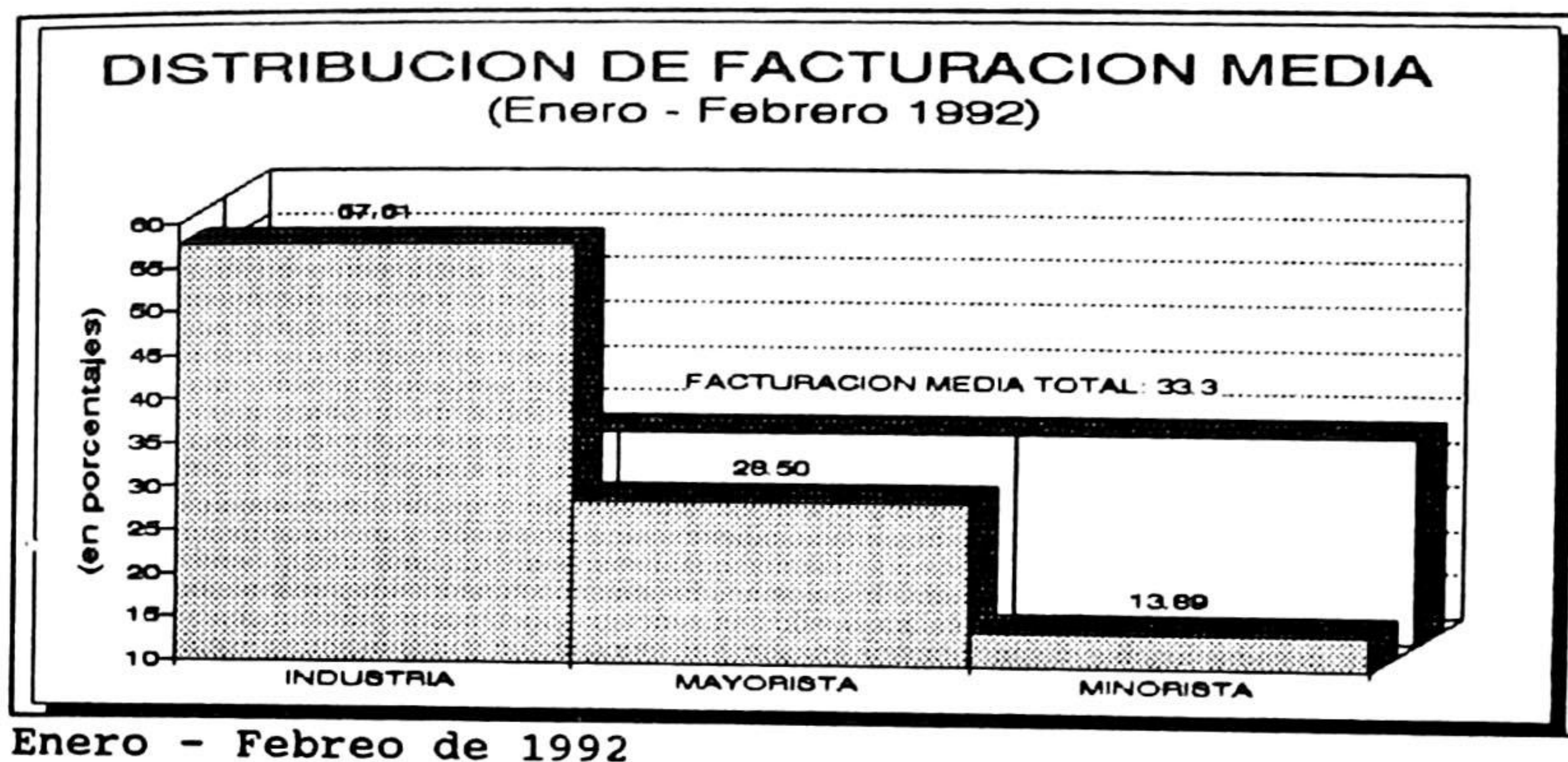
Situación General



INDUSTRIA

Tendencia de las Ventas





Relaciones Intersectoriales y Ránking de Actividades

Los resultados acerca de facturación total, media, situación general y tendencia de ventas pueden analizarse con mayor detalle observando las distribuciones de éstos indicadores para los diferentes rubros que componen cada uno de los sectores analizados.

COMERCIO MAYORISTA

Entre las actividades que más se destacaron por su buena situación general sus ventas durante el verano se encuentran papeleras y alimentos y bebidas. En el otro extremo se encuentra productos primarios, con la peor situación general y estado de ventas (observar gráfico de febrero).

La situación del resto de las actividades mayoristas puede definirse como normal.

Con respecto a la distribución de facturación total y el ránking de factu-

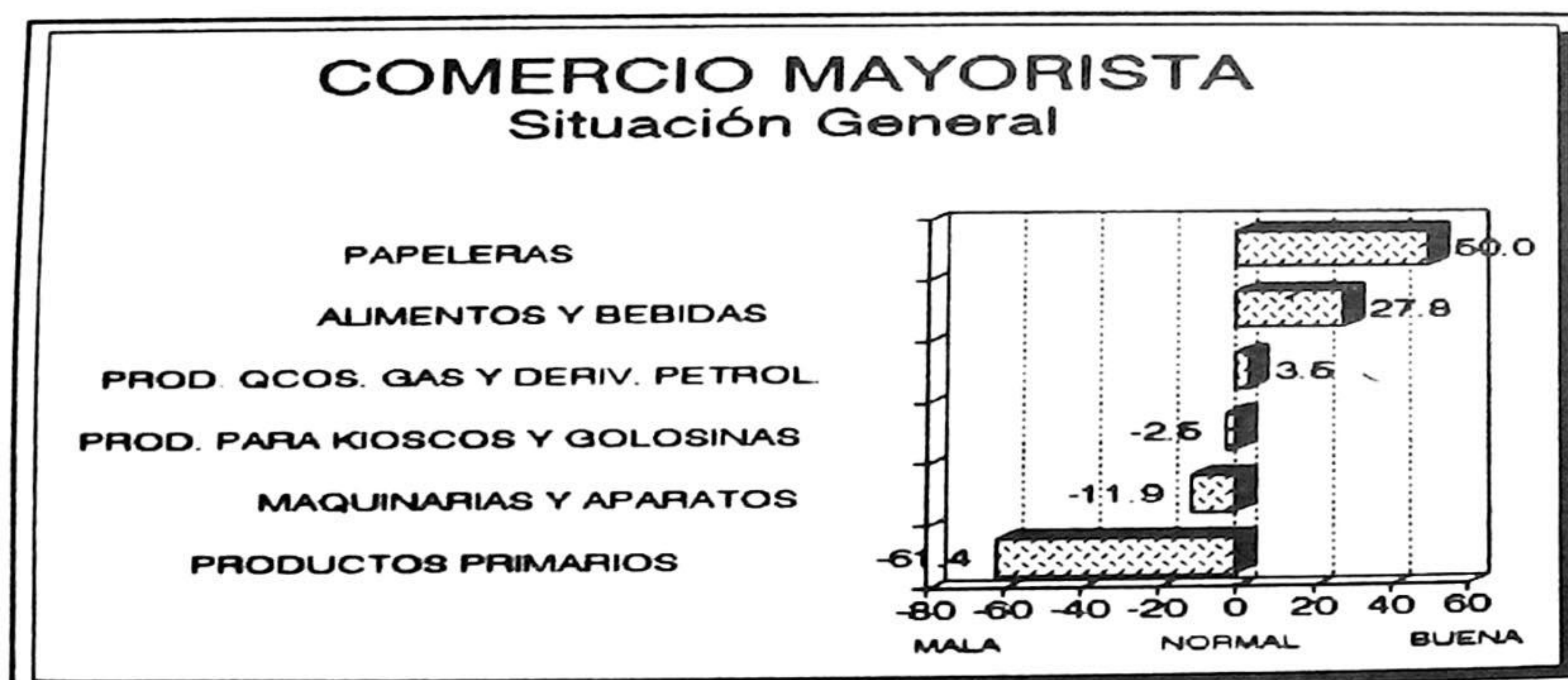
ración por empresa, los resultados reflejan un ordenamiento diferente, debido fundamentalmente a la cantidad de establecimientos y a la escala de los mismos. Este es el caso de **Productos para Kioscos y Golosinas**, que pese a haber reflejado un excelente estado de ventas (+82.8%) en el ránking, figuró en último lugar en la distribución total, debido a la pequeña cantidad de establecimientos en el rubro, y a poseer la relación más baja de facturación mayorista por empresa.

Otro caso similar es el de las **Pape-leras**, que pese a haber tenido la mejor situación general y el segundo lugar en ventas, además de poseer la

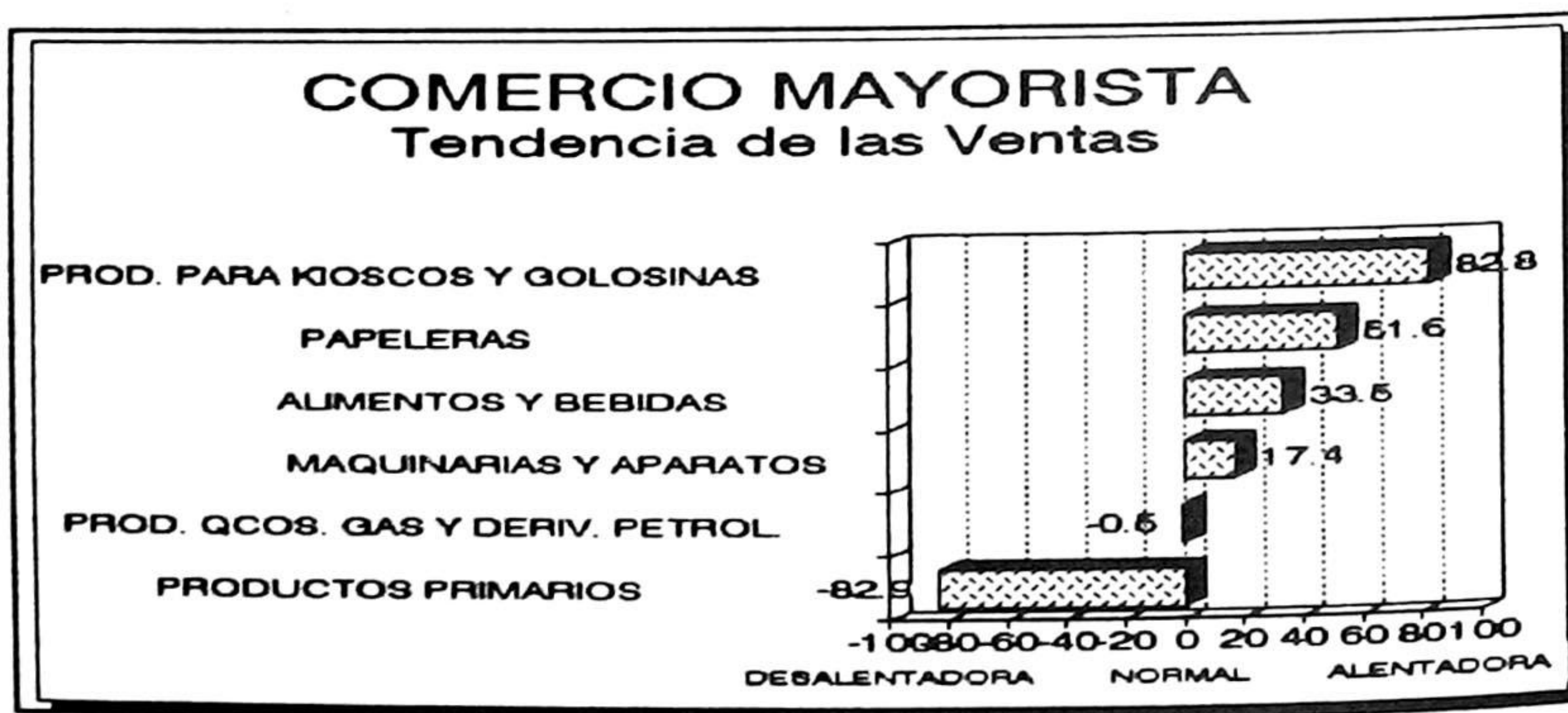
más elevada relación de facturación por empresa (63.38%), no consigue un lugar demasiado significativo en la distribución de facturación total, y esto se debe exclusivamente a la muy baja cantidad de establecimientos que desarrollan la actividad.

Finalmente, en el otro extremo, es

destacable caso de **Productos Primarios**, que pese a la mala situación que atravesó durante el verano, y a no poseer la relación de facturación por empresa más importante, es el principal rubro en la facturación total con un número muy grande de establecimientos.



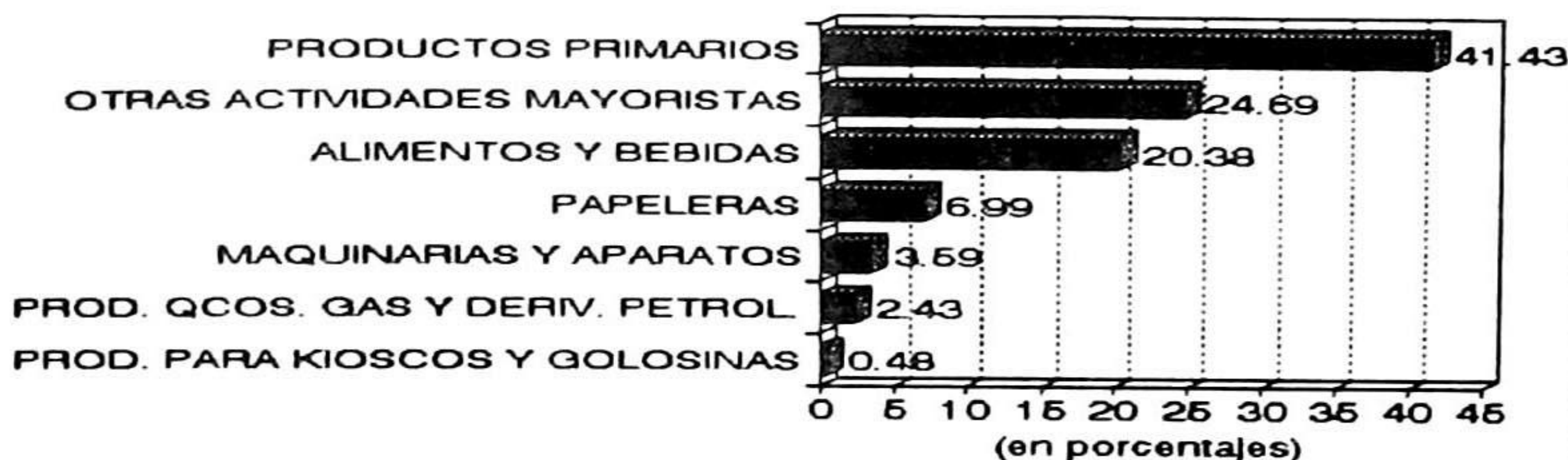
Febrero de 1992



Febrero de 1992

COMERCIO MAYORISTA

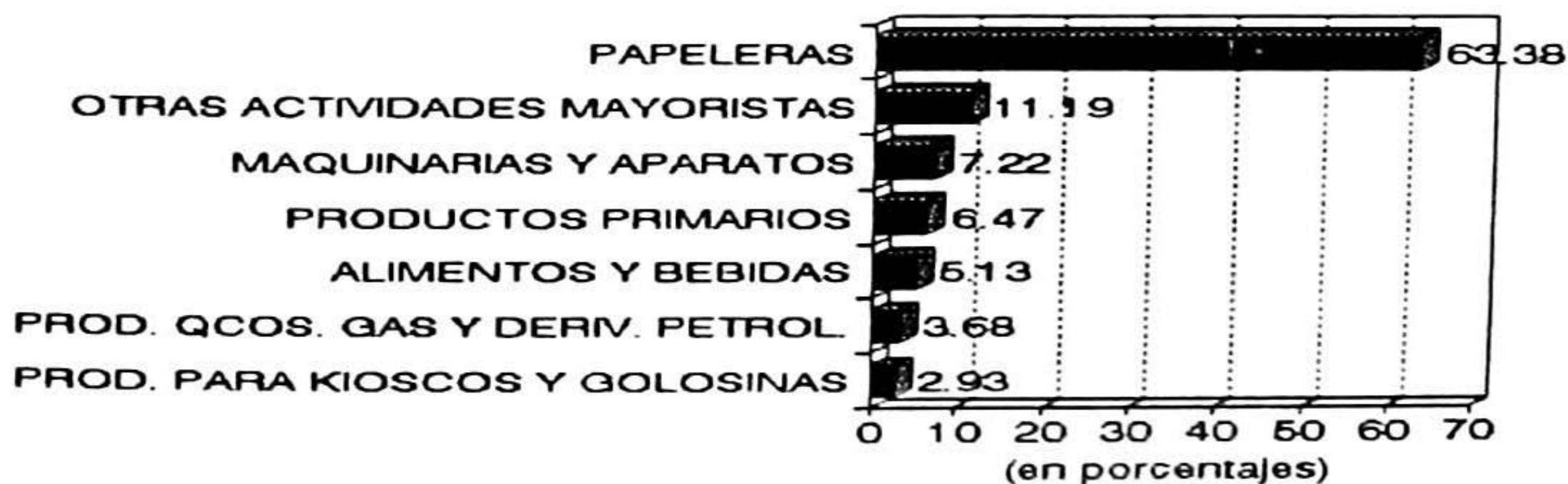
Distribución de Facturación Total



Enero - Febrero de 1992

COMERCIO MAYORISTA

Ránking de Facturación por Empresa



Enero - Febrero de 1992

COMERCIO MINORISTA

Durante el trimestre diciembre-febrero, las actividades más destacadas fueron las de Artículos para el Hogar (+85.2), Indumentaria, Calzado y Sedas (+55.5), Alimentos y Bebidas (+44.3), Papelería, Librería y Artículos para Oficina (+42.5), Vehículos (+31.1) y Cámaras y Cubiertas

(+24.2) respecto de su Situación General.

En el caso de Tendencia de Ventas, los rubros que mejor demanda enfrentaron fueron Papelería, Librería y Artículos para Oficina (+100), Artículos para el Hogar (+94.8), Alimentos y Bebidas (+87.6) y Vehículos (+43).

El primero de estos rubros fue un caso bastante especial, ya que debido al cambio en las normas de facturación vigente a partir del 1 de enero de

1992, todas las empresas debieron imprimir nuevas facturas, los que determinó una demanda abrupta de papeles. Por otra parte, esta situación se mantuvo durante todo febrero, por falta de capacidad para el procesamiento de los nuevos formularios, y se empalmó con la demanda estacional de material de estudio y escolar.

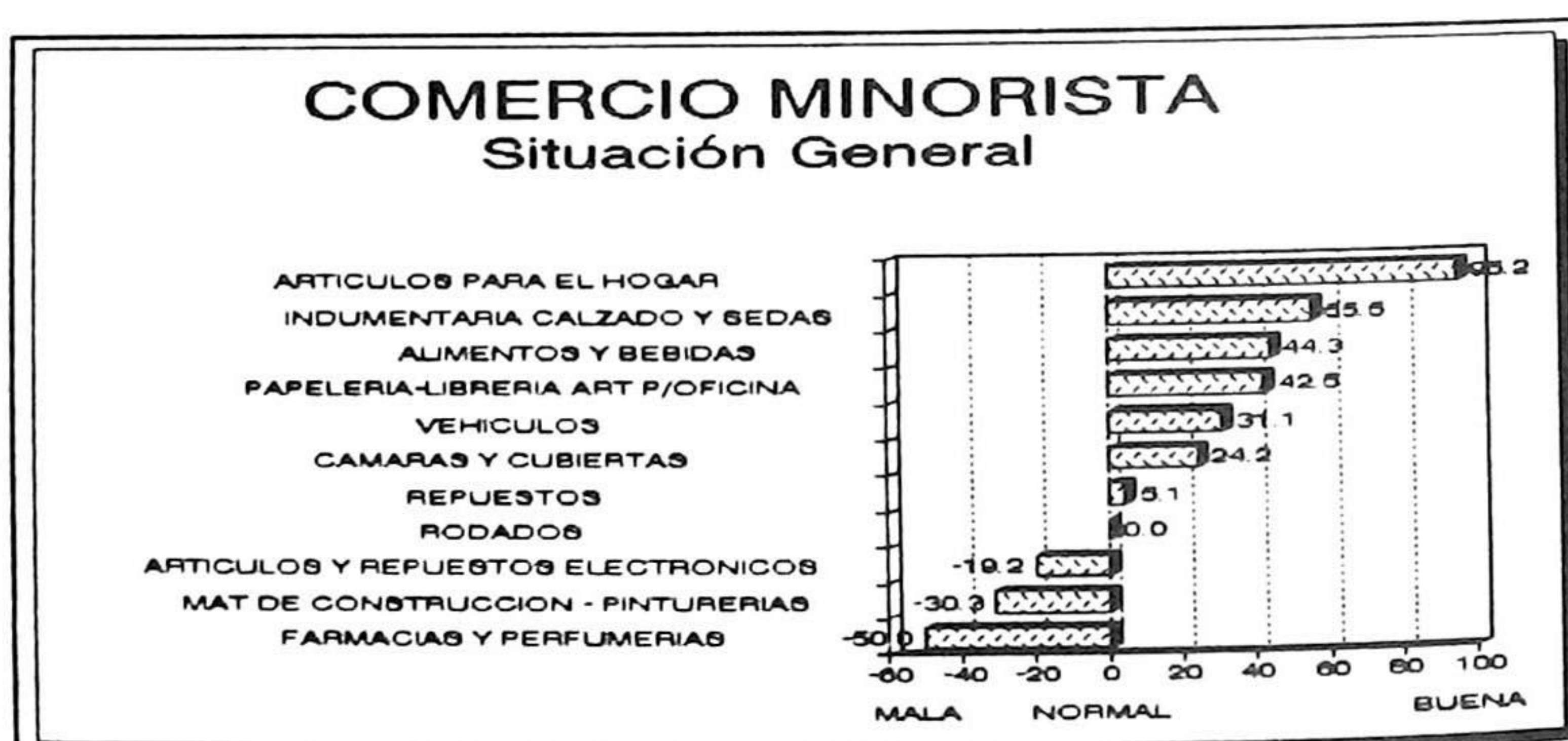
El caso de **Artículos para el Hogar** solo confirma una excelente tendencia que se verifica desde comienzos del Plan de Convertibilidad al igual que el de **Vehículos**.

Otros rubros como **Indumentaria, Calzado y Sedas**, reveló una situación normal respecto a su tendencia de ventas. Sin embargo su buena situación general es fundamentalmente debida a que para el período enero-

febrero lo que los empresarios del sector suelen esperar es una venta regular o mala.

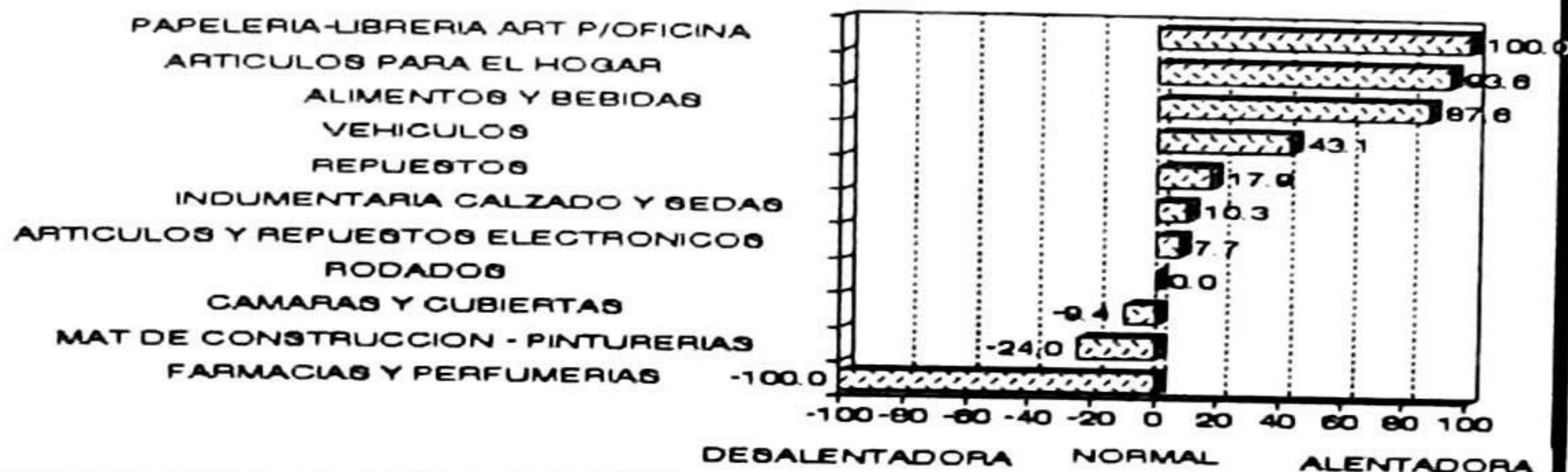
El caso más adverso fue el de **Far-macias y Perfumerías**, que pasa por un período de transición bastante delicado revelando la totalidad de los empresarios del sector haber enfrentado una mala tendencia de ventas.

Respecto a la distribución de facturación total, aparecen principalmente **Indumentaria, Calzado y Sedas (21.1-5%)**, **Artículos para el Hogar (14.46-%)** y **Alimentos y Bebidas (14.02%)**. En tanto que en el ránking de facturación por empresa, sobresalen **Rodados (23.04%)**, **Vehículos (23.00%)**, **Cámaras y Cubiertas (10.15%)** y **Artículos para el Hogar (9.79%)**.



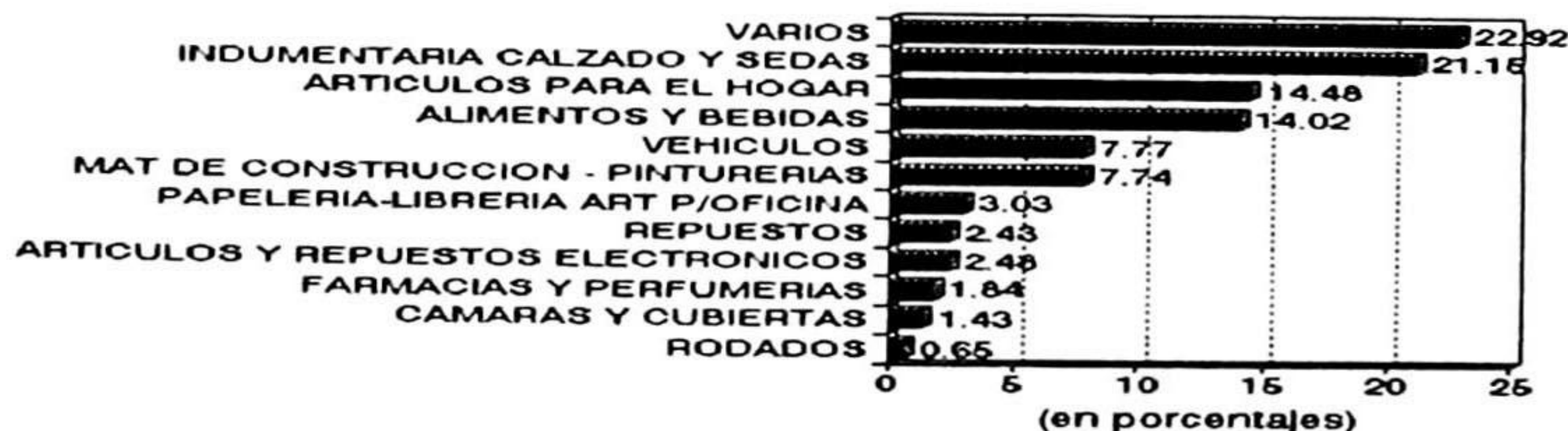
Febrero de 1992

COMERCIO MINORISTA Tendencia de las Ventas



Febrero de 1992

COMERCIO MINORISTA Distribución de Facturación Total



Enero - Febrero de 1992

INDUSTRIA

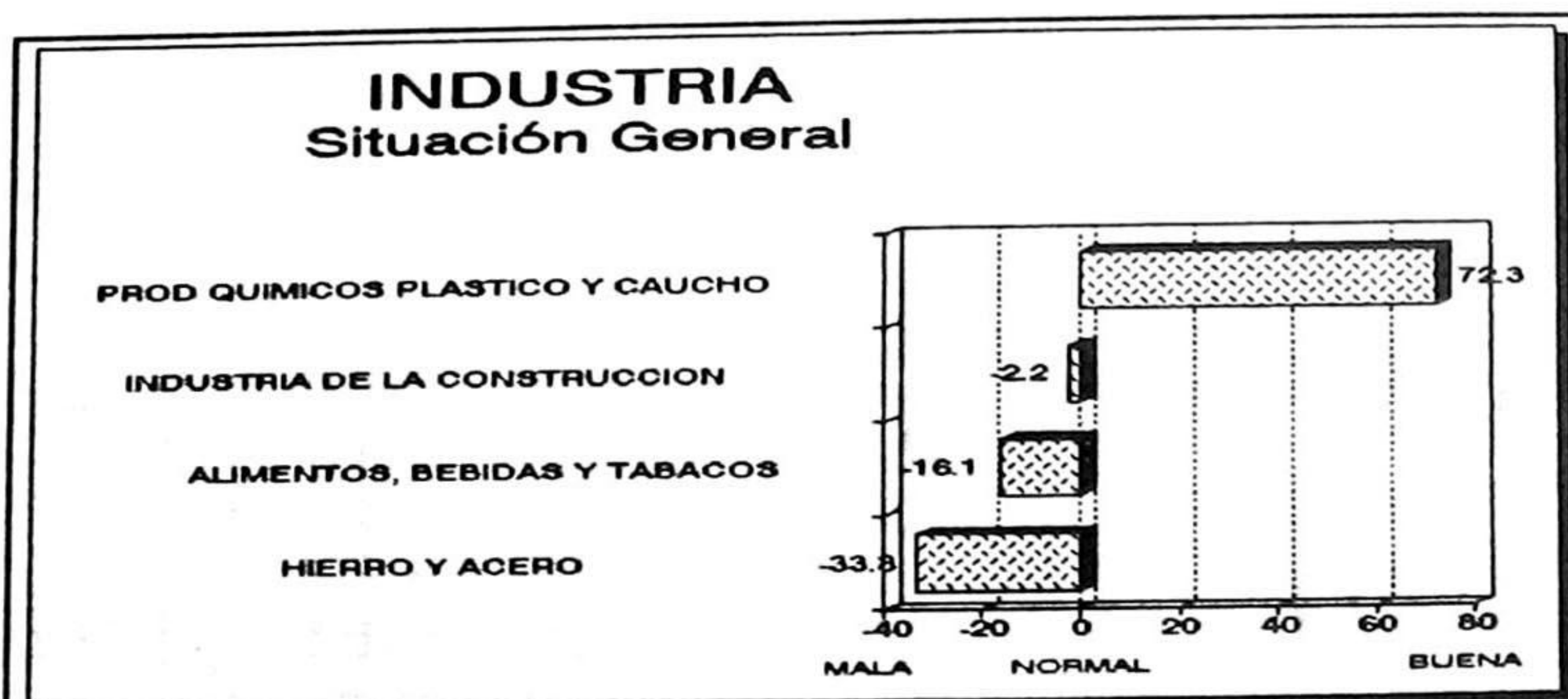
El caso de la industria es bastante especial, ya que un solo sector atravesó una buena situación general (**Productos Químicos, Plástico y Caucho**). El resto observó una situación general normal (**Construcción**), o regular (**Alimentos, Bebidas y Tabaco y Hierro y Acero**).

En el caso de la tendencia de ven-

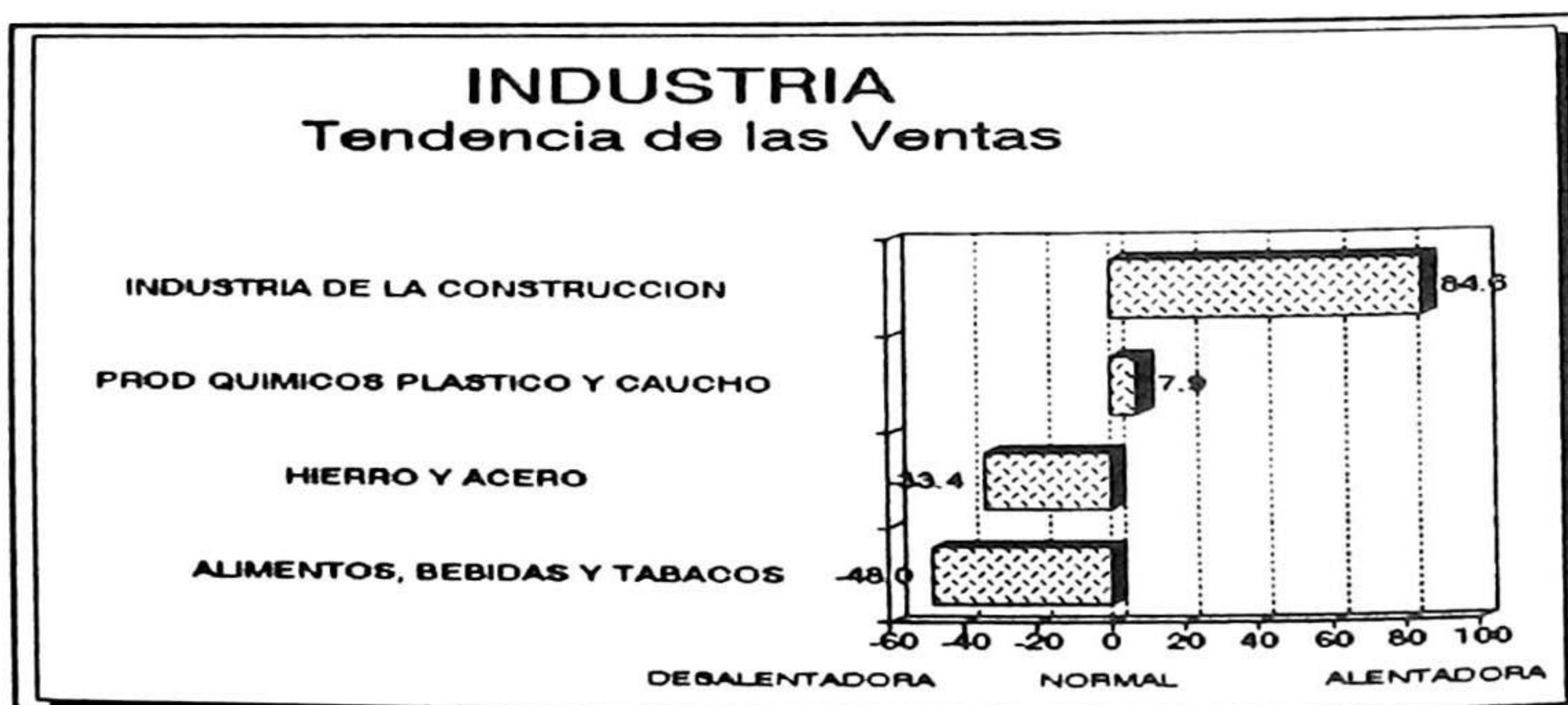
tas, el único rubro industrial que reveló haber pasado un muy buen momento durante el verano fue **Construcción (+84.3)**. Pero pese a esta buena situación, en la distribución de facturación total esta industria aparece en último lugar, ya que son muy pocas firmas, y su relación de facturación por empresa es la más baja del sector.

Es importante señalar que la inclusión en este análisis de las empresas del Polo Petroquímico, deja poco mar-

gen de participación en las distribuciones de facturación al resto de los rubros, por una cuestión de escala. En el caso de la distribución de facturación total, **Productos Químicos, Plástico y Caucho y Alimentos y Bebidas**, concentran el 78.13% de la facturación total.



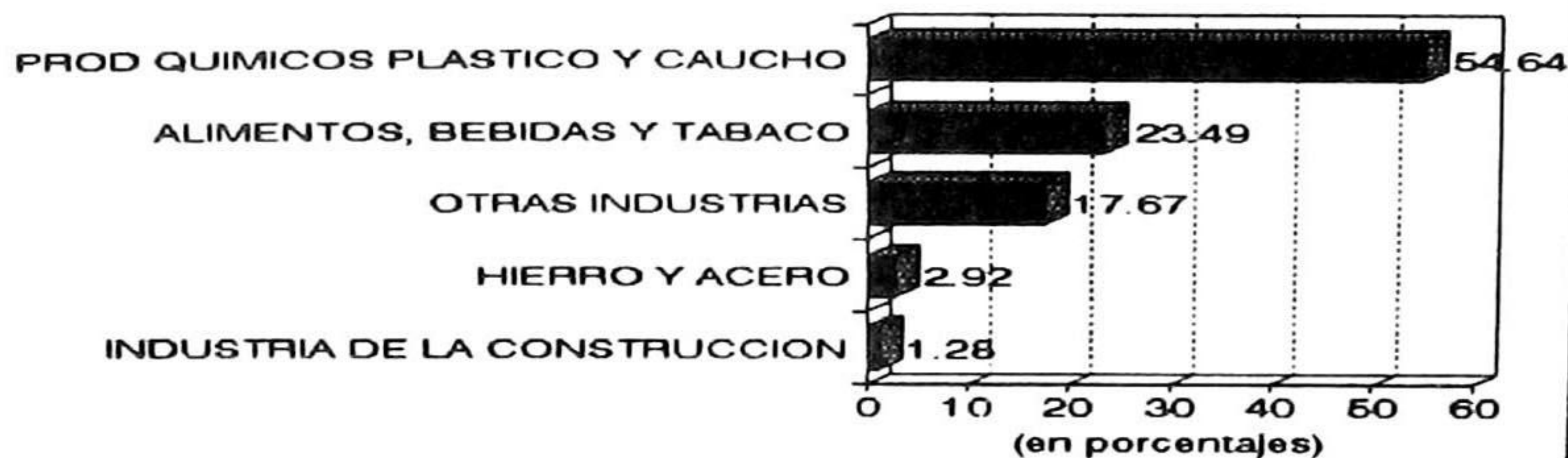
Febrero de 1992



Febrero de 1992

INDUSTRIA

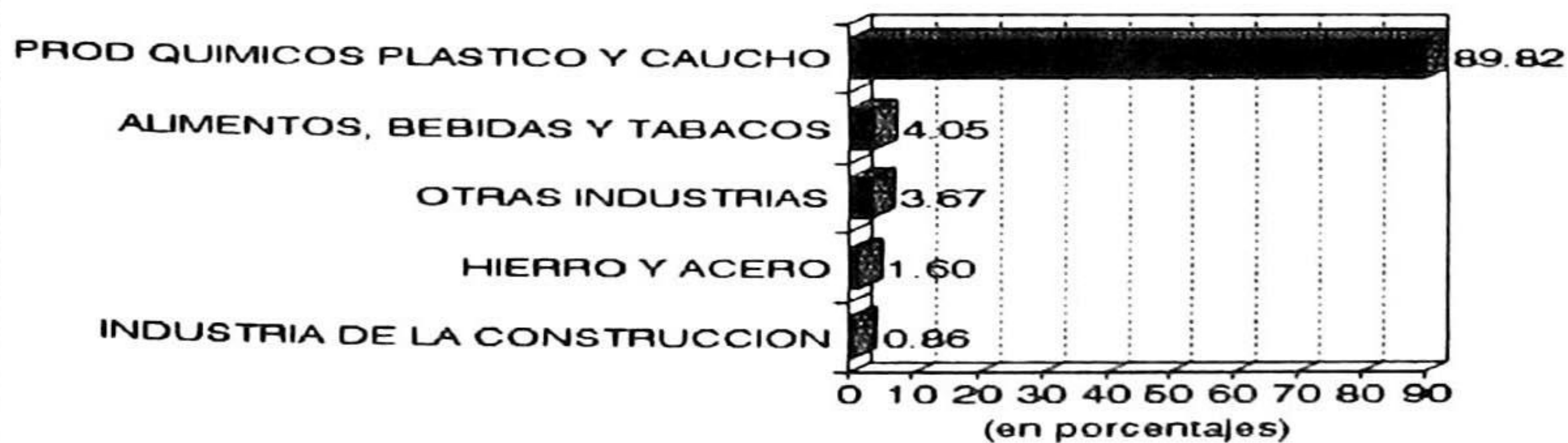
Distribución de Facturación Total



Enero - Febrero de 1992

INDUSTRIA

Ránking de Facturación por Empresa



Enero - Febrero de 1992

Resultados Subsectoriales

En esta sección se presentan los resultados sobre situación general, ventas, costos financieros, personal y utilización de capacidad instalada, detallados por rubro para cada uno de los sectores analizados.

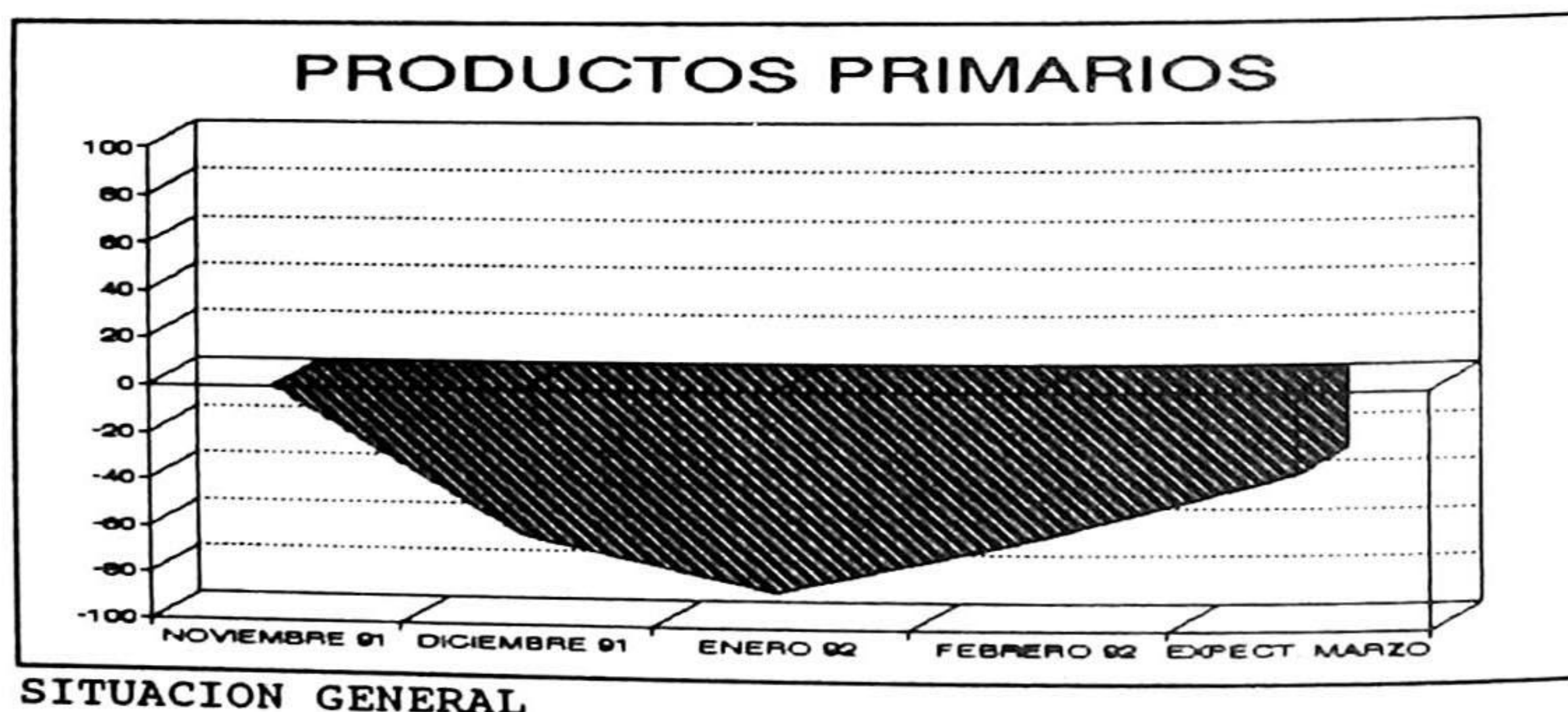
COMERCIO MAYORISTA

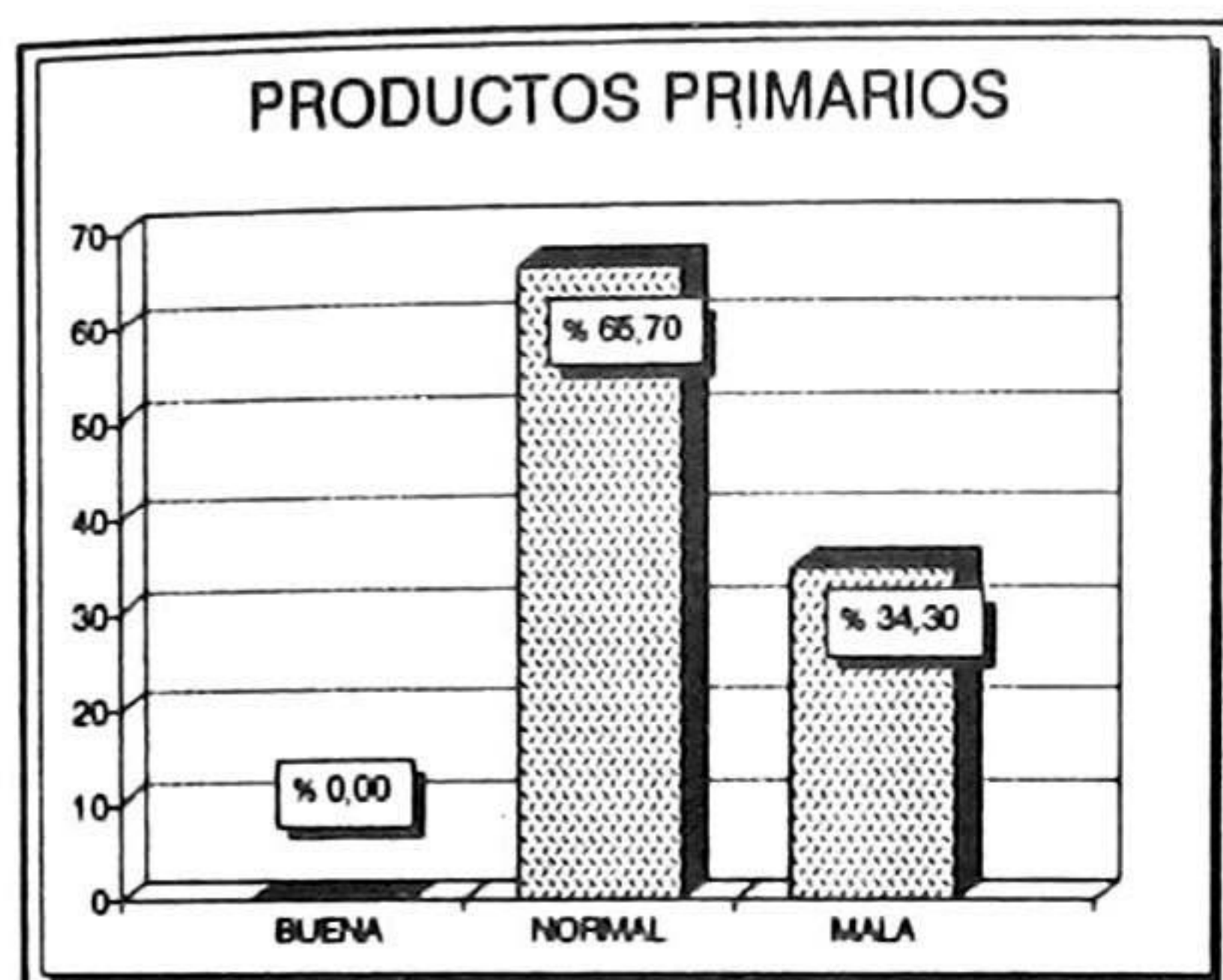
COMERCIO MAYORISTA DE PRODUCTOS PRIMARIOS

Situación general: De acuerdo al elevado porcentaje de respuestas encuadrado dentro de las alternativas regular/mala (promedio del trimestre: 72%), se nota claramente las circunstancias desfavorables por las que atraviesa este sector. Tales circunstancias se agudizaron en enero con una concentración del 84,3% del

sector en dicho segmento de respuesta, mejorando hacia febrero (61,4%). Para los próximos meses se evidencia cierto optimismo, en cuanto a recuperar el nivel normal de actividad en un 65,7% del empresariado; manteniéndose el resto en una tendencia regular.

Tendencia de ventas: Analizando las ventas, se puede apreciar una evolución negativa de las mismas a través del período relevado. En diciembre se registra un 77,1% de normalidad con tendencia netamente desfavorable, continúan declinando las ventas hacia





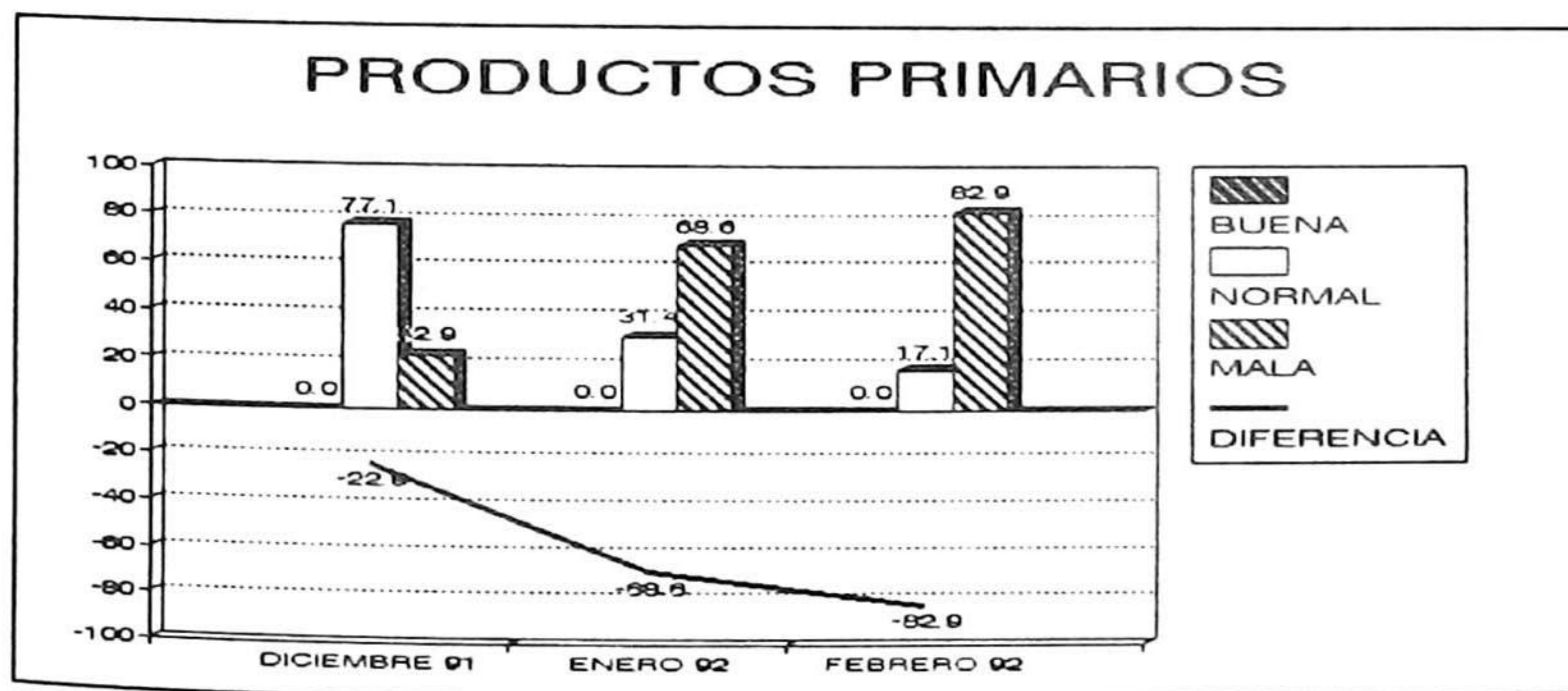
EXPECTATIVAS MARZO

enero y es en febrero cuando se profundiza la baja, donde un 82,9% se inclina por una tendencia desfavorable sin registrarse porcentaje alguno para la tendencia favorable. Resumiendo, vemos que el comportamiento de las ventas es un factor altamente significativo para explicar la situación general de las empresas de este sector.

Stocks: En la totalidad de los casos se produjo una disminución en el stock deseado, tal decremento respondió a la tendencia de las ventas y a las perspectivas consideradas.

Costos financieros: Con respecto a este punto, predominan los empresarios manifestando que los costos financieros enfrentados son un porcentaje elevado de sus costos totales (61%). El resto corresponde a aquel segmento del mercado que cree actuar con una estructura de costos que permite considerar a los financieros como normales.

Personal de ventas: En este punto es llamativo que, pese a la declinación de las ventas antes señalada, el mes de febrero muestre una elevada proporción de mercado (cercana al 46%) afirmando contar con insuficiente cantidad de personal en este tipo de tareas.



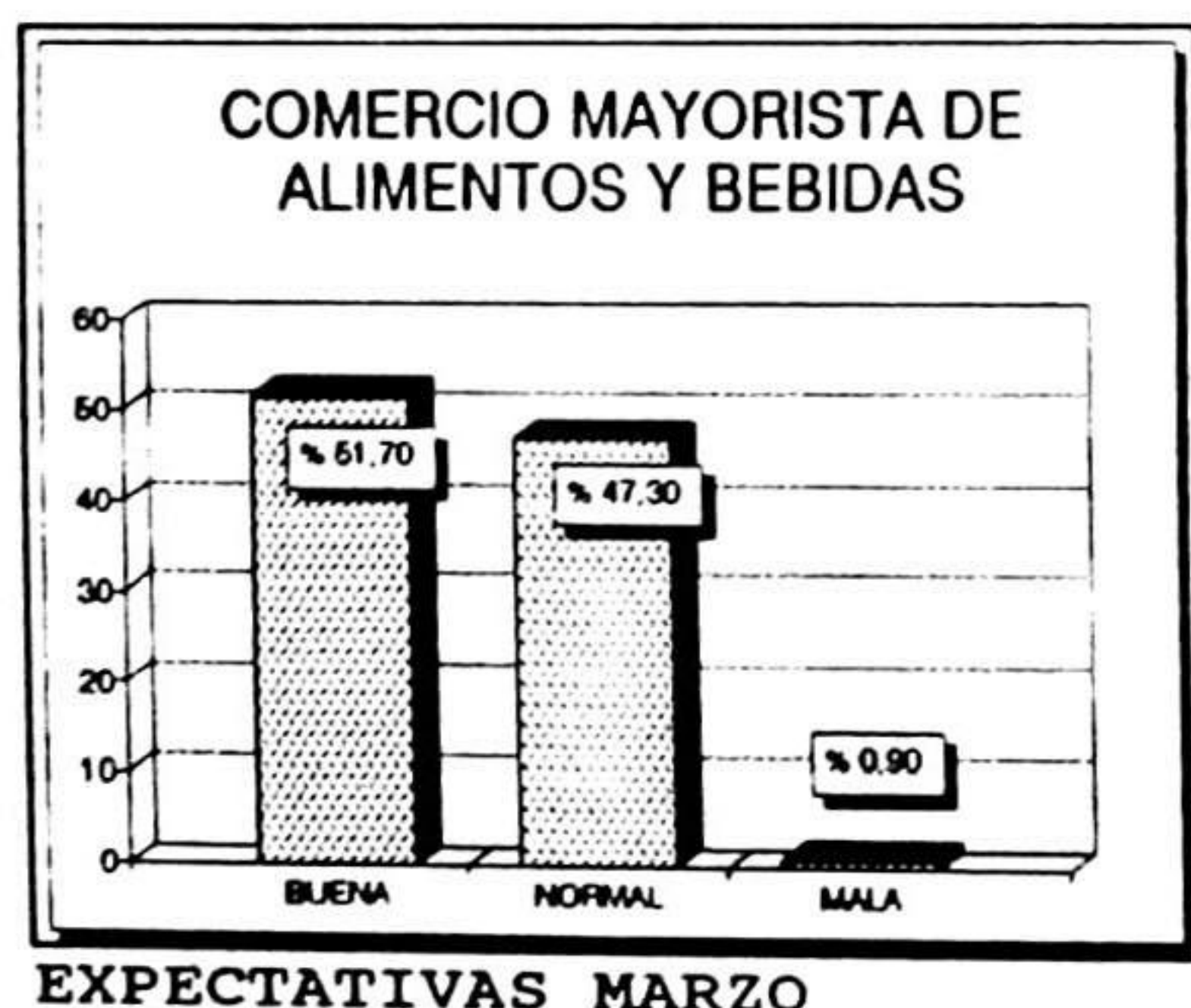
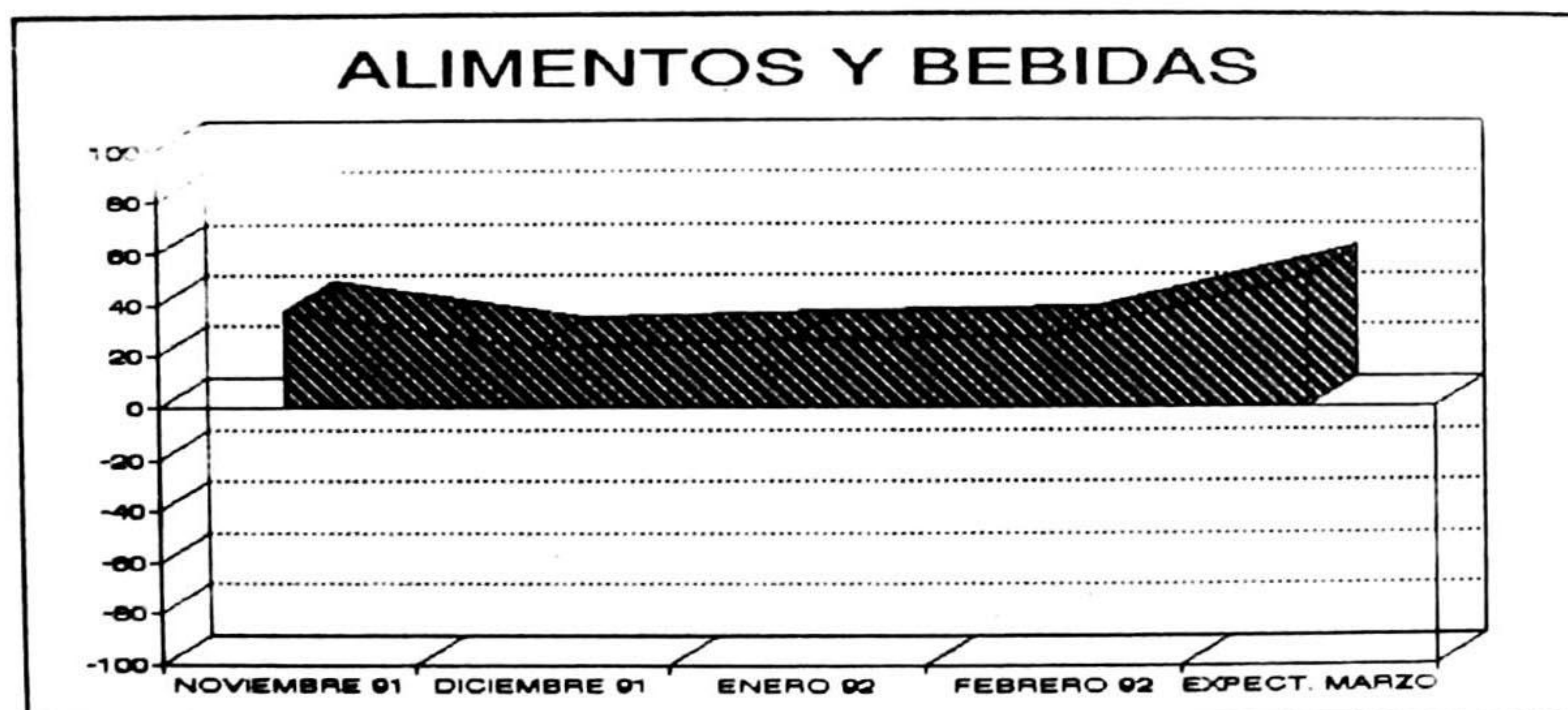
TENDENCIA DE LAS VENTAS

COMERCIO MAYORISTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Situación general: A juzgar por los resultados obtenidos, puede decirse que se vieron confirmadas las expectativas de los empresarios del sector; continuando con una situación favora

ble en su conjunto, por lo que suponen que se mantendrá de igual modo en los próximos meses.

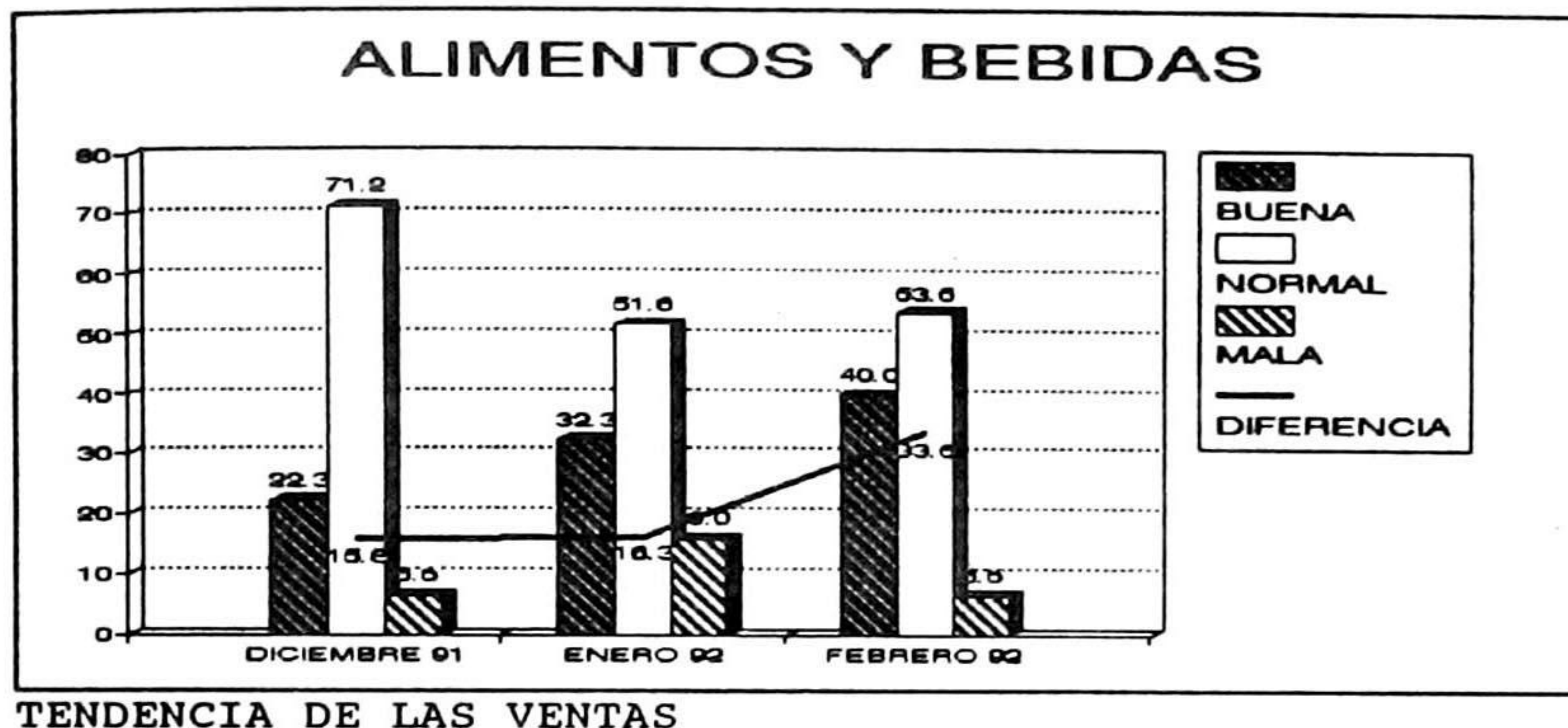
Tendencia de las ventas: Diciembre y enero resultaron normales en este aspecto, notándose un incremento durante febrero. Mas precisamente, en este ultimo mes un 40% del sector la tendencia resultaba alentadora y para el resto normal.



Stocks: En este aspecto, diciembre fue el mes en el cual se notó más la disminución de las existencias reales con respecto a las deseadas, no obstante encontrarse un 65% del sector sin problemas graves de abastecimiento por parte de los productores. La dificultad en las entregas se atribuyó, de modo especial, al normal período de receso. La situación se fue normalizando hacia febrero, cuando el 76,5% logró conciliar sus deseos con las existencias reales. Cabe destacar, asimismo, que se notó una disminución en el stock deseado por parte de aquellos que llevaron a cabo una modificación de su política de stocks. En el caso específico de los productos

lácteos, hay dificultades para abastecer satisfactoriamente la demanda dado que la producción evidencia un

gran retraso con referencia a la cantidad de productos requeridos por el comercio.



Costos financieros: Los costos financieros se mantuvieron elevados como porcentaje de los totales para la mayoría del sector durante todo el período considerado.

Personal de ventas: De acuerdo a los cómputos, en el 85% de los casos, el número de personas dedicadas a las tareas de ventas ha resultado suficiente, estando el saldo de respuestas inclinado en forma levemente superior hacia el exceso de personal.

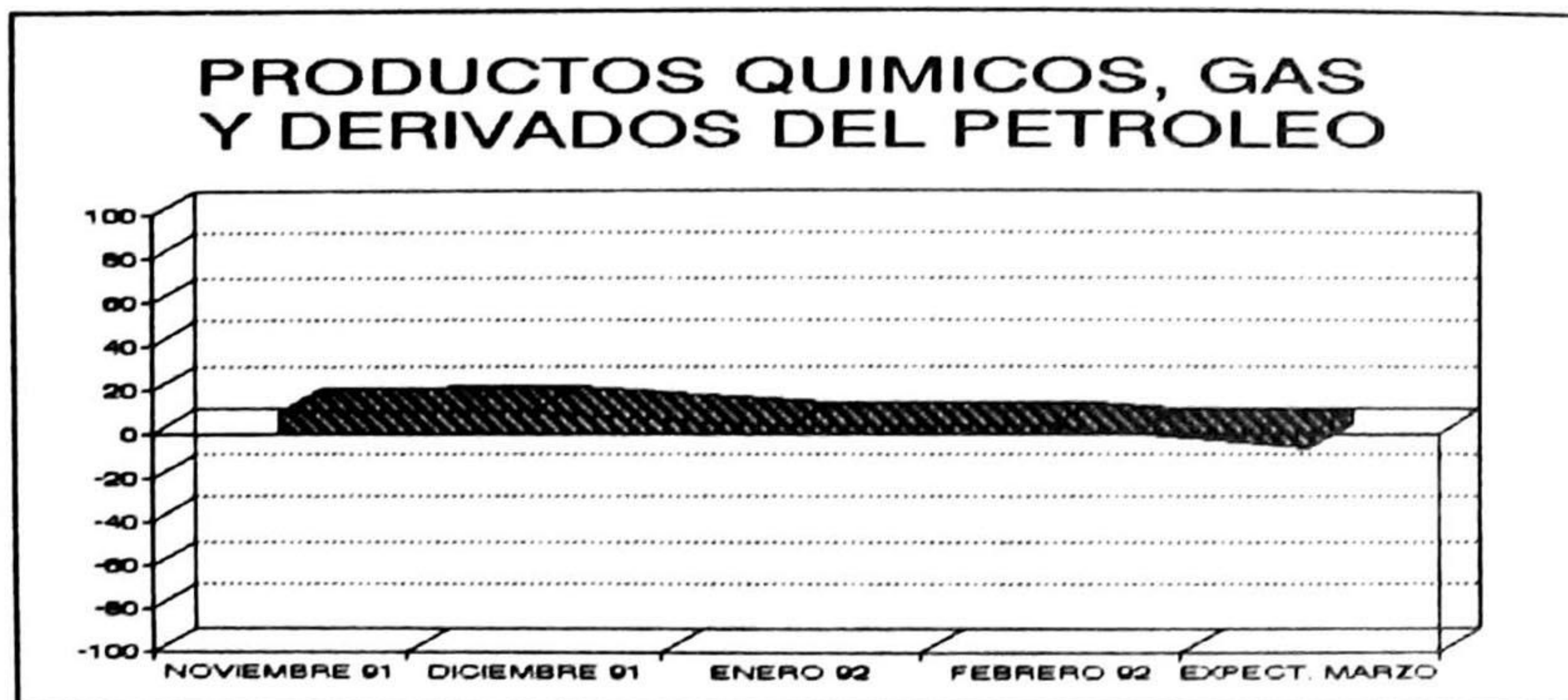
PRIDUCTOS QUIMICOS, GAS Y DERIVADOS DEL PETROLEO

Situación general: En este sector del

comercio mayorista, la opinión generalizada ha dado como resultado un nivel normal de la situación general para todo el período, siendo las expectativas de la misma índole. Cabe consignar, sin embargo, que las empresas del sector que tienen como principal proveedor a Gas del Estado mostraron cierta incertidumbre con respecto a la situación futura.

Tendencia de las ventas: La tendencia de las ventas también ha sido considerada como normal. En diciembre este calificativo abarcaba al 65,5% del sector. A pesar de mantenerse alto el porcentaje de normalidad (74,3%) en enero, sube la fracción de mercado con ventas desalentadoras en tanto que cae la proporción con ventas alentadoras. Por último, febrero es el mes que aglutina el mayor porcentaje de normalidad (80,9%) con

una saldo prácticamente nulo de respuestas dispares.



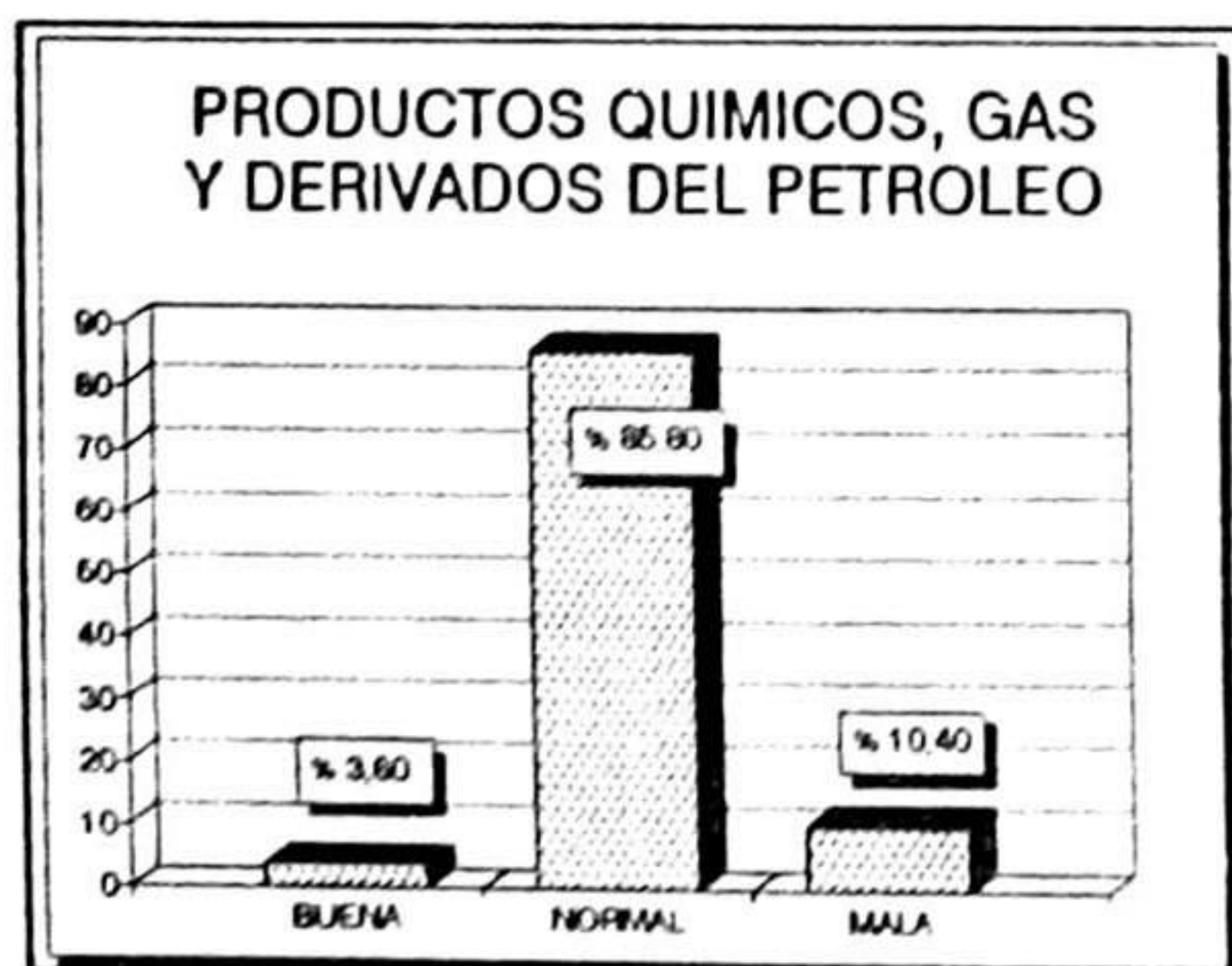
SITUACION GENERAL

Costos financieros: El saldo de respuestas obtenido, entre muy elevados y bajos (34,9%), permite caracterizarlo como **elevados**, siendo tal característica de igual índole para todo el período anali-

zado. Sin embargo, cabe agregar que en términos comparativos con el resto de los sectores expone la menor participación de estos costos en un contexto global de participaciones elevadas.

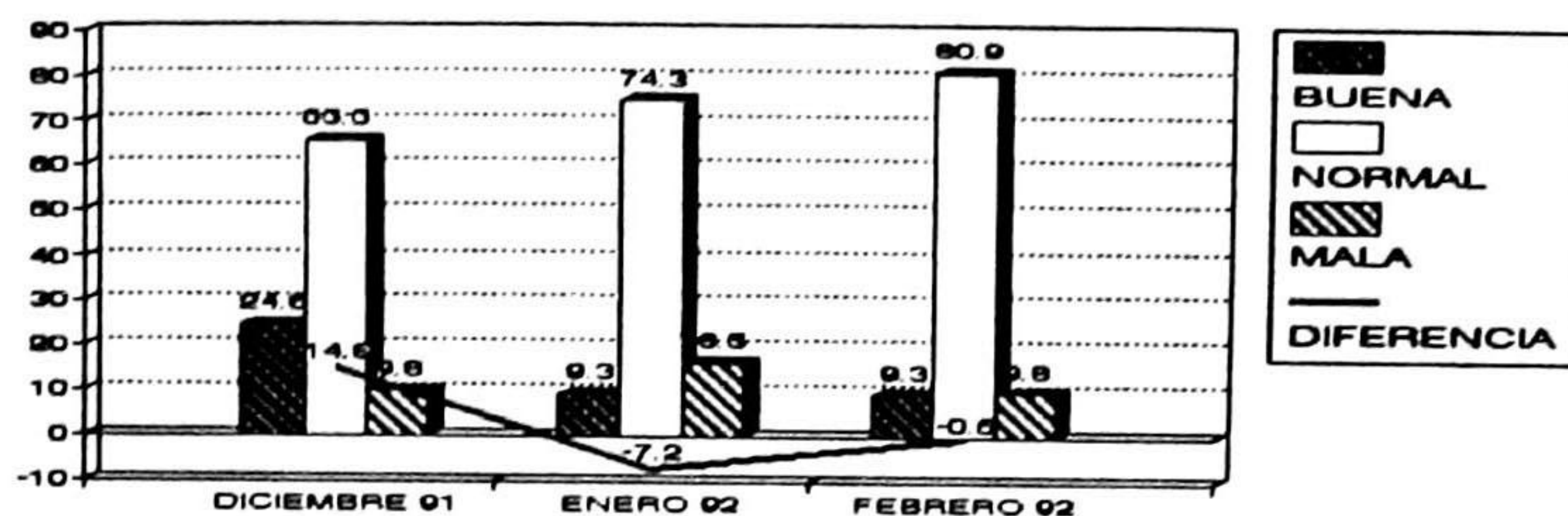
Esto resulta mas claro aun en el caso de estaciones de servicio, debido a que la incidencia resulta menos significativa en relación a el resto del sector.

Personal de ventas: Ha resultado suficiente en un 95,6% de los casos, dando el saldo de respuestas una tendencia hacia el exceso de personal del mismo tenor en todo el trimestre (4,4%).



EXPECTATIVAS MARZO

PRODUCTOS QUIMICOS, GAS Y DERIVADOS DEL PETROLEO



TENDENCIA DE LAS VENTAS

COMERCIO MAYORISTA DE MAQUINARIAS Y APARATOS

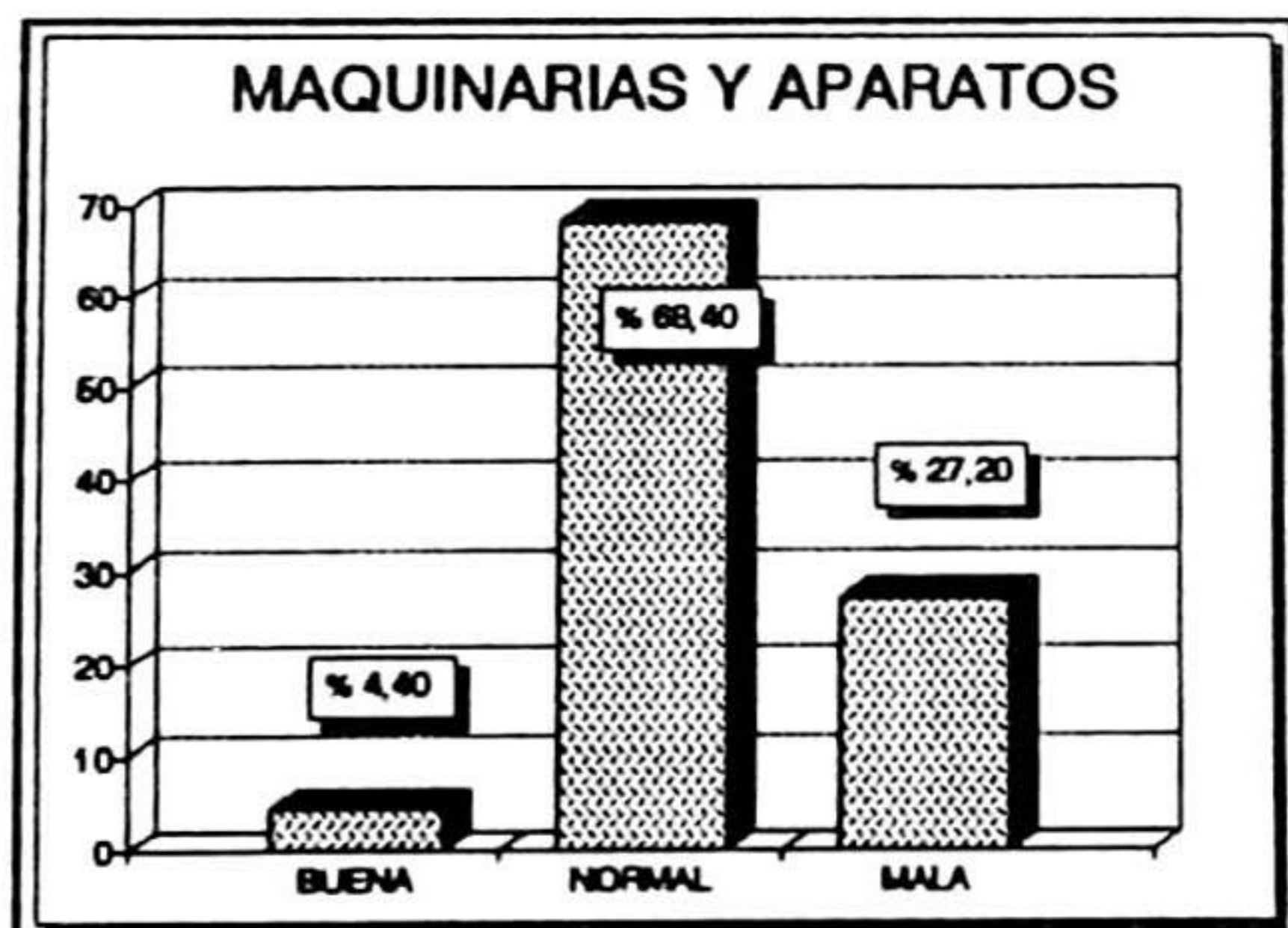
Situación general: En diciembre nos encontramos aquí con un 23,7% del mercado ubicado en una situación mala, y el resto en condiciones normales. Si se considera que en enero las empresas con situación general

adversa superan el 20%, puede decirse que los hechos no confirman las expectativas (básicamente optimistas) formuladas por los empresarios en noviembre. En febrero un 17,1% consideró buena su situación, ubicándose el otro extremo en el 29%, con lo cual el saldo (-11,9%) refleja una situación normal con tendencia negativa que se traslada a las expectativas para los meses siguientes. Para marzo, el 27% del sector aguarda una situación general desfavorable.

MAQUINARIAS Y APARATOS



SITUACION GENERAL

**EXPECTATIVAS MARZO**

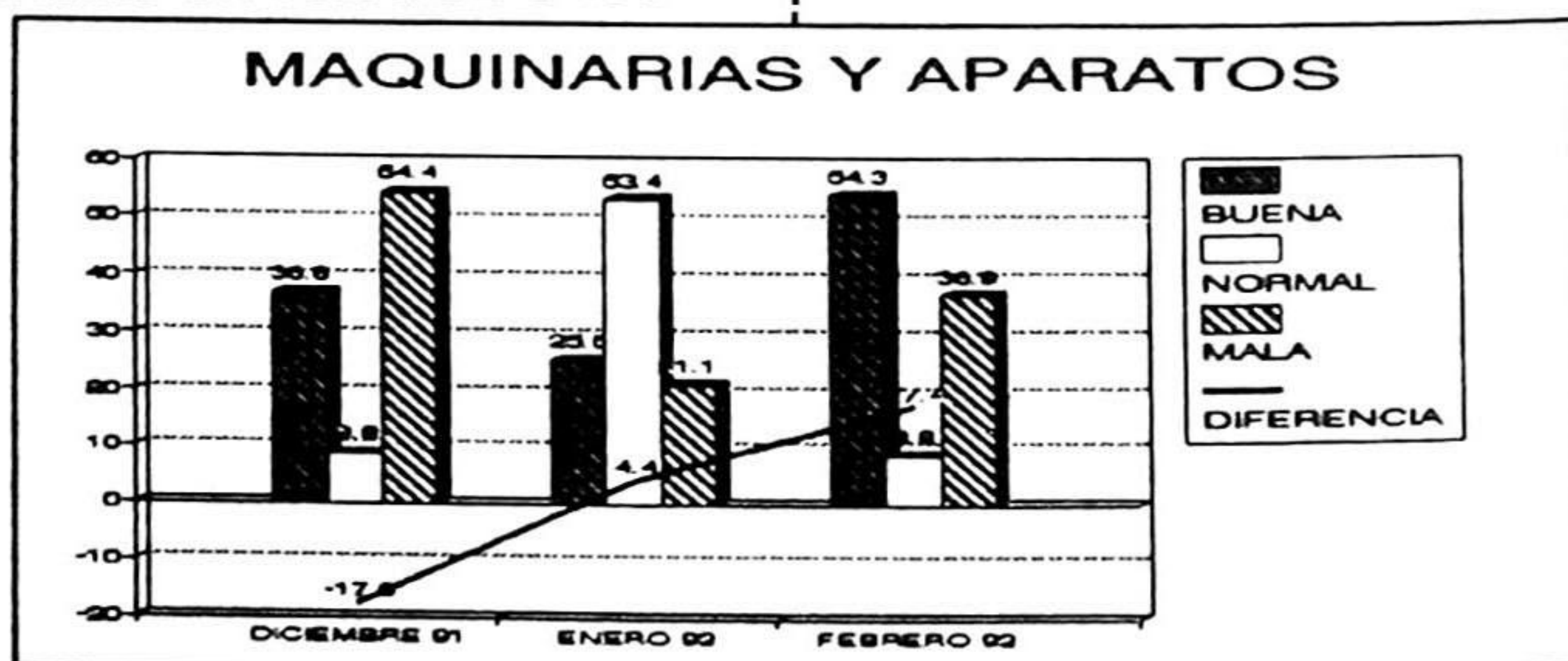
Tendencia de las ventas: Las ventas comenzaron con una tendencia desalentadora en diciembre (saldo -17,6%), pero es interesante destacar que aquí hubo una gran disparidad entre las respuestas: 36,8% alentadora, 54,4% desalentadora y sólo 8,8% consideró normales sus ventas. Durante enero se incrementa la franja de las ventas normales, nivelándose los extremos; y al llegar a febrero se verifica una tendencia alentadora (saldo de respuestas +17,4%).

Stocks: La política de stocks denota una leve disminución en los niveles deseados, conjuntamente con un nivel bajo de existencias en relación a los

planes realizados, en especial durante el mes de diciembre. Resulta válido aclarar que en el período bajo análisis no se registran casos de existencias en exceso. Al igual que el sector de automóviles y camiones, algunos empresarios manifestaron encontrar dificultades para recibir la mercadería comprada en los términos pactados con las fabricas.

Costos financieros: Se siguen manteniendo en un nivel elevado, siendo el saldo de respuestas para el período considerado del 27,2%, siguiendo la tendencia general de todos los componentes del sector mayorista.

Personal de ventas: La dotación de personal dedicado a tarea de ventas ha resultado satisfactoria para el 82,4% durante diciembre (con saldo nulo entre las respuestas restantes). Para enero el 91,2% manifestó contar con la cantidad adecuada, presentando el 8,8% restante insuficiente personal de ventas. Durante febrero se revierte la situación y, mientras el 75,4% evidencia una cantidad de personal adecuada, se presenta un saldo de respuesta del 7% que indica un muy leve exceso para dicho mes.

**TENDENCIA DE LAS VENTAS**

Panorama de la industria (maquinarias y aparatos) en el orden nacional: Las dudas sobre si el proceso de reactivación se encauza en uno de crecimiento definitivo han impedido aun que la industria ingrese en una etapa de aumentos sostenidos en el nivel de producción. Comparado con el primer bimestre del año anterior (tener en cuenta que al iniciar 1991 se toca el piso en una larga serie histórica), el sector evidencia una mejora notable en enero y febrero pasados (superior al 80%). Sin embargo, si se compara febrero contra enero podrá advertirse una merma de casi 30% en la producción.

En el caso específico de los tractores, el año pasado mostraron una caída del 36% en la tasa de crecimiento de la producción anual. Para el año en curso, se estima un leve aumento en la demanda que se anticipa será cubierto por mayores importaciones y reducción de la producción local por parte de las terminales locales.

En el segmento de motores (monofásicos y trifásicos) la evolución de 1991 es positiva. La competencia frente a motores de origen extranjero probablemente se repita en 1992. La posibilidad de concreción de nuevas inversiones en la industria manufacturera abre excelentes perspectivas para el sector. Aunque el nivel del índice de producción industrial se haya estabilizado dando la impresión de que la reactivación ha llegado a una meseta, también debe tenerse en cuenta que los niveles de utilización de capacidad instalada en equipos se encuentran en un máximo por lo que ante un nuevo crecimiento de demanda las nuevas inversiones no se harán esperar fundamentalmente en aquellos sectores "no expuestos" a la competencia interna-

cional.

PAPELERAS

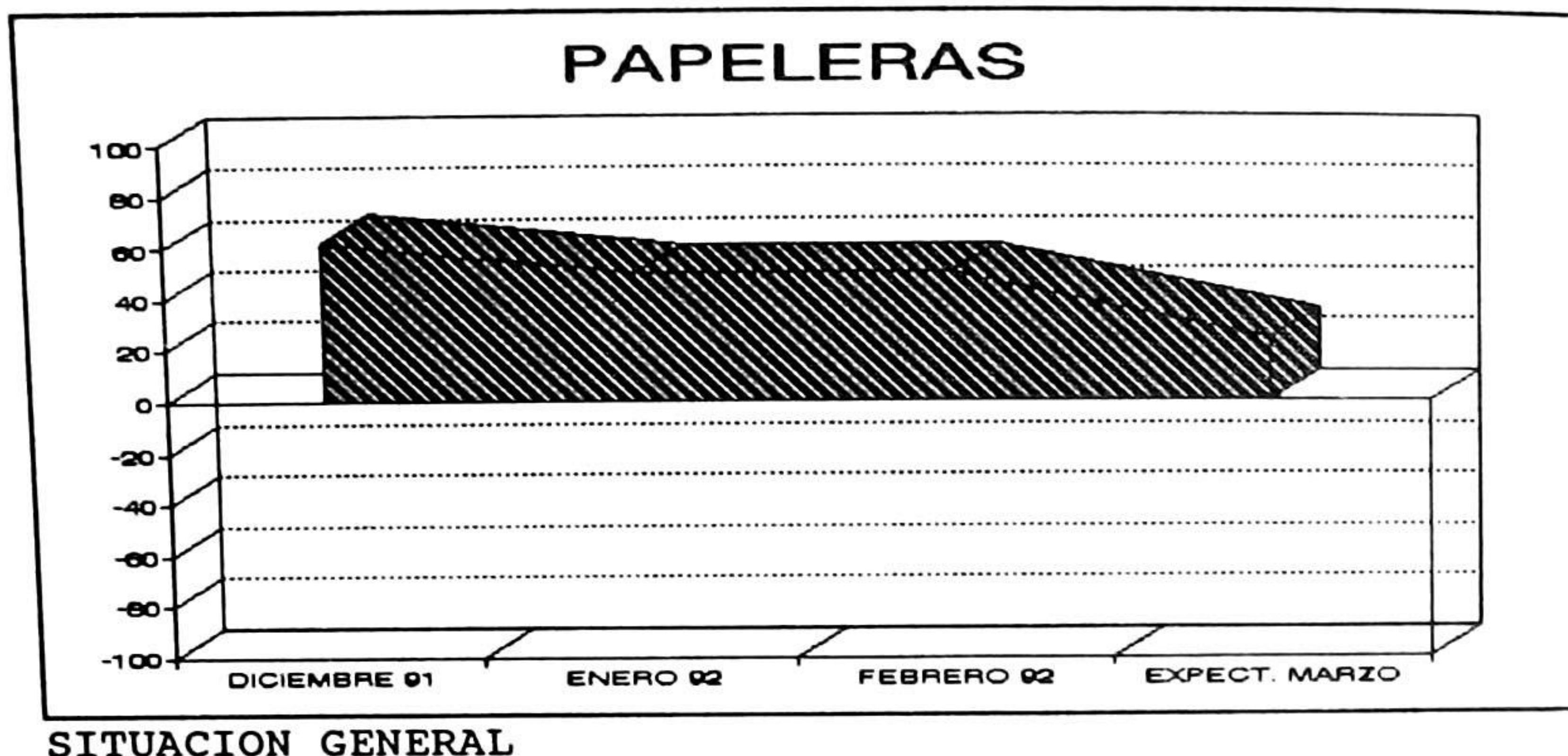
Situación general: Confirmando las expectativas de sus empresarios, es el rubro al que podemos caracterizar como el que atraviesa una mejor situación en su conjunto.

Durante diciembre el 62,1% se encontraba en una situación entre **buena y muy buena** y el resto en condiciones normales; en enero y febrero el 50% manifiesta que su situación se presenta entre **buena y muy buena**. Es notable el saldo de respuestas obtenidas para el trimestre (56% promedio), permitiendo así catalogar la situación general como **buena**.

Con referencia a las expectativas para los meses subsiguientes, se cree que se presentarán condiciones normales con una firme tendencia positiva.

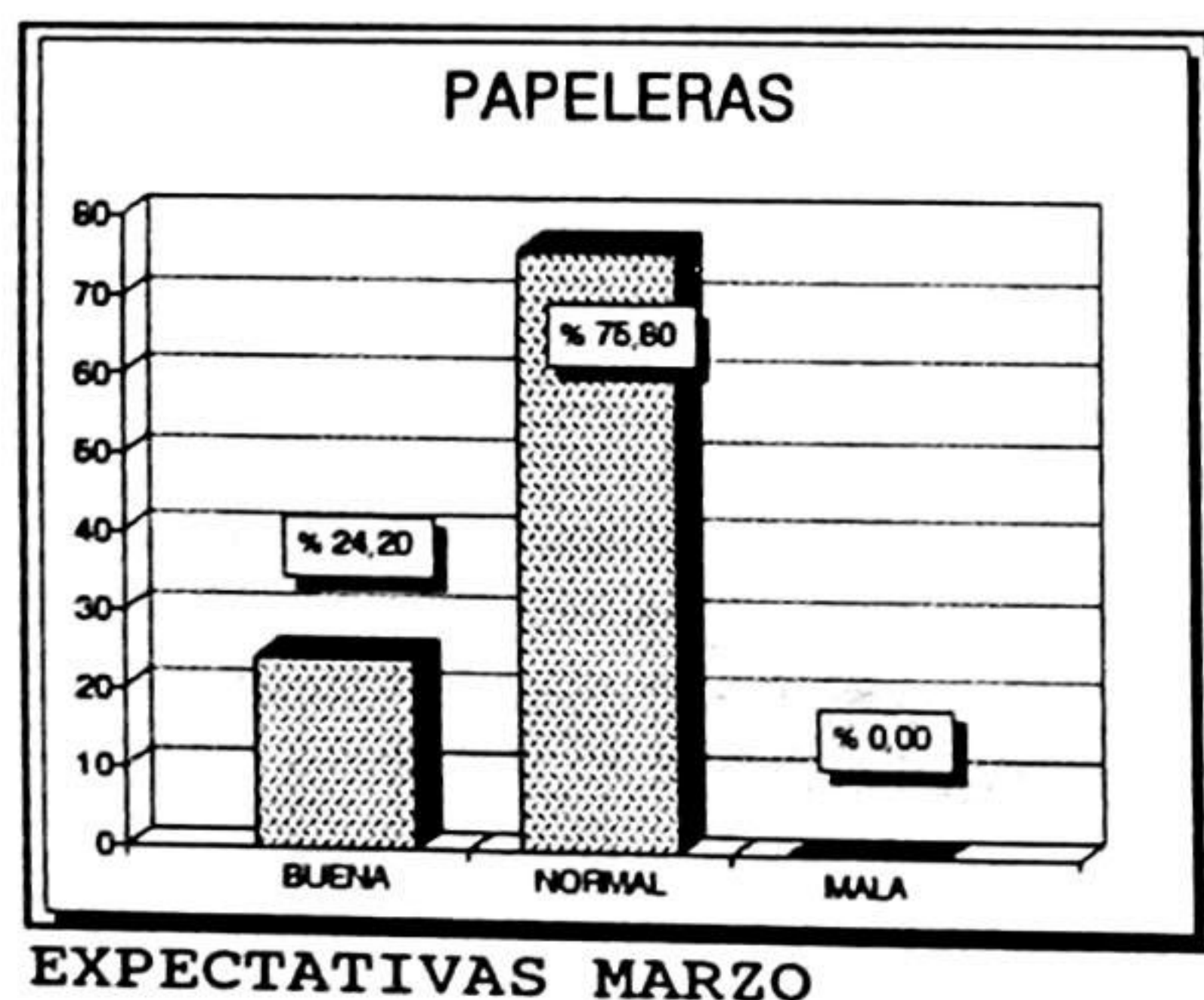
Tendencia de las ventas: El mes que presentó la tendencia más alentadora fue el de diciembre (75,8%), convirtiéndose en el mayor índice del comercio mayorista, siendo unánime para enero la opinión de su normalización. La tendencia vuelve a mostrarse alentadora para febrero sin alcanzar, no obstante, el porcentaje de diciembre, pero presentándose también como muy alentadora.

Stocks: Las mayores divergencias entre los deseos de stock y las existencias reales se manifestaron en diciembre, mes en el cual, por otra parte, un 25% del sector efectuó modificaciones en los niveles requeridos de stock, elevándolos, mientras



que el resto operó sin variantes.

Costos financieros: Teniendo en cuenta el saldo de respuestas (22,6% para los tres meses), se considera que los costos fueron elevados durante todo el período considerado.

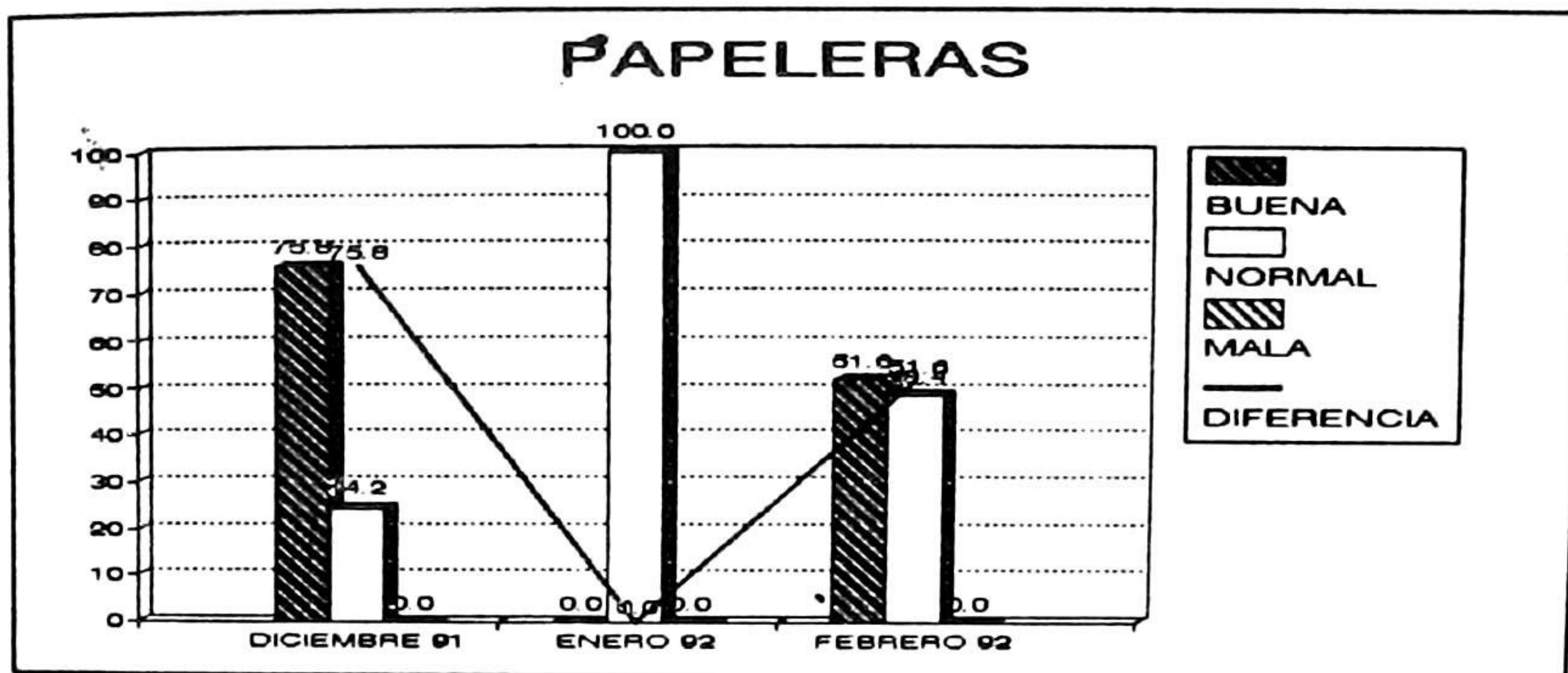


Personal de ventas: Para todo el sector, en forma unánime, la cantidad de personal de ventas resultó suficiente en cuanto a los requerimientos loca-

les; pero un 25% del mercado manifestó contar con una cantidad insuficiente de viajantes para atender la zona sur del país.

Panorama de la industria (pulpas de madera, papel y cartón) a nivel nacional: En el orden nacional, la situación descrita para el sector comercial papero local no coincide con la expuesta por la industria del papel. Los resultados de la encuesta de FIEL arrojan una situación en promedio regular aunque evolucionando en un sentido positivo desde enero. La producción del último bimestre del año '91 acusó un impacto negativo por el ingreso de importaciones. Ante este aumento de la oferta extranjera en el mercado local, se restableció un sistema de cupos para ciertas calidades de papeles procedentes de Brasil (papel kraft, obra y estucado). La mejora a partir de diciembre en parte se explica por los relativamente bajos niveles de producción en este mes provocados por paradas técnicas parciales y problemas pun-

tuales de algunas grandes empresas.

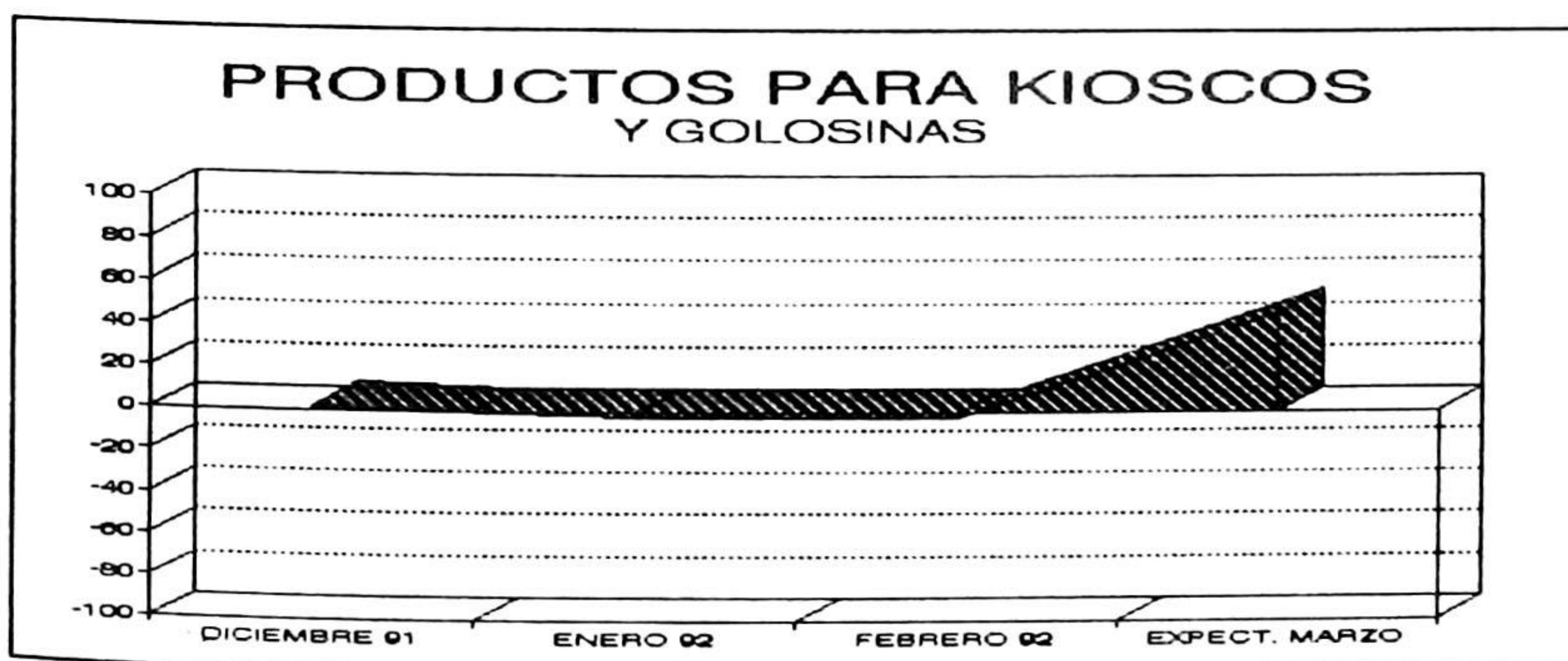


TENDENCIA DE LAS VENTAS

PRODUCTOS PARA KIOSCOS Y GOLOSINAS

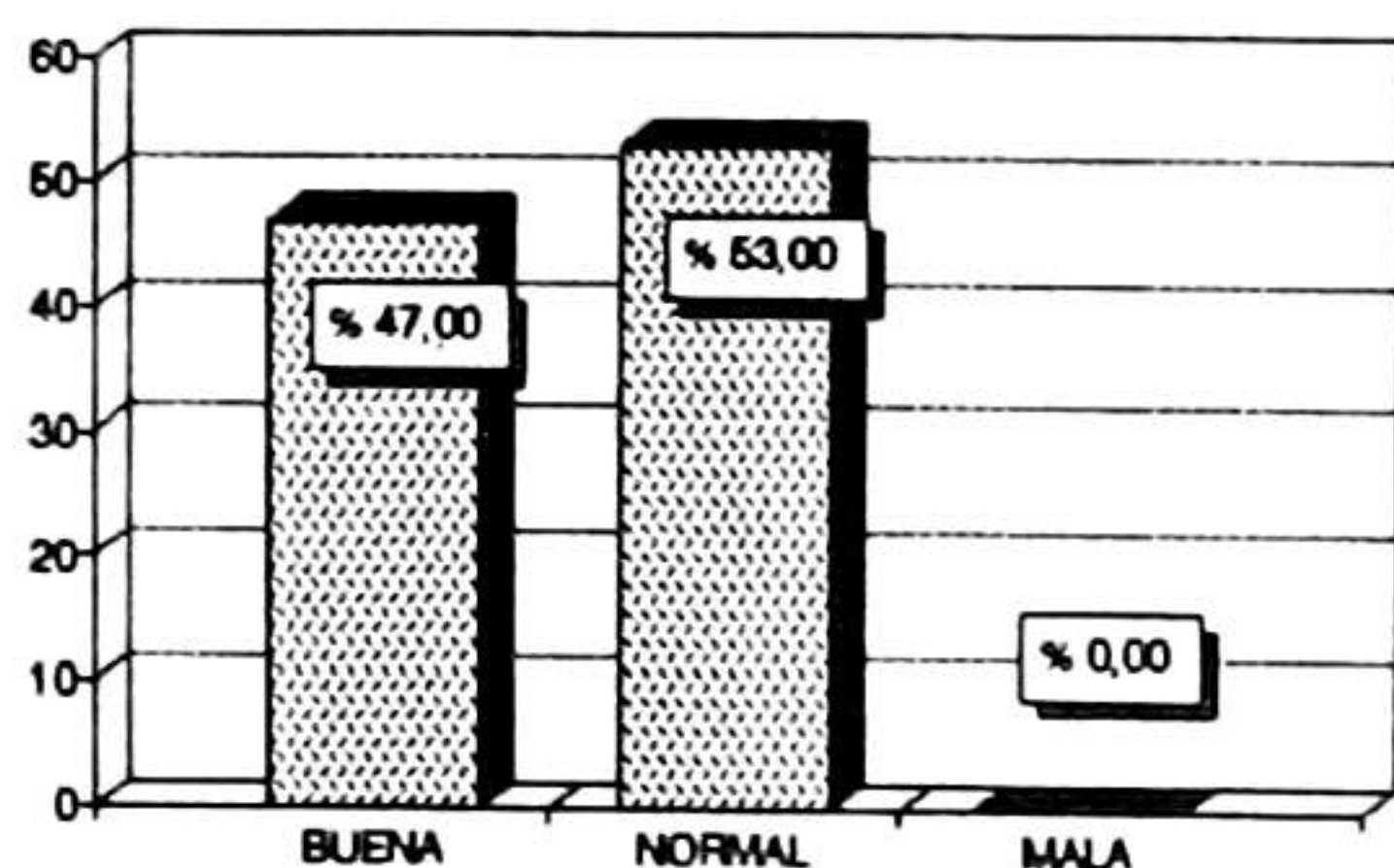
Situación general: Se ha caracterizado por presentar una situación normal, en opinión de la casi totalidad del empre

sariado del sector (97,5%), durante diciembre, enero y febrero. Las expectativas resultan buenas para el 47% del sector, manteniéndose el resto en una posición signada por la normalidad.



SITUACION GENERAL

PRODUCTOS PARA KIOSCOS Y GOLOSINAS



EXPECTATIVAS MARZO

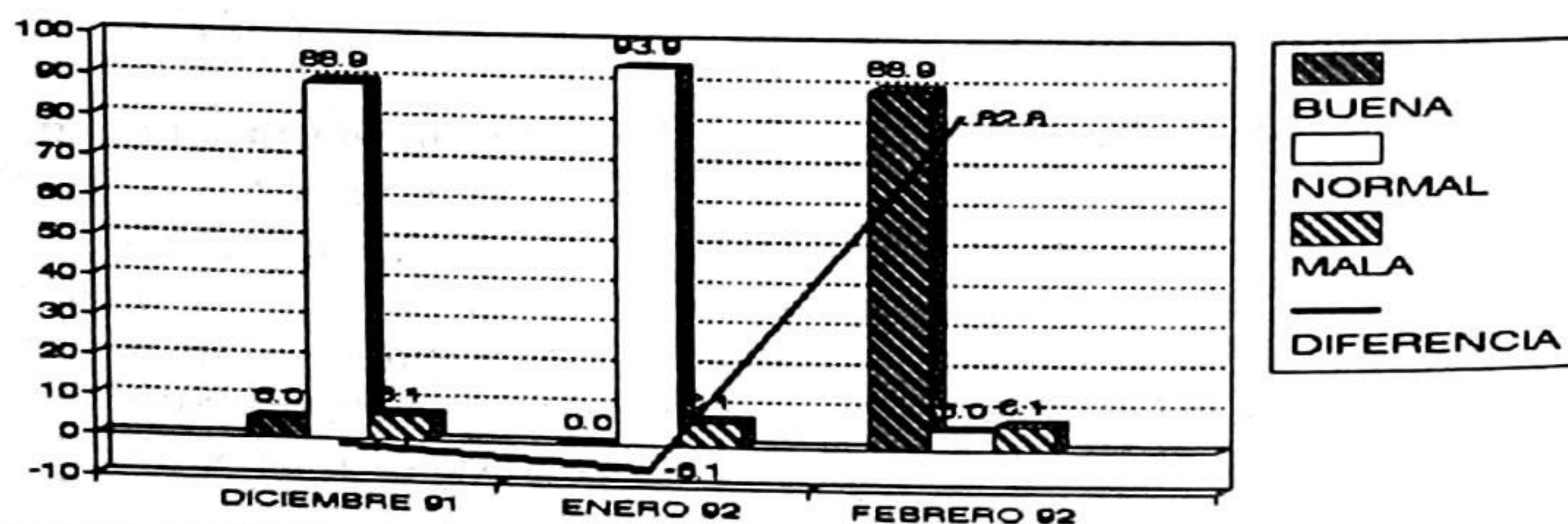
Tendencia de las ventas: Al analizar la tendencia de las ventas se pone de manifiesto un ritmo claramente normal para diciembre y enero, tornándose sumamente alentadora para febrero en opinión del 88,9% del sector. Un 6,1%, sin embargo, consideró como desfavorable la tendencia, registrándose un 5% que evidencia una ritmo normal. Se destaca, Por lo tanto, comparando con el resto de los sectores mayoristas, este rubro se distingue claramente del resto presentando el índice más alto del período para la tendencia alentadora.

Stocks: Referido a la política de stocks, cabe señalar, que el 93% del sector admitió haber realizado cambios en los stocks deseados, en sentido positivo, durante el trimestre bajo análisis.

Costos financieros: Otra característica destacable de este sector, aparte de la tendencia de ventas, es su consideración de los costos financieros como porcentajes de los costos totales, resultando, a través del saldo de respuestas (97,5% para diciembre, enero y febrero), como muy elevados y, por tanto, constituyéndose en los porcentajes más altos dentro del sector mayorista.

Personal de ventas: Habiendo transcurrido diciembre con suficiente personal de ventas, enero y febrero está signado por la falta de personal de modo muy notorio, dado que el 88,9% del sector manifiesta esta carencia.

PRODUCTOS PARA KIOSCOS Y GOLOSINAS



TENDENCIA DE LAS VENTAS

Comercio Minorista

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Situación general: El saldo resultante para el mes de diciembre (+39%) indica una situación "buena" para el sector. Observando la tendencia, es destacable la caída que significa este valor respecto al de noviembre (+85.-03%). Sin embargo, esta diferencia numérica solo muestra la estabilización que se produce en una situación general creciente. En noviembre los empresarios del sector se mostraban muy optimistas señalando la mayor parte de ellos una situación "muy buena" respecto a meses anteriores. En diciembre esta situación ya resultaba "normal" para el 92% de las empresas.

Es destacable que este sector es uno de los que se han encontrado con un verano un tanto atípico en relación al de otros años. La situación general para los meses de enero y febrero mejora sustancialmente (+44.3% y +46% respectivamente), con solo el 1% de respuestas correspondientes a una situación adversa para el mes de febrero. Las expectativas de los empresarios del sector se ubican en una situación acorde a la del verano, esperando para marzo mantener su buena situación general (saldo esperado +46.2%).

Tendencia de las ventas: En diciembre las ventas eran absolutamente "normales" para la época del año (saldo +7%). Sin embargo enero y febrero resultaron sumamente anormales con

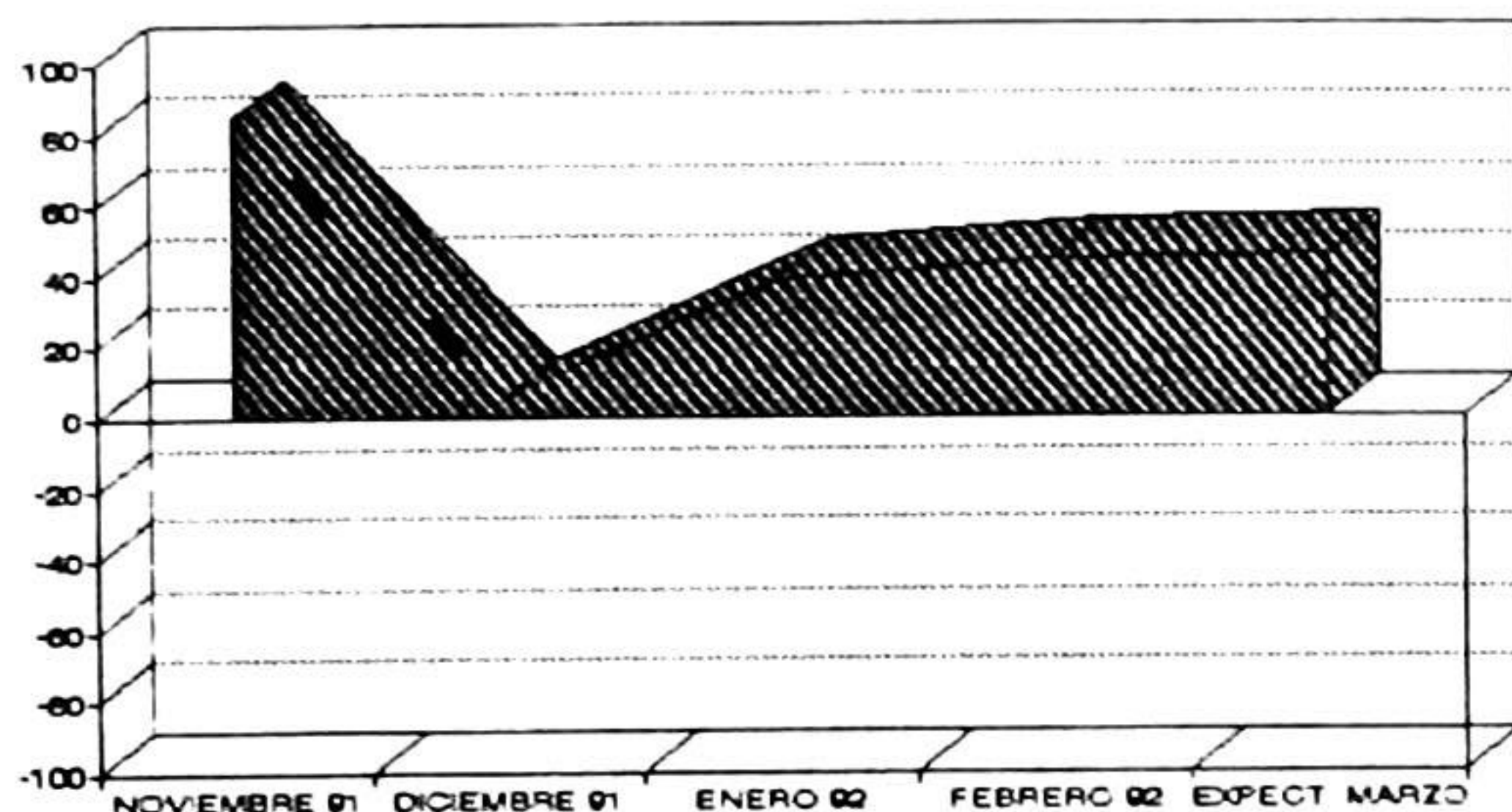
una excelente demanda (+79% y +87.6%). Esto impactó tanto en una buena situación general como en la políticas llevadas a cabo por las empresas respecto a los niveles de existencia.

Stocks: Los niveles de stocks para el mes de diciembre se ubicaban prácticamente en los niveles "deseados", situación que se acentuó más aún en enero y febrero (+1.9% para ambos meses). Esperando las tradicionales ventas de fin de año, el 53.1 % del sector incrementó sus niveles de existencias, pero debido a las inesperadas ventas de enero y febrero, esta política de expansión de existencias continuó durante enero y febrero a tasas de crecimiento menores (+27.3% y +37.0%).

Costos financieros: En líneas generales, el sector observó una situación normal respecto a los costos financieros, encontrándolos levemente más elevados en el mes de diciembre que en los restantes. Para ese mes, el 10.9% de los empresarios los encontraba elevados, mientras que en enero y febrero, solo el 9.7% y 9.9%.

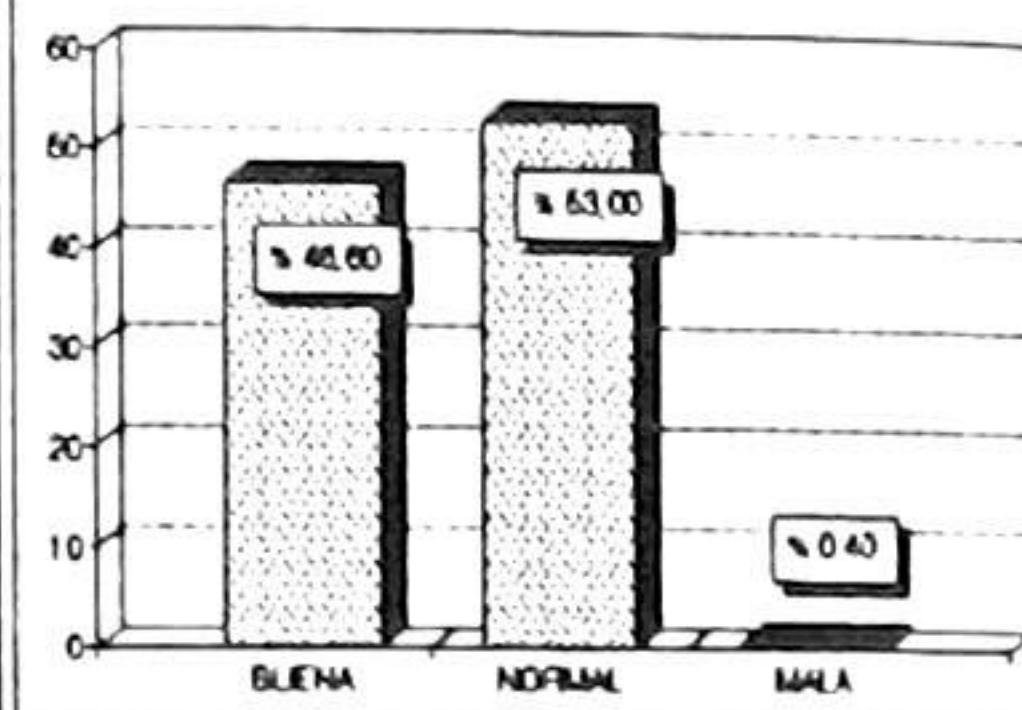
Personal de ventas: La situación puede señalarse como absolutamente "normal" para el 99.2% de las empresas del sector, que revelaron tener la cantidad personal de ventas adecuada. este sector observa el más alto promedio de personal de ventas por empresa.

ALIMENTOS Y BEBIDAS



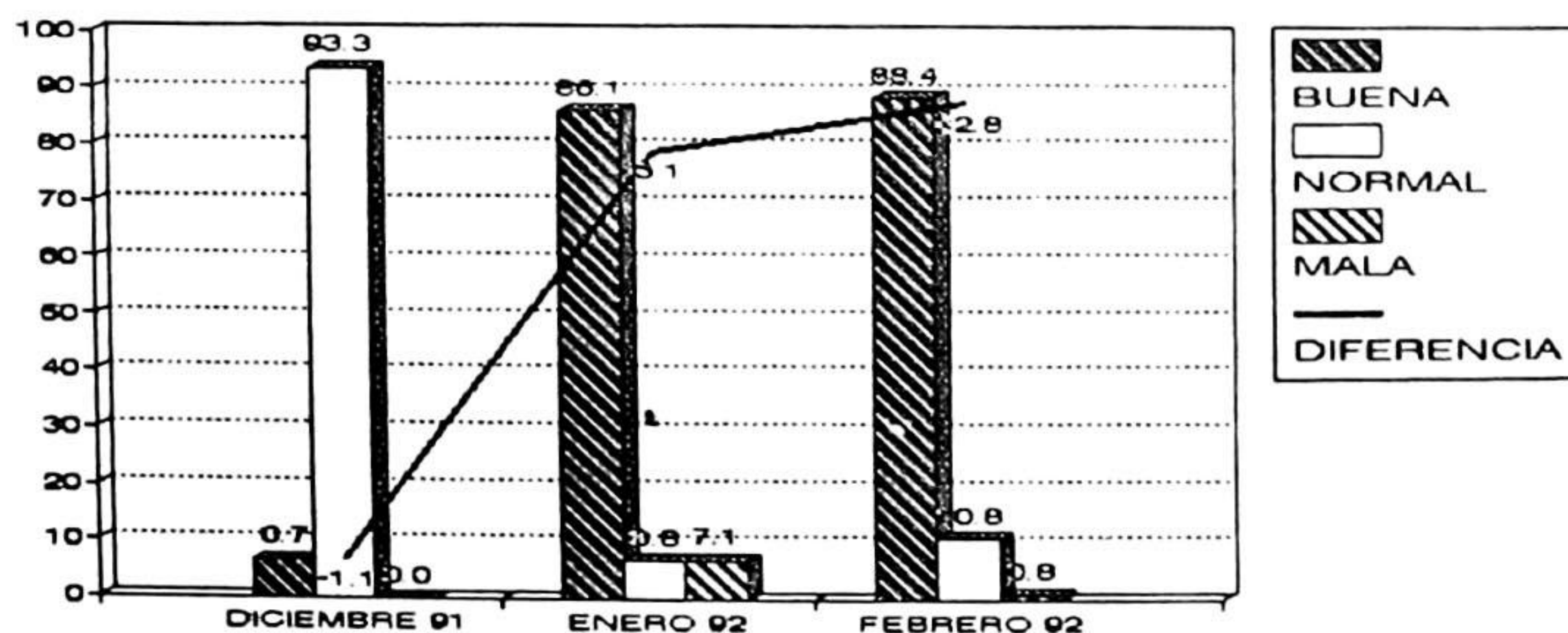
SITUACION GENERAL

COMERCIO MINORISTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



EXPECTATIVAS MARZO

ALIMENTOS Y BEBIDAS



TENDENCIA DE LAS VENTAS

INDUMENTARIA,
CALZADO Y SEDAS.

Situación general: En el mes de diciembre, la situación general de la empresas del sector mejoró en un 42%. Si bien este efecto se debió en gran parte a motivos estacionales, este es uno de los tres sectores que pasó por mejor situación durante el

verano. En diciembre el 66.9% de las empresas se encontraban en una buena situación. Para los meses de enero y febrero, el saldo correspondiente fue del 63% y 55.5% respectivamente. Las expectativas de los empresarios del sector para el mes de marzo eran coherentes con la situación general vivida en los meses anteriores. El 59.6% de los empresarios espera una situación "buena", el 35.2% una situación "normal" y solo

el 5.2% una "mala" situación general. El curso próximo de la actividad en parte estaría determinado por dos elementos que juegan en sentido inverso: en sentido positivo seguramente impactará el cambio de temporada, en sentido negativo el desgaste del salario real por los desbordes inflacionarios del verano.

Tendencia de las ventas: La demanda a la que se enfrentó el sector puede definirse como "normal" (saldo de diciembre = +5.5) encontrándose una mejora en febrero (saldo = +10.5). Es importante señalar que si bien la tendencia de las ventas en promedio no indica una demanda excesivamente "buena", los porcentajes de empresas del sector que manifestaron encontrarse con una demanda insuficiente fueron muy bajos todo el verano (7%, 8%, 8.4% para diciembre, enero y febrero respectivamente). Por otra parte, lo importante de estos resultados es que los empresarios del sector esperaban para enero y febrero una demanda muy pequeña por motivos estacionales, por lo que esta circunstancia los llevó a vender más de lo esperado.

Stocks: Los niveles de stocks podían definirse como normales para el mes de diciembre (saldo = -4.7%). En los meses de enero y febrero, la tradicional caída de las ventas no se produjo, lo que llevó a los empresarios a encontrar niveles de existencias bajos durante estos meses (saldos iguales a -32.6% y -23.4% respectivamente). Respecto a la política de stocks llevada a cabo por los empresarios, en enero y febrero se notan importantes disminuciones en los niveles deseados

de existencias debidas principalmente a tres razones: la necesidad de afrontar una demanda inesperada, el deseo de desprenderse de las mercancías de la temporada de verano por el cambio de estación, y la sustitución por mercaderías importadas.

En este último punto, es importante destacar que este es uno de los rubros que más penetración de importación ha recibido. Esta circunstancia, naturalmente lleva a los empresarios a manejar con mucha cautela sus políticas de stocks debido a las oportunidades del exterior y la incertidumbre respecto a los pasos a seguir por las empresas textiles argentinas; en especial en lo que a precios se refiere. Las tendencias observadas en las industrias que carecen de competencia externa (productos de cuero y lana) es de un alza en los precios lo que causa cierta inquietud en los empresarios del sector. Respecto a las mercaderías importadas, el efecto sobre el mercado es sensiblemente diferente al de la experiencia de apertura de Martínez de Hoz. En este punto los empresarios parecen haber encontrado finalmente un efecto combinado sobre los "precios" y la "calidad" de los productos. Esta situación se ve favorecida por la existencia de mercados concentradores (Miami, Nueva York, Panamá) de productos provenientes del resto del mundo, algunos de los cuales observan precios muy bajos por efecto del "dumping" o por los bajos costos que poseen respecto a la contratación de mano de obra en ciertos países.

Costos financieros: El sector encuentra los costos financieros elevados, observándose un saldo de respuestas correspondientes a costos financieros

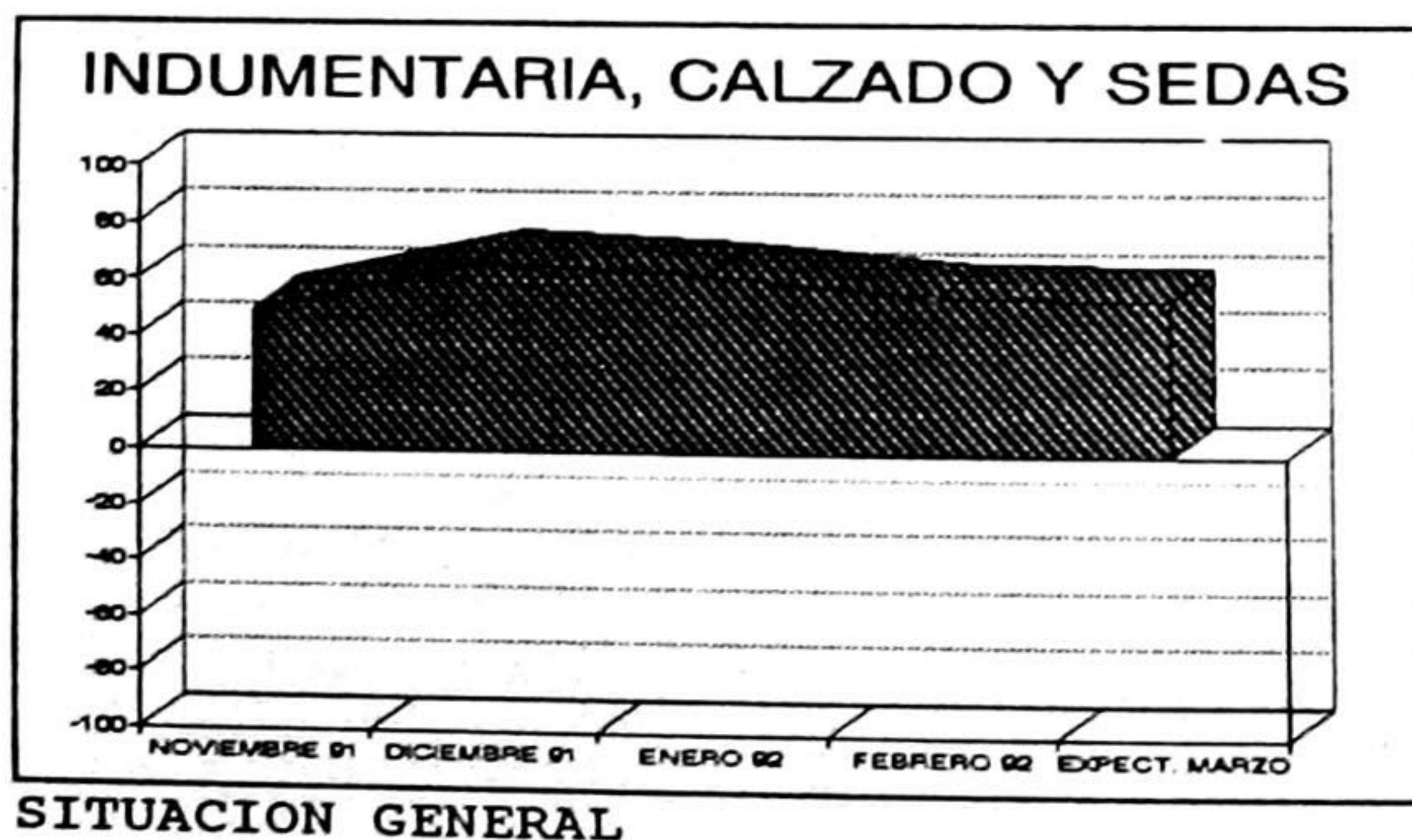
altos del 44%, 50% y 42% para los meses de diciembre, enero y febrero respectivamente. Por otra parte, empresarios del sector manifestaron encontrar aún muy altas las tasas de interés como para un total restablecimiento de las ventas en cuotas. En este sentido puede advertirse en este rubro en particular una proporcionalmente mayor diferencia entre el precio financiado respecto a los precios finales de compras al contado.

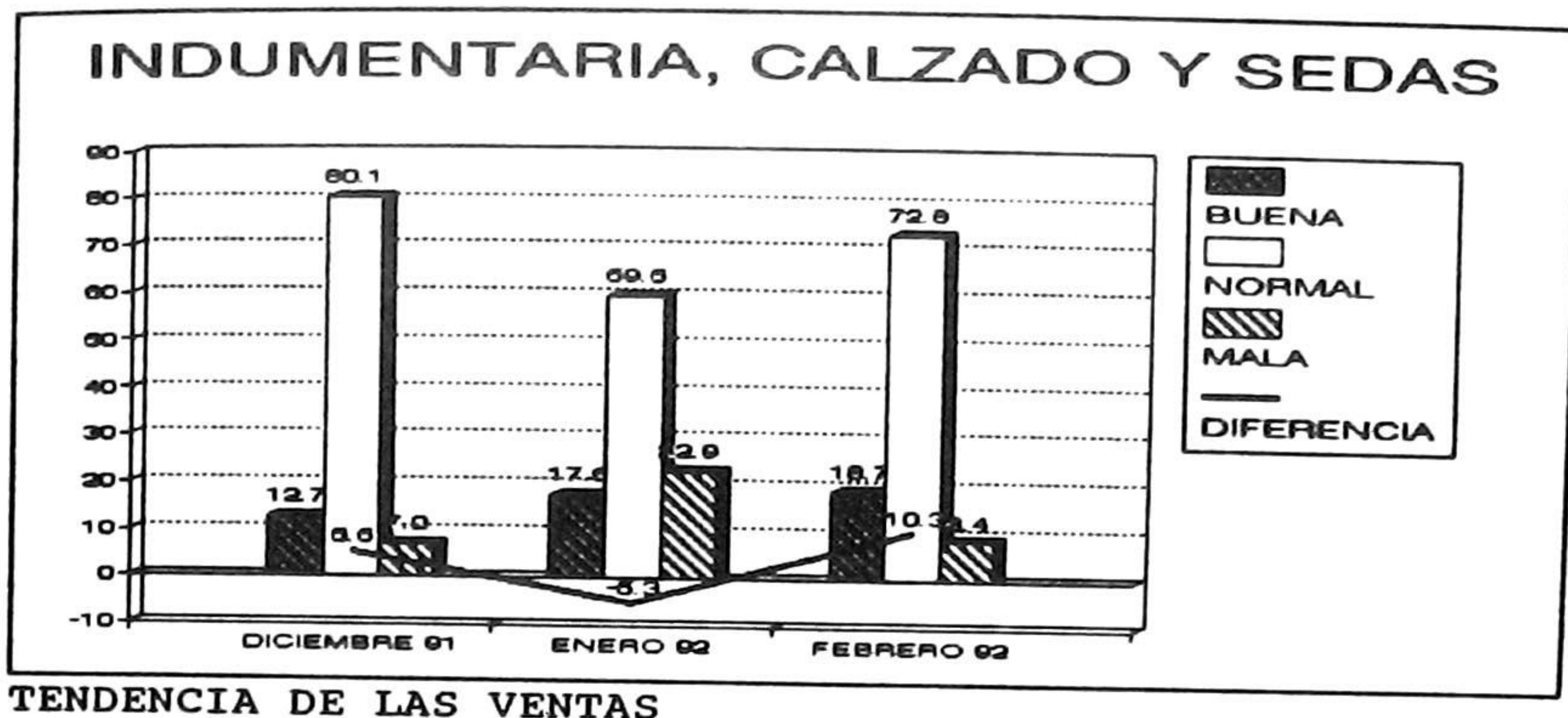
Algunos encuestados destacaron las exigentes condiciones de financiación impuestas por los proveedores. En el mejor de los casos, los plazos no superan los 30 días. Pese a la derogación del impuesto a los débitos, se advirtió sobre la reticencia al uso del cheque. Cabe notar una flexibilización de las condiciones de pago en el caso de prendas "de moda". En este caso,

la mayor flexibilidad se explica por la necesidad de los proveedores de colocar la mercadería presionado por el carácter transitorio de las modas.

Personal de ventas: Con respecto al personal asignado a ventas, este es uno de los rubros que posee mayor insuficiencia de personal asignado a ventas (52% del mercado en febrero). Asimismo, se destaca entre sus pares minoristas por ser uno de los sectores con mayor cantidad de personal empleado por empresa (18.6).

Para los meses de diciembre, enero y febrero, el saldo de respuestas fue -38.6%, -32.1% y -45.5% respectivamente. Las opiniones de los empresarios revelan grandes dificultades para conseguir personal de ventas idóneo y confiable.





ARTICULOS PARA EL HOGAR

Situación general: Este rubro ha sido probablemente el que mejor situación expuso a partir del impacto que produjo en la economía el Plan de Convertibilidad. Durante 1991 el sector mostró un importante crecimiento en la escala de las empresas, así como también en el número de empresas dedicada a la venta de artículos para el hogar. En noviembre de 1991, prevalecía una visión muy optimista revelando encontrarse en buena situación general el 76,7% de las empresas. Para diciembre esta situación mejoró aún más revelando el 91,8% de las empresas estar bien, manteniéndose esta tendencia durante enero y febrero (95,2% en ambos meses).

Respecto a las expectativas de los empresarios para el mes de marzo, pueden definirse como "buenas" (saldo de respuestas del 68%). No obstante debe señalarse la preocupa-

ción existente en algunos de ellos que manifiestan encontrar algunas dificultades en la competencia desleal y en la gran cantidad de empresas que han aparecido a partir de la importación.

Tendencia de las ventas: En este punto, el sector manifestó haber encontrado una muy buena y uniforme demanda durante todo el verano. Tanto en diciembre como en enero y febrero el saldo de respuestas es del 93,6%.

Cabe acotar que en el orden nacional, las ventas aun se mantienen en un ritmo intenso favoreciendo principalmente a los renglones de refrigeración, lavarropas y pequeños aparatos. Las importaciones no han causado aun un daño significativo dado que la demanda absorbe la producción interna y externa.

Stocks: Las ventas para el mes de diciembre revelaron a los empresarios una pequeña falencia en los niveles de existencias (-10%). Sin embargo las compras realizadas durante enero y febrero (el 68,7% de las empresas

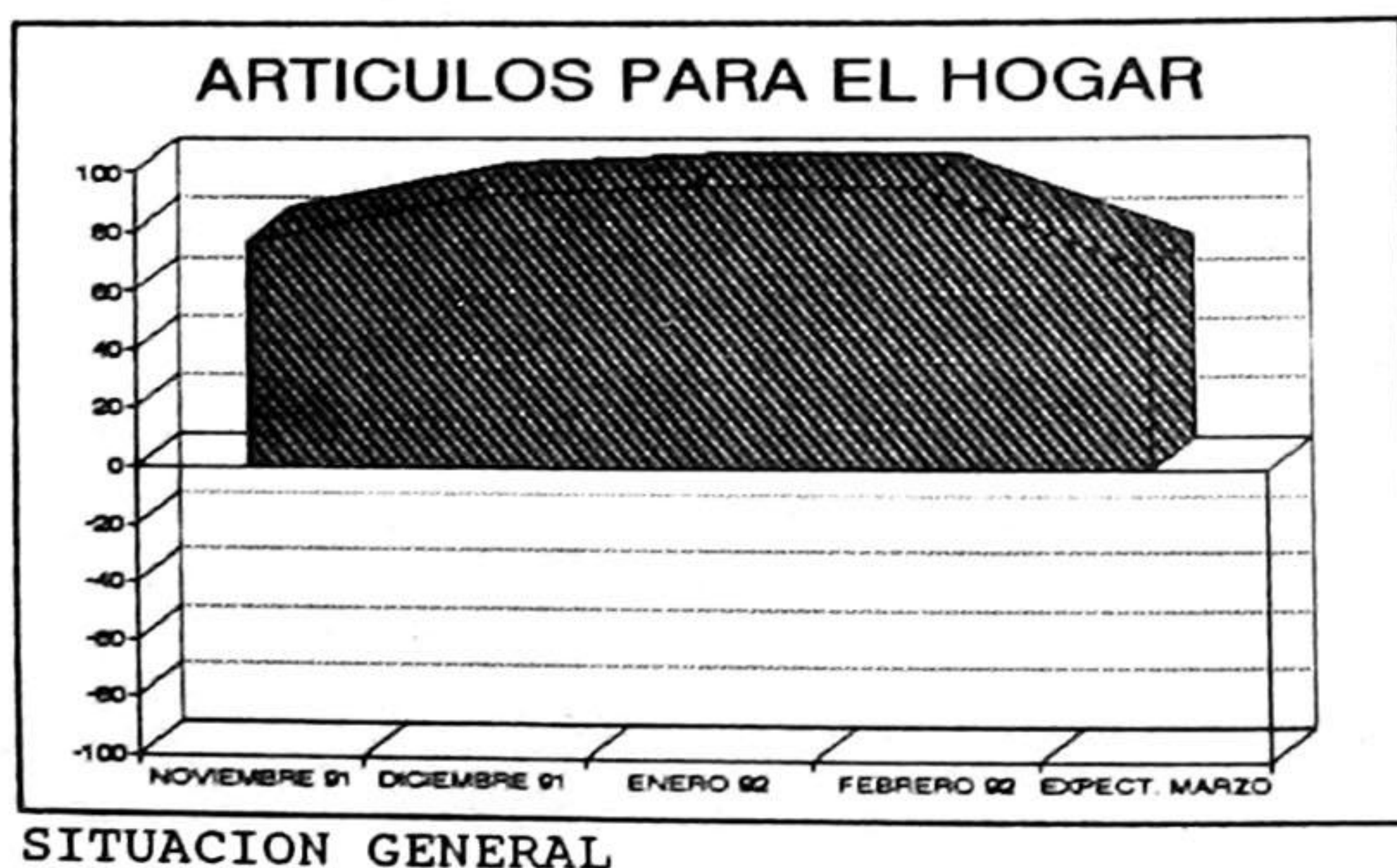
aumentó los stocks en ambos meses), llevó a que la mitad de las empresas manifiesten encontrarse elevados en stocks (+49.6%).

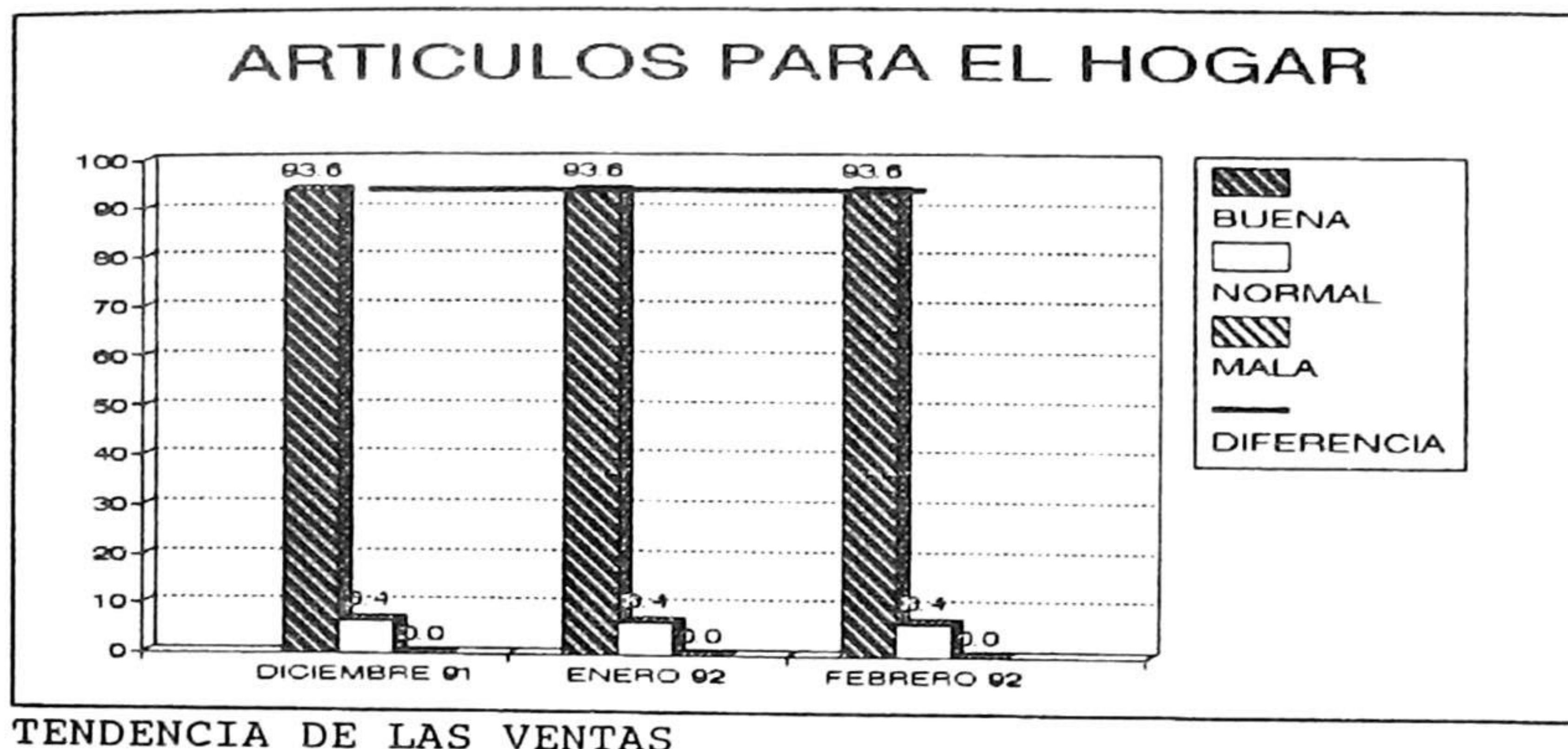
Costos financieros: En general los empresarios del sector encuentran costos financieros altos. Durante diciembre el 59.5% de las empresas apoyaron este argumento, elevándose al 61.2% para los meses de enero y febrero. Mientras las tasas de interés permanezcan en los niveles actuales, las empresas no encuentran opción para el total restablecimiento de las ventas a crédito. Sin embargo, es importante señalar que en este rubro, la diferencia de precios entre contado y cuotas en doce meses revela una tasa de interés directa promedio del 50% anual (observación fundada en los planes de financiación dados a

conocer por las mismas empresas), muy por encima de las máximas tasas activas del mercado.

Personal de ventas: De todos los rubros analizados, este el que mayor insuficiencia de personal posee. Para diciembre y enero el saldo de respuestas fue del -86.8%, en tanto que en febrero el 93.6% manifestó estar faltos de personal de ventas.

En este punto, las opiniones de los empresarios indican el efecto sobre la escala de la empresa que produjo el incremento de las ventas, y (al igual que en el rubro textil) la falta de oferta de personal de ventas idóneo y confiable dado que la venta de electrodomésticos exige un nivel mínimo de capacitación previa. El promedio de personal de ventas por empresa es del 9.8%.





PAPELERÍA, LIBRERÍA Y ARTICULOS PARA OFICINAS

Situación general: respecto a la situación de noviembre, el sector experimentó una mejoría. De un saldo de respuestas de +10.9% para noviembre, en diciembre aumenta al +43.2%. En enero el valor del saldo de respuestas es de +21.9 % y para febrero del +42.5%. En este mes comienza a verse el efecto de las ventas de artículos escolares y material de estudio. Las expectativas del 43% de los empresarios del sector son de mantener esta situación para el mes de marzo.

Tendencia de las ventas: Los resultados de diciembre y enero indican una situación "buena" a "normal" (+64.4% en diciembre y +43.8% en enero). Para febrero la situación se vuelve excelente, debido a la venta de material de estudio y artículos escolares. En este sentido, el dato mas elocuente resulta ser un 100% del mercado describiendo el ritmo de ventas como

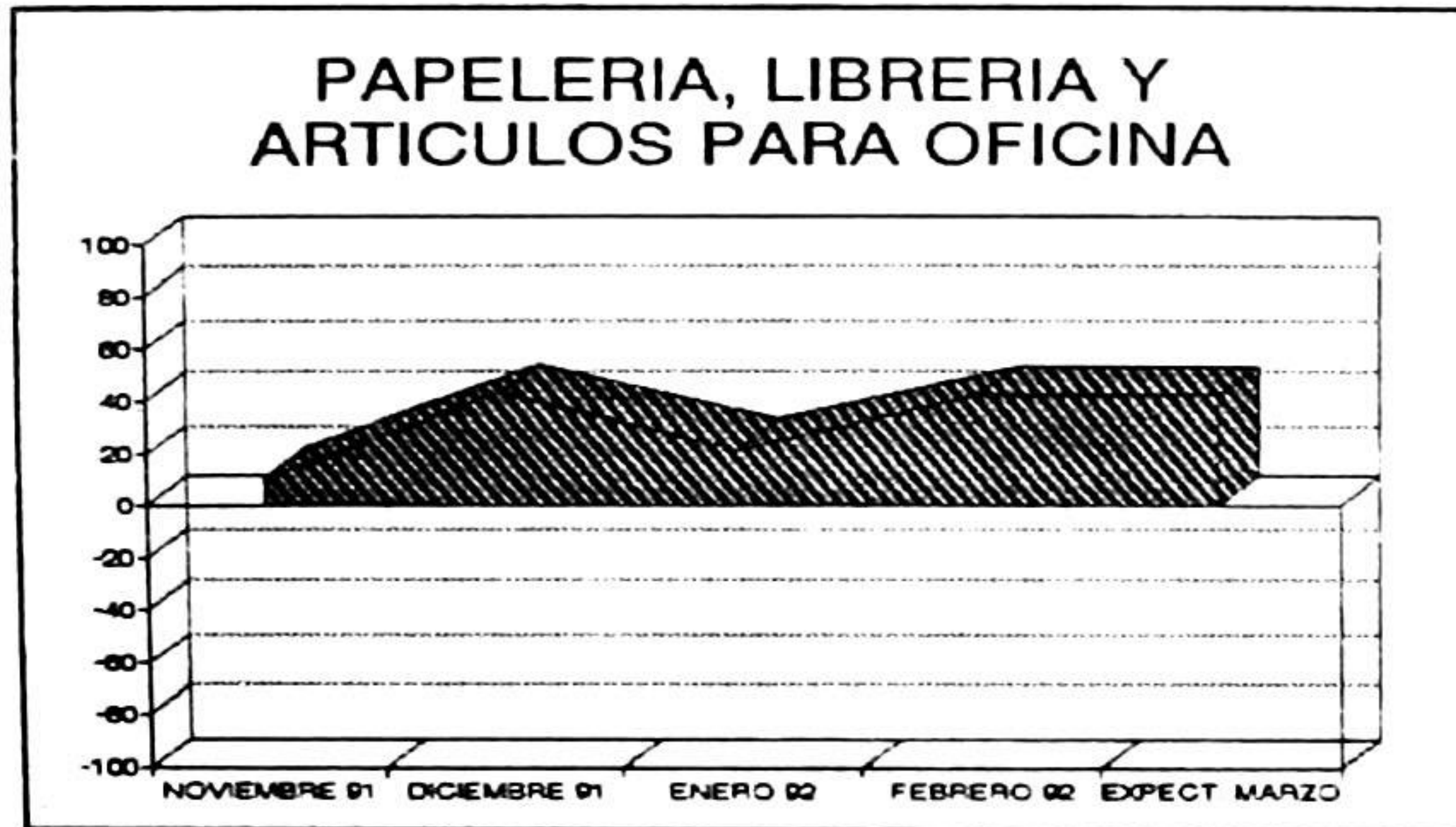
alentador.

Stocks: Durante todo el verano, las empresas del rubro manifestaron encontrar alguna insuficiencia en sus niveles de existencias. Para diciembre, enero y febrero, el 43.8% de los empresarios señaló estar bajo en sus stocks. Sin embargo durante diciembre y enero y en menor medida en febrero, la política de stocks de las empresas fue de incrementar sus niveles deseados de existencias (+66% en diciembre y enero, y 34% en febrero).

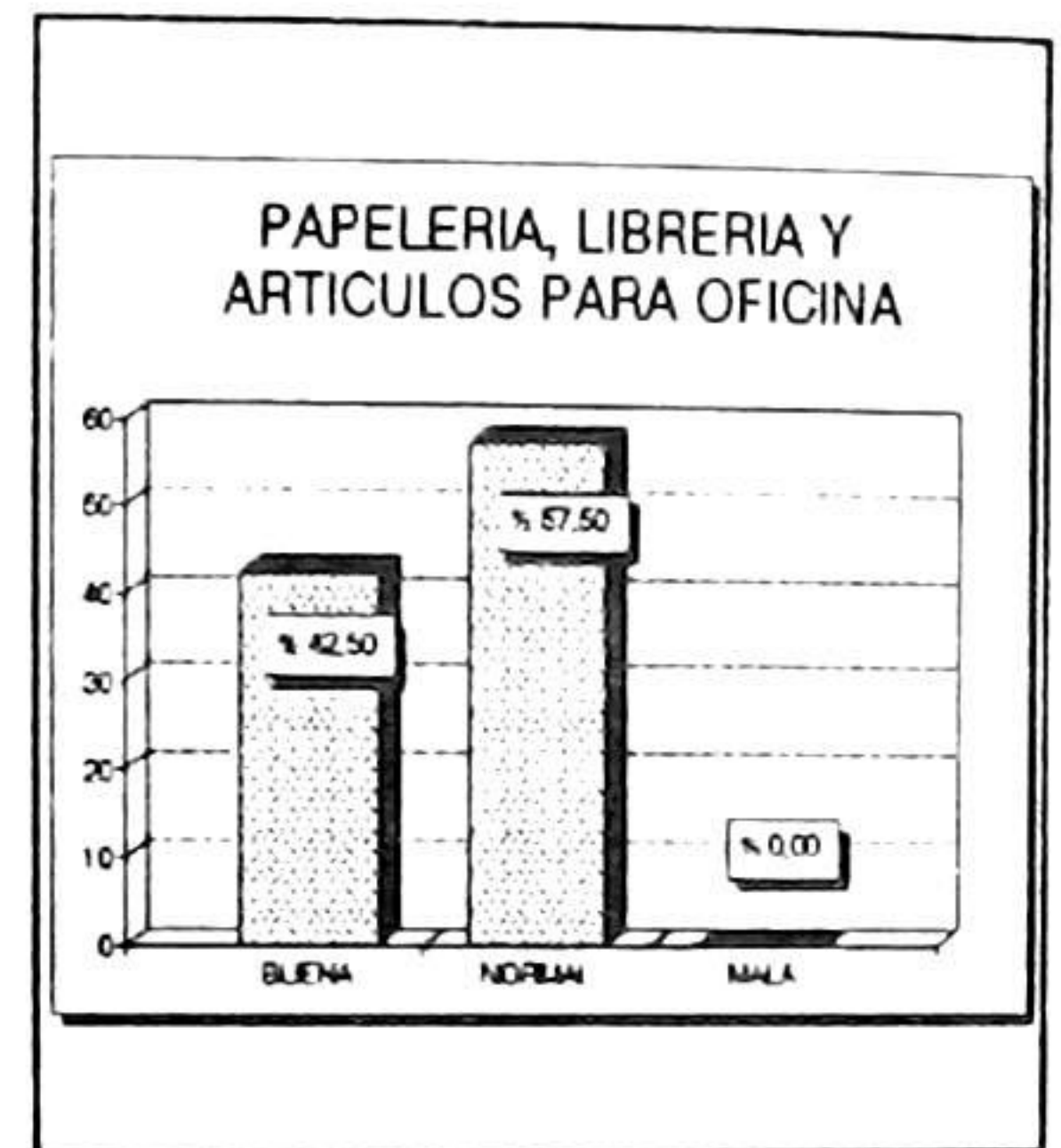
Costos financieros: Para diciembre y enero, el saldo de respuestas fue de +43.2%, para febrero desciende a +32.9%. Estas cifras revelan costos financieros altos, en especial para las empresas dedicadas a la venta de artículos para oficinas.

Personal de ventas: En general, las empresas del sector manifiestan cierta insuficiencia de personal. Esta situación se vio acentuada ante la excelente demanda de febrero. Los resultados

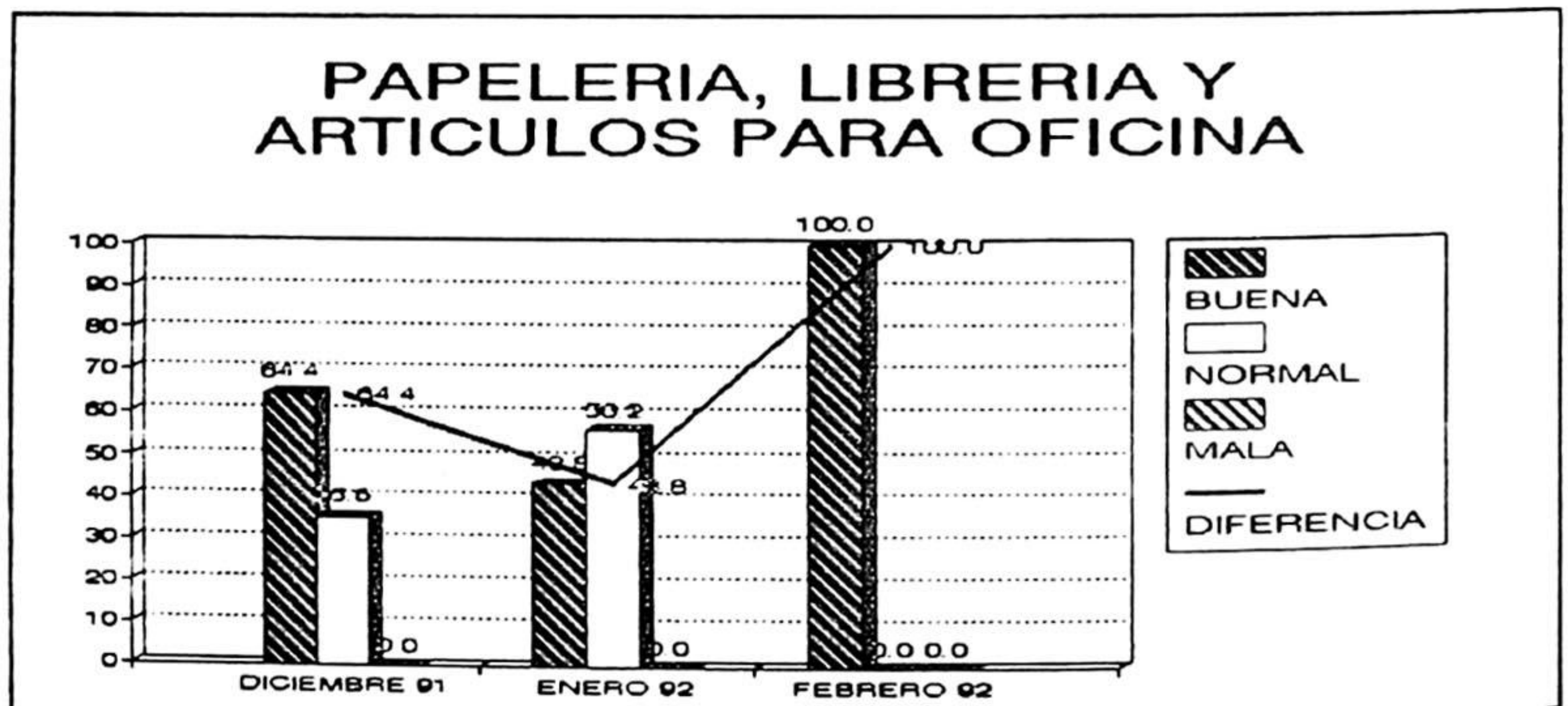
netos fueron -21.9% para diciembre, -21.9% para enero y -42.5% para febrero. El promedio de personal de ventas por empresa es de 10.5.



SITUACION GENERAL



EXPECTATIVAS MARZO



TENDENCIA DE LAS VENTAS

FARMACIAS Y PERFUMERIAS

Situación general: El rubro está pasando por un período de transición en el cual se revela el efecto combinado de un decreto de desregulación y algunas carencias a nivel nacional respecto a la eficiencia de los servicios sociales. Este panorama desfavorable se vio agravado por la disposición de la Secretaría de Comercio de impedir el traslado a precio final de los dos puntos adicionales en el impuesto al valor agregado. En un contexto negativo por el bajo poder adquisitivo del salario en un importante segmento de la población, si bien la estabilidad de precios mantuvo constante los ingresos totales (iguales precios y cantidad de clientes), la obligada reducción de los márgenes de rentabilidad determinan un nuevo empeoramiento de la situación general.

Durante todo el verano se mantuvo una situación general adversa para las empresas. El valor del saldo de repuestas (-50%) para diciembre, enero y febrero empeora aún más en las expectativas formadas por los empresarios para marzo (-62.5%).

Las opiniones de los empresarios destacan algunos problemas con el decreto de desregulación de sector farmacéutico. Por una parte, no todas las farmacias poseen laboratorio para la elaboración de sus preparados, y por otra parte, existe una falta en plaza de algunos medicamentos. Otros problemas señalados por los empresarios son la factibilidad de radicación de nuevos locales dentro de su área de trabajo, y la falta de cumplimiento en los plazos de pagos de algunas obras sociales.

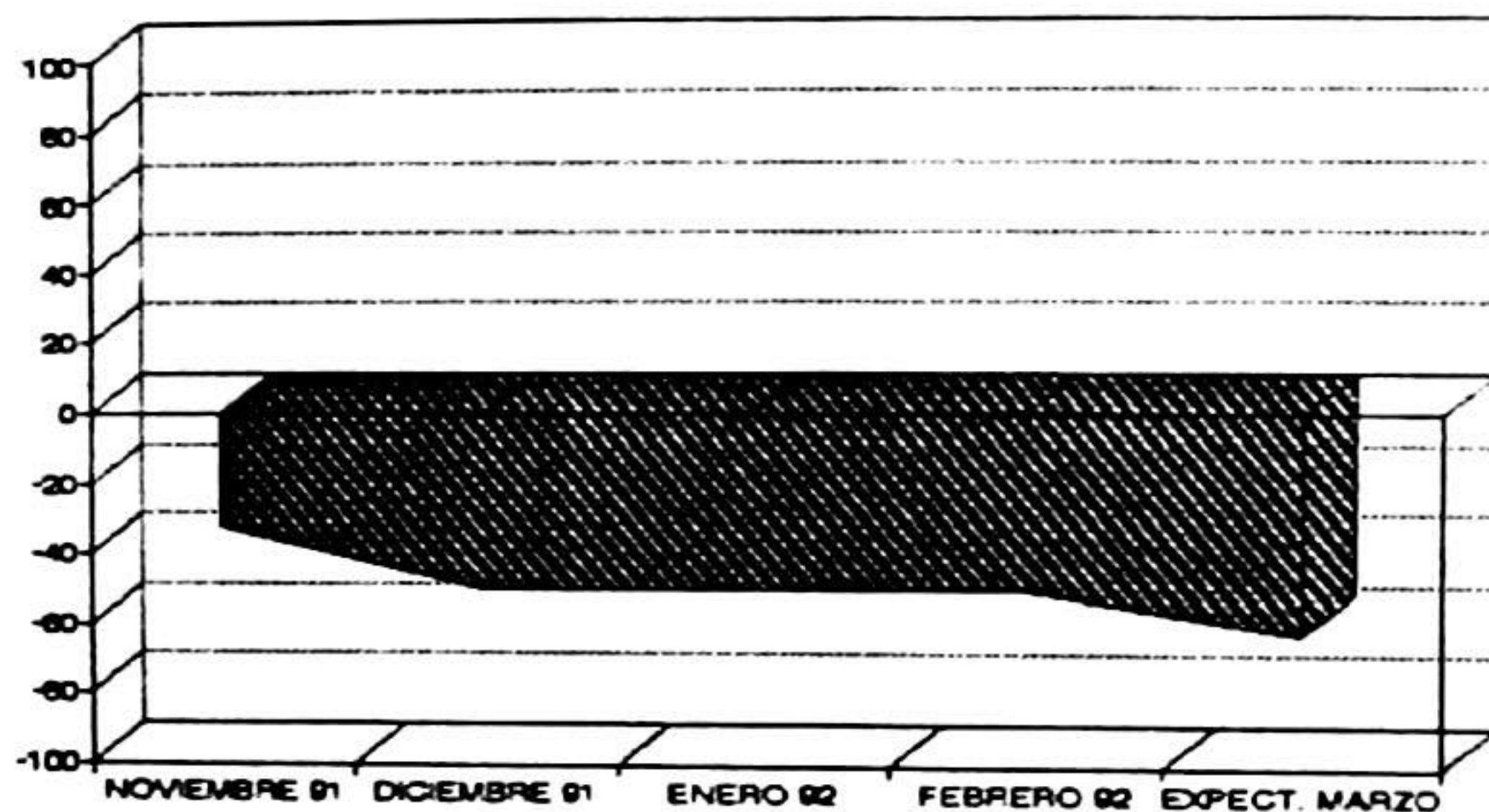
Tendencia de las ventas: La situación durante el verano puede definirse como "muy mala". En diciembre, el 75% de las empresas manifestaban estar pasando un mal momento respecto a las ventas. Para enero y febrero, la totalidad de las empresas enfrentar una demanda muy desalentadora.

Stocks: Durante el verano, el 43.8% de las empresas manifestó encontrarse con niveles bajos de existencias. Por otra parte, ninguna empresa del sector incrementó sus niveles de existencias deseadas desde diciembre hasta febrero.

Costos financieros: Este sector es el que en mayor grado señala a los costos financieros como elevados. Para todos los meses, el 75% de las empresas del sector definen a estos costos como "muy altos".

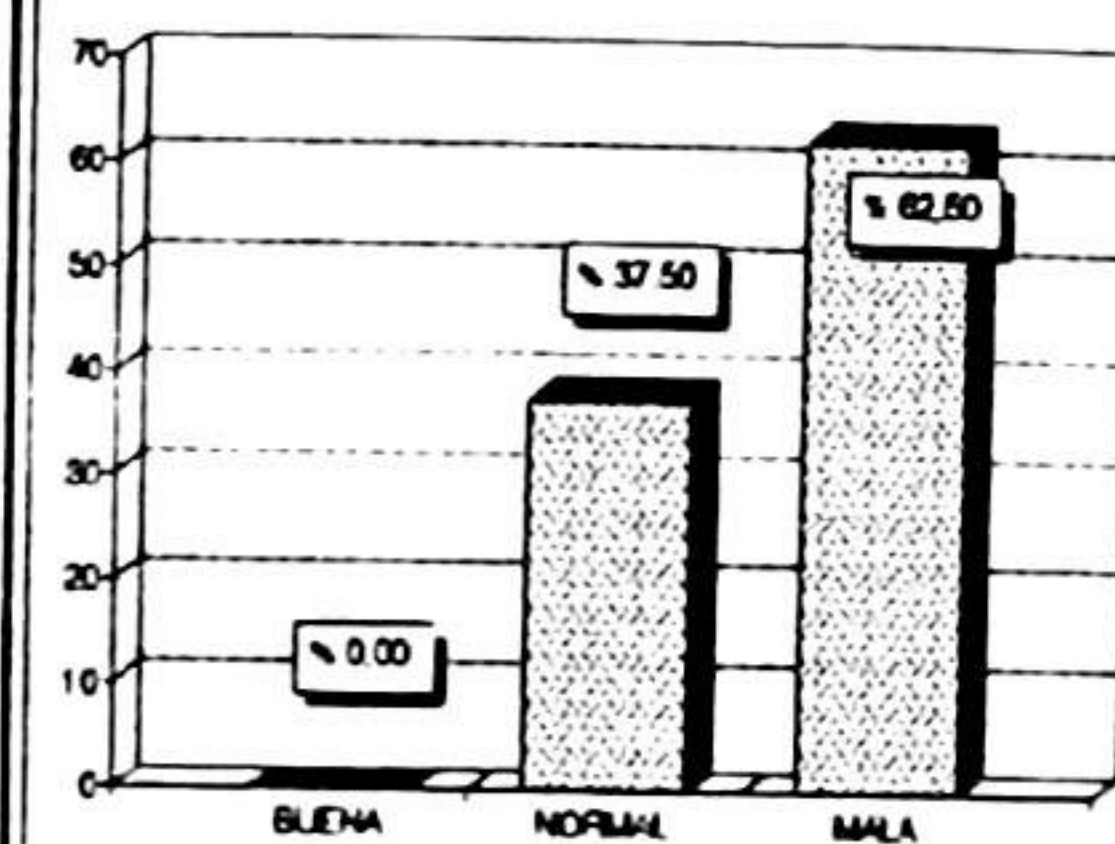
Personal de ventas: La situación adversa por la que pasó el sector durante todo el verano, tanto en términos generales como en sus ventas, lleva a que el 25% de las empresas manifiesten encontrarse con personal asignado a ventas excedente. El promedio de personal de ventas por empresa es del 4.4%.

FARMACIAS Y PERFUMERIAS



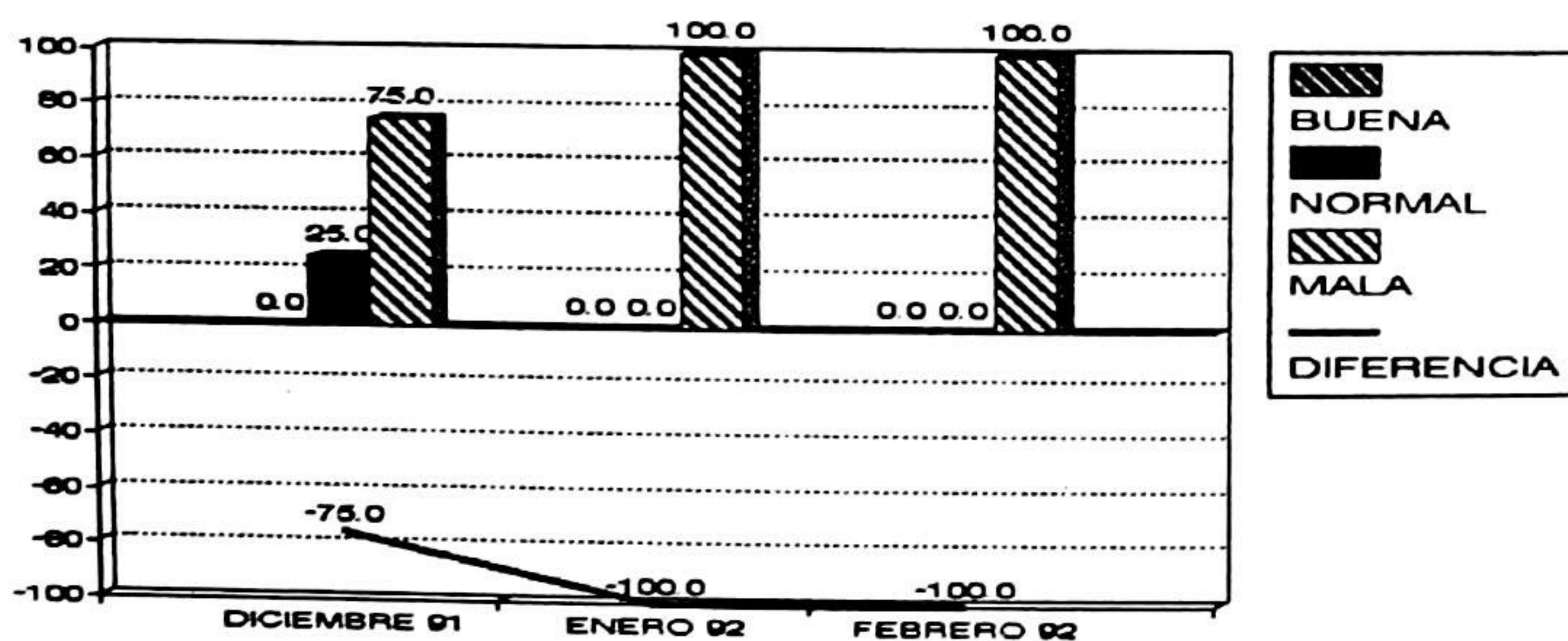
SITUACION GENERAL

FARMACIAS Y PERFUMERIAS



EXPECTATIVAS MARZO

FARMACIAS Y PERFUMERIAS



TENDENCIA DE LAS VENTAS

MATERIALES DE CONSTRUCCION

SITUACION GENERAL: El contexto desfavorable experimentado durante los meses del verano puede ser mas precisamente descrito como "regular". Es posible advertir a partir del mes de diciembre un claro empeoramiento en situación general del sector que se

mantendrá sin mayores novedades durante enero y febrero. Tener en cuenta que en el período considerado, el mercado en su mayoría (entre el 46 y 50 % del mismo) se inclinaba por admitir una mala situación general. Asimismo, las condiciones actuales del sector no convalidan la expectativa optimista de los empresarios al mes de noviembre. En aquella fecha, un 93 % del mercado esperaba una

mejor situación general.

A juicio de los empresarios, el panorama regular experimentado en el primer bimestre se prolongaría en el mes de marzo al no detectarse signos importantes de reactivación en la industria de la construcción (nuevamente la fracción de mercado pronosticando una situación general adversa ronda el 50 %).

La situación descrita no se condice con las favorables condiciones presentadas por la industria del cemento en el orden nacional. Este sector escapa a la evolución característica de la rama de bienes intermedios a lo largo del año pasado dado que revela un incremento en los despachos totales del 22% impulsada hacia fin de año por la creciente demanda de propiedades (sumado a que no tiene vinculación con el mercado externo).

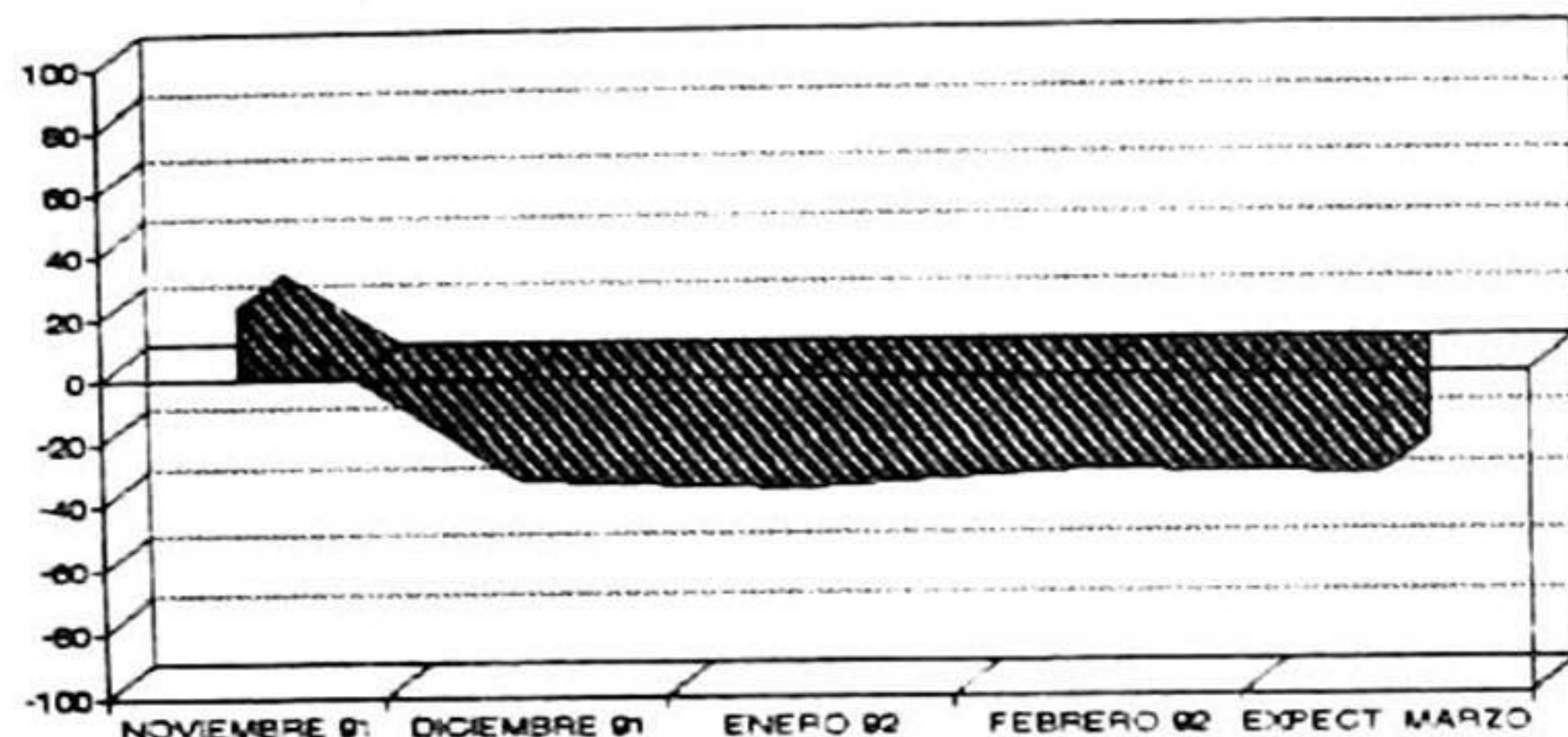
Tendencia de las ventas: El decaimiento de la actividad en el mes de diciembre coincide con una merma significativa de las ventas. Al observar la evolución de las mismas es factible notar un cambio abrupto con el cierre del año. El ritmo decididamente alentador en noviembre (saldo = +86) se desacelera y a partir de Diciembre pasa a ser "normal" pero con clara tendencia a tornarse desalentador. Así lo revela el porcentaje de mercado indicando ventas desalentadoras que de ser nulo en noviembre se incrementa al 50% en diciembre. Teniendo en cuenta las expectativas empresariales, es probable que el flojo nivel de ventas se repita en Marzo.

Costos financieros: Con respecto a este punto no se advierten cambios

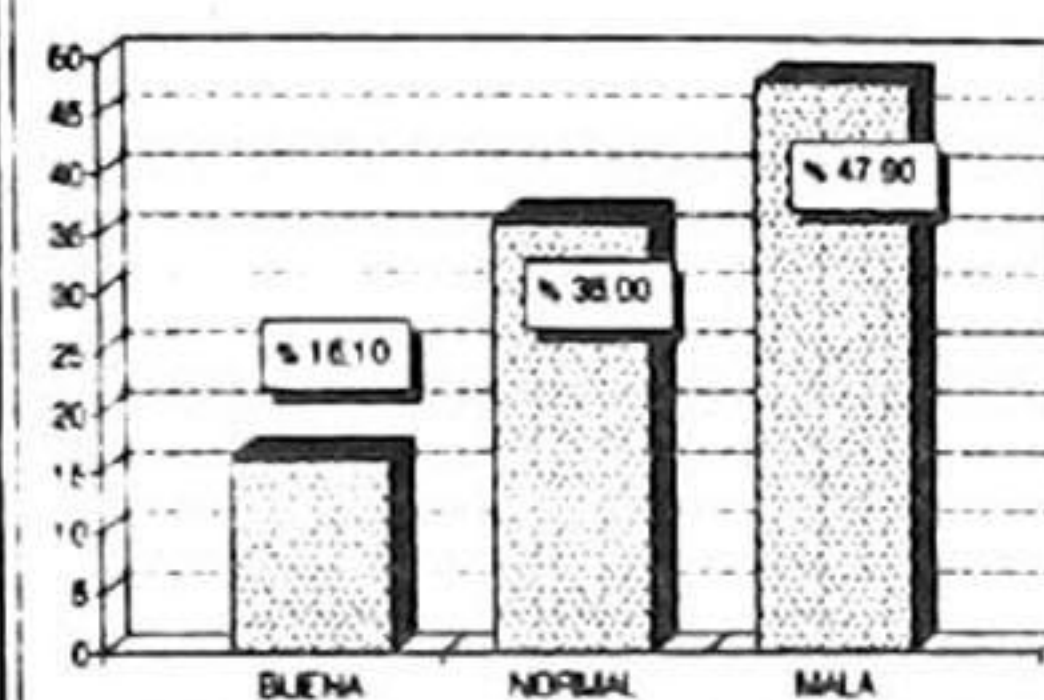
sustanciales desde el mes de noviembre. En promedio, la impresión de los empresarios del sector los caracteriza como de participación elevado sobre los costos totales. El saldo de respuestas entre las opciones "elevados" y "bajos" es superior a 40 desde el mes de diciembre.

Personal de ventas: En los tres meses bajo estudio, la desaceleración de las ventas a determinado una cantidad excedente de personal en ventas. Para el mes de febrero solo un 4% del mercado destaca contar con personal insuficiente, el resto del sector se divide en 46% para la alternativa personal "excedente" y 50% opinando que disponen de una cantidad "normal" asignado a este tipo de tareas. Estas mismas cifras se observan en diciembre y enero marcando una diferencia significativa con respecto a noviembre donde la totalidad del mercado manifiesta contar con una cantidad "normal" de personas en ventas.

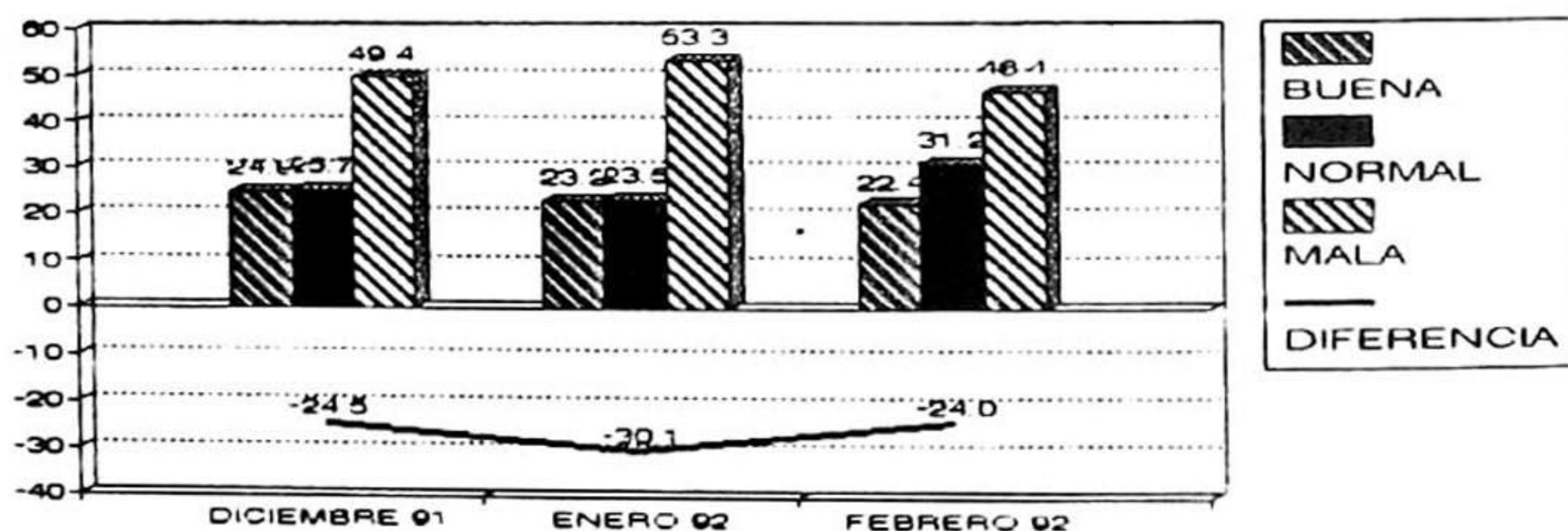
Diagnostico: En forma sintética puede decirse que se advierte un cambio significativo en la situación general a partir de diciembre que extendería hasta marzo. La diferencia fundamental con respecto a noviembre es un descenso en la demanda que ha inducido acumulación indeseada de stocks y un exceso de personal en ventas. Al mes de marzo, las expectativas no anticipaban un punto de cambio en la situación general caracterizable como regular.

MATERIALES DE CONSTRUCCION,
PINTURERIAS Y FERRETERIAS

SITUACION GENERAL

MATERIALES DE CONSTRUCCION,
PINTURERIAS Y FERRETERIAS

EXPECTATIVAS MARZO

MATERIALES DE CONSTRUCCION,
PINTURERIAS Y FERRETERIAS

TENDENCIA DE LAS VENTAS

AUTOMOVILES Y
CAMIONES

Situación general: Luego de un transitorio enfriamiento de los negocios en noviembre, la actividad ha venido recuperando intensidad esperándose para el mes de marzo condiciones

generales tan favorables como las de diciembre pasado.

Exceptuando el mes de diciembre (el saldo de respuestas = -1 revela una situación normal), en términos generales el sector ha ido evolucionando cada vez mas favorablemente. En noviembre no hubo empresas que definiesen su situación como "mala". Se observa que este mismo porcenta-

je aumenta al 24% en diciembre, desciende al 6% en enero, tornándose nulo en febrero. En el otro extremo, la opción "buena" sigue un camino inverso: del 44% en noviembre, pasa al 22% en diciembre, manteniéndose en 31% en enero y febrero. Teniendo en cuenta las expectativas de marzo, es posible que el sector continúe evolucionando cada vez mas favorablemente.

Tendencia de las ventas: Puede decirse que al mes de febrero, el ritmo de ventas recupera la tonicidad de noviembre pasado. El saldo de respuestas (diferencia neta favorable a alentadora en + 43) destaca buenos niveles de demanda.

Conviene hacer una observación adicional: comparando con respecto a noviembre, los aumentos observados en los porcentajes de mercado correspondientes a las opciones que caracterizan la demanda como alentadora y/o desalentadora muestran variacio

nes importantes. En el primer caso, aumenta del 48% al 68% e igualmente en el segundo vuelven a subir de cero al 25%. Este cambio en la composición de las respuestas (ahora con una variabilidad mayor) permite suponer una mayor selectividad en la demanda que favorece a algunas empresas en detrimento de otras; pese a que el sector globalmente considerado atraviese una buena situación general.

Stocks: En líneas generales, las cifras obtenidas revelan que aun persiste el problema de entrega insuficiente de unidades nuevas a los concesionarios por parte de las terminales, pese a que estas ultimas han aumentado claramente los niveles de producción en los últimos meses. Esto se evidencia en la evolución del porcentaje de utilización de capacidad en la industria automotriz.

	% utilización capacidad instalada
octubre	65
noviembre	65
diciembre	72
enero	74
febrero	100

Fuente:FIEL.

En consecuencia , al igual que Noviembre pasado, tanto en enero como en febrero la mayoría de los empresarios coinciden en señalar que el stock disponible es bajo en comparación a

los niveles deseados (aproximadamente el 80% del mercado).

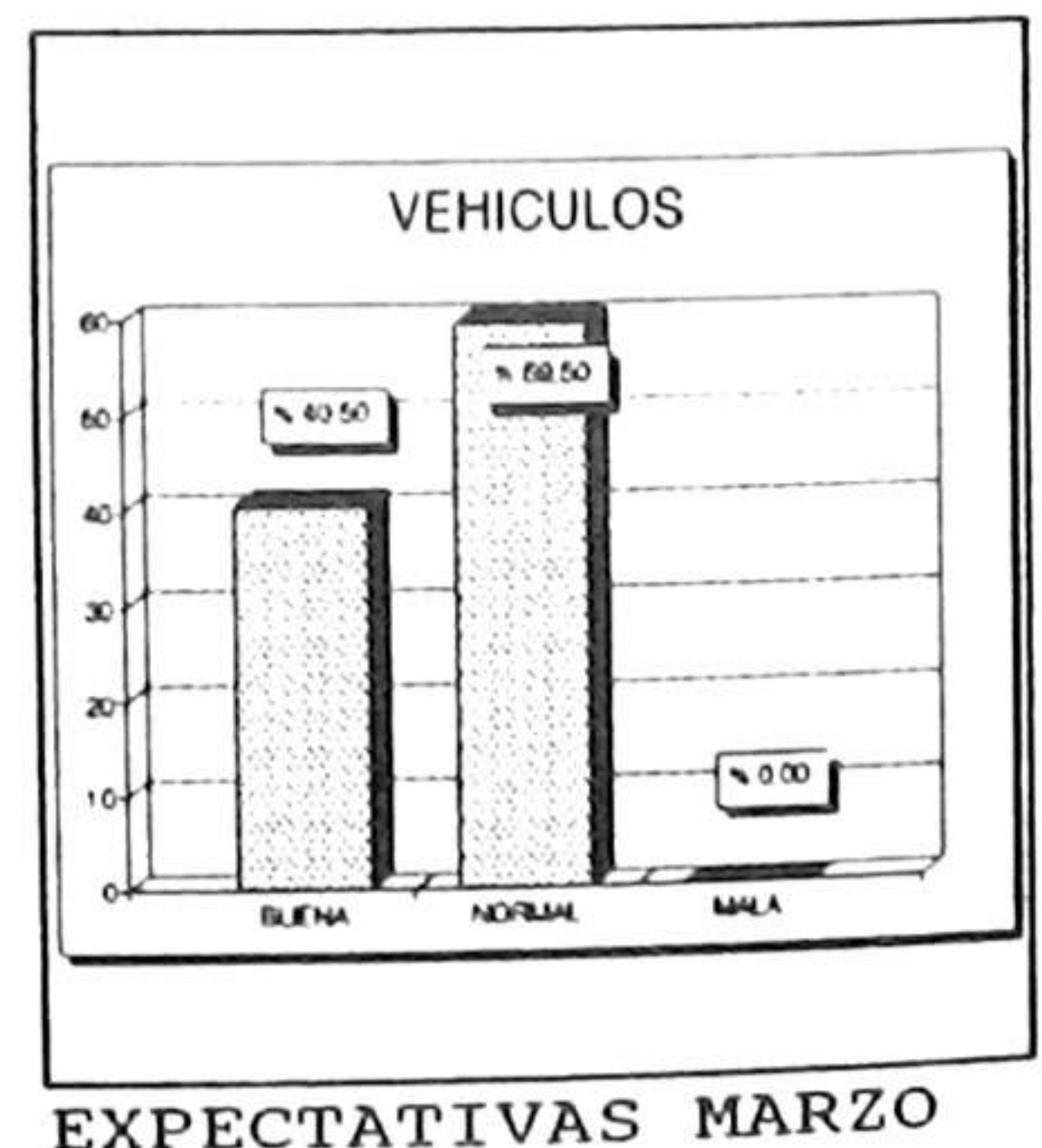
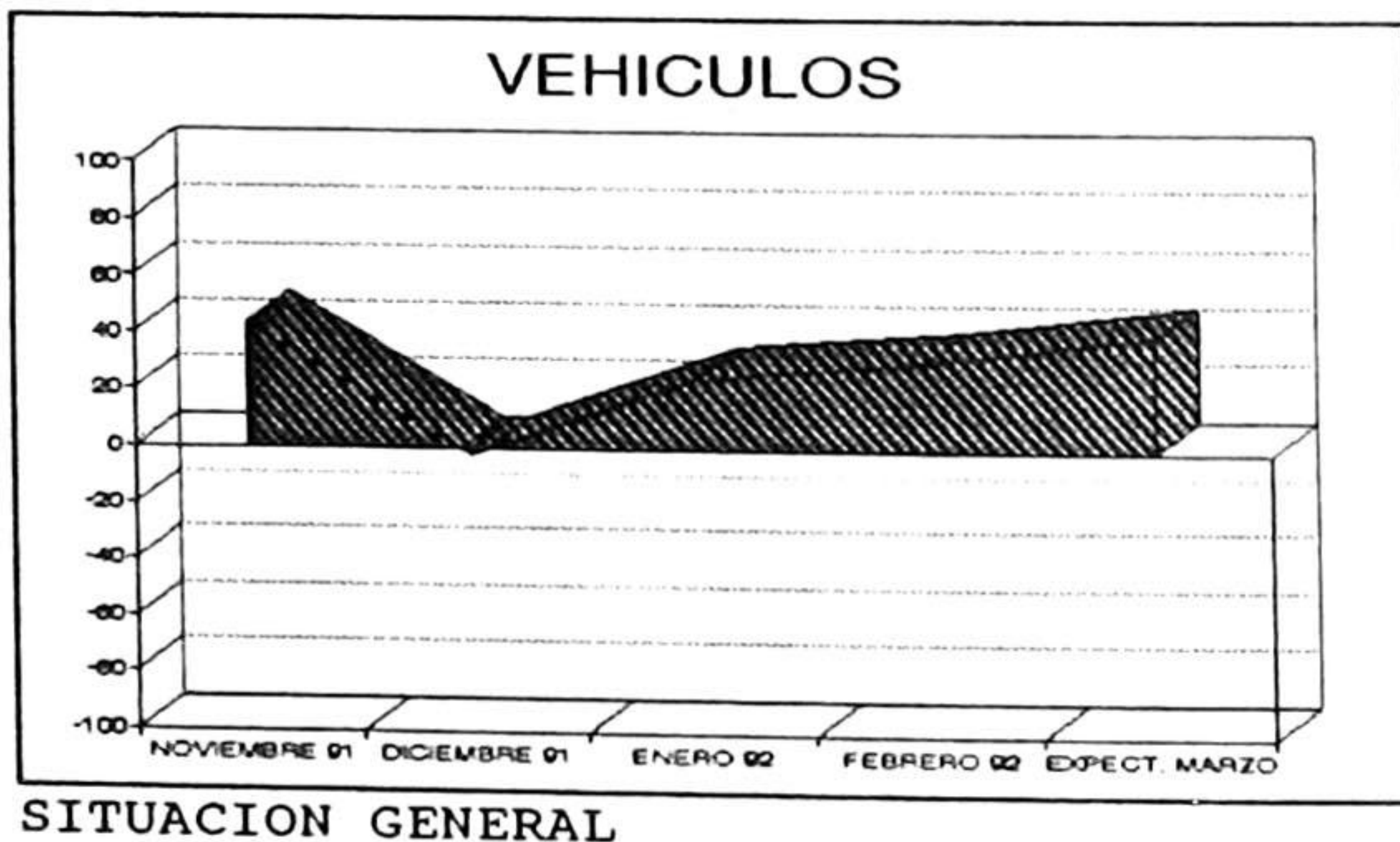
Costos financieros: Desde el mes de diciembre, los resultados obtenidos

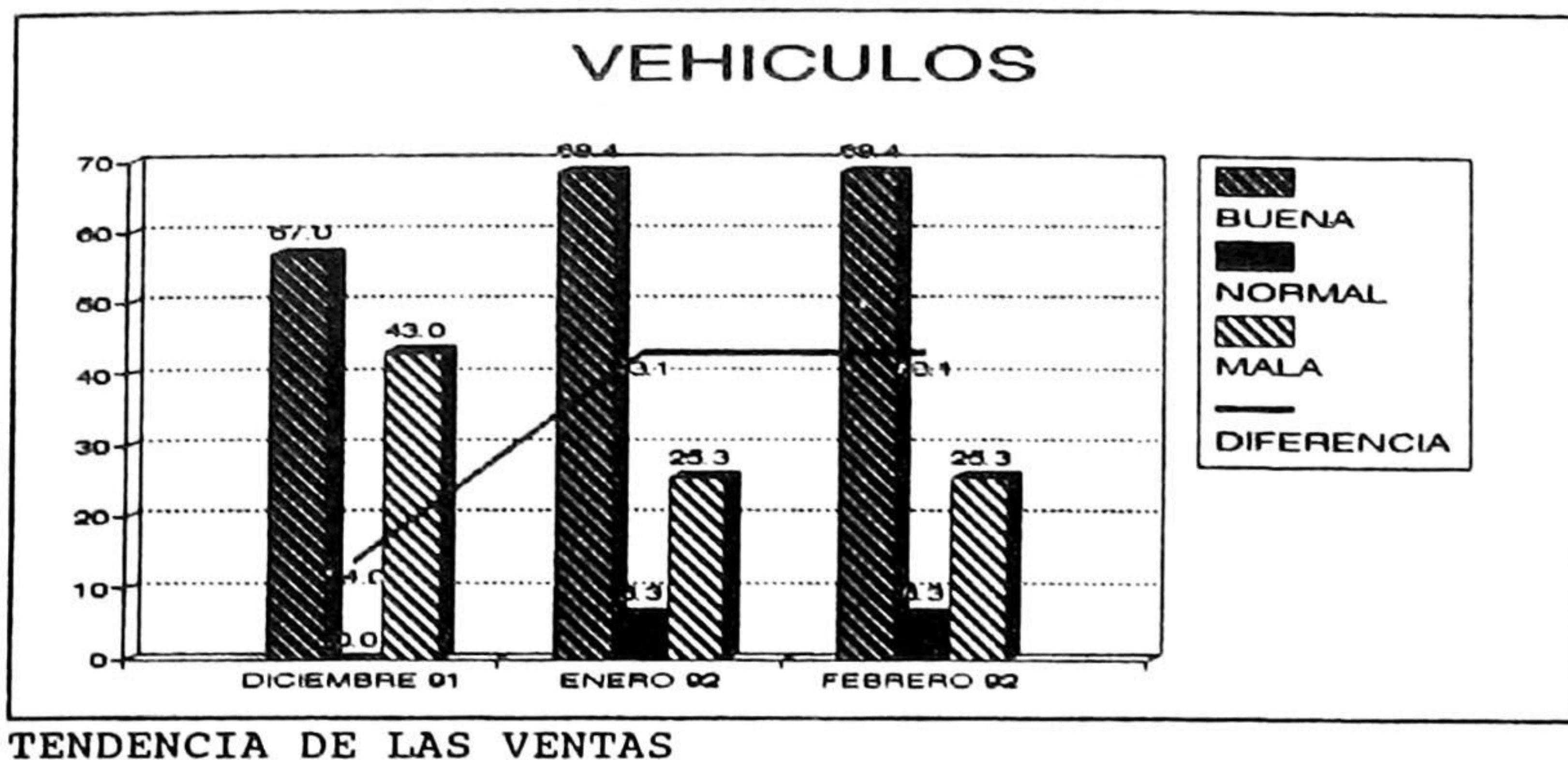
informan que este tipo de costos han pasado a representar una participación elevada sobre el costo total (saldo de respuestas: + 25).

Personal de ventas: En términos generales, hasta el mes de diciembre, el personal asignado a ventas resultaba insuficiente (saldo de diciembre = - 62). Posteriormente en enero señalan contar con personal suficiente (saldo = + 14). Sin embargo, el mayor ritmo de la demanda de febrero hace resurgir la necesidad de mas personas en este tipo de tareas (saldo = -24) aunque el problema no se presenta con la misma intensidad que la observada a fines del '91.

Panorama del sector a nivel nacional: La situación expuesta en el orden local, particularmente en el ramo de automóviles, es coherente con las condiciones sumamente favorables expuesta por la industria automotriz en el orden nacional. La mayor propen-

sión al consumo de autos coincidió con una importante rebaja de los precios en dólares combinado con un encarecimiento de la propiedad inmobiliaria. El gran incremento de las ventas característico del '91 se prolongo durante los meses del verano (el incremento de ventas en el período diciembre-enero fue del 10.2%). La intensidad de demanda se mantendría en los meses sucesivos, tanto en aquel segmento de mercado que accede a través de planes de ahorro como en el de ventas convencionales. No obstante los esfuerzos por incrementar la producción, la industria no ha podido satisfacer plenamente los pedidos de nuevas unidades. Esto queda evidenciado en la elevada demora en la entrega de mercadería ya vendida (superior a los 4 meses para el sector en conjunto al iniciar 1992) e imposibilitado a las concesionarias armarse del stock deseado. La falta de capacidad de respuesta de la industria local a los pedidos de los concesionarios se compensaría con unidades provenientes del exterior.





REPUESTOS DE AUTOMOTORES

Situación general: Al igual que en el sector de materiales para la construcción, la evolución posterior a Noviembre no confirma la expectativa dominante en este rubro (en aquel mes, casi un 80% del mercado opinaba que la situación mejoraría).

En diciembre, la situación caracterizable como "mala" contrasta claramente con noviembre ("normal" según el 84% del mercado). A partir de allí, la actividad tiende a normalizarse en los meses de enero y febrero. Sin embargo, debe hacerse notar que los empresarios en conjunto esperan un empeoramiento en las condiciones generales a partir de marzo (saldo = -23).

Tendencia de ventas: La demanda se ha comportado erráticamente. De un ritmo de ventas "normal" en los meses de noviembre y diciembre (aunque en este último mes, el saldo de res-

puestas -21 revela una clara inclinación a tornarse desalentador) pasa a otro caracterizable como "alentador" en el mes de enero. Mas concretamente, es posible observar un aumento del porcentaje indicando ventas alentadoras del 0 al 44%. Este crecimiento en las ventas solo será transitorio ya que en febrero es posible destacar una vuelta a la normalidad.

Stocks: La tendencia mensual revela que con el transcurso del tiempo los stocks disponibles han tendido a nivelarse con los niveles realmente deseados hasta el mes de enero (saldo de enero = -3). En febrero se observan cambios significativos: el porcentaje de mercado que afirma contar con elevadas existencias respecto a las deseadas, 36% en enero, es nulo e inversamente la fracción con bajas existencias respecto a las deseadas aumentan del 38 al 83%.

Costos financieros: Es posible advertir a partir del mes de enero un aumento en la fracción de mercado señalando costos financieros elevados (71% en

enero) con respecto a diciembre (49 % del mercado). La situación antes descrita de elevados costos financieros se mantiene sin mayores cambios en febrero. La dificultad en el acceso al crédito en condiciones razonables (compatibles con la tasa mensual de inflación esperada) determina la ausencia de facilidades de financiamiento en los grandes proveedores. En respuesta a esta situación, algunas empresas han optado por manejar en forma conjunta sus compras de mercaderías (en forma de cooperativas). Lógicamente, el propósito perseguido es la formación de un poder de negociación considerable que les permita flexibilizar las exigentes condiciones financieras impuestas por los proveedores.

Personal de ventas: Para el sector en promedio puede decirse que la insuficiencia de personal observada en noviembre, se ha normalizado en diciembre con inclinación a tornarse excedente (principalmente en el mes de enero, saldo = +14). En febrero solo el 9% del mercado opina personal excedente y no se registran empresas con insuficiencia de personal.

El sobredimensionamiento de oferta: Fuentes empresarias han manifestado su preocupación por el sobredimensionamiento actual en esta actividad comercial debido a una oferta en exceso. Un análisis mas detenido revela la existencia de algunos factores que efectivamente podrían explicar este diagnostico inicial.

Si se reven épocas pasadas, podrá detectarse la presencia de elementos

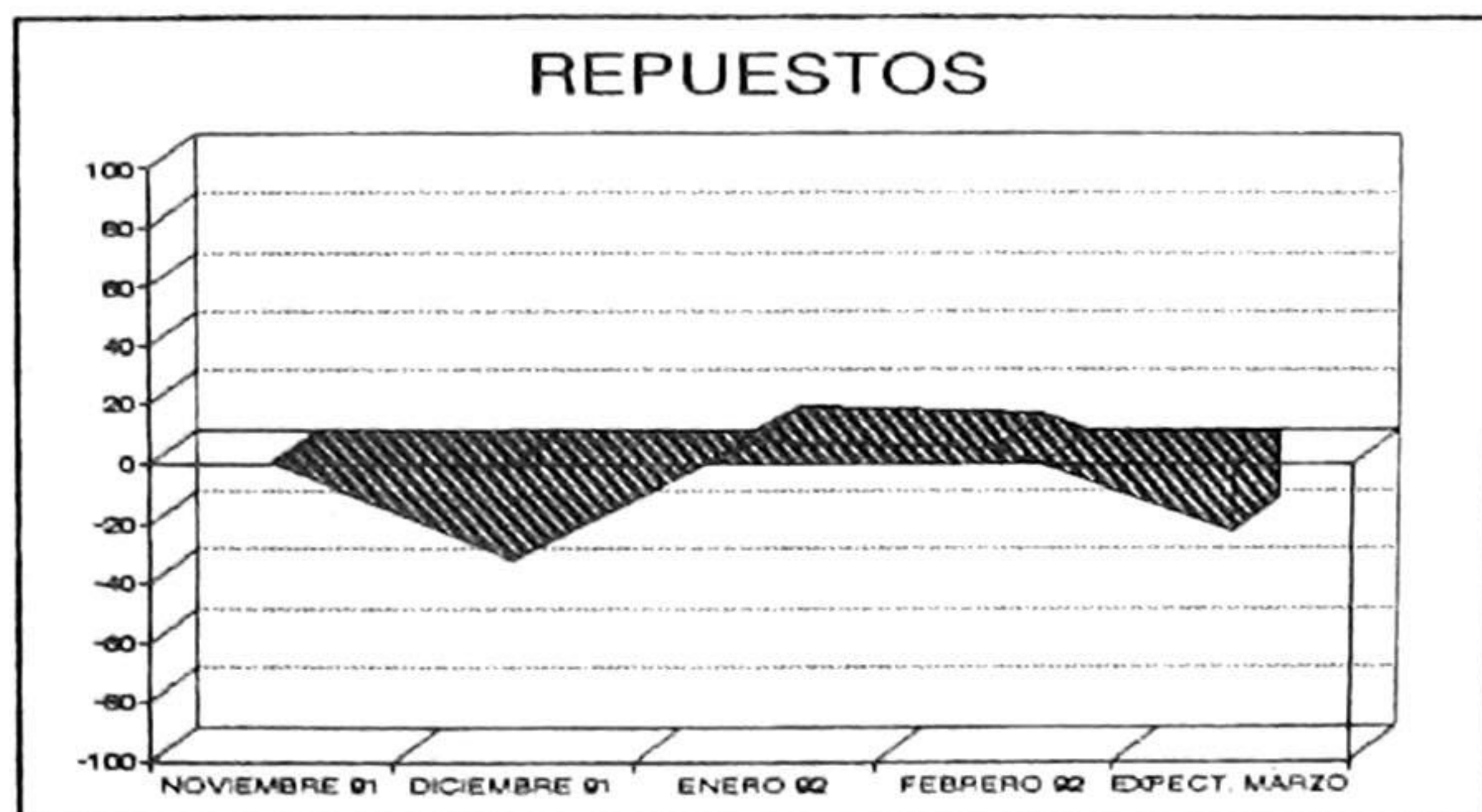
que potencialmente alimentan la demanda de repuestos de automóviles. En primer lugar, el parque automotor (expresable en cantidad de autos patentados per capita) es elevado en referencia a otras ciudades del país principalmente por un nivel de ingresos relativamente alto para el promedio de la población local en comparación a otras localidades. En segundo lugar, al igual que en todo el país, las dificultades económicas de años recientes imposibilitaron la renovación del parque automotor usado por unidades cero kilometro. La gran cantidad de automóviles usados en circulación (identificable en la elevada antigüedad promedio del parque automotor) tuvo como efecto colateral durante el mismo período una actividad comercial intensa en el sector de repuestos. El tercer punto se desprende de la característica típicamente comercial de la ciudad que involucra numerosos viajantes y un desarrollado servicio de transporte, añadiendo nuevos factores que alimentan la demanda de repuestos.

Cabe destacar que con el transcurso del tiempo, principalmente el tercer elemento (no obstante, aun muy significativo) no ha logrado mantener el grado de importancia que revistiera en el pasado, acusando el impacto del desarrollo de las comunicaciones y la competencia proveniente de otros centros del interior. En cuanto al segundo punto, la apertura a medias del sector automotriz (al menos eficaz en la contención de los precios locales aunque a un nivel alto si se lo compara con los vigentes en países desarrollados), el acceso a planes de financiación (principalmente en la modalidad de planes de ahorro previo) han permitido el acceso de mucha gente con

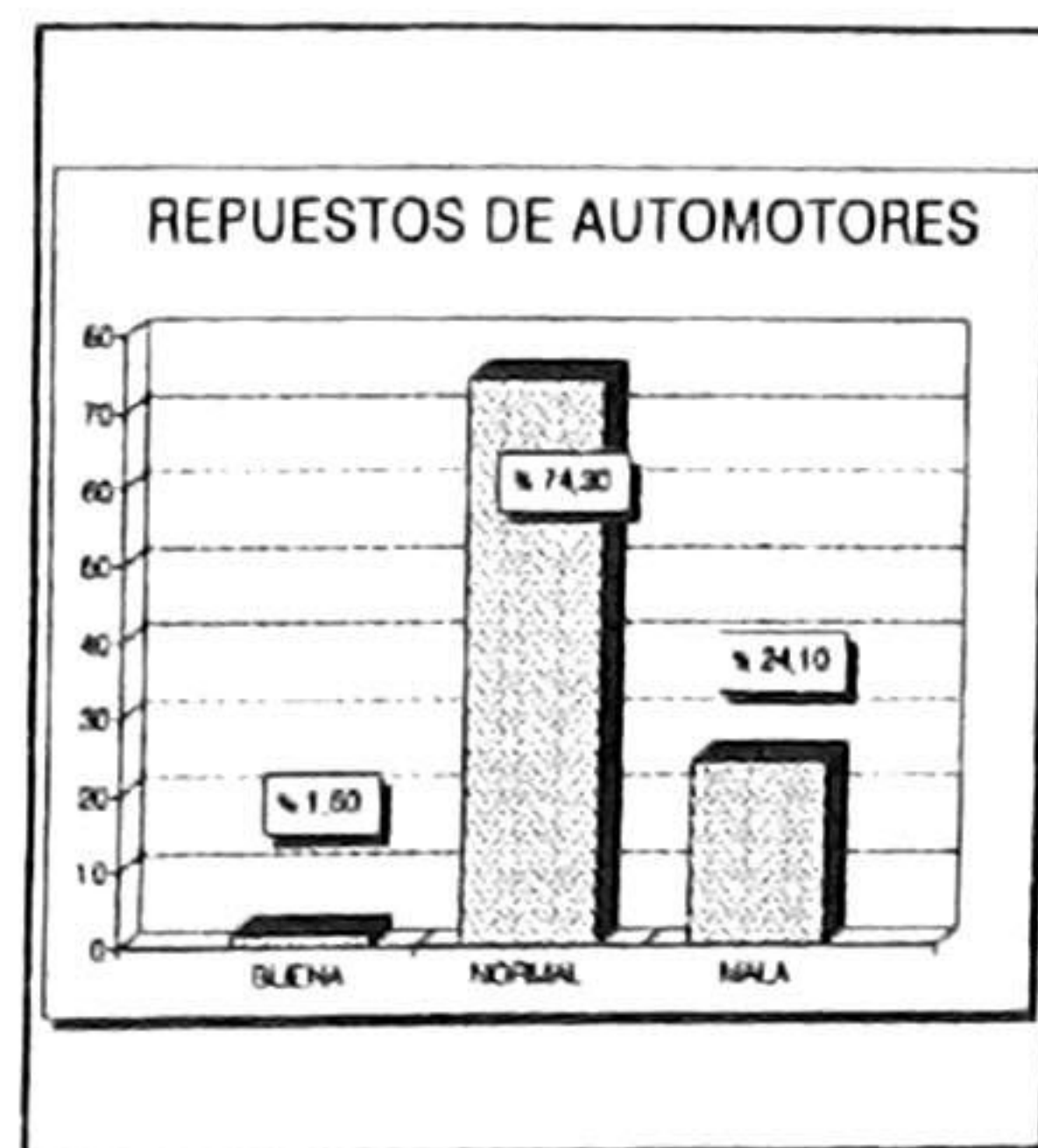
medianos ingresos a su unidad cero kilometro. En consecuencia, la edad promedio del parque automotor local promedio aumenta y junto con ella disminuye la probabilidad de fallas mecánicas.

En síntesis, las circunstancias mencionadas (perdida de importancia de algunos factores que impulsan la demanda) han afectado negativamen

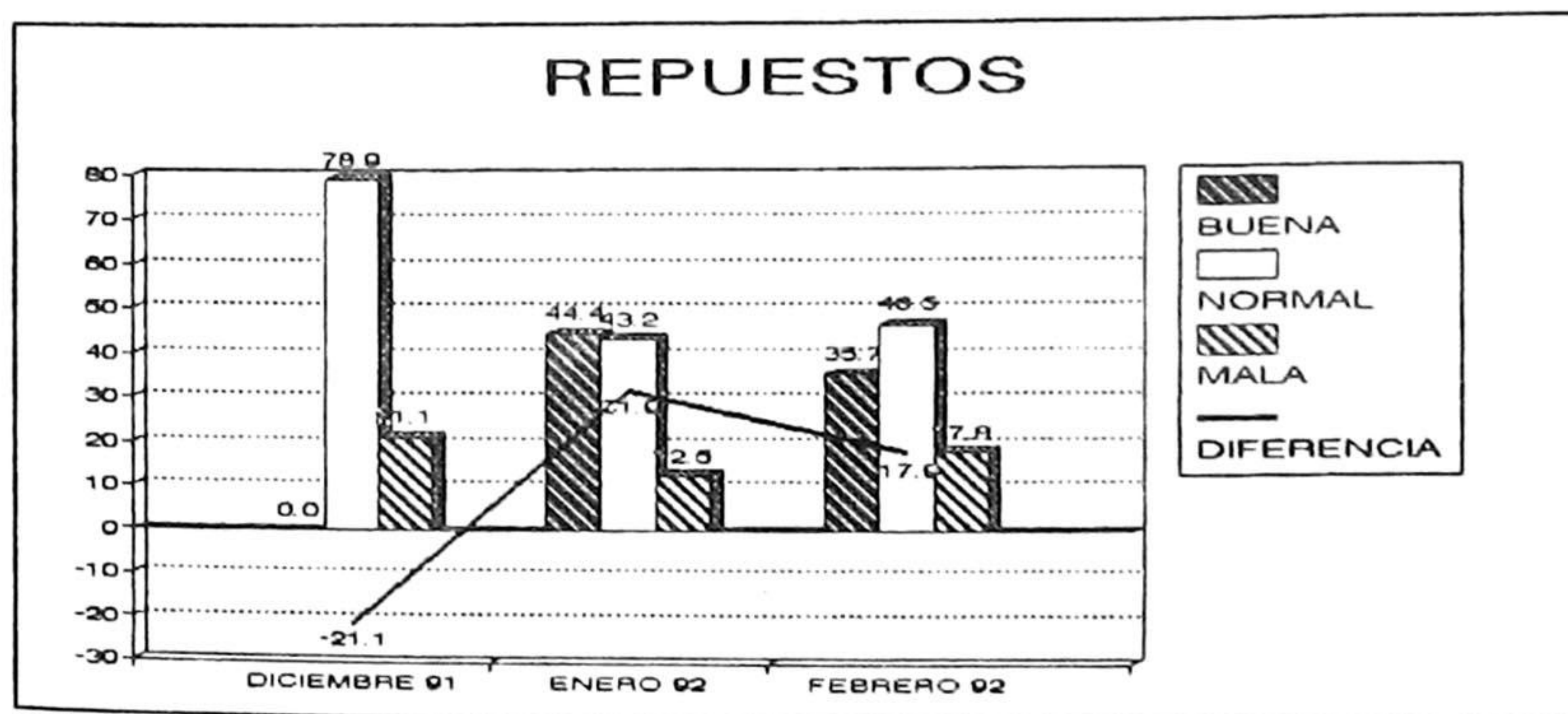
te las ventas y si toma en cuenta la naturaleza de los cambios identificados, puede afirmarse que las nuevas condiciones deberían mantenerse (o aun agravarse) en el futuro. En este contexto de achicamiento de demanda, es razonable pensar que el sector evidencia una clara sobreexpansión.



SITUACION GENERAL



EXPECTATIVAS MARZO



TENDENCIA DE VENTAS

CAMARAS Y CUBIERTAS

Situación general: Por motivos estacionales, este sector ha mantenido en los meses de diciembre y enero condiciones muy propicias para el desarrollo de la actividad aunque con una tendencia decreciente. En este lapso, la mayoría del mercado se inclinaba por definir la situación general como "muy buena" (86% en noviembre, 69% en diciembre, 57% en enero). El mes de febrero destaca un cambio significativo en la composición de respuestas. La alternativa elegida por la mayor parte del mercado es situación general "normal" (67%) y solo el 29% describe una situación "buena". En otros términos, en promedio puede hablarse de buenas condiciones generales aunque marcando una tendencia declinante hacia la normalización con respecto a meses anteriores.

Al evaluar las expectativas de marzo, los resultados permiten inferir que en conjunto los empresarios esperan un empeoramiento en la situación general, aunque es válido aclararlo sin que esto signifique el ingreso a una etapa desfavorable sino más bien a otra definible como normal.

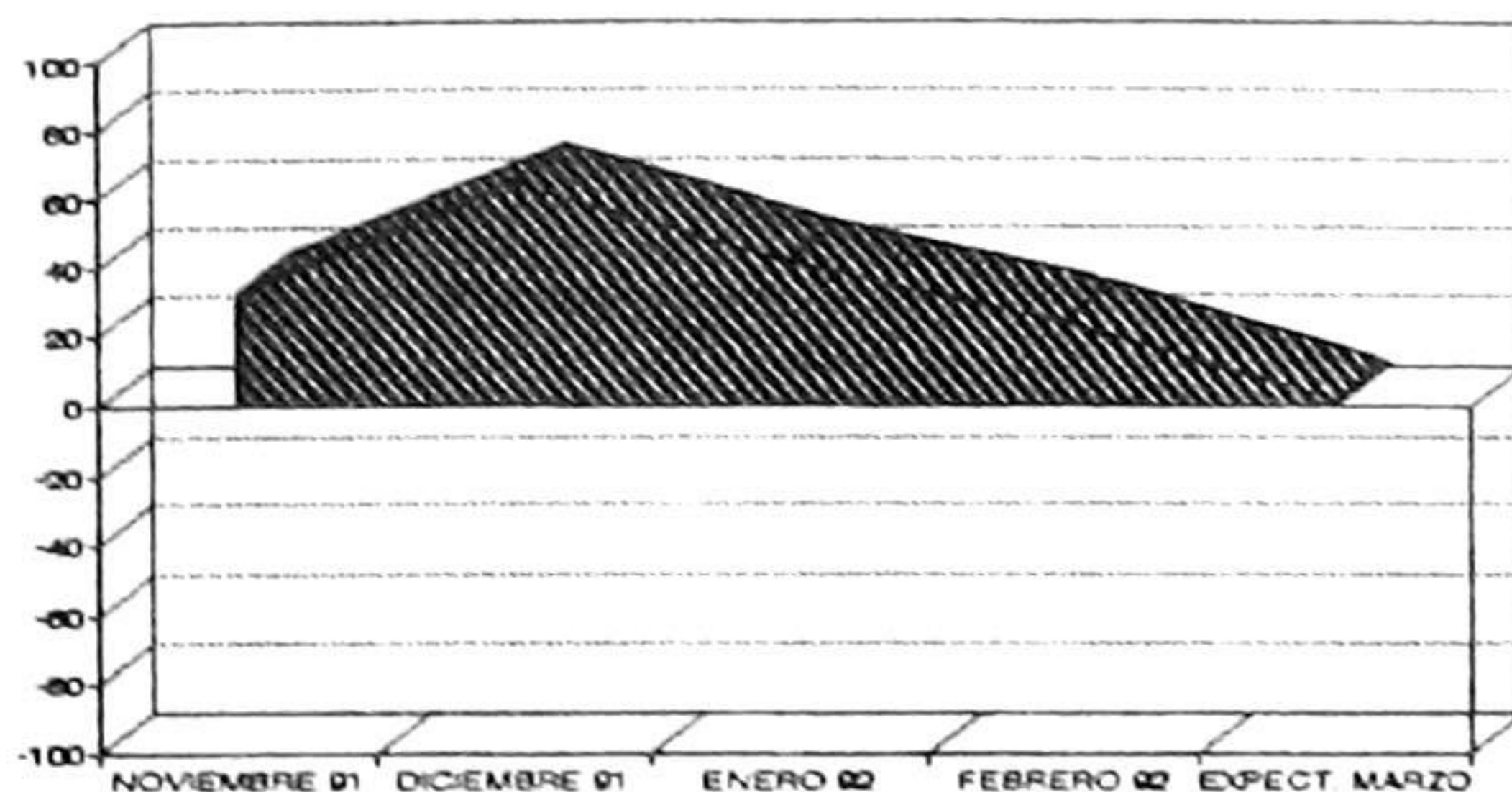
La evolución de la demanda desde el mes de Diciembre es coherente con la descripción anterior de la situación general. Como prueba de la desaceleración de las ventas pueden considerarse las siguientes diferencias entre datos de diciembre y febrero: el porcentaje de mercado con ventas desalentadoras aumenta del cero al 10% en tanto que la fracción con ventas alentadoras decrece del 33% a cero.

Stocks: Se encuentran porcentajes similares de mercado revelando empresas con stocks bajos y altos en relación a el nivel deseado (cercano en ambos casos al 42%). Esto es, en este aspecto no puede señalarse un cambio en un único sentido para el sector en conjunto dado que los niveles de existencia son muy variables a nivel de empresas.

Costos financieros: Los costos financieros, siempre considerando al sector en forma global, de un nivel definible como "normal" en diciembre (saldo = +0.16) han pasado a desempeñar desde enero una elevada participación sobre los costos totales. Tanto en enero como en febrero se advierte con respecto a diciembre de un decrecimiento del porcentaje de mercado que afirma enfrentar un nivel normal de costos de esta naturaleza (del 73% al 50%) y un aumento en la fracción de mercado con costos financieros elevados (del 21 al 43%).

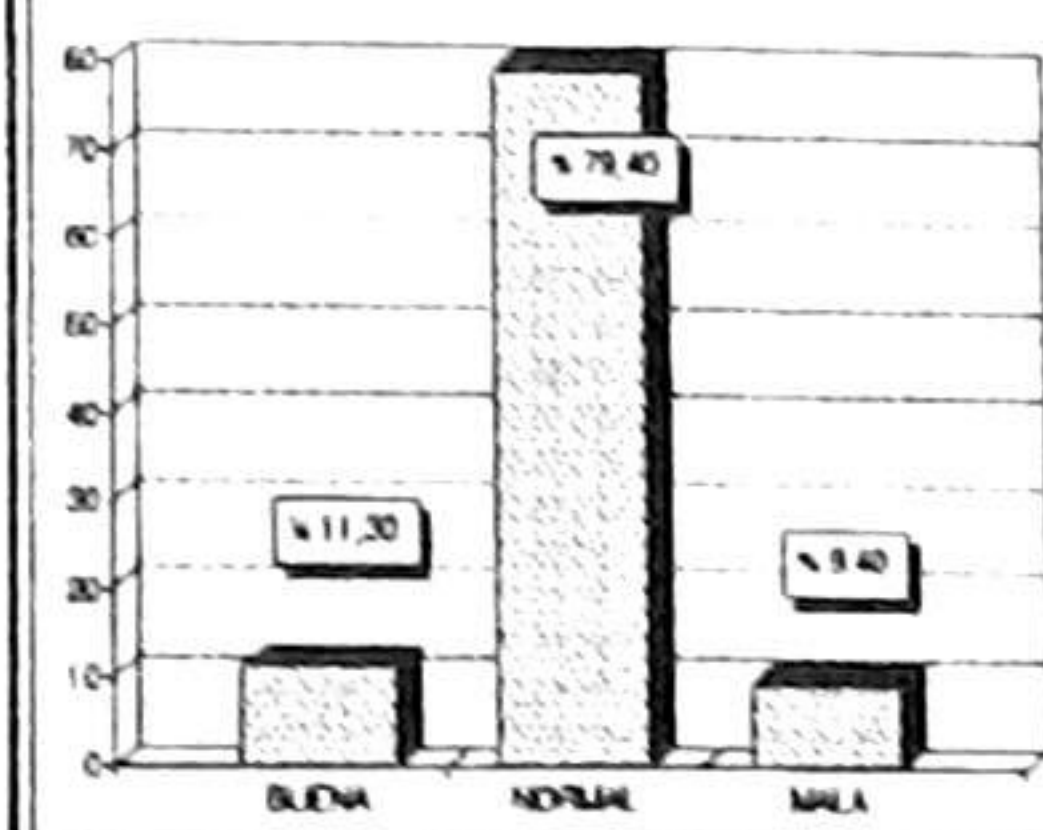
Personal de ventas: En los meses que comprende el estudio se puede comprobar como respuesta unánime de los empresarios del sector que el personal de asignado a ventas resulta "suficiente".

CAMARAS Y CUBIERTAS



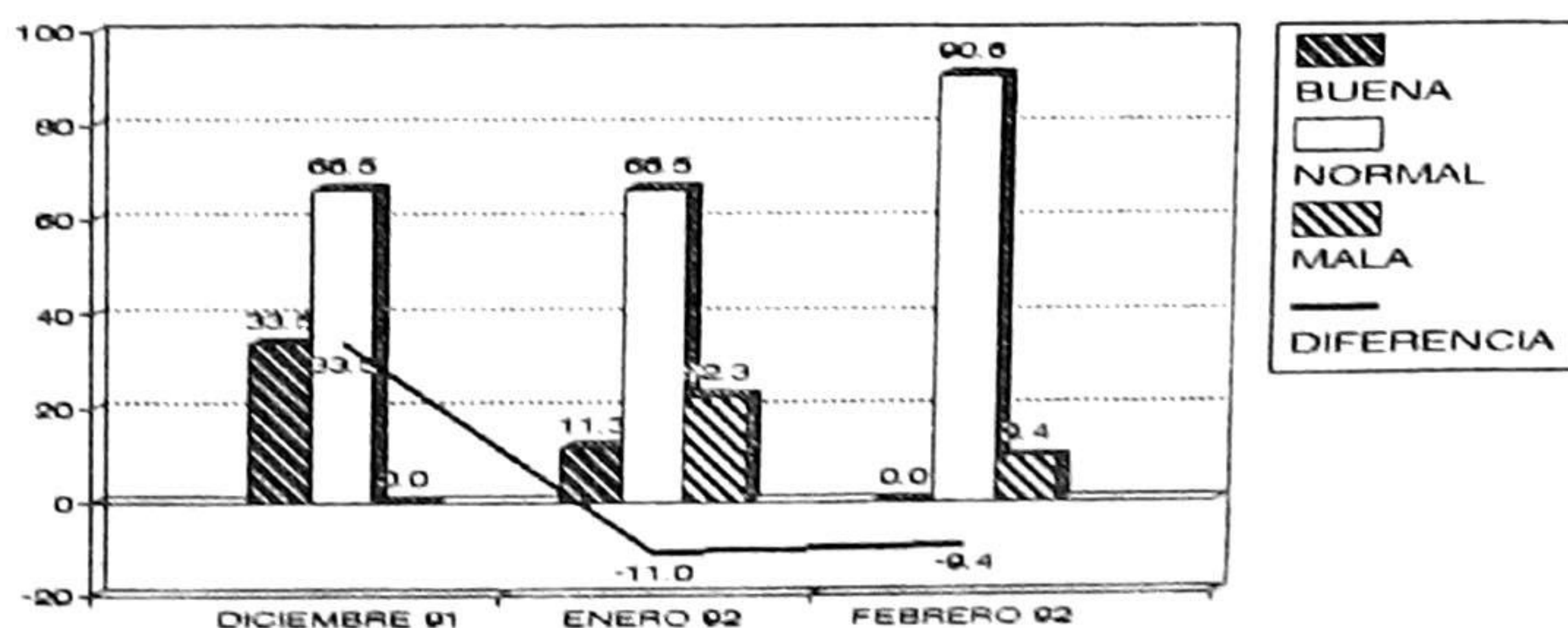
SITUACION GENERAL

CAMARAS Y CUBIERTAS



EXPECTATIVAS MARZO

CAMARAS Y CUBIERTAS



TENDENCIA DE LAS VENTAS

ARTICULOS Y REPUESTOS ELECTRONICOS

Situación general: En general puede decirse que la situación general del sector se mantiene en niveles normales desde el mes de diciembre. En esta relativa estabilidad, los mayores

cambios se notan en la transición de enero (saldo = +10) a febrero (saldo = -0,19). Los dos meses coinciden en exponer un 10% del mercado en "buena" situación. La diferencia radica en el 90% de mercado que en enero afirmaba estar normal, en febrero se reduce al 62% en tanto que la fracción restante (29%) ahora pasa a describir su situación como "mala". A juzgar por las expectativas de los

empresarios, marzo se presentaría evolucionando favorablemente. El porcentaje de mercado con una "mala" situación desciende al 17%, la alternativa "buena" se mantiene en 10% y el 73% restante cree que la actividad presentaría un cuadro "normal".

Tendencia de ventas: Pese a que el ritmo de ventas es "normal" en febrero (saldo = +0.08), es posible notar un paulatino descenso en la demanda desde el mes de Diciembre.

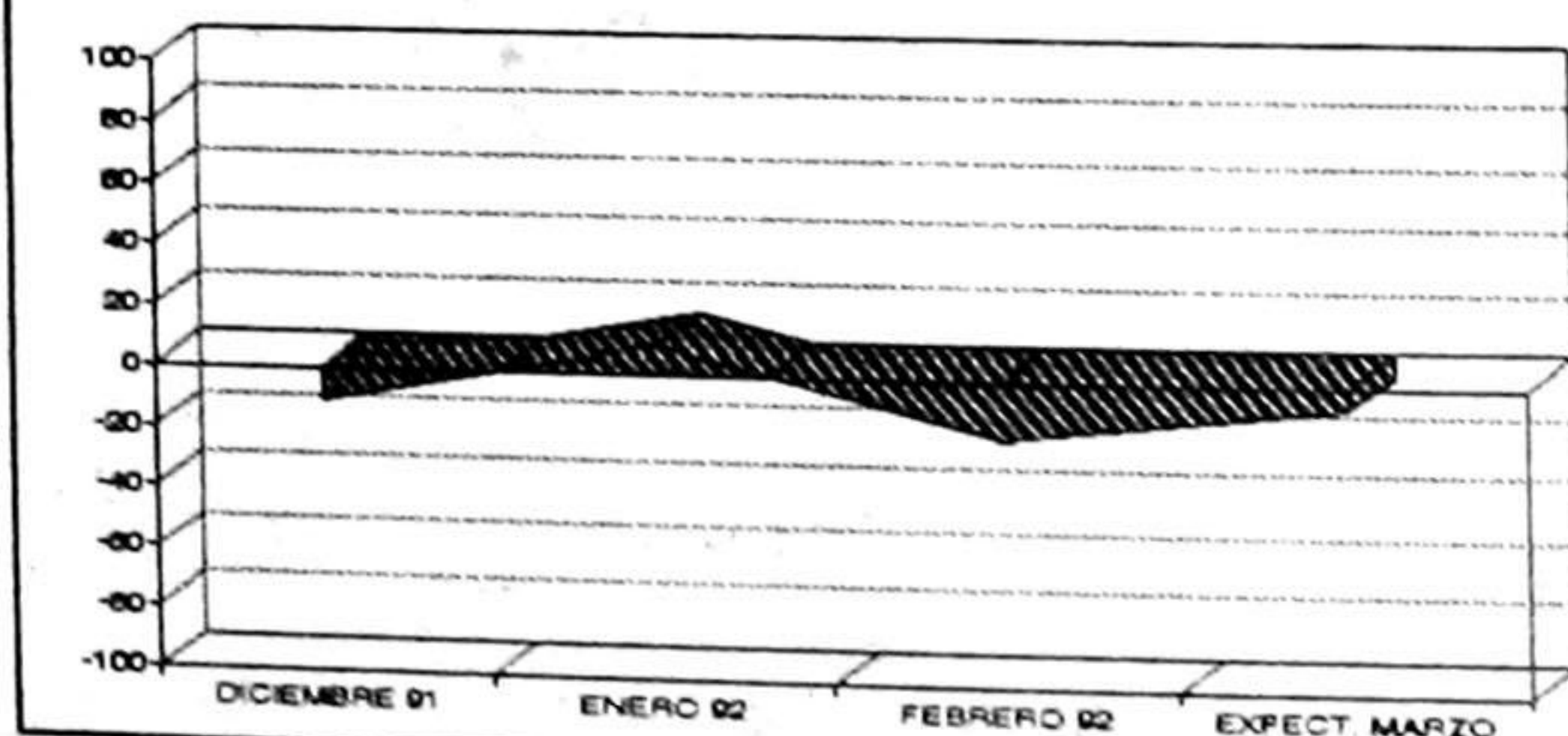
En el período analizado, una elevada fracción del mercado (77%) admitió haber revisado su política de stocks. De ellos, la mayor parte (75%) cree conveniente disminuir los niveles de stocks.

Costos financieros: En los meses bajo

estudio, los costos financieros poseen una "elevada" participación en los costos globales. La variable saldo de respuestas confirma este diagnóstico: +46 en diciembre, +48 en enero y +39 en febrero. En forma mas detallada, este ultimo mes expone un 58% del mercado opinando "costos financieros elevados", el 19% con costos financieros bajos y el 23% restante entendiendo que se encuentran en nivel normal.

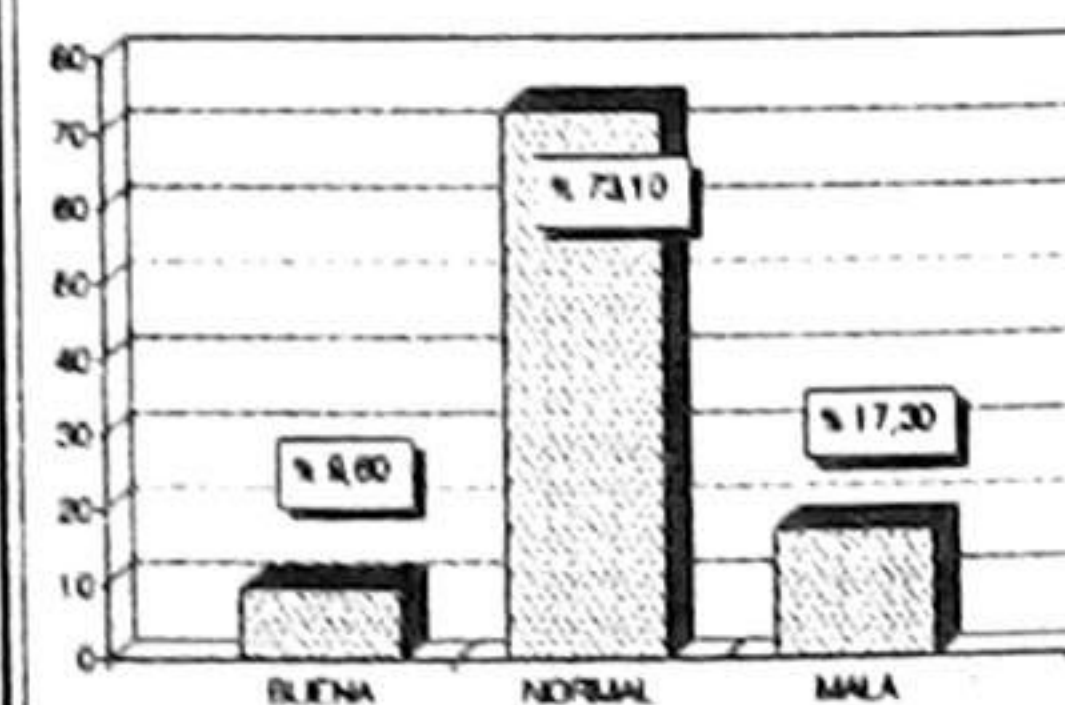
Personal de ventas: Otra característica compartida en los 3 meses analizados es la presencia de un exceso de personal asignado a ventas. Al mes de febrero, dejando al margen un 65% del mercado que cree contar con una cantidad suficiente de personal en ventas, el 35% restante destaca un exceso de personas en tareas de atención al público.

ARTICULOS Y REPUESTOS ELECTRONICOS



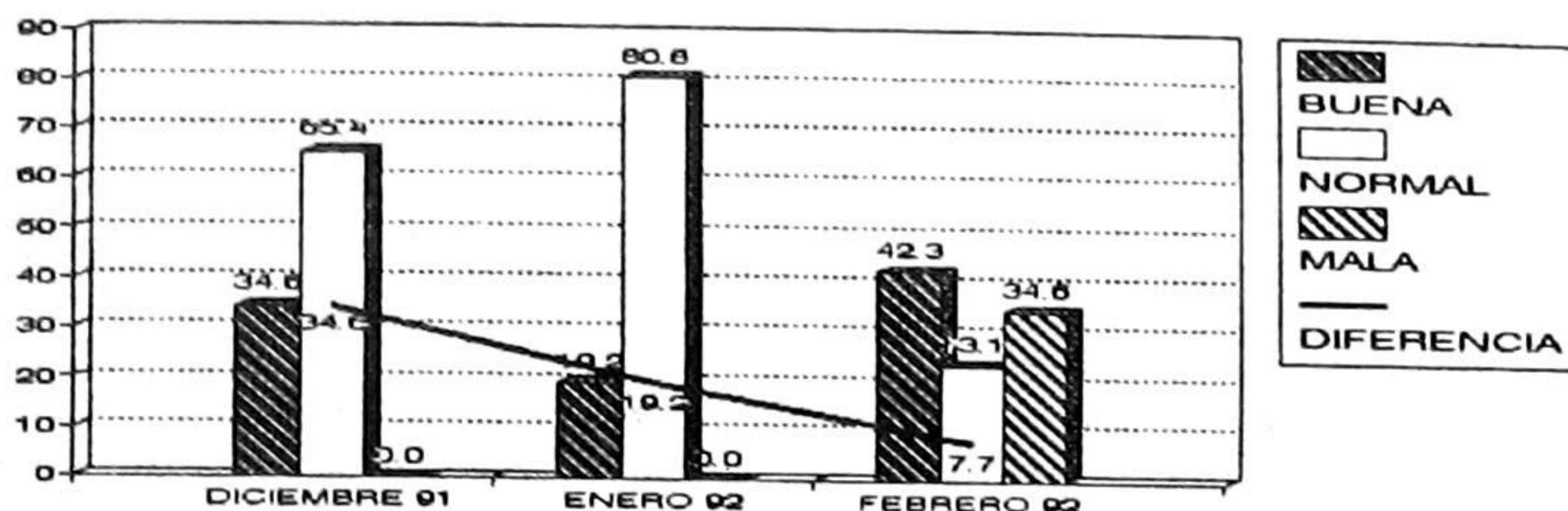
SITUACION GENERAL

ARTICULOS Y REPUESTOS ELECTRONICOS



EXPECTATIVAS MARZO

ARTICULOS Y REPUESTOS ELECTRONICOS



TENDENCIA DE LAS VENTAS

INDUSTRIA

INDUSTRIA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS.

Situación general: Partiendo de una situación que podemos definir como "regular" para el mes de diciembre (saldo -23,6%), enero exhibió una situación calificable como "normal", que se trasladó a febrero. En este último mes el 82,3% percibió una actividad normal en tanto que el 16% restante caracterizó su situación general como adversa.

Con referencia a las perspectivas para los próximos meses, resultan normales sin demasiadas variantes con relación a la situación actual.

En el caso especial de las empresas que integran la industria frigorífica, las

condiciones generales se ven afectadas negativamente por la competencia desleal de empresas que eluden los controles sanitarios y las obligaciones fiscales (estimada en un 20-25% de la faena total de vacunos por la Junta Nacional de Carnes en el plano nacional). Por otra parte, el proyecto de modernización del comercio de carnes en el mercado interno (consistente en la venta de cuartos de media res envasados y enfriados a determinada temperatura) además de beneficiar al consumidor al imponer condiciones sanitarias más exigentes, no significaría mayores cambios en las empresas que abastecen a supermercados dado que esta modalidad ya se encuentra en práctica. El aumento eventual en los costos fijos podrían ser absorbidos con menores costos fijos medios por aumentos en la producción con las

instalaciones existentes dado que aun hay un margen de capacidad ociosa aprovechable.

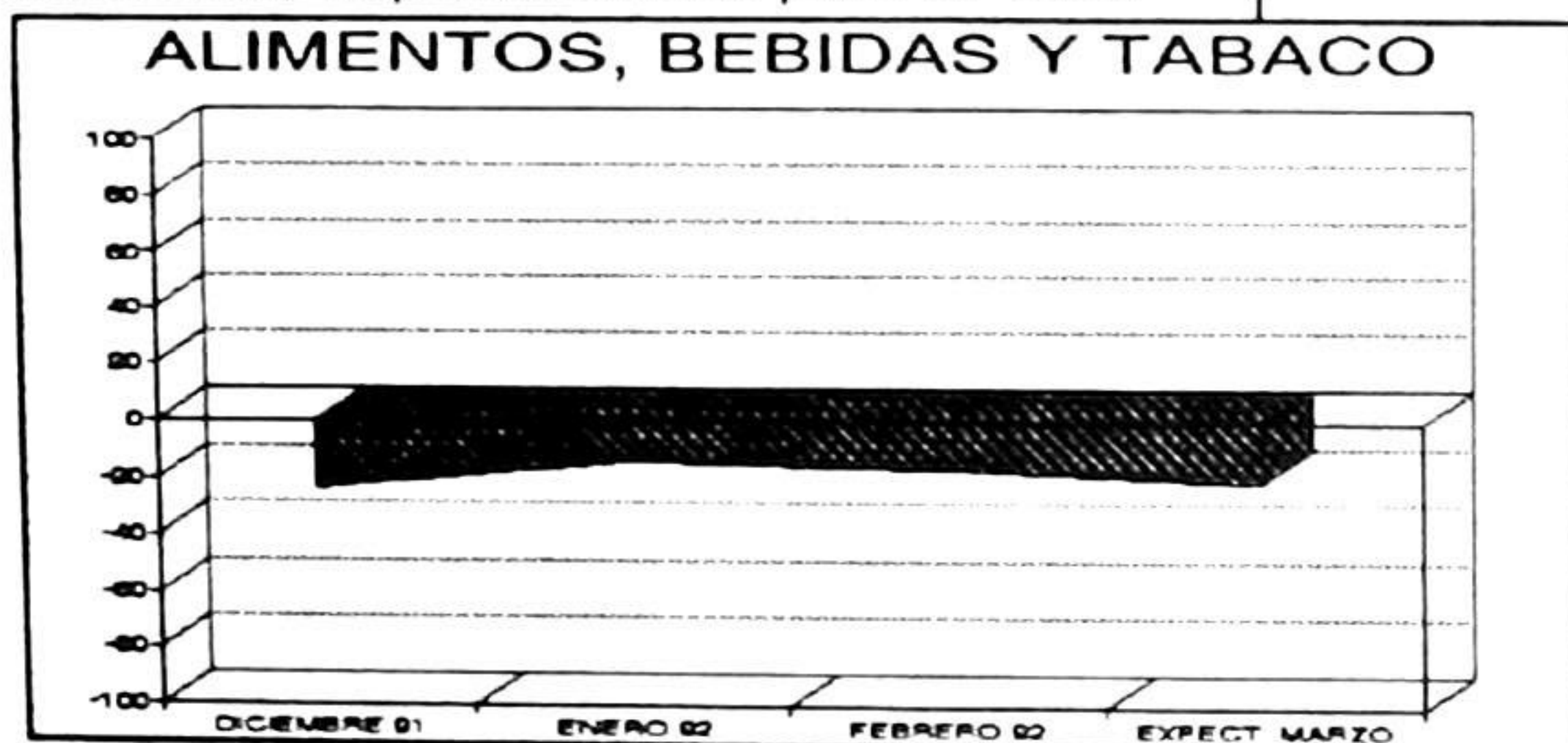
Tendencia de las ventas: A partir de diciembre donde se verifica un ritmo normal de ventas (saldo de respuestas = 12%), es posible identificar un decaimiento sostenida en la demanda. Así lo demuestran los resultados netamente desfavorables de enero (saldo -22,1%), profundizándose en febrero hasta llegar a un saldo del -48%, sin ninguna empresa del sector que experimentase ventas alentadoras.

Costos financieros: Como porcentaje del total de los costos, han resultado elevados, especialmente para el mes

de febrero, según lo revela el saldo de respuestas obtenido (48,4%).

Niveles de producción: La capacidad ociosa ha sido considerable respondiendo a la tendencia de las ventas, la época del año, la cantidad de personal en período de vacaciones y los costos financieros que, conjuntamente, inciden en la toma de decisiones de producción, además de otros factores específicos.

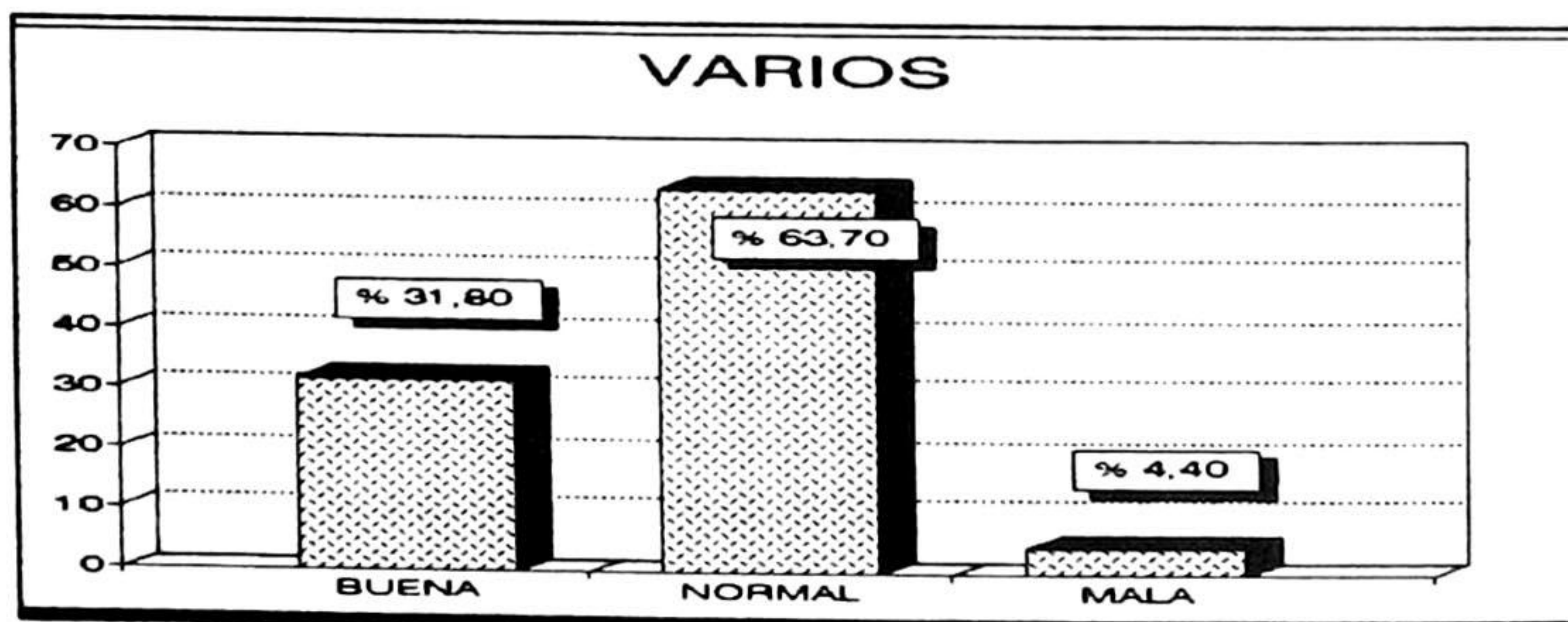
El máximo de ocupación se ha dado en diciembre (43,5%), disminuyendo levemente hacia febrero (42,8%). Con respecto a los planes de producción; mientras un 51,2% planea mantenerse en idéntico nivel, el resto piensa disminuir el mismo.



SITUACION GENERAL

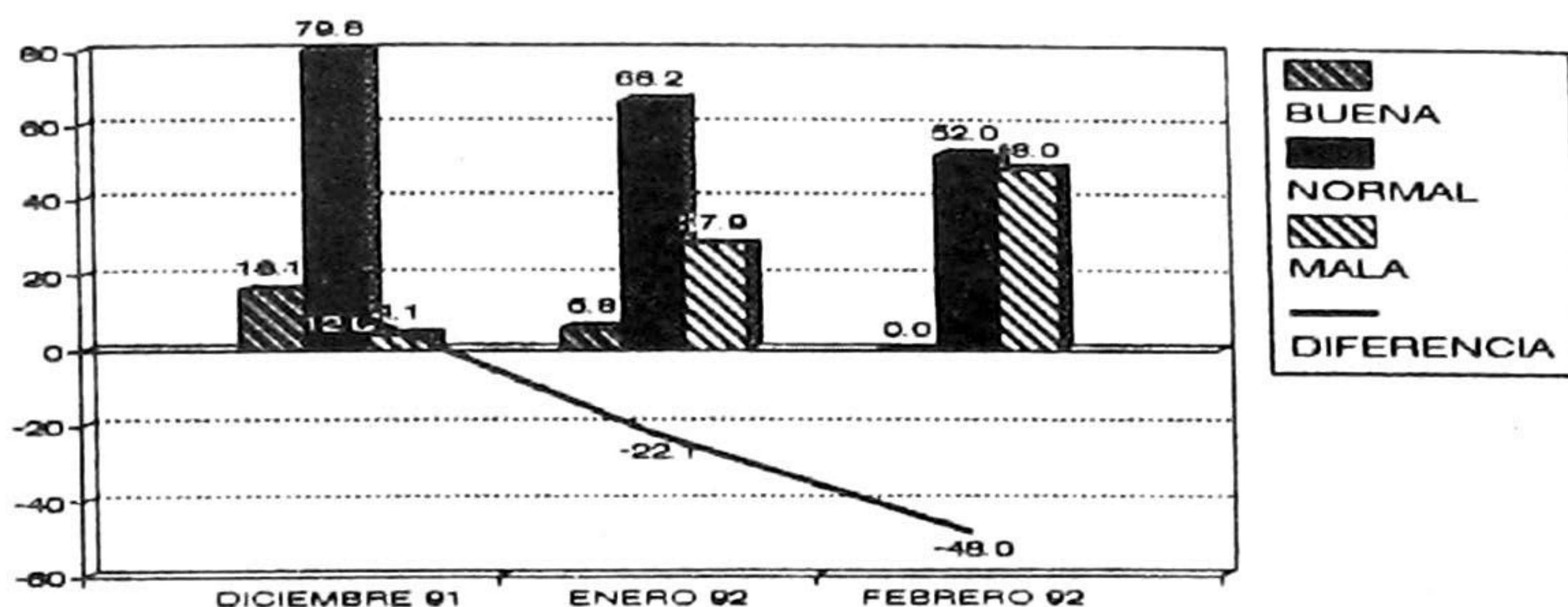


EXPECTATIVAS MARZO



TENDENCIA DE LAS VENTAS

ALIMENTOS Y BEBIDAS



INDUSTRIA DE PRODUCTOS QUIMICOS, PLASTICOS Y CAUCHO

Situación general: Es la rama industrial que está atravesando por mejor situación dentro del espectro local. Presenta una evolución positiva a lo largo del trimestre analizado. Diciembre arroja un saldo de respuestas de 58,7%; a enero le corresponde un porcentaje del 67,2%, y el máximo se alcanza en febrero con 72,3%, pudiendo así definirse tal situación general como muy buena. Por su parte, el empresariado del área estima que en los próximos meses la situación podría tender a su normalización, siendo la tendencia muy positiva de todos modos.

No obstante este cuadro positivo en términos generales, cabe hacer algunas diferenciaciones. En primer lugar, los resultados en buena medida responden a la situación favorable detectada en las destilerías de petróleo que por su envergadura merecen una

elevada incidencia en los resultados sectoriales finales. En sentido inverso juega la obligada reducción de producción del polo petroquímico por la disposición de Gas del Estado de reducir el suministro. El freno en el ritmo de producción se hace extensivo a un conjunto de empresas químicas de menor envergadura localizadas en la ciudad al ser el polo el principal proveedor de insumos. Por último, cabe mencionar la delicada situación de aquellas empresas del complejo petroquímico que destinan volúmenes importantes de su producción final al mercado externo por la simultánea convergencia de un conjunto de factores adversos (infraestructura inadecuada que encarece los costos de producción y transporte, precios bajos por la recesión en los principales centros industriales del mundo, en el orden local una estructura de precios relativos desfavorables por el tipo de cambio fijo).

Una mención especial merece la industria de detergentes y lavandinas que enfrentan un inusual aumento de la demanda y consecuentemente de su producción por las medidas preven-

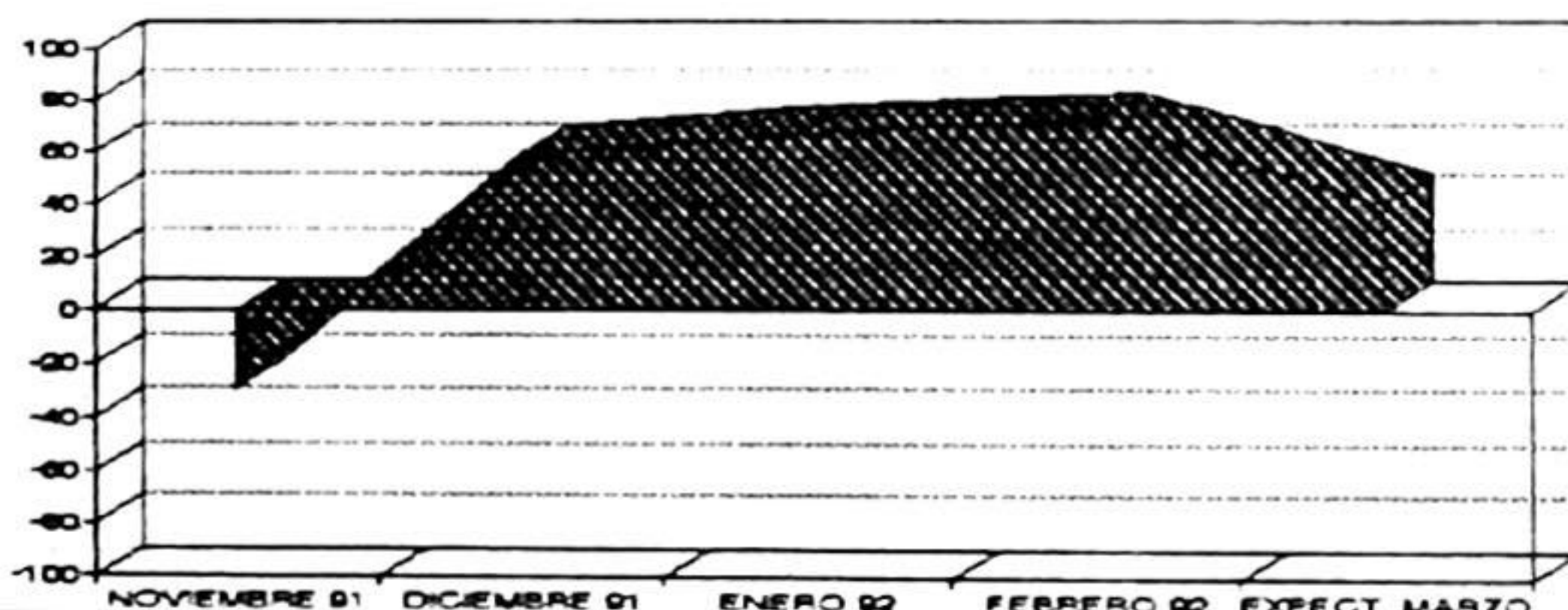
tivas del cólera (en los meses del receso veraniego trabajaron al máximo de la capacidad total instalada).

Tendencia de ventas: Al referirnos a las ventas, éstas experimentaron una trayectoria similar a la del punto anterior en cuanto a diciembre y a enero, pues el saldo indica una tendencia favorable con 5,1% y 22,3%, respectivamente; sin embargo, en febrero nos encontramos con una vuelta a la normalidad en las ventas pues el saldo fue de +7,9%. Puede agregarse que a diferencia de diciembre, donde el 94,9% consideraba estar afrontando una tendencia normal, en febrero el 63,3% comparte esa opinión, el 22,3% la considera favorable y el 14,4% restante desfavorable.

Costos financieros: Se presenta de modo firme la incidencia de los costos financieros como muy elevados; lo cual surge claramente del saldo de respuestas: 64,7%. Sólo para un 7,2% del sector los costos no revisiten significatividad.

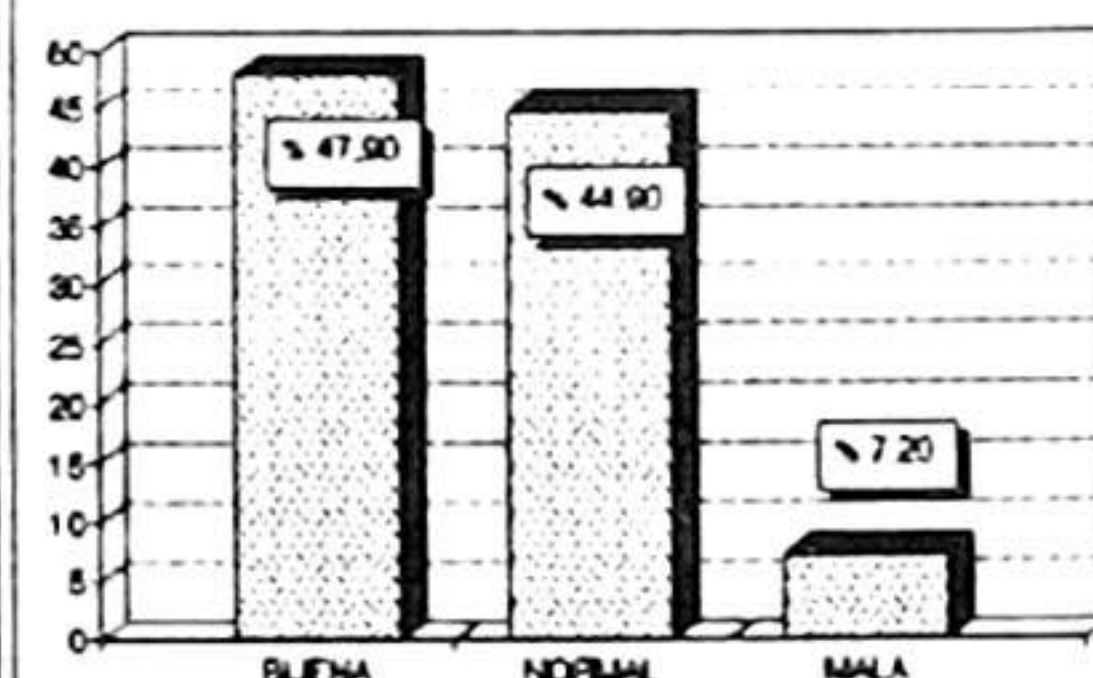
Niveles de producción: El porcentaje de utilización de la capacidad instalada es, también, el más elevado de la industria local, alcanzando en promedio, para el período analizado, el orden del 75%. Con referencia a los niveles de producción de los próximos meses, hay unanimidad en la intención de no efectuar modificaciones.

PRODUCTOS QUIMICOS, PLASTICO Y CAUCHO



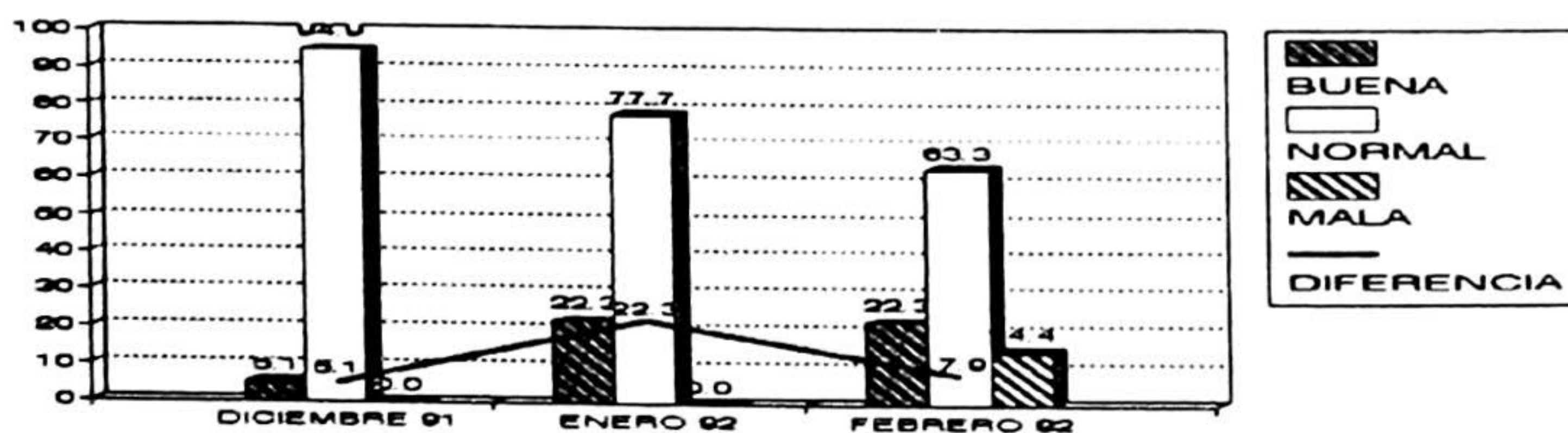
SITUACION GENERAL

PRODUCTOS QUIMICOS, PLASTICOS Y CAUCHO

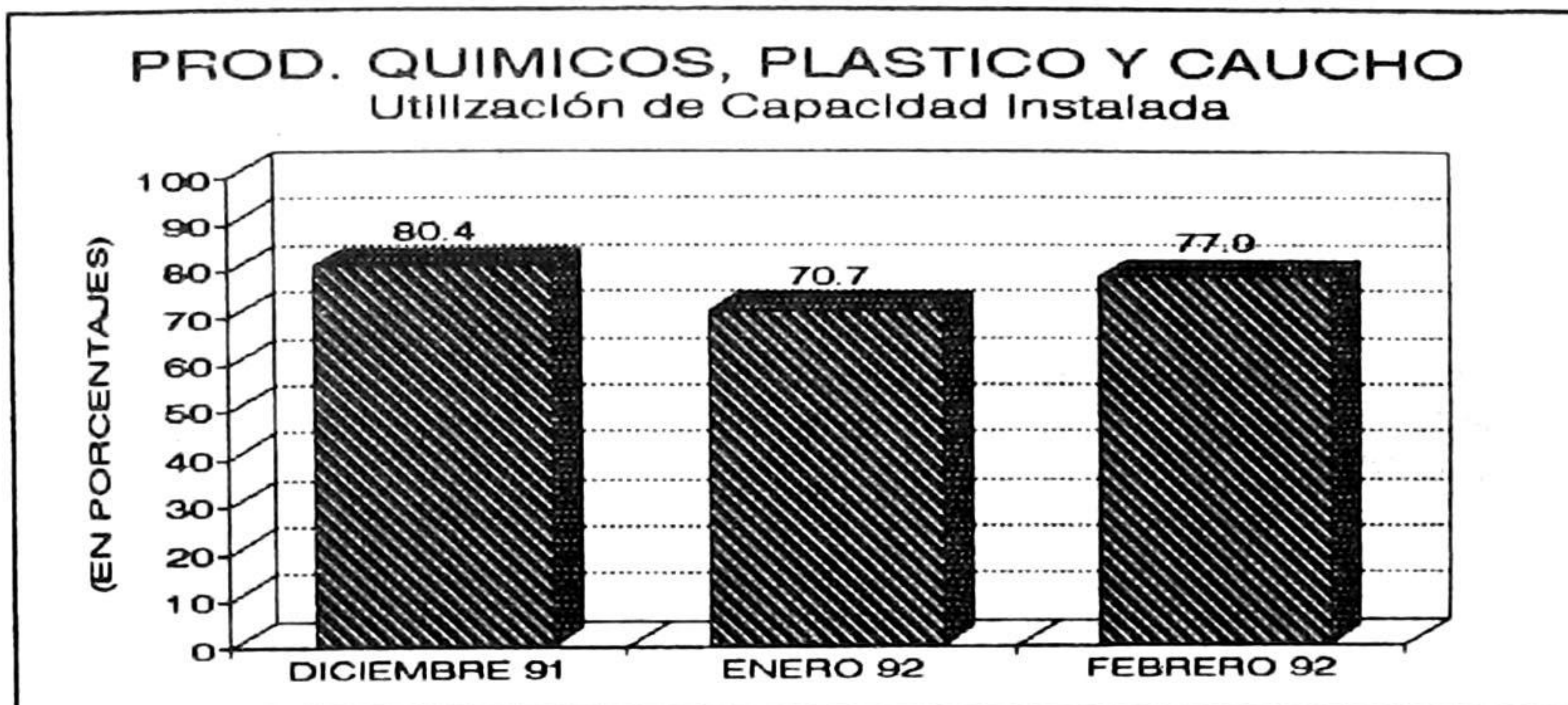


EXPECTATIVAS MARZO

PRODUCTOS QUIMICOS, PLASTICO Y CAUCHO



TENDENCIA DE LAS VENTAS



INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION

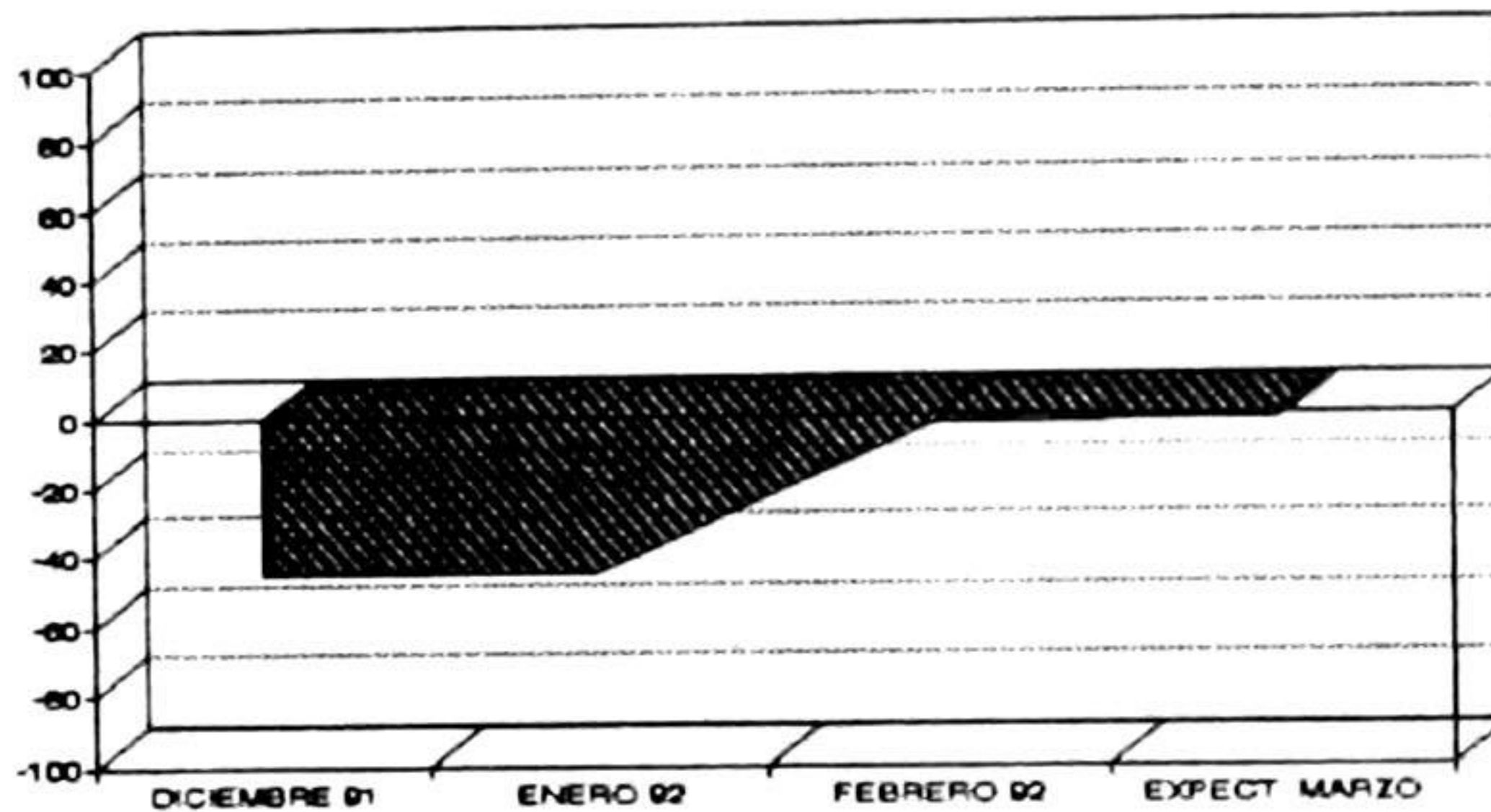
Situación general: A juzgar por el saldo de respuestas obtenido entre las opciones extremas muy buena y mala (aproximadamente de -45%) puede deducirse que esta rama industrial exhibe una situación general regular durante los meses de diciembre y enero.

En febrero se produce un cambio sustancial dado que el 93,4% de los empresarios consultados admiten que la situación es normal, resultando un saldo de respuestas de tan solo el -2,2%; lo cual se traduce en expectativas que demuestran una tendencia firme hacia la normalización de la actividad del sector (94,4%).

Costos financieros: Los costos financieros enfrentados por este sector han resultado elevadas durante todo el trimestre considerado, siendo el saldo de respuestas (51,1%) constante para tal período.

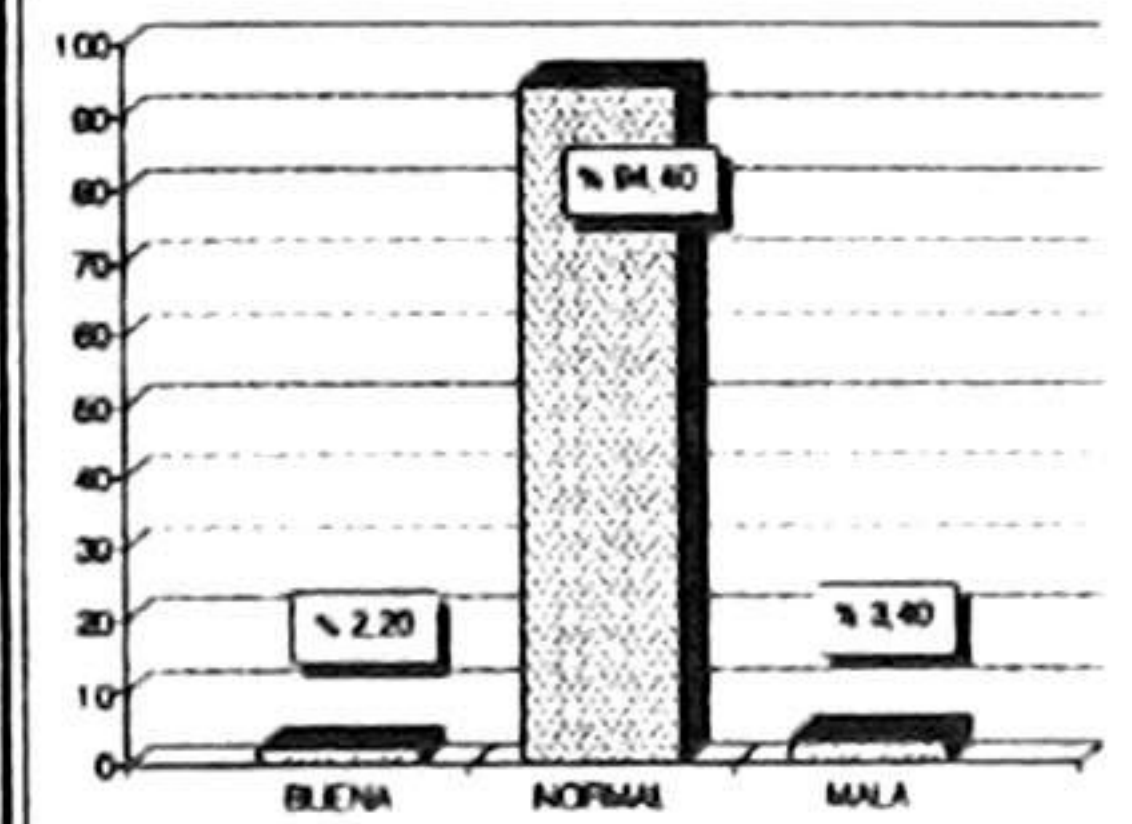
Niveles de producción: Nos encontramos aquí con el máximo porcentaje de capacidad industrial ociosa (83,6%) que se mantuvo constante durante todo el período considerado. Las expectativas tienden hacia un aumento de utilización de capacidad productiva dado que un 93% del sector coincide en señalar que los niveles de producción en marzo superaran a los existentes en febrero.

CONSTRUCCION



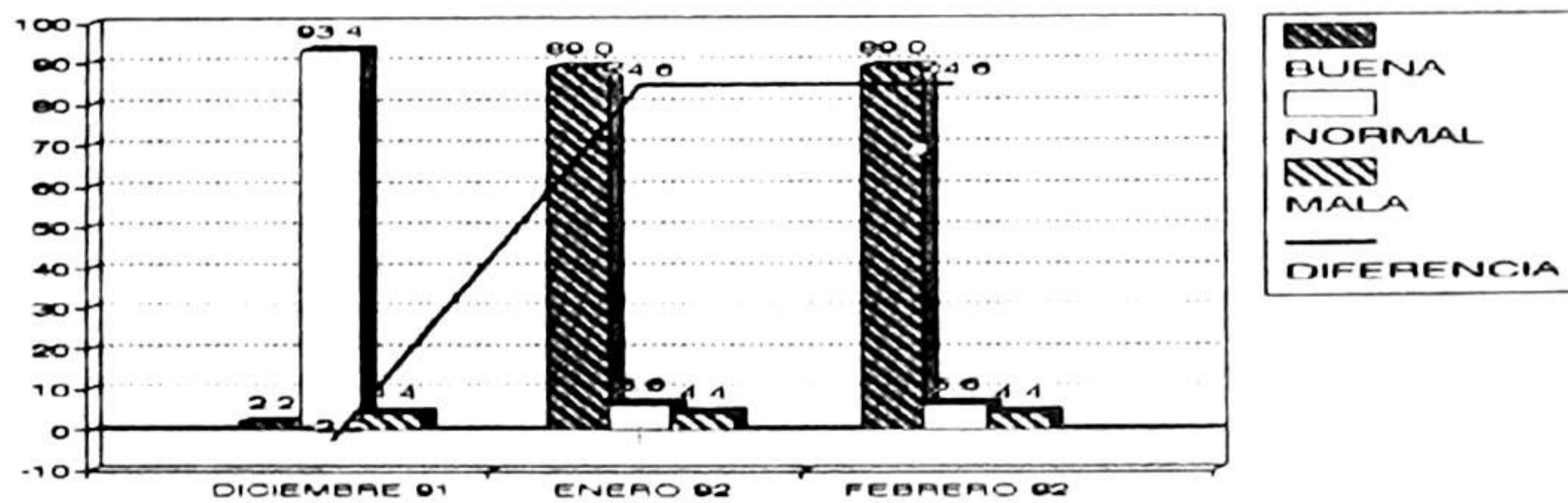
SITUACION GENERAL

INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION



EXPECTATIVAS MARZO

CONSTRUCCION



TENDENCIA DE VENTAS

CONSTRUCCION

Utilización de Capacidad Instalada

