

MERCADO DE CONSULTORÍA PARA PYMES EN ARGENTINA. UN ANÁLISIS EXPLORATORIO DEL GRADO DE DESARROLLO DE SU OFERTA

Aggio, Carlos; Baruj, Gustavo; Pavlicevic, Juan; Massaro, Fernando y Rolón, Hugo¹

Introducción²

La economía argentina presenta niveles de productividad mucho más bajos que los países de la OCDE u otros países desarrollados, y ésta es la principal razón que explica su brecha de ingreso per cápita con estos países. Más aún, en el último medio siglo, el ritmo de aumento de su productividad ha estado por debajo del promedio de estos países, llevando a que esta brecha se agrandara. Si bien en las últimas dos décadas hubo períodos de aceleración de la productividad promedio, ésta ha sido volátil y el país necesita mantener un ritmo alto y sostenido si quiere acercar la calidad de vida de su población a los niveles de los países más avanzados. Asimismo, al interior del entramado productivo, un rasgo general de las MiPyMEs es la amplia brecha de productividad que las distancia respecto a las grandes empresas. Estas diferencias son más marcadas en la región, en comparación con lo que ocurre en países de mayor desarrollo (Dini y Stumpo, 2011)

Una forma de incrementar la productividad de estas firmas es a través de la utilización de servicios de desarrollo empresarial. Existen distintas fallas de mercado que generan una utilización sub-óptima por parte de las MiPyMEs de este tipo de servicios (como mejora de calidad, de gestión, información de mercados, capacitación, etc.). Entre las fallas más importantes se encuentran, por un lado, la existencia de información incompleta sobre los beneficios asociados a la compra de estos servicios, y por lo tanto se consumen menos; y por otro lado, los oferentes de estos servicios restringen la oferta porque sus costos a menudo no se reducen con el tamaño de la empresa, por lo que no se esfuerzan en adaptarla a las necesidades de este segmento empresarial.

En función de esto, el presente estudio se propone analizar la situación actual de la oferta de servicios de consultoría para PyMEs en la Argentina (en adelante llamados servicios de desarrollo empresarial - SDE) y evaluar sus perspectivas futuras, teniendo en cuenta la existencia de instrumentos de política pública orientados a MiPyMEs que se apoyan en la oferta de proveedores de estos servicios. Se parte de la hipótesis que una oferta de servicios empresariales más desarrollada en términos de cantidad de proveedores, calidad y diversidad de servicios y en grado de adecuación a las necesidades específicas de las MiPyMEs, se vuelve un elemento clave para mejorar la productividad de las firmas e incrementar la competitividad empresarial en un entorno geográfico determinado³.

Las preguntas de investigación que orientaron el estudio son: i) ¿Cuáles son las principales características de la oferta de SDE para PyMEs en Argentina?, ii) ¿Cuan concentrada está esa oferta en términos geográficos?, iii) ¿Cuáles son sus principales

¹ Docentes – Investigadores de la Aggio, Carlos; Baruj, Gustavo; Pavlicevic, Juan; Massaro, Fernando y Rolón, Hugo de Lomas de Zamora. E-mail: carlosaggio@hotmail.com, gbrauj@sion.com, jpavlicevic@ciudad.com.ar, massarofernando@yahoo.co.uk, hrolon@gmail.com

² Este trabajo surge como resultado del proyecto de investigación ‘Características y grado de desarrollo del mercado de servicios de consultoría para PyMEs en Argentina’. emplazado y acreditado en la Facultad de Ingeniería de la UNLZ.

³ El presente estudio forma parte de un proyecto de investigación más amplio que incluye un componente orientado a estudiar el análisis de la demanda de servicios de desarrollo empresarial, cuyos resultados esperan ser obtenidos y publicados en el futuro.

áreas de actividad?, iv) ¿Cuál es el alcance de su intervención?, y v) ¿Cuál es el grado de adecuación a la demanda por consultoría?

Para responder a las mismas se realizó, en primer lugar, una exhaustiva revisión de la literatura en el campo de los SDE para posteriormente analizar mediante una metodología cuantitativa, la oferta utilizando la información contenida en el Directorio de Consultores de Servicios Empresariales (DIRCON) de la SEPYME. Es a través del procesamiento de este directorio que se logra una caracterización general de la oferta de este tipo de servicios (cantidad de consultores, tipo de servicios que provee, localización geográfica, entre otras.). Es importante destacar que el DIRCON, al momento de realizar este estudio contaba con casi 13.000 prestadores registrados, siendo una aproximación al universo de proveedores.

El estudio comienza con una sección introductoria y luego se divide en tres secciones. La segunda sección presenta un marco conceptual sobre las especificidades que tienen los mercados de SDE para pymes e identifica un conjunto de dimensiones relevantes para analizar el mercado fundamentalmente considerando el lado de la oferta. La tercera sección presenta un análisis cuantitativo de la oferta de consultoría a partir de la base de datos de consultores PyMEs (DIRCON). Si bien la información disponible permite hacer un análisis estrictamente descriptivo del mismo, aporta elementos para avanzar en una primera caracterización del grado de desarrollo de la oferta de servicios empresariales. En la cuarta y última sección se resumen las principales conclusiones del estudio.

2. Marco conceptual adoptado en esta investigación

El contexto en el que se desenvuelven las empresas ha sufrido importantes transformaciones en las últimas décadas. La globalización de los mercados, la emergencia de nuevos paradigmas tecnológicos, la volatilidad de la demanda y el acortamiento del ciclo de vida de los productos son claras muestras de ello (Yoguel y Boscherini, 2001). Estos cambios pusieron en jaque la tradicional concepción de competitividad de naturaleza fundamentalmente macroeconómica o sectorial, y determinada por ventajas comparativas estáticas o por la dotación factorial.

Al mismo tiempo, se están redefiniendo nuevos esquemas de competencia en los que comienzan a gravitar y a destacarse un conjunto de factores sistémicos y elementos “no precio”, tales como el aseguramiento de la calidad, los servicios de postventa, el diseño y la atención de las necesidades de clientes, la velocidad de los plazos de producción y entrega, y la logística de aprovisionamiento, entre otros. Estos factores, junto con el aumento en la incertidumbre en mercados volátiles y la mayor segmentación de la demanda sobre pautas globalizadas de consumo, han determinado que la creación y ampliación de las “competencias y ventajas competitivas” de los agentes constituyan un elemento clave para incrementar la productividad, crecer e internacionalizarse, así como también para consolidar y defender su participación en el mercado doméstico (Lundvall y Kristensen, 1997 y Lundvall y Johnson, 1994).

En igual sentido, en muchos casos para permanecer competitivos no es posible ser “bueno en todo”, surge la necesidad de focalizar los esfuerzos propios en un reducido número de competencias (core competences), apoyándose en recursos externos para llevar adelante otras funciones que si bien son importantes para la competitividad de la firma, no forman parte del corazón de sus negocios (SDC, 2000). De este modo, una manera que tienen estas firmas para fortalecer su competitividad, es incorporar capital

humano a través de servicios técnicos o adquirir conocimiento mediante actividades de capacitación del empresario y sus empleados (Schneider y Steidl, 2002). Así, una oferta de servicios empresariales desarrollada se vuelve un elemento clave para mejorar la productividad de las firmas.

2.1. Definición de servicios de desarrollo empresarial

La amplia variedad de SDE para pymes ha dado lugar a diversas definiciones. Algunos autores distinguen entre servicios empresariales operativos y estratégicos. Mientras que los primeros se refieren a servicios orientados a resolver cuestiones operativas cotidianas (Ej.: administrativas, contables, legales, e impositivas) y son de relativa baja complejidad, los estratégicos apuntan a abordar cuestiones a mediano y largo plazo con el fin de mejorar el desempeño de la empresa (Ej.: mejorar acceso a mercados). Estos últimos colaborar con los empresarios para (re) pensar sus negocios a largo plazo y se espera en principio que logren un impacto sobre la productividad más sustantivo.

De manera complementaria, Schneider y Steidl (2002) distinguen a los SDE de la siguiente manera: i) capacitación: los empresarios y sus empleados poseen habilidades que pueden ampliar, complementar y actualizar a través de diferentes modalidades de capacitación (cursos, seminarios, etc.); ii) asistencia técnica: servicios prestados por profesionales altamente calificados en áreas específicas por un corto o mediano período de tiempo. Los servicios de asistencia técnica se pueden adquirir en áreas tan variadas como organización de la empresa, ingeniería de procesos productivos, comercialización, calidad, comercio exterior, investigación y desarrollo, etc.; iii) servicios de información: bajo este concepto se puede mencionar la información referencial sobre mercados de insumos, factores y productos.

SADC (2002) presentan a los SDE como un abanico amplio de servicios no financieros que las empresas contratan para que sus negocios funcionen de manera efectiva. Esta definición incluye una diversidad de servicios tales como: capacitación, diseño, publicidad, servicios informáticos, consultoría empresarial, servicios de seguridad, servicios legales, contables, ventas, auditoría, investigación de mercado, información técnica, diseño y administración de la página web, reparación de equipamiento, entre otros.

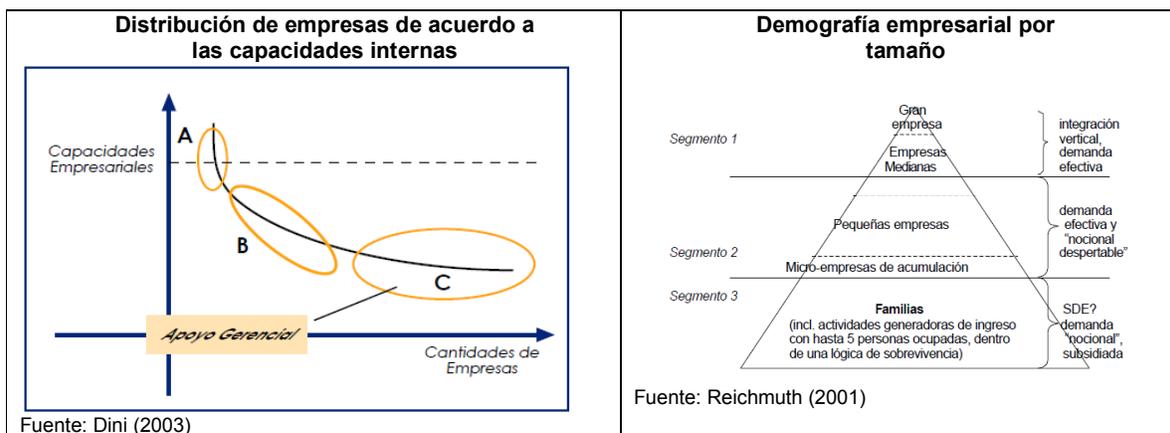
Específicamente, para este estudio se considera una definición amplia de los SDE. Así, en esta definición se incluyen a una diversidad de servicios no financieros provistos de manera formal e informal, quedando excluidos los servicios financieros, productos físicos (materias primas, insumos), servicios (agua, electricidad, y gas), servicios públicos orientados a la comunidad en general y no exclusivos para la comunidad empresaria (infraestructura, servicios sociales y comunitarios, educación, etc.).

2.2 La información asimétrica entre la oferta y la demanda de SDE y sus implicancias

En general, se observa que las MiPyMEs no tienen el hábito de adquirir servicios de consultoría para optimizar sus decisiones empresariales. Esto se explica por al menos dos razones. En primer lugar, porque un número importante de empresas no tienen las capacidades suficientes como para auto diagnosticar sus propios problemas o debilidades y demandar asistencia de manera espontánea. En segundo lugar porque aún cuando tienen pleno conocimiento de la necesidad de recibir apoyo, en general, perciben que la oferta de servicios disponible en el mercado no se adecua a sus

necesidades. En efecto, muchas PyMEs perciben que este tipo de servicios es solo para las grandes empresas y por lo tanto, no los demandan.

Según Dini (2003), lo señalado en el párrafo anterior se debe a como normalmente están distribuidas las firmas de acuerdo a sus capacidades internas. De la figura adjunta (a la izquierda) se desprende que hay relativamente pocas empresas con elevada capacidad interna (grupo A en la figura), muchas pymes con capacidad empresarial limitada (Grupo C) y un grupo intermedio tanto en términos de cantidad de firmas como en sus capacidades empresariales (Grupo B). Siendo así, es posible afirmar que la cantidad de empresas que demandan de manera espontánea SDE está conformada fundamentalmente por las empresas más dinámicas y productivas. Por el contrario, hay otras empresas - normalmente PyMEs de mediana a baja productividad y limitada capacidad gerencial- que salvo que reciban algún tipo de asistencia para hacerlo, no demandan SDE.



Análogamente, Reichmuth (2001) argumenta que la demanda y posibilidad de pago de SDE varía de acuerdo al tamaño de las firmas (figura de la derecha). Así mientras que las grandes empresas tienden a poseer mayores grados de integración vertical, para no depender de proveedores que puedan causar problemas de incumplimiento, cuando demandan SDE, son capaces de pagar por ellos el precio del mercado (extremo superior de la pirámide). A este grupo, le siguen las PyMEs, algunas con demanda efectiva de SDE y otro grupo más numerosos y heterogéneo potencialmente interesado en contratar este tipo de servicios, pero sólo si se los sensibiliza y asiste para ello. Por último, la base de la pirámide incluye al grupo más numeroso de empresas (micro y pequeñas) y de menor productividad, donde la demanda efectiva es prácticamente inexistente.

A partir de lo expuesto, es posible afirmar que el segmento de empresas donde los SDE tienen un mayor impacto potencial en la mejora de la productividad, es el constituido por numerosas empresas de bajas capacidades empresariales, que son justamente las que poseen una menor propensión a demandar estos servicios. Es por ello, que cualquier esfuerzo de política pública que logre incrementar la provisión de SDE de manera efectiva debería tener un impacto esperado positivo en la productividad de las empresas asistidas y de la economía en general.

Complementariamente, por el lado de la oferta también suele argumentarse que hay desconocimiento por parte de los prestadores de servicios acerca de la rentabilidad asociada a proveer productos orientados a PyMEs. Este segmento empresario está caracterizado por una demanda débil, fragmentada y atomizada, que a la hora de tomar decisiones sobre la asignación de recursos suele priorizar a los gastos corrientes en

desmedro de las inversiones que rinden fruto a largo plazo. Así, la débil demanda dificulta que los oferentes alcancen economías de escala suficientes como para desarrollar nuevos servicios para las MIPyMEs, debido a que no es rentable generar un nuevo producto para una empresa en particular, si luego no puede usarse para otras empresas, o bien, que el costo sea demasiado alto como para que una única MIPyME pueda afrontarlo. Cuando estos problemas son muy importantes, se puede llegar a una situación donde el mercado de SDE sea muy estrecho, o que directamente no se realicen transacciones, derivando en lo que se denomina un mercado incompleto (Stiglitz, 1989).

La teoría económica explica el funcionamiento de este mercado a partir de los flujos de información existentes. En base ello, si la información que poseen los diferentes actores es imperfecta el mecanismo descentralizado del mercado no transmite las señales adecuadas para la toma de decisiones por parte de los agentes (empresas y oferentes), perdiendo el mecanismo de precios, en parte, ese rol informativo. Para entender esto, es importante distinguir entre información imperfecta e información asimétrica. Mientras que la primera implica que hay desconocimiento por parte de los agentes económicos sobre algunas variables, pero que esto vale para todas las partes por igual, la segunda se refiere a la existencia de asimetría de información, donde una de las partes cuenta con mejor información que la otra sobre las características del mercado.

En su trabajo pionero, Akerlof (1970) advierte que en muchos mercados el vendedor de un determinado bien o servicio posee mejor información sobre la calidad y las características de lo que se ofrece que los posibles compradores. Esta asimetría de información lleva a que exista cierta desconfianza de estos últimos por el producto ofrecido. En el caso que plantea Akerlof, mercado de los autos usados, los propietarios poseen un mejor conocimiento acerca de la calidad de su auto, y dada las dificultades de los demandantes por conocer la misma, va a existir una tendencia a la baja de la demanda que repercutirá negativamente en el precio de mercado de los automóviles usados. Debido a esto, se produce el fenómeno conocido como de “selección adversa”, donde a los precios vigentes seguramente muchos de los que tienen autos usados de buena calidad van a preferir no venderlos, y aquellos que tengan “cacharros” van a ser los que estén más dispuestos a ofrecerlos en el mercado.

Estos elementos sirven para entender cómo funciona el mercado de los SDE. En estos servicios los oferentes tienen una mejor información sobre la calidad de lo que ofrecen que las MIPyMEs, lo cual afecta la disposición a pagar que tienen estas últimas. En la medida que es difícil o caro para los empresarios averiguar la calidad de la capacitación o consultoría que le están ofreciendo, y sabiendo que existen incentivos para los oferentes de SDE de baja calidad de “mimetizarse” como si tuvieran buenos productos, los empresarios no estarán dispuestos a pagar por el producto para minimizar pérdidas esperadas en caso de que éste sea de mala calidad. En respuesta a esto, es esperable que los oferentes busquen bajar sus costos para acercarse a niveles de precios aceptables para sus clientes, y en ese proceso, la calidad de los servicios se vea perjudicada. Además, es posible que esta situación resulte en que solo queden aquellos proveedores ‘malos’ y que los ‘buenos’ se retiren por considerar que el mercado no está dispuesto a pagar por los servicios de calidad que ellos ofrecen.

Es en este contexto, con información asimétrica, cobra relevancia la aparición de intermediarios que disminuyan los costos de transacción vía la producción de información, atenuando la existencia de información asimétrica entre las partes. En el caso del mercado de SDE, la política pública dirigida a reducir los costos de transacción surgió con fuerza sobre fines del siglo pasado. De acuerdo a Marr (2003), en esos años se produjo un cambio de paradigma en el fomento a los SDE. Tradicionalmente, estos

servicios eran ofrecidos gracias al apoyo de gobiernos y donantes. En los países en desarrollo en particular, el enfoque fue subsidiar el costo de los SDE a los usuarios finales bajo el argumento que las PyMEs no podían afrontar todo el costo de los mismos. La estrategia usual era poner en marcha programas de SDE en instituciones públicas que se suponía, daba los servicios apropiados para la población objetivo sobre la base de algún relevamiento de sus necesidades. Para asegurar la disponibilidad de los servicios, se esperaba el sostenimiento de los subsidios a lo largo del tiempo. En la mayoría de los casos, este tradicional enfoque derivó en SDE liderados por la oferta, que no siempre se ajustaban a las necesidades de las empresas, de modo que tenían un bajo impacto en su productividad y crecimiento. Por otra parte, también eran financieramente insostenibles (Goldmark, 1996).

Como consecuencia de estos efectos no deseados, fue surgiendo una perspectiva diferente. El nuevo paradigma de provisión de SDE propone el desarrollo del mercado de servicios en lugar de instituciones particulares. Esto implicó sustituir los subsidios que hasta ese momento se venían destinando a las instituciones proveedoras de SDE (en su mayoría públicas) por asistencias financieras para promover la demanda de servicios. Estas modificaciones resultaron en un abordaje más integral del mercado y el esquema de intervención pasó a tener elementos para desarrollar tanto la oferta como la demanda de servicios. Ejemplos de esta política son la creación de registros de oferentes, rankings, normas de acreditación de calidad de la oferta, etc. y demás fuentes de información, dirigidas a que tanto los empresarios como los oferentes de servicios tengan medios confiables en los cuales basarse para tomar sus decisiones.

Como se mencionó más arriba, los oferentes de servicios de alta calidad tienen incentivos para diferenciarse de aquellos ‘malos’ proveedores. Sin embargo, la naturaleza del mercado hace que esto sea difícil o extremadamente costoso. Por otra parte, los oferentes de menor calidad tienen la posibilidad de ofrecer sus servicios como si fueran de calidad comparable a la que ofrecen aquellos más profesionales y experimentados. Para abordar esto, instituciones de segundo piso en diferentes lugares han creado registros de oferentes e implementado sistemas de acreditación sobre la calidad de la oferta. De esta manera, este tipo de instrumento, se constituye en una herramienta eficiente para reducir los problemas de selección adversa existentes en el mercado de SDE para las MIPyMEs.⁴ En términos prácticos, el desarrollo de registros, normas de calidad, sistemas de acreditación de calidad, etc. requiere financiamiento público, sobre todo en su fase inicial. Desde el punto de vista de la política pública, esto no implica que el mercado pierda su utilidad como asignador de recursos, sino que con ciertos arreglos institucionales se puedan modificar los incentivos, de manera de atenuar los efectos que presenta la falla de mercado.

Análogamente, desde el lado de la demanda, también se han implementado diferentes iniciativas de política orientadas a abordar los problemas de los mercados de SDE. En este caso, la mayoría de los programas incluyen transferencias monetarias que buscan reducir el costo de las empresas para contratar estos servicios. Estas transferencias pueden materializarse en bonos o cheques a través de los cuales la empresa recibe una determinada suma de dinero fija para invertir en SDE o en cofinanciación, donde se le subsidia parcialmente el costo de los SDE que contrata. Si bien importantes, estas medidas suelen ser más efectivas en promover la contratación de SDE en empresas que tienen mayor capacidad de identificar sus problemas y salir a buscar una solución. Es

⁴ En algunos países como en Argentina la publicación efectiva de este tipo de registros y rankings no logró tener continuidad en el tiempo de modo que no ha logrado operar de manera efectiva como elemento para las pymes al momento de contratar a proveedores de SDE.

por eso que para estimular empresas más pequeñas y de baja productividad con limitada capacidad para identificar la necesidad de una consultoría o capacitación es conveniente implementar mecanismos de sensibilización.

El apartado siguiente brinda herramientas analíticas que sirven para explorar el grado de desarrollo en que se encuentra un mercado de SDE. Si bien en este trabajo se utilizan los elementos asociadas a la oferta, se presentan también las dimensiones asociadas a la demanda dado que las mismas ayudan a entender el funcionamiento y estudio del mercado en su conjunto.

2.3. Dimensiones de análisis del mercado para evaluar su grado de desarrollo

Para evaluar la potencialidad de los mercados de SDE, no se necesitan grandes estudios, en muchos casos, una rápida evaluación puede ser suficiente. En general se ha observado que tanto instituciones de crédito (Ej. Banco Mundial, BID) como distintas agencias de ayuda al desarrollo de países industrializados (USAID, GTZ; entre otras) suelen realizar estudios iniciales de mercado de alcance general. Los mismos buscan establecer puntos de referencia acerca de la etapa de desarrollo en la que se encuentran los mercados de servicios, identificar proveedores existentes(o potenciales), medir progresos en el mercado y la gama de productos disponibles (CDDPE, 2001)

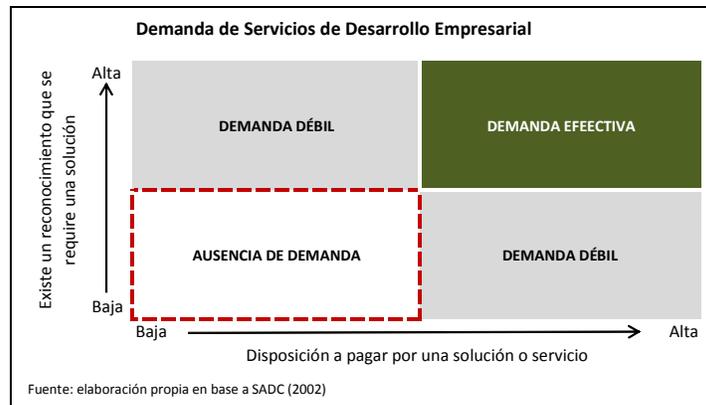
SADC (2002) ofrece un marco de análisis para el mercado de SDE que se ajusta a las necesidades del presente estudio. Las dimensiones analíticas que propone, permiten hacer una evaluación del nivel de desarrollo y efectividad del mercado con la evidencia empírica disponible, así como pensar alternativas de políticas que podrían mejorar su funcionamiento. Si bien En lo que sigue se presenta, en primer lugar, los aspectos centrales (dimensiones) donde se debería focalizar el análisis desde el lado de la demanda, en segundo lugar se definen las dimensiones por el lado de la oferta y finalmente, se brindan elementos para llevar adelante un análisis integral que de una idea del grado de desarrollo del mercado en su conjunto.

Sobre la base de este enfoque y con la finalidad de caracterizar al mercado de SDE de Argentina, en la tercera sección se hace un esfuerzo por identificar evidencia que pueda asociarse a las dimensiones aquí planteadas específicamente en los que respecta a la oferta. McVay (1999) señala que no hay en la literatura *benchmarks* ni estándares de desempeño a lograr. Por el contrario, señala que la definición de los mismos debería surgir a partir de ejercicios y evaluaciones específicas dado que existe una alta probabilidad que los *benckmarks* varíen de manera significativa de acuerdo a cada programa, tipo de servicios, población objetivo, ambiente de negocios y madurez.

2.3.1. Demanda de SDE

El análisis de la demanda de SDE es posible realizarlo a partir de dos dimensiones. En primer lugar, se estudia en qué medida las PyMEs tienen las capacidades suficientes como para reconocer que están enfrentando algún problema y requieren salir a buscar algún tipo de solución al mismo. Esta dimensión está directamente relacionada a las capacidades internas que tienen las firmas donde, a mayor capacidad, se espera que haya un grado de reconocimiento mayor. En segundo lugar, se propone analizar la disposición a pagar/contratar servicios orientados a resolver estos problemas. En este caso la mayor disposición a desembolsar recursos está asociada a la valoración que las firmas hacen de los servicios disponibles en el mercado. Estos dependerán tanto de la calidad como del costo de los servicios.

La figura adjunta permite analizar la demanda de SDE a partir de los niveles que muestran las empresas en las dos dimensiones descriptas. De este modo, cuando las empresas muestran altos niveles de reconocimiento de la necesidad de resolver un problema y disponibilidad de pago para resolver el mismo, hay demanda efectiva.



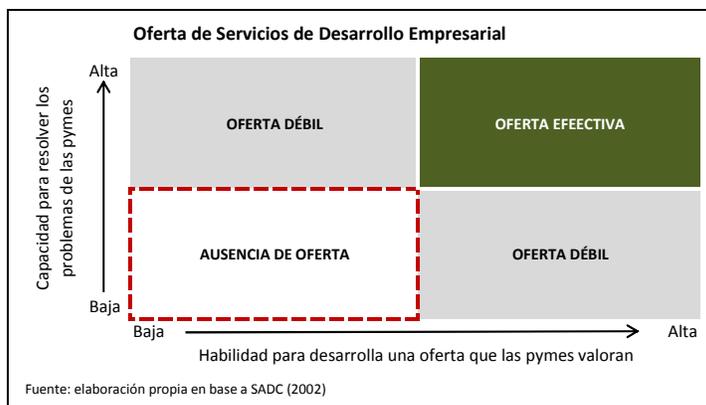
Debido a que hay una masa crítica de empresas dispuestas a pagar por soluciones a sus problemas, esto se convierte en una oportunidad de mercado para los proveedores de SDE. Inversamente, si ambos son bajos, no se reconocen problemas ni hay disposición a pagar por soluciones, la demanda no existe y no se verifican oportunidades para los proveedores. Las otras dos situaciones posible en el análisis de estas dos dimensiones corresponden a situaciones con demanda débil sea porque se reconocen los problemas pero no hay disposición a pagar por las soluciones o viceversa. Las oportunidades de negocios para las firmas proveedoras de SDE serán bajas salvo que el proveedor logre resolver la disposición a pagar de las empresas o el reconocimiento/aceptación que las mismas hagan de sus problemas.

2.3.2. Oferta de SDE

La oferta de SDE también se puede analizar a partir de dos dimensiones. La primera se refiere a la capacidad profesional que tienen los proveedores de SDE para resolver el tipo de problemas que comúnmente presentan las PyMEs. Esto es, en qué medida existe una masa crítica de proveedores con habilidades, conocimiento y capacidad para resolver el tipo de problemática que tienen las PyMEs, que en general, exceden los temas estrictamente técnicos empresariales e incluyen interactuar/persuadir a empresarios para modificar formas de trabajo muy arraigadas en la cultura de sus empresas. La segunda tiene que ver con la habilidad de los proveedores de desarrollar y poner a disposición de las empresas una combinación de productos y servicios valorados positivamente por las PyMEs. Esta dimensión se complementa con la anterior en el sentido que no alcanza sólo con tener capacidad profesional, es necesario también contar con habilidades para vender, juntando sus ofertas a las demandas particulares de las pequeñas y medianas empresas.

En este caso, la figura muestra que cuando los proveedores tienen las capacidades profesionales apropiadas y la capacidad de combinar esos skills en soluciones de negocios

atractivas para las PyMEs, se habla de la existencia de una oferta efectiva. Por el contrario, la oferta es inexistente cuando los proveedores carecen tanto de la capacidad

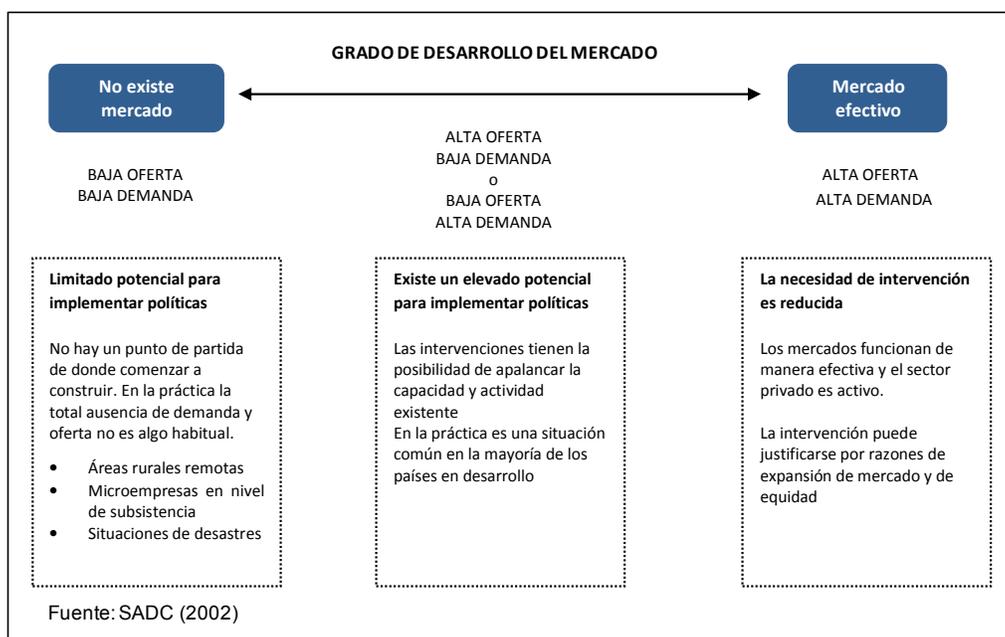


profesional como de las habilidades para venderlas a PyMEs. La oferta puede evaluarse como débil cuando alguna de estas dimensiones está pobremente desarrollada. Así, cuando los proveedores poseen las capacidades profesionales necesarias para resolver problemas pero no las saben vender las mismas o viceversa, se habla de una oferta débil. En esos casos, la oferta podría fortalecerse mejorando las capacidades profesionales de aquellos que tienen buena llegada a las PyMEs

2.3.3. Grado de desarrollo del mercado

Una vez analizados por separado la demanda y la oferta de SDE se puede tener una idea más acabada acerca de cómo funciona el mercado, el grado de desarrollo que el mismo tiene y la posible necesidad de intervenir. La figura siguiente provee de manera estilizada elementos que sirven para que los hacedores de política tomen decisiones sobre la necesidad/efectividad de intervenir en el mercado de los SDE.

Tal como se desprende de la figura siguiente, los extremos posibles son por un lado la inexistencia del mercado que se registra cuando no hay demanda ni oferta o la misma es extremadamente débil. Por el otro, se puede hablar de un mercado de alto desarrollo cuando tanto la oferta como la demanda son efectivas y dinámicas. Hay numerosas empresas acudiendo al mercado en búsqueda de soluciones o asistencia y hay numerosos PSE en condiciones de atenderlas proveyendo servicios de alta calidad y precio acorde. En estos casos la justificación de intervención es relativamente baja. Por el contrario, la situación más común, sobretodo en países en desarrollo, es la que se ilustra en la parte central de la figura, donde hay demandas y ofertas que están de algún modo desacopladas. Existen PSE que no se adecuan de manera cabal a las necesidades de las PyMEs del mercado. Esta debilidad puede estar tanto del lado de los oferentes que no tienen las capacidades esperadas, tanto técnicas como comerciales, para convertirse en proveedores para PyMEs o del lado de los demandantes donde las bajas capacidades de las empresas explican su bajo grado de conocimiento sobre los problemas que están por detrás de su bajo desempeño.



En la sección siguiente se da un primer paso hacia el conocimiento del grado de desarrollo del mercado a partir del estudio de la oferta. Estos resultados serán completados en estudios futuros que contemplan el análisis que las MiPyMEs hacen de estos servicios.

3. Análisis cuantitativo de la oferta de consultoría

3.1. EL DIRCON

Tal como se señala en la introducción, el grado de conocimiento sobre la oferta de SDE en Argentina es limitado. En el marco de este estudio se analiza la oferta a través del universo de prestadores registrados en el DIRCON que es una aproximación al universo de proveedores. El DIRCON es el Directorio de la subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SePyME) que oficia como registro de prestadores de servicios empresariales (PSE).

Los orígenes de este Directorio se remontan a mediados de la década del '90 cuando en el marco del Programa PyMEXPORTA se instrumentó un registro público de consultores que asegurara la existencia de los oferentes de servicios seleccionados por las firmas beneficiarias del programa. En el año 1999 y luego de casi cuatro años de funcionamiento, el Directorio registraba poco más de 400 prestadores (Ventura, 2001).

Sobre la base de este antecedente y luego de incorporar numerosas modificaciones/adaptaciones, se llega al directorio actual, donde todos los proveedores de servicios de consultoría que realizan trabajos en el marco del Programa Nacional de Acceso al Crédito y la Competitividad (PACC) deben estar inscriptos en el DIRCON. La inscripción al mismo es libre y gratuita y se realiza electrónicamente a través de la página WEB de la SePyME⁵. Hasta el año 2010, los datos registrados en el directorio estaban a disposición del público, como una manera de facilitar a las empresas la identificación de prestadores. A partir de allí, la Unidad Administradora del Programa decidió dejar de hacer público el directorio⁶.

En los últimos años el DIRCON pasó por una serie de revisiones en relación a su contenido y actualización que terminaron por configurar sus características actuales. La información disponible muestra que la cantidad de PSE registrados ha evolucionado de modo creciente en los últimos años, pasando de unos 3.140 en el año 2006 a casi 13.000 en el año 2012. Algunas razones que explican este crecimiento se asocian, según expertos del programa, al fuerte impulso y difusión dado al PACC entre 2010 y 2011, transformándose en un importante atractivo para numerosos profesionales en condiciones de prestar servicios. Asimismo, antes de esa fecha, las Ventanillas habilitadas por SEPyME no podían formular proyectos, al permitírseles esta alternativa, varios de sus integrantes tuvieron que registrarse y, en consecuencia, se incrementó la cantidad de formuladores inscriptos. El número actual de registros es el resultado de las nuevas inscripciones y de las salidas por baja que se han dado a lo largo del tiempo. Mientras que las altas se efectivizan de manera gradual en función del momento preciso que los prestadores envían sus formularios, las bajas o “depuraciones” se realizan esporádicamente en el tiempo con una frecuencia que no está predeterminada.

⁵ A pesar de haber sido depurado en alguna oportunidad, el fácil acceso al DIRCON y la ausencia de un mecanismo que elimine del Directorio a aquellos prestadores sin operaciones por períodos extensos de tiempo, posiblemente se vea reflejado en un número total de prestadores que sobreestima la oferta efectiva.

⁶ Ello, fundamentado en la consideración de que hacer pública una base de datos de consultores desde una dependencia del Estado implicaba, en cierta medida, brindar una validación o reconocimiento a estos prestadores que no estaba sustentado en un sistema de evaluación y aceptación al registro de los mismos.

Para este estudio y a los efectos de preservar la confidencialidad de la información, se tuvo acceso a una base de datos para analizar, cuyos campos principales para cada PSE son: i) Número de registro, ii) Forma jurídica del prestador (consultor individual, empresa, etc.), iii) año de inicio de actividades, iv) Localidad y provincia de radicación, v) Categorías y actividades de los servicios en la cual se especializa (ver tabla adjunta),

Categorías y Actividades detalladas por el DIRCON

Categoría	Actividades	Categoría	Actividades	
Administración, Finanzas y Presupuestos	Capacitación en Organización y Sistemas	Marketing	Publ y Prom (incluye dis y prod de Stands)	
	Evaluación de Proyectos		Packaging y presentaciones	
	Legales, fiscales y previsionales		Investigación de Mercado	
	Gestión de compras		Posicionamiento e Imagen Corporativa	
	Costos		Marketing Directo	
	Logística		Marketing	
	Contabilidad		Capacitación en productos y servicios	
	Presupuesto		Capacitación en Mercado	
	Finanzas		Comunicación	
	Administración		Pricing	
Calidad	Implantación de Sistemas de Calidad	Producción	Motivación	
	Calidad de Producto		Atención y Retención (incluido Call Centres)	
	Certificación		Testeo y Prototipos	
	Capacitación en Calidad		Estudios Ambientales	
	Buenas Practicas de manufactura		Incorporación de tecnología	
	Mejora continua		Investigación y desarrollo	
	Gestión de Calidad		Reingeniería de procesos industriales	
Implantación de Sistemas de Calidad II	Diseño Industrial			
Comercio Exterior	Estudios de mercado		Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)	Seguridad
	Introducción al Comercio exterior			Producción
Dirección de Empresas	Gestión de empresas - Avanzado	Procesos		
	Gestión de empresas - Introducción	Mantenimiento		
Estrategia	Localización y Diseño de Planta	Organización y Métodos		
	Gestión del Medioambiente	Capacitación en Infraestructura productiva		
	Negociación	Sistemas de información y comunicaciones		
	Planeamiento Estratégico y Operativo	Sistemas de información y comunicaciones II		
	Gestión del Cambio	Desarrollo de software		
	Gestión de RRHH	Internet		
	Control de Gestión	Bases de Datos		
Conducción y Liderazgo	Utilitarios oficina			
Ventas y Comercialización	Comercialización	Idiomas	Tecnología	
	Ventas		Sistemas	
Formulación de Proyectos	Formulación de proyectos		Alemán, Inglés, Portugués, Italiano, Chino, etc.	

Fuente: ANEXO IV – Tabla de clasificación de actividades, PACC.

3.2. Prestadores de servicios empresariales por tipo

Al analizar la oferta de PSE registrados en el DIRCON por tipo societario, se observa que poco más de la mitad (el 54,6%) son consultores individuales (7.087 PSE unipersonales). Estos son en su mayoría profesionales que ejercen de manera independiente la profesión y que posiblemente llegaron a formar parte del DIRCON como una manera de ampliar su base de clientes y negocios. En orden de importancia siguen dos tipos de forma jurídica. La Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L. - 3.444 empresas) y la Sociedad Anónima (S.A. - 1.056 firmas) que explican el 26,5% y poco más del 8% del total de los PSE registrados. Sumando a estas a las Sociedades de Hecho (323 empresas), se verifica que los cuatro tipos principales concentran casi al 92% de los PSE.

Prestadores de servicios empresariales registrados en el DIRCON

Por tipo

Tipo de prestadores	Cantidad	%
Unipersonal	7.087	54,6%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	3.444	26,5%
Sociedad Anónima (S.A.)	1.056	8,1%
Sociedad de Hecho (S.H.)	323	2,5%
Asociación Civil	121	0,9%
Fundación	100	0,8%
Universidad	54	0,4%
Cooperativa	13	0,1%
Colectiva	11	0,1%
Sucursal Empresa Extranjera	11	0,1%
Otros *	17	0,1%
Sin datos	747	5,8%
Total general	12.984	100%

* Incluye: Mixta, Asociación Mutual, Fondo Común de Inversión, Sociedad en Comandita, Fideicomiso, Sociedad de Garantía Recíproca y U.T.E.

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

relativamente joven. En efecto, casi el 62% de los PSE (unos 8.000) iniciaron sus actividades en los últimos 12 años (ver tabla adjunta). Aún más, alrededor del 38% se crearon en el período 2006-2012. En igual sentido, sólo el 10% de los PSE poseen una fecha de inicio de actividades anterior a 1990.

Así como la juventud es reflejo del dinamismo y entrada de nuevos oferentes a este mercado de servicios empresariales, su escasa antigüedad también estaría evidenciando en parte lo incipiente de este mercado.

Asimismo, observando detenidamente la tabla adjunta, se advierte un notable crecimiento en la oferta de PSE desde mediados de la década de '90. Si bien no se cuenta con evidencia concreta, la información sugiere que podría existir relación entre este crecimiento y la aparición, en igual período, de programas que subsidian la adquisición de SDE por parte de las empresas. Entre estos se puede mencionar al Programa de Reconversión Empresarial para las Exportaciones (Programa pionero en la adjudicación de ANRs contra proyectos creado por la SEPYME en 1996) y al FONTAR⁷ (creado por la ANPCYT⁸ también en 1996). Nótese que casi el 80% (unos 10.170 prestadores) se crean en el período señalado.

De este modo, las cifras parecen mostrar que al menos parte de la oferta de (SDE) se ha ido desarrollado y consolidando en el tiempo, respondiendo en cierta medida a los estímulos brindados por la política pública. Sostener estos estímulos sería así muy relevante en pos de robustecer y mejorar la oferta y el funcionamiento del mercado de los SDE.

El Directorio también registra a un grupo de instituciones sumamente valiosas en términos del potencial de los recursos humanos que las componen (profesionales altamente calificados). En efecto, si bien con un peso relativo limitado en el total de PSE, la existencia de Asociaciones Civiles (121), Fundaciones (100) y Universidades (54), enriquecen la oferta de SDE.

3.3. Antigüedad de los prestadores de servicios empresariales

Examinando las fechas de creación de los PSE registrados en el DIRCON, se verifica una población general

PSE por período de inicio de actividad

Desde-Hasta	Cantidad	%
hasta 1950	22	0,2%
1951-1960	24	0,2%
1961-1970	131	1,0%
1971-1975	186	1,4%
1976-1980	262	2,0%
1981-1985	280	2,2%
1986-1990	406	3,1%
1991-1995	1.332	10,3%
1996-2000	2.174	16,7%
2001-2005	3.101	23,9%
2006-2010	3.929	30,3%
2011-2012	967	7,4%
sin información	170	1,3%
Total general	12.984	100%

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012)

⁷ Fondo Tecnológico Argentino.

⁸ Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica.

3.3. Distribución provincial de los prestadores de servicios empresariales

Analizando la distribución espacial de los PSE registrados pueden realizarse las siguientes consideraciones: La primera refiere a que todas las provincias Argentinas (23 en total) más la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.B.A.) presentan algún tipo de representación.

Sin embargo, la misma está fuertemente concentrada en unas pocas provincias. Sólo 5 jurisdicciones (C.A.B.A., Provincia de Buenos Aires, Santa Fé, Córdoba y Mendoza) agrupan a poco más del 84% del total.

Como contracara, las 10 provincias con menor representación (Chaco, Jujuy, La Pampa, Corrientes, San Luis, Formosa, La Rioja, Santa Cruz, Santiago Del Estero y Tierra Del Fuego) en conjunto, apenas superan el 3% del total del país.

Si bien esta distribución no sorprende en función de la concentración poblacional y empresarial de la Argentina, los PSE parecieran mostrar una concentración aún mayor que la empresarial total. En efecto, mientras los principales 5 distritos (Buenos Aires, C.A.B.A., Santa Fé, Córdoba y Mendoza) agrupan al 84,2% de los PSE, estos concentran a poco más del 76% del total de las firmas de país⁹ (y al 83% de las industriales). En el mismo sentido, una importante proporción de las provincias parecerían estar subrepresentadas en relación a la presencia de PSE. Así, mientras el peso de los PSE en las 10 provincias con menor presencia relativa es del 3,3%, las mismas provincias agrupan a casi el 9% del total de firmas del país (y a casi el 6% de las industriales)¹⁰.

Prestadores de servicios empresariales

Por provincia

Provincia	Cantidad	%	% Acum.
C.A.B.A.	3.612	27,8%	27,8%
Buenos Aires	3.529	27,2%	55,0%
Santa Fé	1.626	12,5%	67,5%
Córdoba	1.550	11,9%	79,5%
Mendoza	614	4,7%	84,2%
Rio Negro	273	2,1%	86,3%
Tucumán	234	1,8%	88,1%
Entre Rios	218	1,7%	89,8%
Salta	192	1,5%	91,3%
Neuquen	191	1,5%	92,7%
Catamarca	145	1,1%	93,8%
Misiones	129	1,0%	94,8%
Chubut	102	0,8%	95,6%
San Juan	96	0,7%	96,4%
Chaco	95	0,7%	97,1%
Jujuy	78	0,6%	97,7%
La Pampa	73	0,6%	98,3%
Corrientes	64	0,5%	98,7%
San Luis	46	0,4%	99,1%
Formosa	31	0,2%	99,3%
La Rioja	21	0,2%	99,5%
Santa Cruz	13	0,1%	99,6%
Santiago Del Estero	7	0,1%	99,7%
Tierra Del Fuego	6	0,0%	99,7%
s/d	39	0,3%	100,0%
Total general	12.984	100%	

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

3.4. Grado de cobertura de las diferentes categorías de servicios

Haciendo un análisis por “Categorías” de servicios, se observa que la categoría con mayor cobertura es la relacionada con las actividades de Marketing (agrupa actividades como investigación de mercado, comunicación, diseño y producción de stands, entre otros). Más del 50% de los PSE (6.563) manifiesta prestar algún servicio relacionado a dicha categoría.

La oferta de servicios empresariales relacionados con la Producción (43,5%, que incluye matricerías, moldes, prototipos, diseño industrial, I+D, incorporación de tecnología y estudios ambientales), Administración, Finanzas y Presupuestos (42%), y Estrategia empresarial (41,7%, que incluye, localización y diseño de plantas, gestión de RR.HH. y control de gestión, entre otras actividades), le siguen en relevancia, agrupando a 5.645, 5.458 y 5.408 prestadores, respectivamente.

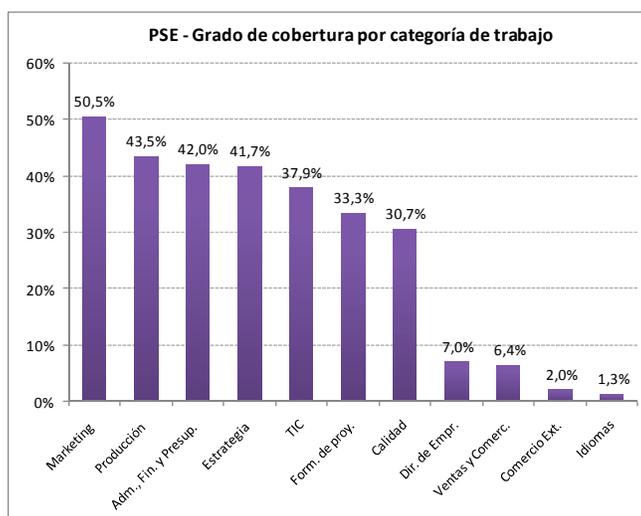
⁹ Según datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, MTEySS en base a SIPA, 2011.

¹⁰ Según datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, MTEySS en base a SIPA, 2011.

Los desarrollos e implementaciones de Sistemas Informáticos (TIC) orientados a mejorar la gestión de las empresas a fin de hacerlas más eficientes aparecen en el quinto lugar, concentrando a poco más de 4.900 prestadores (casi un 38% del total).

Un número importante de proveedores de servicios empresariales también manifiesta prestar servicios de Formulación de proyectos (4.330, 33,3% del total) y de actividades relacionadas con la categoría Calidad, agrupando a casi 4.000 prestadores (31%).

Finalmente, las categorías Dirección de empresas (7%), Ventas y comercialización (6,4%), Comercio exterior (2%) e Idiomas (1,3%) son las que registran la menor cantidad de PSE.



Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012)

3.5. Grado de especialización de los PSE en las diferentes categorías de servicios

Los datos descriptos precedentemente dan cuenta, a priori, que un grupo de proveedores de SDE ofrecen servicios en más de una categoría. La tabla adjunta, expone esta realidad y permite hacer algunas conjeturas acerca de su grado de especialización. La misma, muestra la cantidad de prestadores agrupados por el número de categorías de servicio que ofrecen (sobre un máximo posible de 11 categorías).

Este ejercicio permite afirmar que un importante número de PSE se encuentra relativamente especializados, concentrando su oferta de servicios en no más de 3 categorías. En efecto, más del 31% del total de los PSE registrados (4.065) centraliza su oferta en sólo una de las categorías consideradas por el DIRCON y casi el 60% del total (unas 7.640) reúne su oferta de actividades en no más de 3 categorías.

Como contrapartida, menos del 1,5% de las PSE manifiesta ofrecer actividades relacionadas con más de 8 actividades.

Cantidad de categorías atendidas		
Categorías cubiertas	EPSE	%
1	4.065	31,3%
2	2.100	16,2%
3	1.474	11,4%
4	1.361	10,5%
5	1.113	8,6%
6	1.026	7,9%
7	999	7,7%
8	90	0,7%
9	53	0,4%
10	31	0,2%
11	12	0,1%
Sin datos	660	5,1%
Total	12.984	100%

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

3.6. Actividades desarrolladas por los PSE en las diferentes categorías de servicios

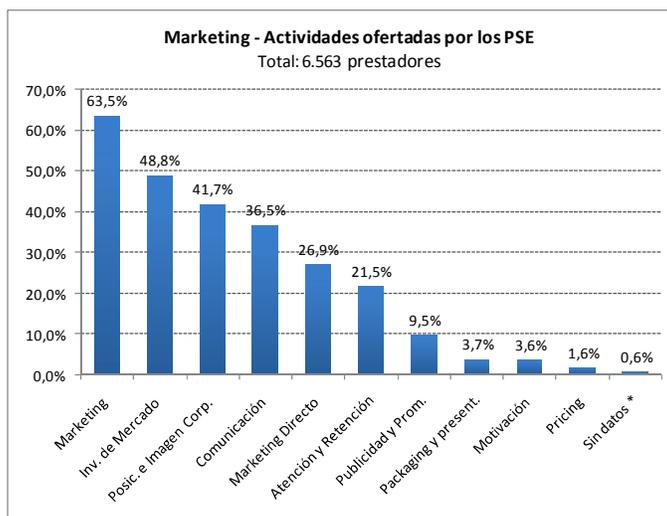
A continuación se analizan en detalle cada una de las categorías especificadas en el DIRCON. Para ello, se muestra la oferta de SDE para cada una de las actividades que componen esas categorías y el grado de especialización de las PSE que los prestan.

3.6.1. Categoría “Marketing”

La categoría Marketing del DIRCON, tendiente a mejorar la faceta comercial de las empresas y la imagen de las mismas, se integra a través de 12 actividades específicas: Packaging y presentaciones, Comunicación, Publicidad y/o Promoción (incluye diseño y producción de Stands), Pricing, Posicionamiento e Imagen Corporativa, Motivación, Marketing Directo, Marketing, Investigación de Mercado, Atención y Retención (incluido Call Centres), Capacitación en productos y servicios, y Capacitación en Mercado.

Analizando la oferta de SDE al interior de la categoría (que agrupa a 6.563 firmas), se verifica que la actividad Marketing concentra al 63,5% de los PSE (4.165). Investigación de Mercado (con más de 3.200 prestadores), Posicionamiento e Imagen Corporativa (3.734), y Comunicación (con casi 3.400) le siguen en importancia.

También se destaca la proporción de PSE que ofrecen servicios de Marketing Directo (1.763), Atención y Retención (1.413), y Publicidad y/o Promoción (que incluye diseño y producción de Stands, con más de 620 firmas).



* No especifican actividades

** No se registran EPSE que cubran las actividades de “Capacitación en productos y servicios” y “Capacitación en Mercado”

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

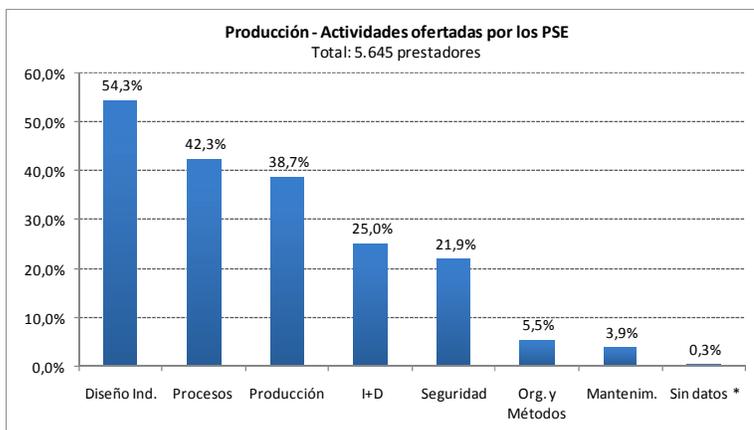
3.6.2. Categoría “Producción”

La categoría Producción está conformada por 12 actividades: Testeo y prototipos, Incorporación de tecnología, Estudios ambientales, Capacitación en infraestructura productiva, Investigación y desarrollo, Reingeniería de procesos industriales, Diseño Industrial, Seguridad, Producción, Procesos, Mantenimiento, y Organización y métodos.

“Producción” contiene a 5.645 prestadores de los cuales poco más del 54% brinda servicios relacionados con el Diseño industrial. Las actividades relacionadas a Procesos (2.386 PSE) y a Producción (casi 2.190) le siguen en importancia concentrando más del 42% y 38,7% de las PSE (ver gráfico adjunto).

La proporción de empresas que ofrecen servicios relacionados con actividades de Investigación y desarrollo (más de 1.400) y de Seguridad (1.237) también poseen un peso apreciable en la categoría, agrupando al 25% y casi 22% del total de los PSE registrados.

Por el contrario, Organización y Métodos (308) y Mantenimiento (218) aparecen como las actividades menos representadas por la oferta de PSE.



* No especifican actividades

** No se registran PSE que cubran actividades de Testeo y Prototipos, Estudios Ambientales, Incorporación de Tecnología, Reingeniería de procesos industriales y Capacitación en infraestructura productiva.

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

Del análisis destaca que cuatro actividades muy relevantes a la competitividad empresarial no se encuentran representadas por algún PSE. En efecto, el DIRCON no verifica registro de prestadores que se especialicen en actividades de Testeo y prototipos, Estudios ambientales, Incorporación de tecnología y en

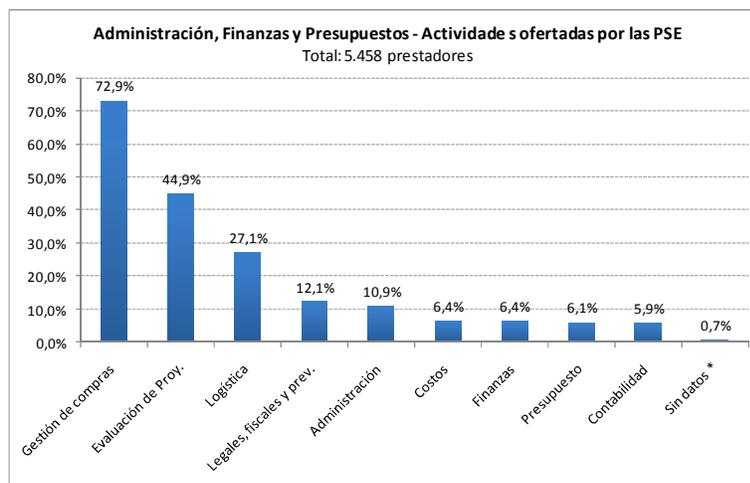
Reingeniería de procesos industriales. Si bien esto es atribuible en parte a falencias en el proceso de registración (existen este tipo de prestadores, pero están registrados en otras actividades o en una categoría más abarcativa que no permite identificarlos con exactitud), en cierta medida también ofrece un llamado de atención, frente a la posibilidad de contar con alguna debilidad en la oferta de estas actividades.

3.6.3. Categoría "Administración, Finanzas y Presupuestos"

Esta categoría está conformada por 10 actividades: Capacitación en Organización y Sistemas, Evaluación de Proyectos, Legales, fiscales y previsionales, Gestión de compras, Costos, Logística, Contabilidad, Presupuesto, Finanzas, y Administración.

Cuenta con 5.458 proveedores de servicios asociados. La mayor parte de los mismos ofrece actividades relacionadas con la Gestión de compras y con la Evaluación de Proyectos (concentrando a 3.981 y a 2.450 PSE, respectivamente).

Logística con 1.481 PSE, les siguen en importancia (ver gráfico adjunto).



* No especifican actividades

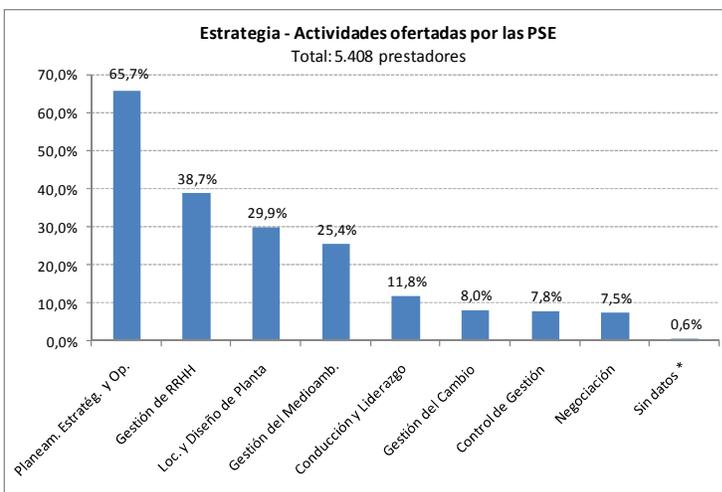
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

En el otro extremo, la provisión de servicios relacionados a Costos (350 PSE), Finanzas (350), Presupuesto (333) y Contabilidad (320), son los menos cubiertos por la oferta de los PSE agrupados en esta categoría.

3.6.4. Categoría “Estrategia”

La categoría Estrategia está conformada por 8 actividades: Localización y Diseño de Planta, Negociación, Planeamiento Estratégico y Operativo, Gestión del Medioambiente, Gestión del Cambio, Gestión de RRHH, Control de Gestión, y Conducción y Liderazgo.

Analizando las PSE al interior de la categoría de referencia (que agrupa a 5.408 prestadores), se verifica que la actividad de Planeamiento Estratégico y Operativo concentra al 65,7% de las firmas (3.555). Localización y Diseño de Planta (2.095 PSE), Gestión del Medioambiente (1.615 PSE) y Conducción y Liderazgo (1.374 PSE) le siguen en importancia (ver gráfico adjunto).

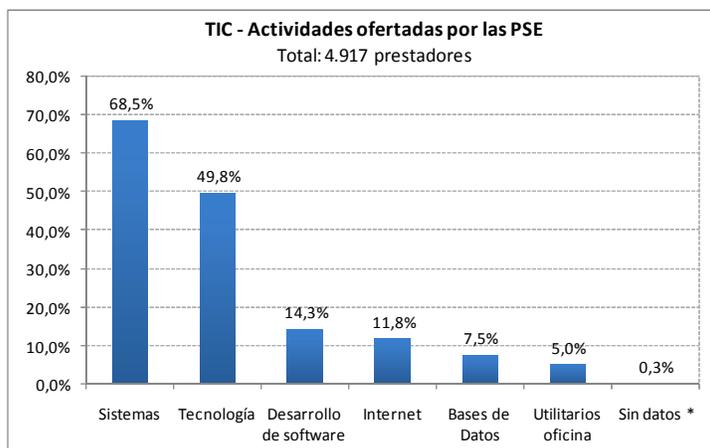


* No especifican actividades
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

En el extremo opuesto, la menor cantidad de PSE se verifica en relación con las actividades asociadas a Gestión del Cambio (434), Control de Gestión (423) y Negociación (404).

3.6.5. Categoría “Tecnologías de Información y Comunicación” (TIC)

La categoría Tecnologías de Información y Comunicación del DIRCON está conformada por 6 actividades principales. Las mismas son: Desarrollo de software, Internet, Bases de Datos, Utilitarios oficina, Tecnología, y Sistemas.



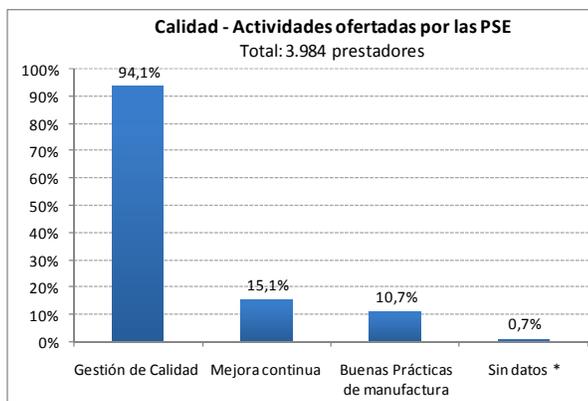
* No especifican actividades
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

Esta categoría cuenta con 4.917 proveedores de servicios asociados. La gran mayoría de los PSE (el 68,5%) realizan actividades relacionadas al desarrollo e implementación de Sistemas. Asimismo, casi un 50% se relaciona con actividades de desarrollo e implementación de Tecnología (2.450 prestadores). Los PSE que desarrollan software (705) y los que prestan servicios relacionados con Internet (580), les siguen en importancia representando al 14,3% y a casi el 12% de las firmas que desarrollan actividades en la categoría (ver tabla adjunta).

3.6.6. Categoría “Calidad”

La categoría Calidad del DIRCON, se integra a través de 7 actividades específicas: Implantación de Sistemas de Calidad, Calidad de Producto, Certificación, Capacitación en Calidad, Buenas Prácticas de manufactura, Mejora continua, y Gestión de Calidad.

Esta categoría cuenta con un total de 3.984 PSE y muestra una concentración notable de los mismos como prestadores de servicios relacionados a la Gestión de la calidad, agrupando a poco más del 94% del total (3.747 PSE). Como puede observarse en el gráfico adjunto, Mejora continua (con 602 firmas) y Buenas Prácticas de manufactura (con 427) le siguen en relevancia



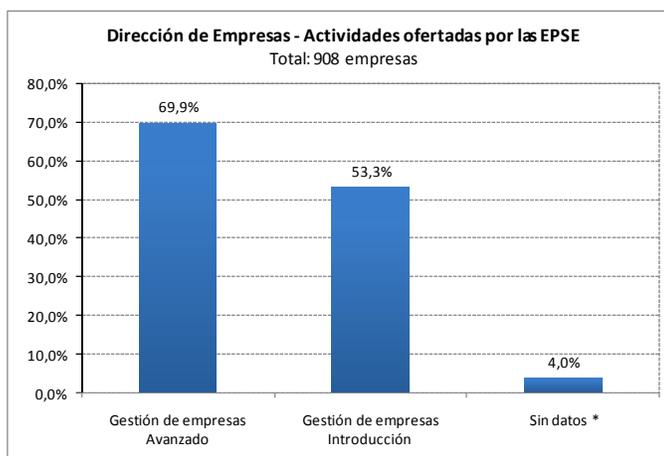
* No especifican actividades
** No se registran consultoras que cubran actividades de Implantación de Sistemas de Calidad, Calidad de Producto, Certificación, Capacitación en Calidad e Implantación de Sistemas de Calidad.
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

Es llamativa la ausencia de consultoras que cubran las subáreas relacionadas con actividades de Certificación, Calidad de Producto e Implantación de Sistemas de Calidad. Sin embargo, en esta categoría en particular, esos PSE están registrados de modo genérico (categoría “Calidad”) o bajo otras actividades, por lo que no ha sido posible identificarlos en detalle.

3.6.7. Categoría “Dirección de Empresas”

La categoría Dirección de Empresas está conformada por 2 actividades: Gestión de empresas-Avanzado y Gestión de empresas-Introducción.

La categoría registra poco más de 900 PSE distribuidos de modo relativamente equitativo entre las dos actividades que la conforman. Así, Gestión de empresas-Avanzado aparece como actividad asociada a unos 635 prestadores y Gestión de empresas-Introducción a 484 proveedores (ver gráfico adjunto).



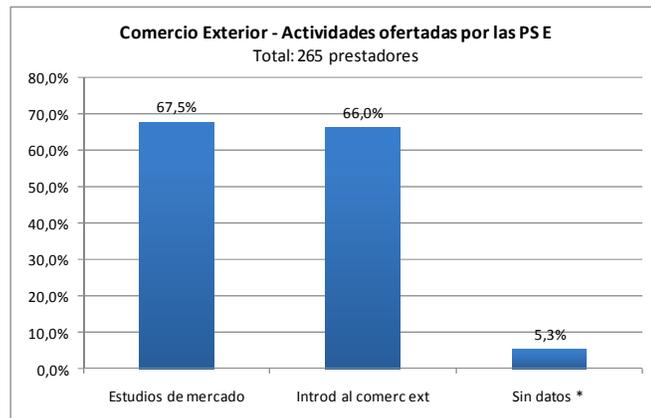
* No especifican actividades
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

3.6.8. Categoría “Ventas y Comercialización”

La categoría Ventas y Comercialización del DIRCON, se integra a través de 2 actividades: Comercialización y Ventas. La misma agrupa a 835 proveedores de servicios empresariales, siendo ofertadas por 581 firmas la primera de ellas (69,6%) y por 523 la segunda (62,6%). El 1,9% no mostraba datos.

3.6.9. Categoría “Comercio Exterior”

La categoría Comercio exterior del DIRCON, agrupa a 2 actividades: Estudios de mercado e Introducción al Comercio Exterior. La misma agrupa a 265 proveedores de servicios empresariales. Ambas actividades son ofertadas por algo menos de 180 PSE cada una (ver gráfico adjunto).



* No especifican actividades
Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

3.7. Análisis complementario sobre la cobertura de PSE en provincias con baja representación

Uno de los rasgos más marcados que surgen del análisis del DIRCON es que existe una alta concentración de prestadores de servicios empresariales en pocas jurisdicciones (solo 2 jurisdicciones, C.A.B.A. y Buenos Aires agrupan al 55% del total de los PSE del país). La contracara de esto, es que 16 provincias albergan apenas al 15% del total de la oferta de PSE, inscriptos en el Directorio¹¹. A partir de esta evidencia parecería que las pymes radicadas en estas provincias tienen un acceso relativamente restringido a SDE. Sin embargo, dado que un número importante de PSE manifiestan tener cobertura más allá de las fronteras de su jurisdicción de residencia, se trabajó sobre la hipótesis que pymes que operan en jurisdicciones con bajo número de PSE, de todos modos son atendidas por prestadores radicados fuera de esas provincias.

Para corroborar esta hipótesis, se llevó a cabo un ejercicio con empresas beneficiarias del PACC considerando a las 16 provincias con menor cantidad de registros de PSE. De este modo, se seleccionaron al azar 55 proyectos (que incluyen casi 200 acciones de consultoría), para dimensionar cuan relevante es la presencia de prestadores extra-provinciales sobre el total de PSE y acciones de esos proyectos. Asimismo, con base en la información que surge de las “carpetas de proyecto del PACC”, se pudo especificar la cantidad y tipo de acciones realizadas y el origen del prestador que la proveyó.

Muestra de proyectos PACC en provincias con limitada representación de PSE*

Provincia	Cantidad de proyectos	Cantidad de acciones	Promedio de acciones por proyecto
Chaco	3	11	3,7
Chubut	4	17	4,3
Corrientes	3	9	3,0
Jujuy	3	11	3,7
La Pampa	3	9	3,0
La Rioja	3	13	4,3
Misiones	3	8	2,7
Neuquén	3	13	4,3
Río Negro	3	6	2,0
Salta	6	21	3,5
San Juan	3	12	4,0
San Luis	3	13	4,3
Santa Cruz	3	13	4,3
Santiago del Estero	3	9	3,0
Tierra del Fuego	2	3	1,5
Tucumán	7	25	3,6
Total general	55	193	3,5

* Provincias que individualmente representan menos del 2% de los PSE totales y en conjunto agrupan apenas al 15% del total.

Fuente: elaboración propia en base a datos proporcionados por el PACC

¹¹ Las provincias son: Chaco, Chubut, Corrientes, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Tucumán.

**Muestra seleccionada de Proyectos PACC
en relación al total general de proyectos
en las provincias seleccionadas - Por región geográfica**

Región	Cantidad de Proyectos		% del total
	Total PACC*	Muestra aleatoria	
NOA	127	22	17%
Cuyo	32	6	19%
NEA	63	9	14%
Patagonia	182	18	10%
Total	404	55	14%

* Incluye todos los proyectos PACC empresas en las provincias seleccionadas (tanto ejecutados como en ejecución)

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por el PACC

Como puede observarse en el cuadro adjunto, si bien no podemos afirmar que la muestra seleccionada es estadísticamente representativa, considera un número importante en relación tanto al total de proyectos aprobados en esas provincias (14% del total) como en relación a cada una de las regiones consideradas (representando entre el 10% del total en la Patagonia y hasta el 19% en Cuyo).

En función de lo acotado del espacio que se dispone para este estudio no se presenta el análisis completo realizado en el proyecto de investigación, aunque sí podemos señalar que aún en las provincias y regiones geográficas con menor oferta de prestadores de servicios empresariales radicados, el mercado nacional de SDE brinda cobertura a las mismas. Si bien la cercanía geográfica de los potenciales PSE es un rasgo positivo para las firmas (conocen mejor el territorio, su idiosincrasia, necesidades específicas, etc. y a su vez abarata costos), la evidencia sugiere que a pesar de la debilidad de ciertos mercados locales de SDE, estas empresas de todos modos encuentran PSE extra-provinciales que satisfagan sus requerimientos. En este sentido, en lo que se refiera al origen de los prestadores, se destacan fundamentalmente C.A.B.A. y en menor medida Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza. Mientras que los PSE radicados en la C.A.B.A. participan en prácticamente todas las provincias del país, las radicadas en Córdoba, Santa Fé y Mendoza poseerían una cobertura más asociada a sus regiones de influencia. En lo que respecta a las categorías, sobresalen los PSE que asisten a las pymes en temas de Calidad, TICs y Ventas y comercialización.

3.8. Análisis sobre el nivel de actividad mostrado por los PSE.

La base del DIRCON incluye información acerca de la cantidad de proyectos financiados por el PACC en los que ha participado a lo largo de los últimos años cada uno de los PSE registrados. Si bien esto no refleja la totalidad de los servicios que venden estos PSE, en verdad se espera que tengan una cartera de clientes no necesariamente ligada a la asistencia pública, es posible utilizar estas cifras para aproximarse al grado de adecuación que tienen los servicios que proveen a las necesidades de sus clientes PyMEs. El hecho concreto que han vendido servicios a PyMEs (aunque con la ayuda financiera del PACC) es un indicio que poseen la habilidad de desarrollar y poner a disposición de las empresas una combinación de productos y servicios valorados por las PyMEs. De lo contrario esos servicios nunca se hubieran vendido. Aún bajo la hipótesis que una porción del costo económico no lo debe desembolsar el empresario, recibir a un PSE tiene costos en tiempo, dedicación, acciones a implementar que éste puede sugerir como resultado de su trabajo, entre otras, que de no ser valorados como útiles, el empresario no se involucraría.

En base a los proyectos PACC aprobados en el período 2009-2012, es posible afirmar que las casi 11.000 actividades asociadas a los 3.754 proyectos aprobados (ejecutados o en ejecución), están concentradas en un

Cantidad de PSE según el número de actividades realizadas en el marco de los proyectos PACC

Cantidad de actividades	Cantidad de PSE	% PSE	Cantidad de actividades por intervalo	% actividades
Ninguna	9.369	72,2%	0	0,0%
entre 1 y 5	3.333	25,7%	4.670	42,6%
entre 6 y 25	236	1,8%	2.623	23,9%
entre 26 y 50	27	0,2%	949	8,7%
más de 50	19	0,1%	2.722	24,8%
Totales	12.984	100%	10.964	100%

Fuente: Elaboración propia en base a DIRCON (2012).

grupo reducido de proveedores. Los poco menos de 20 PSE que han realizado hasta el momento 50 consultorías o más, explican la cuarta parte de la totalidad de actividades. En orden de importancia descendente, aparece un grupo de 263 PSE (apenas el 2% del total de los PSE registrados) que han realizado entre 6 y 50 actividades, explicando un tercio del total de las mismas. Por último, hay 3.333 PSE, el grupo más numeroso de proveedores efectivos, los que han realizado entre 1 y 5 actividades que representan el 25% de los prestadores registrados y el 42% de las actividades realizadas.

Finamente, se observa que más de 9.000 PSE (72% del DIRCON) no registran actividades realizadas en el marco de los proyectos recientes del PACC. Estos son proveedores que aún estando registrados, no han acordado proveer ningún servicio a empresas en el marco del Programa. Al menos una parte de estos PSE posiblemente se hayan registrado con la intención de complementar ingresos generados en su actividad principal y que o bien son poco activos en la búsqueda de potenciales clientes o, en algunos casos, luego de alguna desaprobación de los proyectos de su o sus clientes, no intentaron seguir desarrollando el mercado, mostrando en todo caso un nivel de interés y compromiso comercial bajo.

De este modo, se advierte que los PSE con actividades comprobables en el marco del PACC ascienden a poco más 3.600 y representan al 28% del DIRCON. En términos absolutos si se comparan estas cifras con el número de prestadores activos hacia principios de la década pasada permite concluir que el desarrollo de la oferta en términos cuantitativos ha sido muy significativo. Esto implica que, en la actualidad, las opciones que tiene una PyME interesada en recibir asistencia han aumentado sustantivamente. Por otra parte, el número de PyMEs al que la oferta de proveedores actual puede atender también es muy superior, lo que indica que la evolución reciente de este sector de la economía muestra señales de mayor desarrollo.

4. Principales resultados y conclusiones del estudio

En esta sección final, se sintetizan los resultados principales que se infieren del estudio. Si bien el DIRCON es una proxy de la oferta de servicios empresariales existente, a través del análisis del mismo es posible señalar que la Argentina cuenta con una oferta numerosa (casi 13.000 prestadores), diversificada (en más de 10 categorías), joven (62% de los prestadores iniciaron sus actividades en los últimos 12 años) y que a lo largo de los últimos años ha mostrado señales de sostenido crecimiento (el número se multiplicó por 4 entre 2006 y 2012).

Desde mediados de la década de '90 se verificó un notable crecimiento en la oferta de prestadores. Casi el 62% de ellos (unos 8.000) iniciaron sus actividades en los últimos 12 años. Aún más, alrededor del 38% se crearon en el período 2006-2012. Esta información sugiere que podría existir relación entre este crecimiento y la aparición, en

igual período, de programas públicos que subsidian la adquisición de consultoría por parte de las empresas, respondiendo en cierta medida a los estímulos brindados por la política pública.

Los prestadores están altamente concentrados en las jurisdicciones de mayor desarrollo relativo del país. CABA, Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza, explican el 84% del total en el país. Esto sugiere que las pymes radicadas en el resto del territorio tendrían un acceso limitado a este tipo de servicios. Sin embargo, a partir de una muestra de proyectos financiados por un instrumento de apoyo de la SEPYME (el PACC), pudo corroborarse que algunas firmas de esas provincias logran contratar servicios de otras regiones (principalmente C.A.B.A.). Así, las distancias no han sido un impedimento para que pymes con necesidades y disposición a recibir asistencia, hayan tenido acceso y contratado consultoría.

Se observa que poco más de la mitad de los prestadores son consultores individuales, en su mayoría profesionales. El Directorio también registra a un grupo de instituciones sumamente valiosas en términos del potencial de los RR.HH. que las componen (profesionales altamente calificados). Si bien con un peso relativo limitado en el total de prestadores (2,1%, unas 275 instituciones), la existencia de Asociaciones Civiles, Fundaciones y Universidades, enriquecen la oferta de consultoría.

El directorio posee once categorías de servicios en las cuales pueden registrarse los prestadores: Marketing (agrupa al 50,5%), Producción (43,5%), Administración, Finanzas y Presupuestos (42%), Estrategia (42%), Tecnologías de Información y Comunicación (TIC, 38%), Formulación de proyectos (33%), Calidad (31%), Dirección de Empresas (7%), Ventas y Comercialización (6%), Comercio exterior (2%) e Idiomas (1%). Del análisis por “Categorías” de servicios surge que se existe oferta en todas las categorías y que 7 de las 11 es ofrecida por un tercio de los prestadores o más. Estos datos dan cuenta que un grupo de proveedores ofrecen servicios en más de una categoría. Sin embargo, un importante número se encuentran relativamente especializados, concentrando su oferta de servicios en no más de 3 categorías (31% en sólo una y casi el 60% opera en no más de 3).

La base incluye información acerca de la cantidad de proyectos financiados por el PACC en los que ha participado cada uno de los prestadores. Si bien esto no refleja la totalidad de los servicios que venden los mismos, es posible utilizar estas cifras para aproximarse al grado de adecuación que tienen los servicios que proveen a las necesidades de sus clientes PyMEs. El hecho concreto que han logrado vender servicios a PyMEs (aunque con la ayuda del PACC), es un indicio que poseen la habilidad de desarrollar y poner a disposición de las empresas una combinación de productos y servicios valorados por las firmas.

La información disponible no permite evaluar las capacidades profesional de los PSE inscriptos, por otro lado, no hay ningún tipo de esfuerzo para elaborar información objetiva sobre los mismos que pueda servir a los potenciales clientes en su proceso de búsqueda y selección de PSE. En verdad, que el DIRCON no esté disponible on-line, implica que los PSE se tienen que dar a conocer por sus propios medios. Se pueden pensar diferentes alternativas para utilizar el directorio de modo que reduzcan los costos de transacción y fortalecer el mercado.

Ahora bien, la oferta efectiva es posible aproximarla a partir de los PSE que han desarrollado actividades comprobables en el marco del PACC en los últimos años. Los más 3.600 PSE que vendieron servicios superan ampliamente a los 400 que había a principios de los noventa. Esto permite concluir que el desarrollo de la oferta en

términos cuantitativos ha sido muy significativo haciendo que las opciones que tiene una PyME interesada en recibir asistencia haya aumentado sustantivamente. Por otra parte, el número de PyMEs al que la oferta de proveedores actual puede atender también es muy superior, lo que indica que la evolución reciente de este sector de la economía muestra señales de mayor desarrollo.

Dicho esto, las capacidades de concretar negocios en el marco del PACC que muestran los PSE son diversas. A partir de la escasa información disponible es posible conjeturar acerca del grado de importancia que tiene el mercado PyME para distintos grupos de PSE de modo de sacar alguna conclusión del grado de desarrollo de la oferta y dejar planteadas preguntas de investigación más focalizadas para el futuro: incluyendo también el lado de la demanda.

Existe un grupo mayoritario de PSE (más de 3.300) que han prestado en el marco del PACC no más de cinco servicios. Este grupo está explicado por prestadores que no se dedican de manera exclusiva a la asistencia a PyMEs o que la actividad es relativamente marginal en su generación de ingresos. En verdad es muy plausible que muchos de estos se hayan inscripto especialmente para proveer un servicio a una empresa en particular, pero que no toman al mercado de consultoría pyme como algo central de sus negocios.

También se identifica un segundo grupo, de 236 PSE, que han prestado entre 6 y 25 servicios. A diferencia del grupo anterior, la cantidad de actividades promedio (11) sugiere que la relevancia que tiene la provisión de servicios a PyMEs en la generación de ingresos de este grupo, deja de ser marginal. Si bien posiblemente la actividad sea secundaria en tiempo de dedicación e ingresos generados, los PSE de este grupo muestran capacidad de vender y atender a varios clientes al mismo tiempo lo que reflejaría que tienen condiciones de proveer servicios de utilidad para las pymes. Así podría decirse que hay evidencia sugestiva que son profesionales en la atención a pymes y entienden las especificidades de servir a este tipo de firmas. De todos modos, la actividad no parece ser lo suficientemente atractiva en términos profesionales y/o económicos, como para que tomen la decisión de convertirla en su actividad principal.

En tercer lugar, se verificó la existencia de un grupo de poco menos de 30 PSE que, a partir del nivel de actividades realizadas en el marco del PACC (35 en promedio), muestran que el cliente PyME es sumamente relevante para su actividad (incluso puede ser su actividad principal). Este grupo está conformado por consultores individuales u organizaciones (firmas privadas o instituciones como fundaciones y universidades), con RR.HH. altamente calificados y con probada capacidad para proveer servicios valorados por las PyMEs, de lo contrario no mostrarían el nivel de actividad que tienen.

En cuarto y último lugar se identifica un grupo de 19 PSE que concentran la cuarta parte del total de servicios que se prestaron en el marco del PACC. En este grupo hay 2 proveedores con más de 400 servicios prestados cada uno. Los más de 140 servicios prestados promedio por PSE sugieren que estos son los líderes de este mercado. Son proveedores que además de tener capacidad técnica y de resolución de problemas PyMEs, muestran habilidad para apoyarse en los programas públicos para llegar a sus clientes. En este segmento de proveedores, se presume que ofrecen de manera activa sus servicios señalando la posibilidad de obtener un subsidio como argumento de venta. Si bien algunos de estos PSE son certificadoras de calidad, que por ser filiales de multinacionales tienen una lógica muy particular y poco extrapolable, también existen PSE de los cuales se podrían identificar y aprender prácticas efectivas. Esto es, estudiar en profundidad los mecanismos por el cual han logrado penetrar el mercado en general

y el uso intensivo de instrumentos en particular para luego estimular u orientar a PSE con menos dinamismo o menor dedicación al mercado de consultoría para PyMEs.

Finalmente, es posible advertir que el grupo mayoritario de PSE registrados en la actualidad no presenta actividad reciente en el marco del PACC o la que posee, es marginal. Al menos una parte de esos miles de PSE (más de 9.000) que en su momento mostraron algún interés en ser proveedores para PyMEs, pueden considerarse como población objetivo a sensibilizar, capacitar, preparar para que puedan convertirse en proveedores efectivos. Para eso, habría que hacer un análisis en profundidad del grupo para depurar el Directorio, dar de baja aquellos PSE que perdieron el interés de proveer servicios a PyMEs, y luego identificar diferentes perfiles de proveedores para entender y conocer las razones de su poca actividad y así, implementar alguna acción tendiente a fortalecer la oferta de SDE.

Bibliografía

- Akerlof, G. A. (1970): The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n° 3, pp. 488-500.
- Comité de Donantes para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (CDDPE) (2001) Servicios de desarrollo empresarial para pequeñas empresas: Principios rectores para la intervención de los donantes, Banco Mundial, Washington.
- Dini, M (2003) Promoción desde el Lado de la Oferta. El Paradigma del Mercado de Servicio, *Boletín del Centro de Información y Documentación de CONAMYPE*, Año 3, N° 4, San Salvador.
- Dini, M. y Stumpo, G. (2011) Políticas para la innovación en las PyMEs en América Latina, Documento de Proyecto, CEPAL, Santiago.
- Goldmark, L. (1996), *Business Development Services: a Framework for Analysis*, IB. Washington, DC, 1996.
- Lundvall, B. A. y Johnson, B. (1994), "Sistemas nacionales de innovación y aprendizaje institucional" en *Comercio Exterior*, N° 8, México.
- Lundvall, B. A. y Kristensen, F. S. (1997), *Organisational Change, innovation and human resource development as a response to increased competition*, Working Paper N° 16, Danish Research Unit for Industrial Dynamics (DRUID), Dinamarca.
- Marr, A. (2003) *Institutional Approaches to the Delivery of Business Development Services. A review of recent literature*, NRI Report No: 2732
- McVay, M. (1999) *Performance Measurement for Business Development Services to Micro and Small Enterprises: A Revised Framework and Guide to the Preparation of Case Studies*. USAID-ILO
- Reichmuth, M (2001) El mercado de los Servicios de Desarrollo Empresarial a la Pequeña Empresa, presentado en el IV Encuentro Latinoamericano Mercados de los SDE para la Pequeña Empresa "Subsidio o Rentabilidad"?, Guatemala, 10 al 12 de Diciembre de 2001
- SADC (2002) *Developing Markets for Business Development Services: Designing and Implementing More Effective Interventions*, Issue Paper No 5.
- Schneider, G. y Steidl, M (2002) Políticas para desarrollar Mercados de Servicios de Desarrollo Empresarial para la MiPyME.
- Stiglitz. J. (1989) *Markets, Market Failures, and Development"* From *The American Economic Review*, Vol. 79, No. 2, pp. 197-203, (May 1989).

- Ventura, J. (2001) Política de apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas: Análisis del Programa de Reconversión Empresarial para las Exportaciones, SERIE Estudios y perspectivas Nro 1, Oficina de la CEPAL en Buenos Aires, Buenos Aires.
- Yoguel, G. y Boscherini, F. (2001), El desarrollo de las capacidades innovativas de las firmas y el rol del sistema territorial, Revista Desarrollo Económico N° 161.