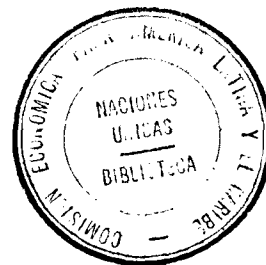


Distr.
RESTRINGIDA

LC/MVD/R.55
Diciembre 1990

ORIGINAL: ESPAÑOL

CEPAL
Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Oficina de Montevideo



ESTRATEGIAS COMERCIALES Y TECNOLOGICAS DE EMPRESAS EXPORTADORAS
PRIMER INFORME SOBRE LA ENCUESTA INDUSTRIAL


900013694 - BIBLIOTECA CEPAL

ARCHIVO
único ejemplar

I N D I C E

	<u>Página</u>
I. ANTECEDENTES	3
II. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA, CARACTERISTICAS DEL UNIVERSO Y DE LA MUESTRA	5
1. Objetivos de la encuesta	5
2. El universo de análisis	5
3. Características de la muestra	5
III. BASES PARA LA ELABORACION DEL CUESTIONARIO	8
1. El enfoque estratégico del comercio internacional	8
2. Los bloques temáticos del cuestionario	10
Anexo A LISTADO DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA	13
Anexo B FORMULARIO DEFINITIVO	14
Anexo C INSTRUCTIVO PARA LOS ENCUESTADORES	17

I. ANTECEDENTES

El presente informe integra una línea de investigación que la CEPAL, Oficina de Montevideo viene realizando en el tema de la especialización exportadora de la economía uruguaya. Estos trabajos se están desarrollando en el marco del convenio con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) .

En este marco se han realizado una serie de estudios sobre la especialización exportadora del punto de vista de los productos y los mercados. En ellos se verificó una marcada asociación entre el tipo de bien exportado y el perfil de inserción externa ^{1/}. Una importante proporción de las manufacturas no basadas en recursos nacionales (industria química y metalmecánica) se destinan en su mayor parte a la región. En cambio los bienes industrializados más tradicionalmente vinculados al mercado mundial (textil, manufacturas del cuero y vestimenta) se concentran en las economías industrializadas de fuera de la región. Los productos básicos presentan dos modalidades diferentes. Un primer grupo, fundamentalmente constituido por materias primas (lana y cuero), se comercializa en países extraregionales con una participación destacada de Europa Oriental. El otro está formado por productos alimenticios que se orientan hacia países con diferentes grados de industrialización. Se observa una cierta estabilidad de esta estructura aunque ciertas actividades manufactureras presentan un cambio a lo largo de los ochenta de los mercados regionales hacia mercados extraregionales más competitivos.

En otro documento, se analizaron los impactos macroeconómicos de sectores exportadores manufactureros que procesan directa o indirectamente materia prima de origen importado (industria química, metalmecánica y textil-vestimenta) ^{2/}. Se consideraron los encadenamientos intersectoriales, el grado de especialización del comercio exterior y el balance de divisas de estas actividades económicas. Son industrias que tienen un escaso poder de arrastre hacia atrás en la economía pero que se destacan como abastecedoras de insumos a otros sectores. Una parte importante de estas ramas (químicas y metalmecánicas) se encuentra especializada hacia la importación, evidenciando un déficit en el balance global directo por sector. La industria textil- vestimenta presenta un patrón moderadamente exportador. Finalmente, respecto al balance de divisas por sector se observa que es deficitario en

^{1/} ver "La especialización exportadora en el Uruguay: asociación productos y mercados", CEPAL- Oficina de Montevideo, LC/MVD/R.34, 1989 (documento elaborado por Marcel Vaillant).

^{2/} ver "Exportaciones de manufacturas con materia prima extranjera: estudio de las consecuencias macroeconómicas de esta actividad, CEPAL- Oficina de Montevideo, LC/MVD/R.44, octubre 1989 (documento elaborado por el consultor Hugo Roche).

varias de estas ramas pero que se reabsorbe a lo largo del período en algunas (abonos y otra químicas) y alcanza a ser superhabitario en una de ellas (química básica).

En el estudio sobre la especialización del comercio exterior uruguayo hacia economías industrializadas^{3/} se constata un diferenciación en la especialización exportadora por mercado. En el caso de las exportaciones hacia EUA, se constata una especialización dominada por bienes de consumo, principalmente las prendas de vestir y otras manufacturas. Por el contrario, en el caso de las exportaciones hacia la CEE predominan los productos intermedios de uso industrial y, en menor medida, los bienes de consumo, básicamente productos alimenticios. Ambas especializaciones suponen diferencias importantes en las estrategias, tecnológicas y organizativas a nivel de la empresa exportadora, y en el desempeño de la misma.

Del Informe sobre el desempeño y la permanencia en la actividad exportadora^{4/}, surgen algunas conclusiones básicas sobre la relación entre tamaño y performance, y entre permanencia en la actividad exportadora y una estructura diversificada de mercados. Estos resultados sugieren la existencia de un proceso o "curva" de aprendizaje de la firma exportadora en la áreas tecnológicas y comerciales, que incluyen transformaciones significativas en la estrategia organizativa de la firma.

En general, los resultados de los trabajos realizados en CEPAL, muestran que a partir de la década de los setenta, y particularmente en los últimos años, numerosas empresas que se orientaron tradicionalmente hacia el mercado interno, han recorrido un camino de especialización productiva, que los ha llevado a insertarse en el mercado externo. Este proceso no se realizó de forma lineal, ni de manera idéntica, sino que fue conducido por empresas con perfiles diferentes y específicos, ensayando estrategias propias. Por otro lado, nuevas empresas han aparecido en la última década con una significativa especialización exportadora. El resultado de este proceso es la actual especialización exportadora del país, con características significativamente diferentes con respecto a los años sesenta, con una oferta exportable y una estructura de mercados más diversificadas.

^{3/} ver "La especialización de las exportaciones uruguayas hacia economía industrializadas: el caso de la Comunidad Económica Europea y los Estados Unidos de América", CEPAL- Oficina de Montevideo, LC/MVD/R.50, agosto 1990 (documento elaborado por el consultor Hugo Roche).

^{4/} ver, "El desempeño de las empresas exportadoras en el Uruguay durante la década de los ochenta", CEPAL- Oficina de Montevideo, LC/MVD/R.51, noviembre 1990 (documento elaborado por el consultor Marcel Vaillant).

II. SELECCION DEL UNIVERSO Y CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA DEFINITIVA

1. Objetivo general de la encuesta industrial.

El objetivo general de la investigación es discutir la interrelación de la estrategia de la empresa exportadora uruguaya, con su performance en el mercado externo. De esta manera, se busca identificar perfiles exitosos, que describan las modalidades de acceso al mercado externo de empresas dinámicas. En particular, interesa evaluar la especialización exportadora de la empresa, desde el punto de vista de su estrategia producto-mercado, y los fenómenos que la misma desencadena a nivel de la gestión comercial, organizativa y tecnológica de la firma.

En investigaciones empíricas recientes realizadas por CEPAL, y también en el extranjero, se muestra la existencia de una alta correlación entre la estrategia de inserción internacional, y la performance exportadora de la empresa. La encuesta busca recoger información suplementaria y específica a la realidad exportadora de la firma uruguaya en el actual entorno internacional, y de esta manera aportar nuevos elementos a la discusión. En este contexto, también importa evaluar el marco de la política económica, en la cual la actividad exportadora se desenvuelve, y de qué manera ella influencia la decisión empresarial.

2. El Universo de análisis

El universo de interés está representado por aquellas empresas que exportan principalmente productos que poseen un proceso de industrialización importante. Se seleccionaron aquellos sectores que presentan un dinamismo de crecimiento y acumulación destacado. En particular, se incluyen aquellos que poseen alguna especificidad de interés, en cuanto a su estrategia de comercialización o de innovación-tecnológica.

Los sectores elegidos son : la industria química, la industria textil (se excluyen los tops de lana, y las prendas de vestir), y las industrias productos y sucedáneos del cuero y pieles (se excluyen las prendas de vestir).

3. Características de la muestra

Las empresas fueron seleccionadas de acuerdo al producto principal exportado por la misma, excluyendo aquellas empresas que exportan por montos inferiores a U\$S 1000. El universo de empresas de interés para el análisis estaba constituido en 1989 por 217 empresas (el 23% del total), que exportaron por U\$S 352842 que representa el 22% del total exportado en 1989 (ver Cuadro 1). Esto

CUADRO CARACTERISTICAS UNIVERSO DE PRODUCTOS SELECCIONADOS PARA LA ENCUESTA

Rubro Pr. en 1989	Descripcion de la rama CIIU rev.2	Exportaciones					Total de firmas		
		Univ.Muestra		(1)/Tot(2)/Tot			Univ.Muest	%	
		(1)	(2)	(2)/(1)	(1)/Tot	(2)/Tot			
FABRICACION DE TEXTILES									
3211	Lavadero, Fab. de Tops e Hilanderia	73547	38063	51.8%	20.8%	16.3%	31	9	29%
3212	Fca. textiles ex. prendas de vestir	8468	3261	38.5%	2.4%	1.4%	10	2	20%
3213	Fca. de Textiles de Punto y Medias	16935	11205	66.2%	4.8%	4.8%	7	4	57%
3214	Fca. de Tapices y Alfombras	172	147	85.5%	0.0%	0.1%	2	1	50%
3215	Cordeleria	29	0	0.0%	0.0%	0.0%	1	0	0%
3219	Fca. Textiles n.e.p.	3430	1934	56.4%	1.0%	0.8%	9	1	11%
321	TOTAL SECTOR	102581	54610	53.2%	29.1%	23.4%	60	17	28%
INDUSTRIAS, PRODUCTOS Y SUCEDANEOS DEL CUERO Y PIELS									
3231	Curtiembres y Talleres de acabado	45644	34370	75.3%	12.9%	14.8%	19	3	16%
3232	Prep. y Tenido de Pieles	25094	16225	64.7%	7.1%	7.0%	7	2	29%
3233	Fca. pr. cuero	58344	52586	90.1%	16.5%	22.6%	16	7	44%
323	TOTAL SECTOR	129082	103181	79.9%	36.6%	44.3%	42	12	29%
FABRICACION DE SUSTANCIAS QUIMICAS									
3511	Fca. Sustancias Quimicas ind.basica	6388	2685	42.0%	1.8%	1.2%	9	3	33%
3512	Fca. Abonos y Plaguicidas	14335	0	0.0%	4.1%	0.0%	9	0	0%
3513	Fca. resinas sinteticas y Fib. art.	74470	57464	77.2%	21.1%	24.7%	45	15	33%
351	TOTAL SECTOR	95193	60149	63.2%	27.0%	25.8%	63	18	29%
FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS									
3521	Fca. Pinturas y Barnices, Lacas.	1109	486	43.8%	0.3%	0.2%	6	2	33%
3522	Prod. Farmaceuticos y medicamentos	3291	1288	39.1%	0.9%	0.6%	22	5	23%
3523	Fca. Jabon, Perfum., Cosmeticos	8262	5943	71.9%	2.3%	2.6%	10	3	30%
3529	Explosivos, papel radiografico	13324	7359	55.2%	3.8%	3.2%	14	4	29%
352	TOTAL SECTOR	25986	15076	58.0%	7.4%	6.5%	52	14	27%
TOTAL UNIVERSO DE LA ENCUESTA									
SECTORES : 321,323, 351, 352		352842	233016	66.0%	100.0%	100.0%	217	61	28%

se explica por el hecho de que se están excluyendo sectores agroindustriales importantes del punto de vista de montos exportados como tops de lana y vestimenta, cereales, carnes, y lácteos.

Para la selección de la muestra se optó por un diseño estratificado unietápico, a partir de la especialización de la firma con respecto a la rama CIIU Rev.2 del producto principal de la empresa. De esta manera, se manejaron cuatro estratos: la fabricación de textiles, la industria del cuero, la fabricación de sustancias químicas y la fabricación de otros productos químicos. El tamaño muestral en cada estrato se realizó utilizando el criterio de proporcionalidad con respecto al número de empresas en cada estrato. El tamaño de la muestra se estableció en 50 empresas, sin embargo la lista definitiva de firmas que se manejó está constituida por 61 firmas (que representan el 28% del universo), es decir 50 más un número suplementario de empresas elegidas como posibles reemplazantes en caso de rechazo, o dificultades para la encuesta.

De esta manera, se procedió a seleccionar aleatoriamente en la rama de fabricación de textiles 17 empresas, 12 en la industria del cuero, 18 en la rama de fabricación de sustancias químicas, y 14 en la rama de fabricación de otros productos químicos (pinturas, barnices, pr. farmacéuticos, jabones,...). Desde el punto de vista del monto exportado, en la muestra aparece algo sobrer-representado la industria del cuero (44% en la muestra y 37% en el universo de análisis); mientras que las otras ramas figuran levemente subrepresentadas (ver Cuadro 1).

III. BASES PARA LA ELABORACION DL CUESTIONARIO

1. El enfoque estratégico del comercio internacional.

Lograr determinar el conjunto complejo de factores que afectan el comportamiento exportador a nivel de la empresa permitiría construir una base sólida sobre la cual soportar la evaluación de las políticas así como las propuestas que sobre las mismas se realicen. Se trata de inferir resultados prácticos a partir de la propia experiencia microeconómica de los agentes y combinarlos con los análisis que se derivan de la teoría económica del comercio. Es este el desafío que importantes académicos, hombres de negocio y funcionarios gubernamentales se han venido proponiendo en distintos foros internacionales en los últimos años ^{5/}.

La base fundamental del desempeño de una empresa es su habilidad para implementar una estrategia competitiva y lograr mantenerla contra las fuerzas de la competencia. Porter M.^{6/} clasifica a las estrategias competitivas en tres categorías: la estrategia de liderazgo de costo, la estrategia de diferenciación y la estrategia de enfoque. La estrategia de liderazgo de costo consiste en una estrategia que se propone alcanzar el menor costo en su sector. Los productores de costo bajo venden clásicamente un producto estándar, o un producto homogéneo sin adornos. La estrategia de diferenciación supone que la empresa selecciona uno o más atributos en un producto, percibidos como importantes por el comprador, y se propone satisfacer esas necesidades en exclusiva. Esta exclusividad será recompensada con un precio superior. Los medios para alcanzar la diferenciación son específicos a cada sector industrial, y ella puede basarse en el producto mismo, en el sistema de entrega, en el enfoque de marketing, o muchos otros factores. Pueden existir un número variado de estrategias de diferenciación exitosa en un sector industrial, relacionados con la presencia de diferentes atributos que puedan ser valorados por los compradores. La estrategia de enfoque supone buscar una ventaja competitiva en aquellos segmentos considerados como objetivos, no considerando necesario el logro de una ventaja competitiva general en su sector industrial específico.

Las empresas manufactureras uruguayas participantes de la dinámica reciente de especialización exportadora han adoptado diversas estrategias de internacionalización o de expansión. Muchas de estas estrategias presentan una mayor potencialidad de desarrollo en la medida que se asemejan más a modalidades

^{5/} Ver "Strategic Trade Policy and the New International Economics", edited by Paul R. Krugman, The MIT Press, 1987.

^{6/} Ver Porter M., "Ventaja Competitiva, Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior", C.E.C.S.A., Mexico, 1989.

exitosas de inserción externa de otras economías pequeñas que han buscado crecer a través de la especialización productiva.

Al contar con un tamaño reducido de mercado, dada las economías de escala presentes en la producción de una gran proporción de productos industriales, no es posible desarrollar de manera competitiva un variado conjunto de actividades. Para las economías pequeñas la especialización productiva es la única alternativa de lograr alcanzar estas economías en algunos sectores industriales.

Entre los proyectos exportadores exitosas relevadas se destacan aquellos que implementan una estrategia de enfoque, basándose fundamentalmente en el aprovechamiento de las condiciones de segmentación de los mercados-preexistentes o construidas-las cuales permiten obtener ventajas competitivas y un cierto nivel de estabilidad de la demanda.

Las ventajas competitivas están relacionadas con el panorama global de la empresa, y por lo tanto concierne la producción, aspectos tecnológicos relacionados a la especificación del producto y su forma de producción, la comercialización, el marketing, la organización empresarial, las finanzas de la empresa, y otras actividades de la empresa. También juega un rol importante el grado de aprovechamiento de los acuerdos comerciales y de las ventajas de localización del país.

La especificidad de algunas estas estrategias están relacionadas con el grado de adaptación del producto a las demandas específicas del mercado internacional, así como habilidad en implementar las estrategias de segmentación de mercado, concentrando la atención en una proporción específica del mismo. Las estrategias comerciales así definidas tienen un fuerte impacto sobre el comportamiento tecnológico de la firma y el grado de influencia depende del nivel de control que la empresa tenga de los canales de comercialización que utiliza para acceder a los mercados internacionales. Si una empresa delega la tarea de comercialización en algún nivel intermedio, lejano del comprador final, menores son las posibilidades de impacto dinámico de la exportación sobre la actividad productiva y tecnológica de la empresa.

2. Los bloques temáticas del cuestionario

El esquema general con el cual se estructuró el cuestionario responde a una lógica global, se trata de estudiar los factores mas significativos que influyen en la performance exportadora de la empresa. La misma se ve infuida por tres grupos de variables: las características de la firma; la estructura del mercado y de la industria en la cual se desarrolla la actividad de la empresa; y finalmente la **estrategia de mercado y de producto** que la firma desarrolla para ingresar al mercado externo.

La encuesta está organizada en cinco bloques. El primero de ellos se refiere a la identificación de la firma e indaga sobre los siguientes puntos: nombre (razón social); establecimientos industriales que la conforman y actividad principal de cada uno de ellos.

El segundo bloque, se interesa por las características de la empresa: relación exportación a ventas totales en un período reciente; los productos principales del punto de vista de la facturación global; el empleo discriminando entre obreros y profesionales-técnicos; el capital a través de una medida del nivel global como de distintos ratios que ilustren sobre la situación financiera y el resultado económico de la empresa. Finalmente, se pregunta sobre la participación porcentual de no residentes dentro del capital total de la firma y algún aspecto saliente de la organización de la empresa. En este último caso importa determinar el grado de descentralización y de profesionalidad en el proceso de toma de desiciones.

El tercer bloque tiene como centro de atención la decisión de exportar, y las transformaciones que ella ha inducido a nivel de la gestión y organización, como tambien a nivel de la actividad tecnológica de la empresa. Primeramente, se pregunta sobre las distintas causales que motivan el ingreso al mercado externo de la empresa. Como la actividad exportadora implica requerimientos específicos, que inducen importantes transformaciones , tambien se busca de evaluar y jerarquizar cada uno de estos cambios.

La temática considerada en este bloque es profundizada en dos direcciones diferentes, poro estrechamente relacionadas. La primera de ellas trata los aspectos comerciales y de mercado. Interesa conocer los siguientes aspectos: cuales son los mecanismos para encontrar oportunidades de ventas; si se realizan investigaciones de mercado o asociaciones con empresas extranjeras para acceder a la información necesaria para conocer las modalidades de acceso; como son los canales de distribución y cual es nivel de presencia de la empresa en los mercados internacionales; importa determinar si tiene representante y el grado de relación del mismo con la empresa. Es necesario conocer cual es el nivel de desarrollo del departamento de exportaciones en la firma. Se incluyen también las preguntas referidas a las

modalidades de transporte y la influencia de las tarifas de los fletes en la posibilidad de concretar los negocios de exportación.

La segunda dirección trata de los aspectos vinculados a la realidad productiva y tecnológica de la empresa. Cuales son las motivaciones para el cambio técnico, y cuales son los mecanismos de transferencia de tecnología utilizados. Importa vincular la actividad exportadora con el esfuerzo tecnológico de la empresa. Tanto a nivel de la incorporación de tecnologías a través de la compra de bienes de capital y el uso de patentes y licencias extranjeras, como los cambios internos que impliquen una mejora de la capacidad tecnológica de la empresa. Las licencias y patentes se supone que imponen restricciones a las exportaciones por parte de las firmas del extranjero, se espera entonces una menor propensión a exportar que con ausencia de licencias. Sin embargo, el acceso a tecnología internacional y marcas conocidas internacionalmente otorga competitividad en el mercado mundial.

Se diferencian los cambios técnicos en función de las siguientes categorías: tecnología de producto; tecnología de procesos; servicios auxiliares a la producción (control de calidad, mantenimiento, energía). Se buscará generar indicadores del nivel de la actividad tecnológica a nivel de planta. La realidad del comercio internacional ha madurado ciertas transformaciones. Es necesaria una revisión de los marcos teóricos tradicionales basados en las ventajas comparativas derivadas de los diferentes costos relativos de producción determinados por las dotaciones de factores de producción. El comercio es un mecanismo con el que cuentan los países para beneficiarse de sus diferencias.

Existen un conjunto de evidencias que alteran las conclusiones o los supuestos de la visión teórica tradicional. El especial dinamismo que presenta el comercio entre países similares (desde el punto de vista de su dotación de recursos) de productos sustitutos en su consumo o producción, es un fenómeno difícilmente entendible con la visión tradicional. La imperfección de los mercados internacionales y el desigual acceso a la información por parte de los agentes que intervienen en él, alteran los supuestos del modelo "clásico" de una forma gravitante.

Existen algunos conceptos centrales para entender el tipo de especialización que induce esta dinámica de comercio de dos vías ("two-way trade") en productos en los cuales los países involucrados no presentan ventajas comparativas evidentes (ver Krugman, 1987). La existencia de economías de escala, el papel de la acumulación de conocimientos y las curvas de aprendizaje así como todo lo referente a la dinámica de la innovación son fenómenos que escapan a las idealizaciones tradicionales sobre el comercio.

Krugman (1987) plantea que estas imperfecciones del mercado de ser conceptualizadas como excepciones deberían ser entendidas como reglas. En este sentido, la nueva línea teórica se orienta a introducir conceptos y resultados de la teoría de la competencia imperfecta al análisis del comercio internacional con el objeto de construir un marco analítico general. La política comercial tiene importantes interrogantes a responder en este nuevo marco y un mayor campo de acción a afectar.

En el caso de Uruguay, si bien buena parte del comercio puede entenderse en el contexto de las ventajas comparativas tradicionales, existen un conjunto de exportaciones manufactureras que responden al patrón de inserción en mercados internacionales en competencia monopólica. En estas situaciones, las estrategias activas de exportación tienen un papel central en la comprensión de la dinámica del comercio internacional.

A N E X O A

MUESTRA DE EMPRESAS EXPORTADORAS A SER ENCUESTADAS

CIIU Rev2.0	EXPORTACION 1989	NOMBRE
3211	14651	PAYSANDU INDUSTRIAL LANERA S.A. (PAYLANA)
3211	12447	FIBRATEX S.A.
3211	6416	POLIMEROS URUGUAYOS S.A.
3211	3112	DANCOTEX S.A.
3211	539	TUPLAN S.A.
3211	325	PACU S.A.
3211	219	TESAL S.A.
3211	206	INDUSTRIA ALGODONERA S.A.
3211	148	INDUSTRIA TEXTIL DEL ESTE S.A.
3212	2320	SUITEX S.A.
3212	941	ENCOL S.R.L.
3213	7617	SUDAMTEX DE URUGUAY S.A.
3213	2085	FASHION EXPORT URUGUAY S.A.
3213	805	TEXTIL LA PAZ S.A.
3213	698	SUYMAR S.A.
3214	147	TAPETI S.R.L.
3219	1934	NEOSUL S.A.
3231	33129	MIDOBBER'S S.A.
3231	641	DOFIN S.A.
3231	600	SECONDO Y ROETTI S.A.
3232	10629	CURTIFRANCE S.A.
3232	5596	OLAR S.A.
3233	42019	PAYSANDU INDUSTRIAS DEL CUERO S.A. (PAYCUEROS)
3233	3640	LAREN S.A.
3233	3589	ODISA S.A.
3233	1240	TORYAL S.A.
3233	844	ROSE MARY S.A. (CUERILAN S.A.)
3233	812	MANUFACTURAS URUGUAYAS DEL CUERO
3233	442	NAUSSA S.R.L.
3511	1941	EFICE CLORO SODA S.A.
3511	639	SINER S.A.
3511	105	PINTURERIA COLON S.A.
3513	14392	DUPERIAL URUGUAY S.A.I.C. (FABUCA)
3513	13262	SINTETICOS DEL PLATA S.A.
3513	6879	PINTURAS INCA S.A.
3513	5651	TORRENTE S.A.
3513	5531	PINTURAS INDUSTRIALES LTDA.
3513	2564	SINTETICOS SLOWAK S.A.
3513	2514	LA PLATENSE S.A.
3513	1788	CELOPRINT S.A.
3513	1322	BEHAR Y CIA. S.A.
3513	1196	SUPERVENT S.A.
3513	816	FABRICA NACIONAL DE ACRILICOS LTDA. (FANACRIL LTDA.)
3513	580	OLIVERA Y CIA. S.A.
3513	430	RIOLSA S.A.
3513	328	HILOTEX LTDA.
3513	211	ALONA S.A.
3521	487	COOPER URUGUAY LTDA.
3521	340	NOGUERA & CIA. S.A.
3521	146	RAMON BARREIRA E HIJOS S.A.
3522	555	RHONE POULENC PHARMA URUGUAY S.A.
3522	324	ROEMMERS S.A.
3522	202	ANALON S.A.
3522	75	LABORATORIOS DISPERT S.A.
3522	69	QUIMICA TEC DEL URUGUAY S.A.
3522	66	LABORATORIO STA ELENA
3523	4165	SUDY LEVER S.A.
3523	1542	FORTUNA S.A.
3523	236	EJE SOLAR S.A. (E.S.S.A.)
3529	7041	AMERICAN CHEMICAL I.C.S.A.
3529	1234	INDUSTRIAS FOTOGRAFICAS DEL PLATA S.A.
3529	130	BIO-INTER URUGUAY S.R.L.
3529	119	RUGGIA Y CIA. S.A.
3529	102	ECASUR S.A.
3529	94	ARYES

A N E X O B

FORMULARIO DEFINITIVO UTILIZADO EN LA ENCUESTA

I. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA

1. Razón social

2. Domicilio administración central:

 Teléfono

3. Año de iniciación de actividades de la empresa

4. Tamaño de la empresa en 1981, o año inicial si la creación de la empresa es posterior:

Año	198..	<input type="text"/>
Total de empleados permanentes	<input type="text"/>
ventas totales (en miles de U\$S corrientes)	<input type="text"/>

5. Sector industrial de reciente desarrollo en la empresa (precisar código MADE del producto):

<u>Actividad Principal</u>	<u>Año Iniciación de actividades</u>	<u>Porcentaje en el total de ventas de la empresa 1982</u>
1. <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> , <input type="text"/>
2. <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> , <input type="text"/>
3. <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> , <input type="text"/>
4. <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> , <input type="text"/>
5. <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> , <input type="text"/>

6. Su empresa posee algún tipo de asociación internacional:

	<u>Si</u>	<u>No</u>	
- integrada a grupo internacional	1	2	<input type="text"/>
- licencia de fabricación	1	2	<input type="text"/>
- trademarks	1	2	<input type="text"/>
- otro, especificar			
.....	1	2	<input type="text"/>

3. ¿Cuáles son los cinco principales productos ^{2/} que su empresa fabrica?

	1	2	3	4	5
Producto	_____	_____	_____	_____	_____
Posición Arancelaria	_____	_____	_____	_____	_____
Ventas totales 1989 (miles de N\$)	_____	_____	_____	_____	_____
Volumen Físico	_____	_____	_____	_____	_____
Unidad de Volum.	_____	_____	_____	_____	_____

4. Identifique los cinco principales productos de exportación en el año 1989 y consigne para cada uno de ellos la siguiente información:

	1	2	3	4	5
Producto	_____	_____	_____	_____	_____
Posición Arancelaria	_____	_____	_____	_____	_____
Exportación 89 como % de las ventas totales	_____	_____	_____	_____	_____
Participación insumos en el Valor Bruto de Producción (en %)	____,____	____,____	____,____	____,____	____,____
Procedencia de insumos (en %):					
1. Nacionales	____,____	____,____	____,____	____,____	____,____
2. Importados	____,____	____,____	____,____	____,____	____,____
3. Importados en admisión temporaria	____,____	____,____	____,____	____,____	____,____

^{2/}

Utilice una definición de producto comparable a la que se encuentra en el Código NADE de exportación.

5. En el año 1989, ¿cuál fue el no. de obreros y empleados en su empresa?

		Total Empleados permanente	Contratado, temporal o zafra
Personal de Administración	0,1	_____	_____
Personal de Producción	0,2	_____	_____
Profesionales y/o técnicos diplomados(*)			
.....		_____	_____
.....		_____	_____
.....		_____	_____
.....		_____	_____
.....		_____	_____
.....		_____	_____

(*) Especificar profesión y mando en la empresa

6. Para el último ejercicio interesa conocer algunos ratios que describen la situación financiera de su empresa. ^{8/}

	Ejercicio 198.....
Venta total del año / Deudas	_____, ____%
Ganancia / Activo total	_____, ____%
Deuda largo plazo / deuda total	_____, ____%

7. Capital, más Reservas y utilidades no distribuídas (patrimonial) según el último balance de la empresa (especificar a que ejercicio corresponde):

Ejercicio	Capital Patrimonial
_____	N\$ _____ en miles

^{8/} Revise el período del ejercicio, las unidades de medidas y si es posible adjunte un Balance de su empresa.

III. LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

1. Especificar solamente para el año de inicio de las exportaciones de la empresa y para 1981 si exportó ese año :

	Año inicial	en 1981
Producto principal	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
Monto total exportado	US\$ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ en miles	US\$ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ en miles
Destino de exportaciones:		
Argentina	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
Brasil	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
Resto de A.Latina	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
USA	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
CEE	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
Resto del Mundo	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

2. ¿Por qué decidió su empresa comenzar a exportar?

Complete cada opción con alguno de estos valores:

DEBIDO A:	Muy Importante	Importante	Poco Importante	No Influyente	
Los incentivos dados por la política de promoción de exportaciones?	<u>0,1</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Subsidios	<u>0,2</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Reintegro o exenciones de impuestos	<u>0,3</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Importación de insumos libres de aranceles	<u>0,4</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Para aprovechar el tratamiento preferencial de los acuerdos comerciales de Uruguay	<u>0,5</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Incrementar sus ventas potenciales, posibilitar nuevos proyectos de inversión, y ampliar capacidad de producción a futuro	<u>0,6</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Ubicar producción que, dado los deprimidos niveles del mercado interno en ciertos períodos, no puede colocar.	<u>0,7</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Mejorar la productividad y rentabilidad de su empresa mediante la utilización de técnicas intensivas en capital.	<u>0,8</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Ampliar las ventas efectivas, incrementar los niveles de utilización de la capacidad instalada y reducir los costos medios de producción.	<u>0,9</u> 1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

(Si considera que existe algún otro motivo que se ha omitido, sería de interés que lo incluyera):

..... 1 2 3 4

..... 1 2 3 4

3. A su juicio, ¿cuál de las siguientes acciones fue necesario implementar para penetrar en los mercados externos?

		Muy Importante	Importante	Poco Importante	No Influyente	
Incrementar la productividad para obtener mayor competitividad.	<u>0 1</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Mejorar la calidad de producción. * Homogeneidad del producto * Definición y apego a parámetros técnicos (internacionalmente convenidos) que hacen a la definición del producto comercializado.	<u>0 2</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Cambiar las líneas de producción y fabricar nuevos productos.	<u>0 3</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Modificación en los envases y embalajes en los que se presenta el producto.	<u>0 4</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Montar nuevos canales de comercialización que permitan acceder a los mercados externos.	<u>0 5</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Tener una estructura de producción flexible permitiendo modificaciones de las líneas de producción de acuerdo a las necesidades cambiantes de los destinos de exportación.	<u>0 6</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

(Si considera que fue necesario alguna otra acción implementada y que se ha omitido, sería de interés que lo incluyera):

..... 1 2 3 4

..... 1 2 3 4

4. A su juicio, ¿la posibilidad de exportar requiere modificaciones en la modalidad de funcionamiento tradicional?

Sí No
1 2

¿en cuál de los siguientes sentidos?:

		Muy Importante	Importante	Poco Importante	No Influyente	
Incorporación y adaptación de nuevas tecnologías	<u>0,1</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Alteraciones en la organización de la producción sin modificar sustancialmente el conjunto de técnicas empleadas	<u>0,2</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Mejorar la gestión de la empresa profesionalizando el área de comercialización	<u>0,3</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Incorporar nuevos servicios auxiliares a la producción (Por ejemplo: un departamento de control de calidad,...)	<u>0,4</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

5. A nivel de las relaciones laborales, ¿se realizaron algunos de los siguientes cambios?:

	Sí	No	
Aumento del personal técnico	1	2	<input type="checkbox"/>
Personal obrero más calificado	1	2	<input type="checkbox"/>
Incrementos de salarios	1	2	<input type="checkbox"/>
Contratación de personal obrero a destajo	1	2	<input type="checkbox"/>
Contratación de servicios de otras empresas	1	2	<input type="checkbox"/>

6. A nivel de la organización empresarial, ¿cuáles de los siguientes cambios se realizaron?:

	Si	No	
Creación de nuevos departamentos alterando el "organigrama" tradicional de su empresa	1	2	<input type="checkbox"/>
Modificación de los mecanismos de decisión - mayor descentralización	1	2	<input type="checkbox"/>
Modificación de los mecanismos de decisión - mayor centralización	1	2	<input type="checkbox"/>

7. Cuales son sus principales fuentes de información sobre tendencias, y posibilidades de exportación

	Si	No	
Viajes al extranjero ^{0 1} <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>
Visitas de clientes extranjeros ^{0 2} <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>
Investigaciones de mercado ^{0 3} <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>
Cámaras Empresariales ^{0 4} <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>
Servicios oficiales de información ^{0 5} <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>
Otros (especificar): <input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>

8. Qué representa la Región (Brasil, Argentina) en su actividad exportadora :

	Brasil		Argentina	
	Si	No	Si	No
Una etapa inicial, primer paso para acceder al mercado internacional	1	2 <input type="checkbox"/>	1	2 <input type="checkbox"/>
Un mercado doméstico ampliado	1	2 <input type="checkbox"/>	1	2 <input type="checkbox"/>
Un mercado competitivo	1	2 <input type="checkbox"/>	1	2 <input type="checkbox"/>
El mercado actual principal	1	2 <input type="checkbox"/>	1	2 <input type="checkbox"/>
Otro, especificar:	1	2 <input type="checkbox"/>	1	2 <input type="checkbox"/>

III.1 Aspectos Comerciales

1. Existe en su empresa una oficina dedicada específicamente a la actividad exportadora?

Si No
1 2

1.a En caso afirmativo, consigne su rango correspondiente:

	Si	No	
Gerencia	1	2	<input type="checkbox"/>
Departamento	1	2	<input type="checkbox"/>
Sección	1	2	<input type="checkbox"/>

1.b En caso negativo, quien se ocupa de la misma:

.....

2. ¿ Qué porcentaje de sus exportaciones totales fueron comercializados a través de los canales de distribución siguientes ?

	1981	1989
Empresas comercializadoras :		
-internacionales	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
-nacionales	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Distribuidoras	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Representantes en el exterior	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Casas matrices o filiales	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Vendedores directos	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Consignatarios	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %
Otros (especificar)		
.....	<input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="text"/> , <input type="text"/> %

3. Como concretó el primer negocio de exportación? (Especificar modalidad de búsqueda de compradores)

.....
.....
.....

4. Indicar el número total de clientes

198...	1989
_____	_____

5. Qué porcentaje de los actuales clientes son antiguos y por cuanto tiempo:

de 1 a 5 años	_____, __%
de 5 a 10 años	_____, __%
más de 10 años	_____, __%

6. Qué porcentaje del valor total exportado cubren los 5 principales clientes de su empresa?

en 198...	_____, __%	_____
en 1989	_____, __%	

7. ¿Cuanto gastó su empresa en la promoción de sus productos en el exterior? (en pocentaje de las exportaciones de 1989):

_____, __%

8. Estime (*) los gastos incurridos en tareas vinculadas a la actividad de exportación durante el año 1989.

	En Uruguay (en miles de N\$)	En el exterior (en miles de US\$)
- Investigación de mercados de exportación	_____	_____
- Publicidad y propaganda	_____	_____
- Gastos en ferias y exposiciones	_____	_____
- Viajes (realizados en vinculación directa a la exportación)	_____	_____
- Distribución de muestras	_____	_____
- Gastos de representación	_____	_____
- Sueldos y salarios del personal vinculado al área de exportación	_____	_____
- Gastos en consultoría externa:		
. Estudios de mercado	_____	_____
. Capacitación	_____	_____
. Otros	_____	_____
- Gastos de ingeniería e investigación y desarrollo	_____	_____
- Otros (especificar)	_____	_____
.....	_____	_____

(*) Esta estimación debe efectuarse reflejando la magnitud de cada rubro, dejando de lado su grado de precisión contable.

9. De los siguientes factores que se enumeran a continuación, ¿cuál considera ha sido una limitante para una mejor performance exportadora?

Complete cada opción con alguno de estos valores:

		Muy Importante	Importante	Poco Importante	No Influyente	
Adecuación de envases y embalajes	<u>0,1</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Transporte	<u>0,2</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Control de calidad de productos	<u>0,3</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Calidad y disponibilidad de insumos	<u>0,4</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Mejor información de mercado	<u>0,5</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Problemas de tramitación con las burocracias nacionales (permisos, guías, certificaciones, etc.)	<u>0,6</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Otro, especificar						
.....	<u> </u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

III.2 INNOVACION Y CAMBIOS TECNOLOGICOS

1.a En la expansión exportadora de su empresa han intervenido diferentes factores. Anote el orden de incidencia de cada uno de los factores siguientes :

- Incorporación tecnológica
- Innovaciones en la organización empresarial
- Innovaciones en los procesos y diseños de productos
- Innovación en el área de comercialización

1.b Indique para el factor considerado como principal en 1.a su porcentaje de incidencia

 , %

2. Su empresa ha realizado cambios tecnológicos en los últimos cinco años ? 1 (sí) 2 (no)

En caso afirmativo, ¿cómo se realizaron esos cambios tecnológicos ?

Complete cada opción con alguno de estos valores:

		Muy Importante	Importante	Poco Importante	No Influyente	
Nuevas inversiones que incorporaban la tecnología a adoptar.	<u>0 1</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Adquisición de licencias extranjeras.	<u>0 2</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Desarrollo de tecnología propia.	<u>0 3</u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
Otros (especificar):						
.....	<u> </u>	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

3. Identifique las fuentes de información empleadas para la innovación de sus productos de exportación. En caso de ser más de uno, ordénelos según su importancia, asignando 1 a la más significativa y así sucesivamente:

- Casa matriz o firmas asociadas	<u>0 1</u>	<input type="checkbox"/>
- Personal de ventas	<u>0 2</u>	<input type="checkbox"/>
- Oferentes de equipos y materiales	<u>0 3</u>	<input type="checkbox"/>
- Compradores locales	<u>0 4</u>	<input type="checkbox"/>
- Compradores externos	<u>0 5</u>	<input type="checkbox"/>
- Publicaciones extranjeras	<u>0 6</u>	<input type="checkbox"/>
- Instituciones gubernamentales	<u>0 7</u>	<input type="checkbox"/>
- Viajes al exterior del personal	<u>0 8</u>	<input type="checkbox"/>
- Otras (especificar)		
.....	<u> </u>	<input type="checkbox"/>
.....	<u> </u>	<input type="checkbox"/>

4. Existe en su empresa un área de Investigación y Desarrollo. 1 2
(si) (no) ┌

En caso afirmativo, indicar

Gasto total en el área de I&D
 (como % de las exportaciones) ┌┌┌,┌┌%

Total de personas que trabajan en el área ┌┌┌┌

Total de profesionales y técnicos diplomados(*)

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

(*) Especificar profesión y/o especialización

5. Existe en su empresa un área de Control de Calidad. 1 2
(si) (no) ┌

En caso afirmativo, indicar

Gasto total en el área de C. de Calidad
 (como % de las exportaciones) ┌┌┌,┌┌%

Total de personas que trabajan en el área ┌┌┌┌

Total de profesionales y técnicos diplomados(*)

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

..... ┌┌┌ ┌┌┌

(*) Especificar profesión y/o especialización

6. El tipo de control de calidad efectuado sobre sus productos de exportación ha sido:

	Si	No	
1. Sobre todo el proceso productivo	1	2	<input type="checkbox"/>
2. Sobre el producto final	1	2	<input type="checkbox"/>
3. Por muestreo	1	2	<input type="checkbox"/>
4. Por inspección de la producción	1	2	<input type="checkbox"/>
5. Por laboratorio propio	1	2	<input type="checkbox"/>
6. Por laboratorio de terceros	1	2	<input type="checkbox"/>
7. Bajo supervisión de los compradores del exterior	1	2	<input type="checkbox"/>
Indique la principal			<input type="checkbox"/>

7. En los últimos 5 años su empresa celebró algún contrato de licencia ? 1 2
(si) (no)

En caso afirmativo, indique total de contratos según el tipo, las condiciones y el caracter de los mismos:

	Diseño	Asist. Técnica	Patentes	Marcas
Total de contratos de licencia y transferencias de tecnología celebrados en los últimos cinco años :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos exclusivo para el mercado interno y países limítrofes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos exclusivos para el mercado interno y América Latina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos sin restricciones para la exportación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos gratuitos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos con costo para la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Indicar costo estimativo total de Licencias y transferencias de tecnología celebrados en los últimos cinco años :

miles de U\$S

9. Indicar los país de origen de la empresa licenciente en orden de importancia :

.....

┌ ┌

.....

┌ ┌

.....

┌ ┌

.....

┌ ┌



**PERSONA RESPONSABLE DE LA
INFORMACION**

OBSERVACIONES :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Nombre y Apellido

Firma

Fecha

Sello

A N E X O C

FORMULARIO DEFINITIVO UTILIZADO EN LA ENCUESTA

INSTRUCTIVO PARA LOS ENCUESTADORES

- Punto I.4: Se requiere el número total de empleados promedio en el año 1981 o en el año de inicio si la creación de la empresa fué posterior a esa fecha.
- Punto I.5: En la parte reservada a la Actividad Principal debe figurar el código NADE del producto.
- Punto I.8: Códigos de nacionalidad, Uruguayo (1), otra Latinoamericana (2), Norteamericano de USA o CANADA (3), Europeo occidental (4), Europeo del Este (5), Asiático (6), Otro (7).
- Punto I.8: En cuanto a la formación en el extranjero, tener en cuenta si Curso corto de menos de tres meses o Estudios de más de tres meses (precisar la duración), el tipo de formación impartida (estudios académicos, de posgrado, de tipo gerencial, específicos) y el lugar de estudio, si fue en la Región, en EUA, en Europa (precisar el lugar).

II. Características de la empresa.

- Punto II.2: Considerar la cifra de ventas como figura en el balance correspondiente. En cuanto a las exportaciones, evaluarlas a precio F.O.B., si no fuera posible precisarlo en observaciones.
- Punto II.3
y II.4: En donde dice Producto, especificar el nombre del mismo, y en donde dice Posición arancelaria especificar su código NADE (8 dígitos).
- Punto II.4: En la pregunta sobre procedencia de los insumos , en los tres casos calcular el porcentaje con referencia al total de insumos empleados en su fabricación.
- Punto II.5: El número total de personal solicitado en cada caso es el promedio empleado en el año. En cuanto a los Profesionales y técnicos diplomados, especificar la profesión o diploma y el mando. (Por ejemplo, si el gerente de producción es Ingeniero Químico, y además existe otro ingeniero Químico en la empresa, entonces debe figurar separadamente el Ing. Q. Gerente del otro Ing. Q.).
- Punto II.6: Si posible adjuntar el último Balance de la empresa.
- Punto II.7: Debe figurar aquí el Capital Patrimonial a cierre de balance del último ejercicio.

III. La actividad exportadora.

- Punto III.1: En donde dice Producto principal, debe figurar el código NADE de dicho producto.
- Punto III.2: En los porqué de la decisión de exportación, se sugieren dos bloques de factores: por un lado factores relacionados con decisiones institucionales o de política económica, y por otro lado factores relacionados con decisiones propias de estrategia empresarial. Para cada opción, el encuestado deberá responder una de las cuatro valoraciones sugeridas: Muy importante, Importante, Poco importante, No influye. En caso de existir un factor no sugerido, especificarlo al final en el lugar previsto a esos efectos.
- Punto III.3: Idem que en la pregunta III.2
- Punto III.4: En caso de respuesta afirmativa, responder para cada una de las opciones sugeridas de manera similar a la pregunta III.2.
- Punto III.5: En cuanto a las eventuales modificaciones en las relaciones laborales a nivel de la empresa: responder por si o por no para a cada una de las opciones sugeridas.
- Punto III.6: Idem que en III.5
- Punto III.7: Idem que en III.5
- Punto III.8: Idem que que en III.5 diferenciando el caso de Brasil del de Argentina.

III.1 Aspectos Comerciales

- Punto III.1.1: En caso afirmativo, responder a la pregunta 1.a y en caso negativo responder a la pregunta 1.b.
- Punto III.1.2: Responder para cada una de las opciones propuestas en porcentaje de las exportaciones totales (en precios FOB). En el caso que se hubiera omitido algún canal de distribución especificar en el lugar previsto al final de la lista.
- Punto III.1.3: Resumir eventuales comentarios del encuestado. Si es necesario más espacio, recurrir a las hojas de observaciones.
- Punto III.1.4: Responder a la pregunta para año 1981 o año inicial si posterior a 1981, y para 1989.

- Punto III.1.6: Idem que en III.1.4.
- Punto III.1.7: Desglosar el gasto total en los diferentes ítems sugeridos, en caso de omisión de alguna tarea sírvase especificarla al final de la lista, en el espacio previsto a esos fines.
- Punto III.1.9: Para cada opción, el encuestado deberá responder una de las cuatro valoraciones sugeridas: Muy importante, Importante, Poco importante, No influye. En caso de existir un factor no sugerido, especificarlo al final en el lugar previsto a esos efectos.

III.2 Innovación y cambios tecnológicos

- Punto III.2.1a: Ordene los factores según orden de importancia, asignando 1 al más significativo, y así sucesivamente.
- Punto III.2.2: Para cada opción, el encuestado deberá responder una de las cuatro valoraciones sugeridas: Muy importante, Importante, Poco importante, No influye. En caso de existir un factor no sugerido, especificarlo al final en el lugar previsto a esos efectos.
- Punto III.2.3: Ordene los factores según orden de importancia, asignando 1 al más significativo, y así sucesivamente.
En caso de omisión de algún factor, especificarlo en el lugar previsto al final de la lista.
- Punto III.2.4: Se solicita el promedio de personas que trabajan en el área. Se deberá incluir también aquellas personas que realizan actividades de tipo gerencial. El total de profesionales y técnicos diplomados debe anotarse en la segunda columna, la primera columna está reservada para el código de profesiones o diplomas.
- Punto III.2.5: Idem que en III.2.4.
- Punto III.2.7: En caso de respuesta afirmativa, responder total de contratos por tipo: Diseño, Asistencia técnica, Patentes, Marcas. Para cada tipo especificar total por grado de exclusividad del contrato, y carácter de los mismos.