Del 07/10/15 al 09/10/15

XX REUNIÓN ANUAL DE LA RED PYMES MERCOSUR

Bahía Blanca - Buenos Aires - Argentina

POLÍTICAS PÚBLICAS E INICIATIVAS DE APOYO A PYMES Y EMPRENDEDORES

Editores

Rubén Ascúa, Sonia Roitter, Hernán Vigier y Martín Rodríguez Miglio

Lecturas seleccionadas de la XX Reunión Anual Red Pymes Mercosur

RED PYMES

2015

ISBN: 978-987-3608-15-5

ISBN: 978-987-3608-20-9

INTRODUCCIÓN **4**

COMITÉ DE EVALUADORES **9**

LA CULTURA EMPRENDEDORA: CÓMO DESARROLLAR EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES **10**
Isidori Alicia, Morales Oscar, Tomarelli Jimena, Viadana Alejandra, Zubeldía, Lourdes .....

LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES: ANÁLISIS DE CASOS **16**
Hernán Revale, Guadalupe Oliveras, Hernán Vigier, Anahí Briozzo y Andrea Savoretti .....

EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA: ANÁLISIS DE UN CASO **44**
Juan José Jiménez Moreno y Guadalupe Oliveras .....

VILLA-BA EMPRENDE: EXPERIENCIA EN FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LAS LOCALIDADES DE VILLA CACIQUE Y BARKER, ARGENTINA **65**
Alejandro Bricker, Belén Arditi y Alfredo Rébori .....

ARGENTINA. EL ACCESO A LOS INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES. **76**
García De Brahi, Leandro y Minetti, Ana Clara .....

UNA APROXIMACIÓN AL MERCADO INFORMAL DE CRÉDITO DE BAHÍA BLANCA **110**
VIGIER Hernán Pedro, CASTILLO Natalia, BRIOZZO Anahí, FERNANDEZ Andrea y PESCE Gabriela .....

LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO Y SOSTENIMIENTO DE LAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA **133**
Daniela Beatriz Veglia y María Fernanda Andrés 133

POLÍTICA PÚBLICA E INNOVACIÓN: RECURRENCIA EN EL ACCESO AL FONDO TECNOLÓGICO ARGENTINO (1992-2014) **154**
Mariano Pereira, Diana Suárez, Timoteo Turrin y Gabriel Yoguel .....

ASIGNATURAS PENDIENTES DE LAS MICROFINANZAS EN ARGENTINA: CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN EL PERIODO 2000-2015 ..... **185**
Carlos Calix Gomez, Lilia Corzo, Anahí Eugenia Briozzo, Hernán Pedro Vigier Y Claudio Tesan .....

EL TRABAJO INFORMAL EN ARGENTINA. POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO A PYMES. **211**
Liliana Galán, Eduardo De Giusti, Verónica Díaz Arive, Estefanía Solari y Virginia Luna. .....

TRAYECTORIAS DE TRANSICION E INSERCION LABORAL DE LOS GRADUADOS LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN, ORIENTACIÓN RECURSOS HUMANOS, EN LAS PYMES DE LA REGIÓN **225**
Rábago, Carlos Daniel, Fariña, María Alejandra y Rubio María Agustina .....

IMPACTO DE LA REFORMA LABORAL MEXICANA DE 2012 EN LAS PYMES DEL SECTOR SERVICIOS DE 2012-2014 ..... **238**
Rosa María González López, Lilia Vázquez Martínez, Jorge Pérez Mejía, Pedro García Caudillo y Diana Romero Pérez .....

LOS PARQUES TECNOLÓGICOS COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA PÚBLICA. EL CASO DEL PARQUE TECNOLÓGICO LITORAL CENTRO.....248
José Ignacio Diez y Yesica Soledad Dilernia.....

DETERMINANTES DA AGLOMERAÇÃO ESPACIAL DA ATIVIDADE INDUSTRIAL NO ESTADO DE SÃO PAULO 285
André Leme da Silva Fleury Bonini.....

LAS EMPRESAS PYMES Y LOS DESAFÍOS PARA SU INTERNACIONALIZACIÓN. LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN EN ARGENTINA 313
Marta Bekerman, Marcelo Wiñazky y Nicolas Moncaut.....

EL CONSORCIO EXPORTADOR GIAPE. LA EXPERIENCIA DE INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES..335
Lic. Marcelo Wiñazky .....

FORMACIÓN DE CONSULTORES PARA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN PYMES METALÚRGICAS Y METALMECÁNICAS DE TANDIL.....348
G. Wyngaard(i), A. López(i), E. Martínez(i), M. Campanaro(ii), E. Bender(ii) y M.A. Rubio(ii) .....

DESARROLLO COMERCIAL DE LA OLIVICULTURA DEL SUDOESTE BONAERENSE – CONSORCIO REGIONAL EXPORTADOR 378
Picardi Marta Susana y González Germán .....

ACEITE DE OLIVA DEL SUDOESTE BONAERENSE: INCONSISTENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y SU EFECTO SOBRE EL POTENCIAL REGIONAL EXPORTADOR 389
Picardi Marta Susana – González Germán –Tedesco Lorena.....

MATRIZ INDUSTRIAL LOCAL. CASO DE ESTUDIO: EL TRÉBOL, SANTA FE 417
Grandinetti Rita María, Ferrero O. Guillermo, Viadana Claudia Alejandra y Añaños María Celina .....

EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES EN MICRO PYMES DE LA CIUDAD DE JUNÍN .....
Lic. Sáenz Mariana, Lic. Agosti Carla, Lic. Tonellotto Andrea, Cdora. M. Belén Addante, Cdora. Romina Spighi, Lic. Sabrina Vitar, Lic. María Silvia Biancardi, Lic. Melisa Montagna y Becario: Daniela Pérez 433

INTRODUCCIÓN

La Red PyMEs Mercosur nuclea desde 1996, a un grupo de investigadores y profesionales que propician la generación y vinculación permanente entre el conocimiento y la práctica concreta en el ámbito de la pequeña y mediana empresa. La Reunión Anual es la principal actividad académica de la red y en la que cada año se desarrollan conferencias con expositores nacionales e internacionales al tiempo que los participantes presentan trabajos estructurados en diferentes ejes temáticos. Existieron varios hechos que marcaron el crecimiento, la internacionalización y la evolución de las actividades realizadas desde 1996 en el marco de la red entre la que destacamos la constitución de la Asociación Civil Red PyMEs como filial argentina de la International Council for Small Business (ICSB) ocurrida en 2010. La ICSB, fundada en 1955, se promueve la generación y difusión mundial del conocimiento vinculado con las pequeñas y medianas empresas. También como parte de esa evolución, desde la red presentamos este libro como una nueva herramienta de difusión de trabajos de investigación seleccionados entre los que fueron presentados en el marco de la XX Reunión Anual Red PyMES Mercosur realizada en la Universidad Nacional del Sur, de la Ciudad de Bahía Blanca, Argentina.

En coherencia con los revolucionarios procesos que han llevado al mundo hacia el uso intensivo de información y conocimiento como factores de producción, puede afirmarse que el conocimiento científico y sus derivados tecnológicos constituyen un producto social. En este libro compilamos los trabajos seleccionados, presentados en el Eje 5: Políticas públicas e iniciativas de apoyo a Pymes y emprendedores, con la pretensión de llegar a un público más extenso que el que frecuentemente asiste a las reuniones anuales, porque la difusión y divulgación de los procesos y de los resultados de las investigaciones científicas y tecnológicas seleccionadas no sólo incorporan consideraciones sobre su potencialidad en el ámbito específico de las pequeñas y medianas empresas sino que además implican un impacto en lo económico, lo político, lo social y lo cultural de la sociedad como conjunto.

En la presente compilación se publican 20 trabajos en los que analizan y reflexionan sobre la implementación y resultados de políticas de apoyo al emprendedorismo y las pequeñas y medianas empresas desde distintos enfoques y perspectivas.

Un primer grupo de cuatro trabajos aborda las cuestiones del emprendedorismo desde la dimensión de la cultura o la educación emprendedora. El primero de ellos relata la

experiencia realizada en la Ciudad de Casilda, Pcia. de Santa Fe, cuyo objetivo fue difundir las prácticas emprendedoras y desarrollar una capacitación en el área. El trabajo se titula “La cultura emprendedora: Como desarrollar emprendimientos sustentables”. Allí, los autores Isidori, Morales, Tommarelli, Viadana y Zubeldía, describen las características de la capacitación que consistió en cinco jornadas abiertas a la comunidad para las personas con inquietudes, ideas o necesidades en relación con algún tipo de emprendimiento. El segundo trabajo, “La institucionalización de la educción emprendedora en las universidades publicas de la provincia de Buenos Aires: análisis de caso”, problematiza sobre la cuestión emprendedora en el ámbito universitario y su capacidad para formar parte de sus programas institucionales. Mediante la metodología de estudio de caso en base a cinco universidades, los autores Revale, Oliveras, Vigier, Briozzo y Savoretti identifican como el tema emprendedor se inserta en este ámbito a partir de los años 2000, pero de una forma informal y heterogénea, sin contar con un marco de política general. Por su parte Jiménez Moreno y Oliveras presentan otro estudio de caso pero realizado en el marco de la universidad española de Castilla-La Mancha. Así, en “Evaluación de la educación emprendedora: análisis de caso” analizan el impacto de una asignatura específica referida a la creación de empresas e identifican una modificación en las percepciones de las dificultades a la hora de emprender por parte del alumnado (considerado inicialmente como poco emprendedor). El último de los trabajos de esta primera sección nos coloca nuevamente en el campo de las experiencias: “Villa-BA Emprende: experiencia en fomento de la cultura emprendedora en las localidades de Villa Cacique y Barker, Argentina”. En su trabajo, Bricker, Arditi y Rébori destacan que el objetivo de la experiencia radica en promover el desarrollo local de ambas localidades a través del fomento y el apoyo al desarrollo de una cultura emprendedora entre jóvenes y grupos de emprendedores de la comunidad.

El segundo grupo de trabajos contiene cinco textos donde se problematizan cuestiones financieras e impositivas de la actividad emprendedora y de las pequeñas y medianas empresas. “Argentina. El acceso a los instrumentos de financiamiento e los emprendedores” elaborado por De Brahi y Minetti detecta la importancia del financiamiento en las primeras fases de un emprendimiento y las fuentes mas utilizadas. En esta línea se detectaron 66 instrumentos entre los que se destacan los subsidios/ANR/premios y los créditos. Asimismo, de manera cualitativa se accedió a detectar los mayores inconvenientes para acceder al financiamiento entre las que se destacan el desconocimiento o la asimetría en la información, entre otras. Otro de los

trabajos analiza específicamente el segmento informal del financiamiento. Nos referimos al trabajo de Vigier, Castillo, Briozzo, Fernandez y Pesce titulado “Una aproximación al mercado informal de crédito de Bahía Blanca”. Aquí los autores intentan realizar una estimación de la oferta de prestamistas regulares de este segmento, alcanzando resultados que permiten afirmar que cerca de un 6% del mercado total del crédito de la localidad se realiza bajo esta forma. El tercer trabajo identifica los regímenes de promoción industrial de la industria del software en el marco de un proyecto de investigación sobre la incubación de empresas de base tecnológica en la que se intenta caracterizar a la política de otorgar incentivos fiscales. El trabajo de Veglia y Andrés lleva como título “Los incentivos tributarios como motor del crecimiento y sostenimiento de las empresas de base tecnológica”. También el trabajo número cuatro de esta sección aborda el análisis de la política pública, en este caso del Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR). Pereira, Suarez, Turrin y Yoguel avanzan en “Política pública e innovación: recurrencia en el acceso al Fondo Tecnológico Argentino (1992-2014)” sobre el análisis de la relación entre el acceso al financiamiento y la capacidad innovadora asegurando que la mayor recurrencia mejora las condiciones de la firma para innovar. El último de los trabajos de esta sección “Asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina: caracterización de la producción científica en el período 2000-2015”, de Gomez, Corzo, Briozzo, Vigier y Tesan, presenta un análisis bibliométrico sobre la cuestión de las microfinanzas. Así, a través de un estudio de 106 artículos se describieron las principales cuentas pendientes y se detectó un proceso de intensificación de dicha problemática a partir de 2010.

El mercado de trabajo se encuentra presente en los tres trabajos del tercer grupo desde donde se lo aborda en tres claves diferentes: la informalidad, la inserción laboral y la legislación. El primero de ellos, “El trabajo informal en Argentina. Políticas Públicas de apoyo a Pymes” elaborado por Galán, De Giusti, Díaz Arive, Solari y Luna, caracteriza la informalidad en Argentina en relación con el genero, el tamaño de los establecimientos, la intensidad de la relación laboral y la antigüedad, utilizando metodología de análisis descriptivos y estimaciones. El segundo trabajo de Rábago, Fariña y Rubio titulado “Trayectorias de transición e inserción laboral de los graduados Licenciados en Administración, orientación Recursos Humanos, en las pymes de la región” muestra si la formación obtenida en la formación es adecuada, características de ingreso a las organizaciones y métodos implementados por las universidades para permitir un mejor acceso laboral. Asimismo se analiza el reclutamiento, la inserción y

el desarrollo de los jóvenes en las organizaciones. Por último, en el trabajo de González López, Vázquez Martínez, Perez Mejía, Garcia Caudillo y Romero Perez, se analiza la situación laboral en México que ha sido resultado de la reforma laboral del año 2012, en un marco de políticas orientadas a ganar competitividad y generar mas y mejores puestos de trabajo. El trabajo que cierra esta sección lleva el título “Impacto de la reforma laboral mexicana de 2012 en las PYMES del sector servicios de 2012-2014”.

Seguidamente, desde una perspectiva sistémica, se presentan tres trabajos en la cuarta sección referidos a la aglomeración espacial, los parque tecnológicos y consorcios. En el primero de ellos, “Determinantes da aglomeraçao espacial da atividade industrial no Estado de Sao Paulo”, el autor Leme da Silva Fleury Bonini identifica como significativos al número de industrias del sector manufacturero y al nivel de calificación de la población, impactando ambos positivamente en el desarrollo de la aglomeración. Por su parte, Diez y Dilerna vuelcan su mirada al rol del estado o de las comunidades para ampliar la base económica de alta tecnología. En el trabajo que lleva por nombre “Los parques tecnológicos como instrumento de política pública. El caso del parque tecnológico Litoral Centro” identifican las características mas importantes de este tipo de aglomeración y su potencialidad crear productos de base tecnológica y disminuir costos de transacción, asociado a la colaboración entre agentes. El tercer trabajo se titula “Las empresas PyMEs y los desafíos para su internacionalización. Los consorcios de exportación en Argentina”. Allí los autores Bekerman, Wiñazky y Moncaut plantean que dichos consorcios si bien constituyen una herramienta muy útil para las pymes interesadas en expandirse hacia los mercados internacionales, su impacto a nivel global es aún muy limitado y requiere de la implementación de políticas públicas destinadas a su superación. Una experiencia de este tipo de consorcios esta contenida en el último trabajo de la sección “El consorcio exportador Giape. La experiencia de internacionalización de las pymes” elaborado por Wiñazky.

Los últimos cuatro trabajos del presente volumen problematizan la producción y la comercialización a partir de casos y análisis sectoriales. “Formación de consultores para mejorar la productividad en pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil” de Wyngaard, López, Martínez, Campanaro, Bender y Rubio, relata la experiencia de un proyecto generado conjuntamente entre el INTI Mar del Plata, el INTI UE Tandil, la Cámara Empresaria de Tandil, la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Tandil (APYMET) y el Municipio de Tandil para dar respuesta a las necesidades

identificadas luego del relevamiento sectorial realizado. Algunas de las mejoras obtenidas en las pymes comprende: optimización del uso del espacio de la planta, condiciones de orden y limpieza, y gestión de inventarios, entre otras. Otra experiencia se relata en “Desarrollo comercial de la olivicultura del Sudoeste de Buenos Aires. Consorcio regional exportador”. Aquí Picardi y González comentan el proyecto presentado al Concurso Nacional de Proyectos de Vinculación y Tranferencia del Ministerio de Educación, en el que se proponen el fortalecimiento comercial del cluster olivícola de la región. Uno de los principales logros del proyecto ha sido, comentan los autores, el desarrollo de una vinculación y cooperación entre las fincas y las instituciones del territorio. Sobre la misma experiencia, el trabajo siguiente ambos autores junto a Tedesco, analizan en términos teóricos la rentabilidad y el desempeño comercial del aceite de oliva en la región, concluyendo que el actualidad el resultado del comercio exterior es negativo. El trabajo que sigue, “Matriz industrial local. Caso de estudio: El Trebol, Santa Fe” problematiza la relevancia de la información a escala local. Grandinetti, Ferrero, Viadana y Añaños aseguran que esta demanda creciente se liga a los procesos de descentralización del estado mediante los cuales los gobiernos municipales deben asumir nuevas responsabilidades. Finalmente la sección y todo el volúmen, culmina con un análisis sobre el sector comercial, micro pymes en particular, de la localidad de Junín elaborado por Saenz, Agosti, Tonellotto, Addante, Spighi, Vitar, Biancardi Montagna y Perez. “Evaluación de prácticas comerciales en micro pymes de la ciudad de Junín” avanza en una caracterización de este sector a los fines de detectar las carencias de herramientas comerciales comunes, mediante una metodología que involucra tanto a los comerciantes, como a los empleados y consumidores.

COMITÉ DE EVALUADORES

Andrés María Fernanda

Albanese Diana

Ascúa Ruben

Bacic Miguel Juan

Barletta Florencia

Baruj Gustavo

Báscolo Paula

Borello José

Bricker Alejandro

Briozzo Anahí

Calá Daniela

Camio María Isabel

Camprubi Germán

Carattoli Mariela

Chiodi Franco

D´Annunzio Claudia

Dabos Guillermo

Delfini Marcelo

Dellamea César

Diegues Antonio Carlos

Dichiara Raúl

Dos a Reis Botelho Marisa

Drucaroff Sergio

Erbes Analía

Federico Juan

Garcia Renato

Gonzalo Manuel

Graña Fernando

Guerrero Arellano Alexandra

Guercio Belen

Ibarra García Sabrina

Landriscini Graciela Susana

Lepratte Leandro

Martinez Lisana

Menéndez Cecilia

Motta Jorge

Pesce Gabriela

Pujol Andrea

Rebori Alfredo

Rivero Andrea

Robert Verónica

Rodríguez Miglio Martín

Roitter Sonia

Souza Carolina

Suarez Diana

Calamari Marina

Seijo Gustavo

Milesi Dario

Formento Héctor

LA CULTURA EMPRENDEDORA: CÓMO DESARROLLAR EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES

Isidori Alicia, Morales Oscar, Tomarelli Jimena, Viadana Alejandra, Zubeldía, Lourdes

aliciaisidori@gmail.com
ormorales35@gmail.com
jimenatomrelli@gmail.com
alejandraviadana@gmail.com
zubeldi@yahoo.com.ar

Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas
comunicacion-institucional@fcecon.unr.edu.ar- Universidad Nacional de Rosario

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Trayectoria

La Universidad Nacional de Rosario, a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, por Resolución de Consejo Directivo Nº 16743/ 2008, da nacimiento al Programa Incubadora Universitaria de Empresas, IUDE. Este programa aporta un nuevo perfil del estudiante, contribuyendo en la orientación de profesional-empresario y permite dotar de herramientas para desarrollarse como emprendedores, inculcando valores como el trabajo en equipo, integración, cooperativismo, desarrollo sustentable, creatividad, innovación, crecimiento personal y responsabilidad social.

Desde el año 2010 se ofrecen Ciclos de capacitación, Talleres de ideas de negocios, Talleres de Menú ejecutivo, Selección, Asignación de tutores y Evaluación y Exposición de los proyectos.

El día 20 de marzo de 2014, se firma un Convenio Marco y otro Específico con la Municipalidad de El Trébol, con el Intendente Profesor Fernando Almada, para la puesta en marcha del Programa Incubadora Ciudad El Trébol (PICET)

Misión de la Incubadora IUDE: Fomentar la cultura emprendedora en los estudiantes y graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario mediante la creación y desarrollo de una red entre docentes, profesionales, empresarios y organismos públicos y privados, para la puesta en marcha de empresas.

INSTITUCIONES PARTICIPANTES BENEFICIARIAS

- Municipalidad de Casilda ecretaria@casilda.gov.ar

La ciudad de Casilda se encuentra dentro del departamentoCaseros de la provincia de Santa Fe. Cuenta con 35.058 habitantes (INDEC 2010), lo que representa un incremento del 9% frente a los 32.002 habitantes (INDEC,2001) del censo anterior.

Casilda nace en el año 1870 fundada en el marco del proyecto de Colonización Agrícola del Siglo XIX,como centro urbano de la Colonia Candelaria. Esta colonia se fue poblando con integrantes de las corrientes miragratorias europeas, en especiol de la colectividad italiana. Llegaron a estas tierras atraidos por las ventajas que le otrorgaban las tierras fértiles y un clima benigno.

En 1890, tras la creación del Departamento Caseros, se convierte en cabecera, debido al febril desarrollo demográfico. El 29 de septiembre de 1907, tras superar los diez mil habitantes, es declarada ciudad adquiriendo el régimen municipal.

- Cooperativa Siglo XXII sedecasilda@hotmail.com

De acuerdo a lo que consta en la web de la Facultad de CienciasEconómicas y Estadisticas de la UNR, la Asociación Cooperadora Casilda XXII comienza a gestarse a mediados del año 2001, tras una encuesta realizada por el Rotary Club de Casilda sobre preferencias de carreras universitarias en jóvenes de la ciudad y zona de influencia.

Con esta encuesta como disparador, comenzaron a reunirse representantes de organizaciones civiles sin fines de lucro de la ciudad para intentar acercarse a la Universidad Nacional de Rosario con el objeto de traer a Casilda alguna de las carreras dependientes de esa Institución.

De allí surgieron las primeras conversaciones con las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de Rosario, que ya contaban con vasta experiencia en el desarrollo de sedes.

La primera cuestión fue transmitir a las autoridades de la Facultad y de la Universidad que la sede Casilda no sólo estaba dirigida a los jóvenes de la ciudad sino a los de localidades vecinas que en no más de 40 km. a la redonda sumaban más de 100.000 habitantes y a ellos iba destinada la oferta educativa.

A pesar de la dura crisis que sufría el país, posiblemente la más grave de toda la historia Argentina, con la colaboración de las autoridades de la Universidad, de la Facultad, de la ciudad de Casida y los representantes de las entidades que participaron de este proyecto, se formó la Asociación Cooperadora Universitaria Casilda XXII, y durante el 2002 se realizaron las gestiones para comenzar el dictado de clases en año 2003.

Las gestiones parac onseguir el espacio físico para el dictado de clases se vio facilitado porque hubo ofertas de parte de distintas Instituciones educativas y se optó por la de la Sociedad Italiana Dante Alighieri por las comodidades ofrecidas y las facilidades horarias.

Con el tiempo la Cooperadora se transformó en condómino de la Sociedad Italiana con la construcción de 7 nuevas aulas, que se sumaron a las tres ya existentes, hoy todas climatizadas para comodidad de alumnos y profesores.

Hoy, pasados diez años de su comienzo, encuentra a la Asociación Cooperadorasólidamente constituida, con cinco ciclos concluidos de la Carrera de Contador Público, un presente pleno de actividad y un expectante futuro gracias a los jóvenes graduados que se han incorporado a la Comisión Directiva para convertirse en sus dirigentes y cerrar de esa manera el círculo.

BENEFICIARIAS DE LA EXPERIENCIA

Directos: Población económicamente activa de la ciudad de Casilda y su zona de influencia.

Emprendimientos en desarrollo que podrán mejorar su posicionamiento en el mercado.

Secretaria de Producción de la Municipalidad de Casilda, provincia de Santa Fe.

Indirectos: Empresas instaladas en la ciudad de Casilda y su zona de influencia.

En este aspecto cabe destacar los aprendizajes que fueron posibles a partir de la vinculación entre los diferentes instituciones tanto público como privadas.

Teniendo en cuenta que este proyecto comenzó en Noviembre de 2014, es de destacar las dificultades que se presentaron a partir del desarrollo del proceso eleccionario en la Provincia de Santa Fe, tanto en las primarias en el mes de abril, como durante los meses siguientes hasta las elecciones definitivas en el mes de junio.

Aún asi, la Municipalidad respondió a las solicitudes de información y acompañamiento solicitado para el Ciclo de capacitación y la Cooperadora Siglo XXII cumplió un papel fundamental en la difusión y logística en la concreción de dicho ciclo.

ALCANCE

La experiencia que se llevó a cabo en la Ciudad de Casilda tuvo como objetivo difundir la importancia del emprendedorismo, y más específicamente su ubicación, dentro del ámbito académico y la posibilidad de desarrollar una vinculación con la sociedad que permitió la capacitación en el área de emprendedorismo, desarrollando planes de negocios a partir de las ideas de cada uno de los actores intervinientes.

Objetivos Generales:

Explorar las condiciones del contexto y analizarlas en función de la futura generación de emprendimientos a través de la implementación de los cursos de acción a desarrollar

Objetivos Específicos:

- Producir una evaluación del Contexto General y de las empresas instaladas en Casilda. Elaborar un mapeo de los emprendimientos y su grado de evolución en la ciudad de Casilda
- Indagar las posibilidades de generar emprendimientos que satisfagan necesidades de los sectores productivos de la ciudad de Casilda.
- Fomentar la puesta en marcha de proyectos productivos o de servicios.
- Promover una mejor inserción futura de las personas, al mercado laboral a través de la generación de emprendimientos productivos.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Se llevó a cabo una exploración sobre el desarrollo de emprendimientos en la ciudad de Casilda, así como también un relevamiento de la estructura productiva de la misma que nos permitió identificar las oportunidades y necesidades que pueden ser satisfechas a través de emprendimientos en el área de la producción de bienes intermedios o servicios.

Se desarrolló un ciclo de capacitación de cinco jornadas abierto a la comunidad, para las personas con inquietudes, ideas o necesidades en relación a algún tipo de emprendimiento. Al finalizar el mismo, los interesados desarrollaron sus menús ejecutivos

y luego de una evaluación quedaron en condiciones de desarrollar sus planes de negocios.

Para el desarrollado de los Planes de Negocios, se les asignará un Tutor para el acompañamiento en este proceso. A partir de este plan de negocio, se desarrollaran estrategias y acciones para generar su sostenibilidad en el tiempo. La Municipalidad a través de la Oficina de empleo llevará adelante un seguimiento brindando soporte en la resolución de los problemas que se presenten en la gestión, generando evaluaciones parciales del desarrollo del emprendimiento.

Así mismo, se establecieron vinculaciones con distintas instituciones que disponen de financiamiento para el fomento del emprendedorismo y que posibilitan transformar en realidad estas ideas. La Oficina de Empleo de la Secretaría de Producción de la Municipalidad de Casilda, lleva adelante capacitaciones en cuanto a la presentación de los programas Capital Semilla y PACC Emprendedor de la. SePyME

Elaboración de estrategias de fomento emprendedor: Se establecieron vínculos de cooperación y asociativismo entre emprendedores y empresas ya instaladas en la ciudad de Casilda generando una cadena de valor a nivel local. Esto se logró con la cooperación de los distintos actores económicos de la ciudad tales como el Centro Económico de Casilda y otras Cámaras e instituciones intermedias.

PRINCIPALES LECCIONES Y ASPECTOS INNOVADORES

Bondades del emprendedorismo: El emprendedorismo como nueva concepción de la actividad económica, fomenta el desarrollo local, permitiendo la inserción de múltiples actores con potencialidades innovadoras, creativas, formando empresas, ofreciendo un valor positivo para la sociedad, especialmente la sociedad local, generando empleo sostenible en el tiempo y fortaleciendo así a la comunidad. El emprendedorismo crea un futuro y lo transforma.

Ciclo de capacitación consta de cinco encuentros en los que se desarrollan temas referidos a los distintos aspectos de la gestión de un emprendimiento: El planteo de nuevas ideas de negocio, brainstorming, detectando nuevas tendencias y oportunidades. Contemplar cuáles son las tecnologías al servicio del emprendedor para potenciar el emprendimiento. Imagen y marketing. Estrategias de negocio basadas en lograr

diferenciación. Definir misión, visión y valores. Menú ejecutivo y Plan de negocios. Exposición de las alternativas de financiamiento. Plan financiero y capital de riesgo.

Es importante destacar que a partir de los Proyectos de Vinculacion de la Secretaría de Vinculacion Tecnologíca y Desarrollo Productivo de la Universidad Nacional de Rosario, se logra una articulación entre el ámbito académico y la sociedad en su conjunto. En este proyecto se articuló con organimos públicos y privados, a saber la Municipalidad de Casilda y laCooperadora Siglo XXII. La experiencia genera una sinergia positiva que contribuye a incorporar los aprendizajes que brindan estas articulaciónes. El contacto directo con los emprendedores y con la gestión que lleva adelante la Oficina de Empleo nos brinda una visión de la práctica misma y de las necesidades con que los emprendedores llegan a la misma. A partir de esto, consideramos logrado el objetivo propuesto en estos Proyectos de Vinculación Inclusiva.

LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES: ANÁLISIS DE CASOS

Hernán Revale, Guadalupe Oliveras, Hernán Vigier, Anahí Briozzo y Andrea Savoretti

Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (UPSO-CIC) - hernan.revale@gmail.com

Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (UPSO-CIC) – Universidad Nacional del Sur - guadalupe.oliveras@upso.edu.

Universidad Nacional del Sur. Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (UPSO-CIC) - hvigier@upso.edu.ar

Universidad Nacional del Sur – Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - abriozzo@gmail.com

Universidad Nacional del Sur. Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (UPSO-CIC) - savoreti@upso.edu.ar

RESUMEN

En los últimos años es posible observar en Argentina un notable incremento en el interés otorgado a la cuestión emprendedora en el ámbito académico universitario. Sin embargo, dicho crecimiento en las universidades públicas se debería en mayor parte a iniciativas aisladas y no a una política institucional integrada. Si bien se acepta la potencialidad positiva del emprendedorismo dentro del crecimiento del país, pareciera que no se le está otorgando una formalidad suficiente y, consecuentemente, una estabilidad a lo largo del tiempo que pueda garantizar un continuo desarrollo y creación de centros emprendedores educativos. Ante ello, el presente trabajo se propone como objetivo estudiar el grado de institucionalización del tema emprendedor en las universidades públicas de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. Para ello, se eligió como metodología para el relevamiento de información el estudio de casos. Se seleccionaron cinco universidades que estuvieran vinculadas con la temática emprendedora y que, siguiendo con el criterio de Stake (2005), fuesen útiles para analizar la problemática bajo estudio. Para la determinación de las variables de análisis se tomó como base principal el Modelo IPOO desarrollado por Salamzadeh et al. (2011), aunque se adaptó el mismo a los fines del trabajo. De este modo, la información se dividió en tres perspectivas: Entradas, Procesos y Salidas.

Luego del análisis y la interpretación de los datos, se puede rescatar que el tema emprendedor en los casos analizados comienza a formar parte de la realidad universitaria de la Provincia de Buenos Aires a partir de los años 2000. Dicha incorporación toma lugar, con mayor frecuencia, desde la informalidad, donde se lleva a cabo en sectores y por agentes particulares más que por medio de mecanismos institucionales generalizados y de mayor robustez. De esta manera, se comprueba que la inserción del emprendedorismo en las universidades ha sido muy heterogénea. Esto podría ocurrir debido a que tal cuestión ha ingresado en el país, y en las universidades, sin contar con una política general, sino más bien por medio de agentes con objetivos y visiones disímiles.

Palabras clave: universidad emprendedora; emprendedorismo; evaluación; Argentina

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años es posible observar en Argentina un notable incremento en el interés otorgado a la cuestión emprendedora en el ámbito académico universitario y, en consecuencia, en la necesidad de generar centros de formación emprendedora. Esto se explicaría, entre otras cuestiones, debido a la evidencia que presenta el emprendedorismo como motor del crecimiento económico de un país.

En este marco, un relevamiento realizado por Oliveras, Porras y Vigier (2014) muestra que, sin embargo, el crecimiento del tema emprendedor en las universidades públicas se debería en mayor parte a iniciativas aisladas y no a una política institucional integrada. Dicho resultado revelaría cierta contradicción interna: si bien se acepta la potencialidad positiva del emprendedorismo dentro del crecimiento del país, pareciera que no se le está otorgando una formalidad suficiente y, consecuentemente, una estabilidad a lo largo del tiempo que pueda garantizar un continuo desarrollo y creación de centros emprendedores educativos.

Asimismo, aunque día a día es posible identificar diversos encuentros, charlas y competencias de innovación y creación de empresas organizadas por las universidades o instituciones dependientes de ellas, y respaldados por organismos públicos, pareciera que los mismos siguen siendo mayormente transitorios.

Frente a este escenario, el presente trabajo se propone como objetivo estudiar el grado de institucionalización del tema emprendedor en las universidades públicas de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. Más allá de la incorporación del tema, se pretende

evaluar cuan formalizado y profundizado está, y diagnosticar en consecuencia el lugar en el que se ubica el emprendedorismo en este tipo de instituciones.

Para ello, el trabajo comienza con una revisión de la literatura y modelos existentes, dedicados a evaluar y analizar el grado de institucionalización de la educación emprendedora en las Casas de Altos Estudios. Seguidamente, se describe la metodología elegida para llevar a cabo el trabajo, incluyendo la descripción del instrumento elegido para la recolección de datos y la definición de las variables de interés. Para finalizar, se presentan los resultados obtenidos y las conclusiones finales.

Con los aportes del presente trabajo, se espera contar con un diagnóstico más preciso respecto a la forma es que se están llevando a cabo las actividades vinculadas con la cuestión emprendedora en las universidades de la Provincia de Buenos Aires y, de esa forma, poder tomar medidas que colaboren a darle relevancia al tema.

2. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

De acuerdo a la literatura encontrada, se encuentran algunos aportes contemporáneos dedicados a proponer diferentes maneras de analizar el grado de institucionalización del emprendedorismo y la educación emprendedora en las universidades.

Uno de los que se considera pioneros en este tema es Clark (1998). El autor denomina a aquellas Casas de Altos Estudios que realizan actividades relacionadas con la temática emprendedora como “Universidades Emprendedoras” (UE). Para ello determina cinco elementos que debieran poseer las UE para considerarse como tal: 1) un núcleo reforzado de dirección; 2) una periferia de desarrollo expandida; 3) una base diversificada de financiamiento; 4) un grupo académico estimulado; y 5) una cultura emprendedora integrada. Sin embargo, realiza un análisis focalizado en una mirada privada, pues hace hincapié en el aspecto corporativo del manejo de una universidad, como una empresa comercial, en el sentido de autosuficiencia financiera y de eficiencia.

Por su parte, Etzkowitz (2004) subraya la importancia de la tríada universidad-industria-gobierno como el factor clave en el desarrollo de una UE y para mejorar las condiciones de innovación en una “sociedad del conocimiento”, donde ya deja de tomar un primer plano la creación de productos, sino que comienza a obtener mayor relevancia el desarrollo de innovaciones organizacionales, capitalización del conocimiento, nuevos arreglos sociales y nuevos canales de interacción.

Por otro lado, Gibb (2005) enfrenta el problema del desarrollo de políticas efectivas para la promoción del emprendedorismo, en relación a la estimulación de la transferencia tecnológica y la comercialización de las investigaciones académicas, en las instituciones de educación superior en Inglaterra. Para ello propone un modelo alternativo al modelo convencional porque, según el autor, tiene un énfasis excesivo en el plan de negocios, y sobre los aspectos "heroicos" del emprendedorismo tradicional. Por ello propone un modelo centrado en el desarrollo de conductas empresariales en las capacidades y habilidades emprendedoras y en el diseño de organizaciones, donde se incluyen claramente las UE, que puedan estimularlas.

Kirby (2005) también realiza un estudio en Inglaterra considerando como supuesto principal el advenimiento de una demanda creciente de UE debido a la tendencia hacia la comercialización de los resultados de investigación científica, como también a la transferencia de empresas tipo spin-off. Menciona como principales elementos de tales universidades: la incorporación, aplicación, comunicación, organización, aliento y apoyo, reconocimiento y recompensa; y a la promoción y aprobación de actividades emprendedoras. De esta manera, afirma que el desafío consiste en alterar las estructuras organizativas universitarias que han dejado de ser útiles, y comenzar a alentar a investigadores y estudiantes a comercializar su propiedad intelectual y sus innovaciones. Kirby concluye su trabajo explicando que las universidades necesitan reconocer el comportamiento emprendedor como parte integral de sus misiones.

Bajo una línea similar, Guerrero, Kirby y Urbano (2006) investigan las UE, utilizando como base la teoría económica institucional, con el propósito de determinar los factores ambientales que afectan la creación y el desarrollo de dichas universidades y así, facilitar el diseño de posibles futuras políticas que estimulen el desarrollo de ese tipo particular de universidades. Para ello clasificaron sus factores en formales, tales como organización empresarial y estructura de gobierno, medidas de apoyo al emprendedorismo, y educación emprendedora; e informales, tales como formas de conducta hacia el emprendedorismo, referentes, actitudes, valores culturales, normas de comportamiento y convenciones.

Rothaermel, Agung y Jiang (2007) elaboran un inventario de toda la literatura existente sobre las UE hasta la fecha, con el fin de realizar un balance de los conocimientos sobre la temática y proporcionar direcciones para la futura investigación y los hacedores de política. De acuerdo a su trabajo, se destacan cuatro corrientes principales de

investigación en relación a las UE que han surgido en los últimos años: 1) universidad de investigación emprendedora; 2) productividad de las oficinas de transferencia tecnológica; 3) creación de nuevas empresas; y 4) contexto medioambiental, incluidas las redes de innovación. Aquellas cuatro temáticas que se repiten en la mayoría de los estudios realizados sobre las UE, otorgan un acercamiento a las características principales que se esperan de ellas.

Por otro lado, Guerrero y Urbano (2010) realizan un estudio empírico para poner de relieve las interrelaciones entre factores ambientales e internos que condicionan el desarrollo de las UE, y la misión de enseñanza, de investigación y la emprendedora que procuran lograr cada una. A su vez, los autores clasifican a los factores ambientales entre formales e informales; y a los factores internos entre recursos y competencias. El estudio se realiza sobre ocho universidades españolas mediante cuestionarios destinados a estudiantes y docentes. Se concluye en que tal tipo de estudio es de gran valor para la generación de estrategias con objetivos sociales, tales como la creación de negocios y nuevos empleos, como también para las mismas instituciones educativas.

Más reciente, Salamzadeh, Salamzadeh, Daraei (2011) presentan un modelo de Entrada-Proceso-Salida-Resultados (de su traducción del inglés Input-Process-Output-Outcomes IPOO) para definir a las UE. Según el modelo, una UE puede ser definida y descripta como un sistema dinámico, que incluye entradas (recursos, cultura, reglas y regulaciones, estructura, misión, competencias empresariales, y expectativas de los agentes económicos), procesos (enseñanza, investigación, gestión, logística, comercialización, selección, financiación y procesos financieros), salidas (recursos humanos formados, investigaciones efectivas de acuerdo con las necesidades de mercado, invenciones e innovaciones, redes, y centros de emprendedorismo), y resultados (consecuencias del modelo Entrada-Proceso-Salida). Asimismo, en el trabajo se hace hincapié en cuanto a la relación de las UE con la denominada Tercera Misión de las Casas de Altos Estudios. Dicha misión vendría a agregarse a la Primera, relacionadas a la enseñanza superior, y la Segunda, vinculada con la investigación, como el objetivo de la transferencia del conocimiento, es decir, la implementación de dicha enseñanza e investigación en innovación para el crecimiento y desarrollo sostenible de su entorno económico. De este modo, los autores relacionan directamente la Tercera Misión, con el Resultado de su modelo IPOO.

Este modelo se genera como respuesta ante la falta de un marco conceptual general aceptado en el ámbito para la definición de una UE. Los autores afirman que, si bien existe un número de aportes crecientes en cuanto a la investigación dentro del intento de caracterizar a las UE, no se ha podido encontrar un consenso sobre una estructuración del estudio de las UE que sea universal, aceptable, integral y, principalmente, sistemático. A su vez, dicho modelo actualiza los conocimientos en el ámbito universitario emprendedor; ofrece una visión en común para los estudiantes, investigadores y hacedores de política; y prepara un fondo fértil para futuros estudios.

En sintonía con lo anterior, Sooreh, Salamzadeh, Salamzadeh y Safarzadeh (2011) también desarrollan un método de medición de las UE. Proponen un modelo integral, basado en el modelo IPOO, y en el trabajo de Guerrero et al. (2006), que incluye nueve bloques de construcción, donde se estudian las entradas, los procesos y las salidas a tres niveles cada una: formales, informales e internos. Explican que dicho modelo puede ser útil para el sector académico, otorgando una mayor comprensión de las UE; y para los hacedores de políticas, en cuanto que reporta mayor información al momento de tomar decisiones relacionadas con el ámbito emprendedor.

A su vez, Yadollahi Farsi, Imanipour y Salamzadeh (2012) proponen una conceptualización de las UE para los países en vías de desarrollo. Para ello, toman como estudio de caso a la Universidad de Teherán, universidad más grande y antigua de Irán, en la cual realizan una serie de entrevistas semiestructuradas a directivos y docentes referentes en el tema. Los autores, en base a su modelo, destacan cuatro elementos principales que caracterizan a una UE:

- Misión: conformada, a su vez, por cinco elementos. Generación emprendedora, investigación aplicada, transferencia de conocimiento y tecnología, contribución en el desarrollo socio-económico, y desarrollo de una cultura empresarial.
- Recursos: categorizados en dos grupos, aquellos blandos (recursos humanos y emprendedores, recursos educativos y de investigación, formación y prestigio empresarial, y estructura dinámica de aprendizaje), y aquellos duros (recursos financieros públicos o privados, recursos físico y de infraestructura, y recursos tecnológicos).
- Competencias: divididas en estatus y localización, antecedentes, redes y asociados, y absorción y gestión de recursos.

- Factores obstaculizadores: se identificaron a los grupos de presión, el comportamiento político y la resistencia cultural como los principales elementos en este punto.

Desde otro enfoque, en el ámbito local, Oliveras, Porras y Vigier (2014), si bien no intentan caracterizar a una UE, estudian en qué medida las universidades públicas de Argentina están llevando a cabo actividades vinculadas con la cuestión emprendedora. Para ello, analizan cómo se inserta la temática (si es en actividades de investigación, en actividades de docencia y en actividades de extensión, en alguna de ellas, o en ninguna), y cómo se implementa en la práctica, considerando para ello las universidades o facultades que sí imparten docencia, haciendo referencia en este caso a número de carreras que tienen educación emprendedora, si los cursos son optativos u obligatorios, los contenidos brindados, entre otros.

Como se ve, es un tema que aún no presenta una metodología de evaluación consensuada, aunque es posible complementar varios enfoques para satisfacer el objetivo definido.

3. METODOLOGÍA

A fin de cumplir con el propósito del trabajo, se eligió como metodología para el relevamiento de información y su análisis, el estudio de casos. A continuación se detalla la herramienta, como así también el universo de estudio, los casos elegidos y las variables de análisis

3.1. El método del caso

El método del caso se trata de una herramienta definida como: “una investigación que, mediante procesos cuantitativos, cualitativos y/o mixtos, se analiza profundamente una unidad integral para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría” (Sampieri y Mendoza, 2008, citado de Sampieri, Collado y Lucio, 2010). De acuerdo con Stake (2005) existen dos métodos de casos: el estudio intrínseco o el estudio instrumental de casos. El primero sucede cuando se asume la responsabilidad de evaluar un programa, un profesor, una organización, ya dada. No interesa que con su estudio se aprenda sobre otros casos o sobre algún problema general, sino porque se necesita aprender sobre ese caso en particular. El segundo de ellos, en cambio, se realiza con la finalidad de comprender otra cosa, para conseguir algo diferente a la comprensión

de ese “caso” concreto. En esta misma situación, se puede elegir entre varias unidades como objeto de estudio, por lo que el autor lo llama estudio colectivo de casos.

Según Sampieri, Collado y Lucio, (2010) dicho método requiere principalmente, de las siguientes etapas:

- Identificación de la unidad de análisis.
- Determinación del instrumento de la recolección de datos
- Determinación de las variables de análisis.

Respecto a la identificación de la unidad de análisis, está claro que debe responder al problema de investigación. Sin embargo, una de las principales inconvenientes de este tipo de metodologías radica en seleccionar los casos de interés. Según Stake (2005), el primer criterio debe ser la máxima rentabilidad de aquello que se quiere aprender. Una vez establecidos los objetivos, corresponde preguntarse qué casos pueden llevar a la comprensión, a los asertos, quizá incluso, a la modificación de las generalizaciones. De manera complementaria, para el autor, el tiempo que disponemos para el trabajo de campo y la probabilidad de acceso al mismo influyen a la hora de elegir, por lo que se debe escoger casos que sean fáciles de abordar y donde las indagaciones sean bien recibidas, quizá aquellos en los que se pueda identificar un posible informador y que cuenten con actores (las personas estudiadas) dispuestos a dar su opinión sobre determinados materiales.

3.2. Selección de los casos y del instrumento de medición.

En la Provincia de Buenos Aires se identifican 21 universidades públicas dispersas por todo el territorio. Para la elaboración del trabajo se seleccionaron cinco de esas universidades que estuvieran vinculadas con la temática emprendedora y que, siguiendo con el criterio de Stake (2005), fuesen útiles para analizar la problemática bajo estudio. De este modo, se trata de una investigación que utiliza el método del caso como un instrumento para analizar una realidad, eligiendo para ello múltiples casos.

Por su parte, considerando que lo que se pretende con el trabajo no es el análisis profundo de cómo una dada universidad se encuentra realizando las actividades vinculadas con la temática emprendedora, sino reflexionar sobre el grado de institucionalización que se observa en general, a los fines del trabajo se decide mantener el anonimato referido a la identidad de las instituciones analizadas. Realizada esta

aclaración, para la presentación de la información se individualiza a cada uno de los casos de la siguiente forma U1, U2, U3, U4 y U5.

Las entrevistas se realizaron en un período ocurrido entre julio y septiembre de 2014. Las mismas se llevaron a cabo de manera semiestructurada, alternando preguntas preestablecidas con preguntas espontáneas. La parte preparada permite comparar entre candidatos y la parte libre permite profundizar en las características particulares de cada entrevistado. Por su parte, el registro de las respuestas se realizó mediante la toma manual de notas. A continuación se presentan las principales características y se detalla los referentes entrevistados en cada una de ellas.

La U1, comenzó sus actividades académicas mediante un programa, pero fue en 2004 cuando se conformó como una universidad con autonomía y autarquía propia, por medio de la aprobación de su estatuto. En este caso se entrevistó al rector de la universidad, quien de forma integral brindó información de interés. La misma se llevó a cabo en forma presencial en el mes de julio.

Por su parte, la U2 fue creada por ley en el mes de octubre de 1959, y hoy en día se distingue del sistema universitario nacional al ser la única que posee a la ingeniería como objetivo prioritario, y por tener carácter federal al abarcar todas las regiones de la Argentina. A fin de recabar información, se entrevistó en el mes de agosto a un integrante del Programa de Fortalecimiento de Oficinas de Transferencia Tecnológica perteneciente a la oficina de Vinculación Tecnológica de una de sus facultades.

La U3, inició sus actividades de manera independiente en 1956 y fue la séptima universidad creada en el país. A los fines del trabajo, se entrevistó en el mes de septiembre al Subsecretario de Vinculación Tecnológica.

La U4, se creó como universidad nacional en 1975, pero comenzó con su labor educativa en 1961 siendo en esos entonces una universidad provincial. En este caso, se entrevistó al Subsecretario de Extensión Universitaria vía Skype en el mes de septiembre.

Por último, la U5 fue creada en 1989 e incluye dentro de su oferta académica la modalidad presencial como virtual. En esta oportunidad, se entrevistó al Secretario de Innovación y Transferencia Tecnológica. La entrevista se llevó a cabo mediante la utilización de Skype y fue realizada en el mes de octubre.

Salvo en el U2, donde la entrevista fue realizada a nivel de Facultad, en el resto de los casos se contactaron referentes pertenecientes a unidades de nivel de rectorado y no a nivel de departamento o cátedra.

Por último, es menester mencionar que los datos recabados por parte de las entrevistas fueron complementados por medio de información secundaria, sobre todo de los portales de internet de cada una de las instituciones.

3.3. Las variables de interés

Para la determinación de las variables de análisis se tomó como base principal el modelo IPOO desarrollado por Salamzadeh et al. (2011), aunque se adaptó el mismo a los fines del trabajo. De este modo, se dividió el análisis en tres perspectivas: Entradas, Procesos y Salidas.

Respecto a las entradas, se considera la antigüedad del tema en la universidad, en qué momento se formaliza el mismo, si se incorpora el tema en el estatuto universitario, en el proyecto institucional, y los recursos destinamos del tema. En lo que hace a los procesos, se incorporan las variables definidas en Oliveras et al. (2014), dividiendo la perspectiva en actividades de extensión, investigación y docencia. Por último, respecto a las salidas, se consideran los recursos humanos formados, las invenciones e innovaciones realizadas y el posterior seguimiento.

En la siguiente figura se detalla los indicadores utilizados para recabar la información de cada una de las perspectivas definidas.

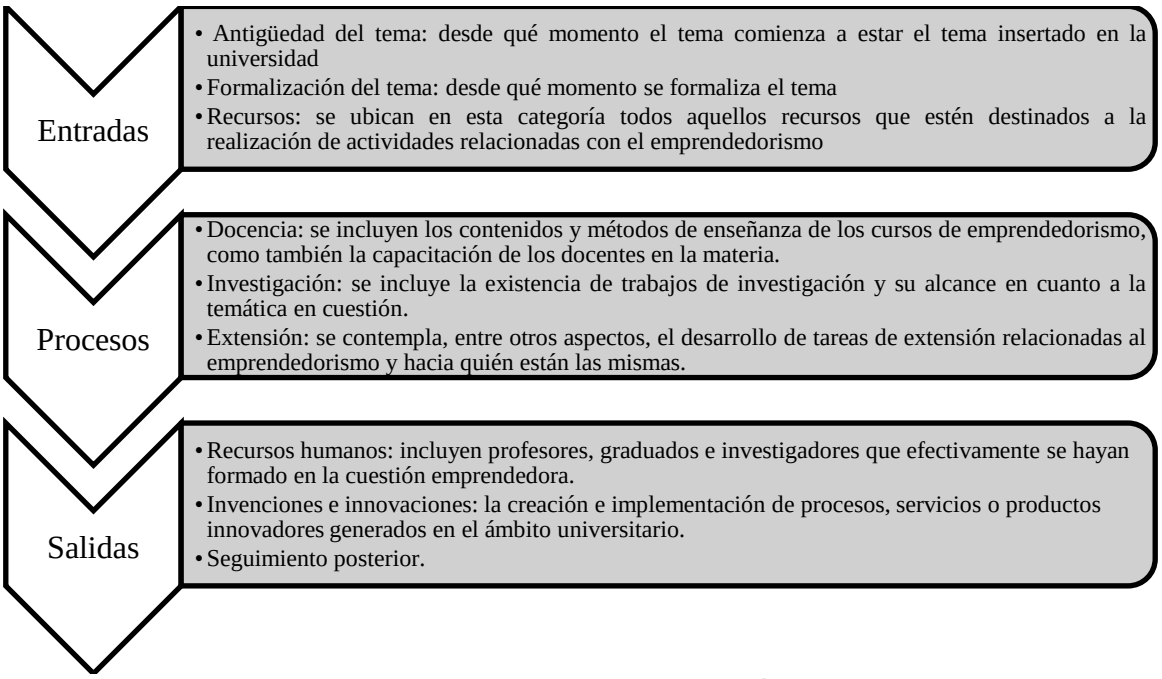


Figura 1: Perspectivas de análisis

4. RESULTADOS

A continuación se presenta la información recabada en cada una de las entrevistas llevadas a cabo. La misma se ordena por universidad de acuerdo a la nomenclatura definida en el apartado donde se describe la metodología.

4.1. U1

De acuerdo a los datos provistos por el actual rector, la universidad surge como una respuesta a la situación del interior del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, donde prevalecía una demanda de formación universitaria en distintos ámbitos específicos de diferentes áreas de interés local, que no estaba siendo cubierta. A su vez, debido a las características de dicha demanda y a los rasgos emprendedores de las personas involucradas en su fundación, se formó desde sus inicios incorporando la cuestión emprendedora como una de sus principales líneas de interés, a través de la implementación de planes de estudio, métodos, procesos y docentes involucrados en la temática. De acuerdo al rector, esto se puede comprobar en el mismo Estatuto y en el proyecto institucional de la universidad, los cuales explicitan su visión fuertemente relacionada al emprendedorismo. Aquella aseveración se puede comprobar al encontrar en el Estatuto artículos como el siguiente:

Para cumplir con sus fines, la universidad se propone los siguientes objetivos:

- Formar jóvenes en distintas áreas de conocimiento, llevando la educación a sus lugares de origen y desarrollando sus aptitudes emprendedoras, a fin de evitar el desarraigo.
- Facilitar a sus alumnos avanzados y graduados la realización de proyectos y/o emprendimientos.
- Impulsar trabajos de investigación básica o aplicada vinculados con el desarrollo regional y local, y con la generación de capacidades emprendedoras. (…)"

En cuanto a los recursos destinados a otorgar una educación emprendedora, el rector comenta que dentro de la universidad hay un organismo llamado "área de emprendedorismo", el cual se dedica a la actualización y seguimiento de todos los cursos, charlas, proyectos y demás aspectos referentes al concepto emprendedor. Además, la totalidad de las carreras, a excepción de las diplomaturas universitarias que se dictan en la institución, cuentan en su currícula con métodos y cursos relacionados al emprendedorismo. Por otro lado, todos los docentes deben acreditar formación emprendedora para poder ejercer dentro de la universidad.

Al ingresar a la información de la secretaría académica dentro de la página web institucional de la universidad, es posible observar rápidamente referencias directas a la educación emprendedora. La secretaría misma cuenta con un "Departamento de Educación Emprendedora" el cual se encarga, entre otros aspectos, de:

- Coordinar e implementar el dictado de las materias y talleres afines a la educación emprendedora, compatibilizando intereses y cronogramas de las distintas Facultades.
- Organizar, coordinar e implementar actividades de capacitación vinculadas al desarrollo de aptitudes emprendedoras y transmisión de experiencias emprendedoras, para docentes, no docentes, alumnos y habitantes de la región.
- Incentivar el esfuerzo emprendedor, creativo e innovador, e impulsar la vocación por el desarrollo socioeconómico de la región, enmarcándolos en el proceso enseñanza-aprendizaje.
- Atender a las actividades de formación de formadores en el campo emprendedor, para garantizar la disponibilidad de estos recursos.

Esta información es contrastada y corroborada por el rector durante la entrevista al manifestar la obligatoriedad de los cursos con contenidos emprendedores en la mayoría de las carreras dictadas por la institución. Dichos contenidos, explica, se pueden dividir entre técnicos, como lo son la evaluación de proyectos, el estudio de casos, la enseñanza de nociones económicas, de costos o de administración; y en contenidos actitudinales, tales como el desarrollo características emprendedoras personales. En paralelo, la institución se encarga de ofrecer cursos de "formación de formadores", dedicados a la capacitación de docentes en el campo del emprendedorismo. Por último, desde la secretaría académica y desde los mismos cursos se encargan de evaluar los métodos empleados a través de encuestas de cátedras.

Se consultó también sobre las actividades referentes a la investigación en el tema emprendedor. Al respecto, el rector explica que efectivamente existe una activa labor de investigación en la materia, pero, a pesar de ello, no se han podido encontrar referencias directas a la investigación en emprendedorismo dentro de la página oficial de la UPSO. Luego de una búsqueda más exhaustiva se pueden encontrar en la web, trabajos de investigación en relación a la temática.

Una vez observados los procesos de enseñanza y de investigación, se procede a consultar sobre el accionar efectuado en relación a la secretaría de extensión, es decir, qué tipos de actividades se realizan en relación a la comunidad que involucran al tema emprendedor. Referente a ello, el entrevistado comenta que la universidad incentiva el concurso de proyectos, y hasta cuenta con un Departamento de Incubación de Emprendimientos. Entre sus funciones, obtenidas en la página oficial de la institución, se encuentran:

- Identificar oportunidades disponibles en la región que pudieran facilitar la realización de proyectos productivos, sociales o institucionales.
- Facilitar el desarrollo de nuevos proyectos o emprendimientos, o propiciar el mejoramiento de la rentabilidad de los ya existentes.
- Facilitar a los alumnos avanzados, graduados y docentes de la universidad la realización de proyectos o emprendimientos.
- Organizar y articular con las facultades las actividades de consultoría de negocios.

Al ir concluyendo la entrevista, se consulta si podría destacar alguna actividad o proyecto emprendedor que haya realizado la universidad y se considere que fuese exitoso. En este

caso, se rememora un concurso realizado en el que se estimulaba a los alumnos para que desarrollen una idea que mejore su escuela. Dicho concurso fue llevado de principio a fin, capacitando a los docentes en educación emprendedora para que acompañen a los alumnos en la formulación de proyectos, y financiando aquellas ideas ganadoras, para así poder ponerlas en marcha y generar un impacto real dentro de los establecimientos académicos. Dicho concurso, recuerda el rector, fue replicado en diversas regiones con resultados positivos.

Otro aspecto que destaca en la entrevista en cuanto a la implementación de proyectos emprendedores, es que la universidad facilita e incentiva a los docentes al no retener el título de los mismos. Ellos, previa autorización de un consejo asesor, pueden llevar adelante proyectos que hayan surgido dentro de la institución y, a su vez, pueden contar con la colaboración de los mismos estudiantes. Esta facilidad generaría un cierre positivo del proceso generado de enseñanza-experimentación-aplicación al promover la puesta en marcha de aquellos proyectos viables desarrollados en los cursos brindados por la universidad.

Para finalizar, se señala una falencia debido a la inexistencia de algún mecanismo formal encargado del seguimiento de aquellos proyectos o actividades generadas dentro de la universidad, que pueda diagnosticar posteriormente los resultados obtenidos en el mediano o largo plazo.

4.2. U2

De acuerdo a los datos brindados por el entrevistado, la primera vinculación de la facultad con la cuestión emprendedora fue en el 2003, donde se realizaron encuentros de trabajo con emprendedores desde FUNDATEC, organización vinculada a la institución orientada a la asistencia de empresas, fomentación de innovaciones y transferencia tecnológica, entre otras. Sin embargo, recalca que recién en el año 2012 se abrió la cátedra de la materia “Creación de Emprendimientos”, la cual posee una relación directa al objetivo de inculcar un espíritu emprendedor en los alumnos.

Desde el punto de vista formal, en el año 2013 la universidad actualizó su Plan de Desarrollo Institucional para el período 2013-2020 a fin de formalizar conceptos en relación a su responsabilidad en la generación de agentes de cambio con un perfil emprendedor. Como ejemplos de ello se pueden citar las siguientes frases de dicho plan:

“Mediante la articulación de las tres funciones sustantivas [Universidad-Estado-Empresa], se buscará:

- Lograr altos estándares relacionados con la formación de los graduados buscando un equilibrio entre los conocimientos teóricos y prácticos que permitan su inserción exitosa en la sociedad, como profesionales aptos y emprendedores.
- Promover el emprendedorismo y la formación continua. (…)”

Paralelamente, se ha podido comprobar que a fines de transmitir el nuevo Plan de Desarrollo Institucional se llevaron a cabo unas Jornadas de Comunicación en junio del 2013, por medio de una resolución aprobada por el Consejo Directivo. Esto daría una pauta sobre la importancia de no sólo actualizar la misión y los objetivos de la universidad en relación a las tendencias y demandas sociales que se generan, sino de transmitir al personal tanto docente como administrativo los resultados que pretende la institución, y lo que se espera de ellos mismos para cumplirlos.

El entrevistado comenta además, que existen un pequeño número de materias que dentro de su currícula brindan temas relacionados al emprendedorismo, ya sea la realización de un proyecto como trabajo final de cátedra, como una inserción al tema empresarial industrial. En particular, Creación de Emprendimientos es una asignatura optativa, abierta al público y transversal a todas las carreras, se promueve la generación de un espacio interdisciplinario y la participación activa de los estudiantes. Entre los temas a tratar dentro de la materia se encuentran: las competencias emprendedoras, la innovación, el ecosistema emprendedor, las herramientas para el desarrollo de un modelo de negocios, entre otros. En definitiva, se procura dar al alumno un vistazo sobre las realidades a las que se puede enfrentar al llevar adelante un emprendimiento, siempre procurando incentivar su liderazgo, su proactividad y la comunicación entre todos los participantes.

Desde el punto de vista de los formadores, previo a la apertura de la cátedra “Creación de Emprendimientos”, el entrevistado cuenta que en el 2011, se brindó un curso de formación para aquellos docentes que en el año posterior llevarían adelante la ejecución de dicha asignatura. Además se aclara que fuera de la capacitación señalada, los docentes se encuentran en constante formación y evaluación.

Por su parte, según el entrevistado, a pesar de observarse en la universidad un mayor interés sobre el tema emprendedor, por el momento no se encuentra desarrollada una

investigación formal de la temática. Lo que efectivamente se puede ubicar al ingresar a la página web institucional de la universidad, dentro de la pestaña “Proyectos I+D” de la Secretaría de Ciencia y Tecnología, son diversos programas de investigación que procuran combinar la investigación y el desarrollo en el ámbito de las ingenierías principalmente.

Por otro lado, la institución ha generado ciertas actividades de extensión involucradas al tema emprendedor. El entrevistado resalta el Taller de Desarrollo del Comportamiento Emprendedor EMPRETEC, el cual se define como unas jornadas intensivas para aquellos empresarios con emprendimientos en marcha y/o emprendedores con una idea de negocio definida. A su vez, explica que en el momento se está desarrollando un proyecto de plataforma formal que fomente la generación de redes de contactos entre emprendedores, empresas, inversores y la universidad, para así incentivar y facilitar la generación de emprendimientos innovadores; como también para la realización de un seguimiento debido a aquellos proyectos desprendidos desde la universidad. La misma constituiría una herramienta fundamental para obtener información relevante a lo largo del tiempo y, con ello, para la realización de diagnósticos específicos sobre la efectividad de las herramientas brindadas dentro de la institución.

A fines de ejemplificar desarrollos y/o productos innovadores que hayan surgido en la universidad y que siguen en proceso de crecimiento o hayan gozado de una implementación exitosa, el entrevistado menciona:

- Diseño y producción de un exoesqueleto para personas con parálisis motriz por parte de estudiantes avanzados de Ingeniería Mecánica.
- Fabricación de un pedal de efecto overdrive utilizado por guitarristas.
- Diseño de una máquina para descascarar almendras.
- Desarrollo de una fresadora o torno de control numérico.

Al concluir, se reflexiona sobre la importancia de la educación emprendedora en los alumnos y docentes. También destaca que dicha educación debería brindarse desde los comienzos de las carreras, con ello los estudiantes generarían actitudes y modos de pensar emprendedores e innovadores que puedan aplicar, más allá de en un negocio, en su quehacer cotidiano.

4.3. U3

De acuerdo con el subsecretario de la Secretaría de Vinculación Tecnológica (SVT) entrevistado, y al empleado temporal de la misma subsecretaría que lo acompaña, no es posible contestar las preguntas en representación de todos los departamentos o unidades académicas de la universidad, ya que, dada la cantidad no es posible abarcarlos a todos de una forma conjunta y constantemente actualizada desde la subsecretaría.

Al respecto, el entrevistado explica que la subsecretaría donde trabaja surge en el 2008, dentro de la Secretaría General de Ciencia y Tecnología, como respuesta a la necesidad que se gestaba a nivel nacional de estimular el tema emprendedor. Esto ocurre, de acuerdo a sus afirmaciones, debido a una política nacional que presionaba en los últimos años para que se generen transferencias desde la investigación hacia la aplicación (sin embargo, dentro del estatuto de la universidad, no se han podido encontrar referencias claras sobre el emprendedorismo o temas relacionados al mismo). De manera paralela, el entrevistado nota que dentro de la institución también se iba generando la necesidad de transferencia entre los mismos investigadores, docentes y alumnos. De este modo, con la creación de la SVT, se podría afirmar que se formalizaron institucionalmente tales necesidades y objetivos desde las altas esferas de la universidad ya que hasta entonces sólo se forjaban iniciativas aisladas dentro de los diferentes departamentos académicos.

También, el subsecretario comenta que la SVT cuenta dentro de su misión con el compromiso de incentivar la cultura emprendedora. Se puede comprobar, en su página oficial, una breve mención de la cuestión emprendedora dentro de los servicios que presta la SVT, al afirmar que uno de ellos es: “Favorecer el desarrollo de iniciativas a través de programas para emprendedores”. Además, el entrevistado subraya que una forma de transmitir este objetivo es mediante el trabajo en conjunto con otras secretarías, con otros departamentos y con el Polo Tecnológico existente en la ciudad donde se ubica la institución.

Por otro lado, otro aspecto a destacar es que la SVT no cuenta con financiamiento o presupuesto propio, lo que es considerado un limitante por el entrevistado. Aunque destaca que lo ideal sería la obtención, en el mediano plazo, de una independencia financiera por medio del autofinanciamiento generado en los proyectos que surjan desde la misma subsecretaría.

Si bien la SVT se concentra mayormente en la estimulación de la creación de empresas de base tecnológica, también remarcan las actividades vinculadas a la educación

emprendedora dentro de los departamentos, particularmente los de Economía, Ingeniería, Ingeniería Eléctrica y de Computadoras, e Ingeniería Química. Ellos poseen cierto historial en la realización de eventos, capacitaciones, charlas, consecución de emprendimientos, investigación, competencias y, también, ofrecen materias optativas u obligatorias donde se dictan temas relacionados al emprendedorismo. En ésta última categoría también agrega los Departamentos de Administración y Contabilidad, ya que se dictan cursos en los que se tocan temas como: creación de un negocio, desarrollo de un plan de negocios, estudio de flujos de caja, entre otros.

En cuanto a los docentes, el entrevistado cuenta que aquellos que brindan charlas o cursos suelen estar capacitados en la temática emprendedora, ya sea por poseer especializaciones, maestrías o doctorados relacionados al tema; o también por ser ellos mismos empresarios con años de experiencia práctica, además de teórica, en el campo de estudio. A su vez, comenta que durante los últimos tres años se han realizado jornadas de capacitaciones en el tema, donde se procura también que el docente cuente con la capacidad de percibir perfiles emprendedores en los alumnos o ideas emprendedoras de los mismos. Una vez logrado eso, se podrían perfilar a dichos alumnos a la generación de una transferencia de sus ideas o potencialidades mediante una correcta capacitación y asesoramiento.

Asimismo, según los datos brindados, la universidad también cuenta con diferentes papers y desarrollos de Proyectos de Grupos de Investigación (PGI), sobre temas relacionados al emprendedorismo, ya sea por el estudio del tema en sí mismo o por el análisis de diversos proyectos innovadores a realizar en la ciudad o la región. Sin embargo, en la página de la universidad sólo se encontró dentro del listado vigente un proyecto de investigación vinculado con el tema.

Desde la perspectiva de actividades de extensión, se enumeran numerosas iniciativas surgidas dentro de los departamentos o desde la SVT vinculadas al tema en cuestión. Entre ellas se encuentran:

- Diversos tipos de capacitaciones, tales como: manejo de plataforma de lanzamiento para emprendimientos TICs, y capacitación en vinculación y transferencia tecnológica, entre otras.
- Taller de emprendedorismo científico.
- Charlas de referentes en la temática.

- Jornadas de Emprendedores Tecnológicos.
- Concursos y competencias.
- Cursos y talleres abiertos a todas las carreras donde se abordan aspectos relacionados con el éxito, la innovación, la creatividad, el emprendedorismo y el trabajo en equipo.

Continuando con los proyectos de extensión, el entrevistado expone que por el momento la universidad no cuenta con una incubadora, pero que su trabajo actual dentro de la SVT consiste en el desarrollo de un perfil de incubadora eficaz para la Casa de Altos Estudios. Para ello está analizando los diversos modelos existentes para desarrollar un informe sobre las características que debería poseer una incubadora exitosa dentro de la institución. Completa lo anterior afirmando que con la generación de dicha incubadora se podrían aprovechar las iniciativas de emprendimientos aislados que se gestan en distintos sectores de la universidad.

En cuanto a los resultados obtenidos en materia emprendedora, se destaca de la entrevista que desde la universidad han surgido trabajos de investigación de referencia, premios de concursos nacionales e internacionales, y generación de emprendimientos económicamente sustentables, en el cual se encuentran involucrados tanto alumnos como docentes de la institución. El subsecretario agrega que se procura mantener contacto con dichos integrantes de los emprendimientos y, actualmente, se está generando una formalización sobre la participación de la universidad dentro de éstas situaciones, como también de la flexibilidad formal que se le presentan a los docentes para poder formar parte de actividades emprendedoras en conjunto con alumnos.

Un aspecto que se puede señalar como incompleto puede ser en referencia a la comunicación, ya sea interna como externa. Por el momento, el entrevistado advierte que no se ha generado a nivel institucional una plataforma formal que incentive la continuidad en la relación entre graduados y la institución. Si bien se utilizan mayormente las redes sociales para informar actividades o novedades de la comunidad universitaria hacia el público, no se encuentra generada en gran medida una comunicación bilateral. Y, por otro lado, al ser una universidad de gran tamaño y organizada en diferentes departamentos, suele ser dificultoso una comunicación horizontal perfectamente transparente y actualizada.

Finalmente, se comenta que, dentro de la SVT, cuentan como objetivo a corto o mediano plazo la creación de una incubadora para la universidad y, a largo plazo, la generación de un “centro de emprendedorismo”, capaz de abarcar todo tipo de cuestiones que se presenten en cuanto al tópico emprendedor que involucre a la universidad, ya sea dentro de ella o en relación con la comunidad y necesidades locales.

4.4. U4

De acuerdo con los datos brindados por la subsecretaria de Extensión Universitaria, la inclusión formal del tema emprendedor dentro de la universidad de la que ella forma parte se cristalizó en el 2000 al incorporar en el plan de estudios la cátedra “Creación de Empresas”. Para ese entonces la asignatura sólo era optativa y significaba el resultado de una iniciativa propuesta por los mismos docentes de la institución. Luego, en el 2005, la misma cátedra se establece como obligatoria en carreras con determinadas orientaciones en pymes.

La entrevistada también comenta que dentro del estatuto universitario en el apartado de extensión se puede encontrar cierta formalización sobre el objetivo de brindar una educación emprendedora. Continúa diciendo que dicho objetivo se ve reflejado indirectamente al mencionar en el estatuto la incentivación a la creación de empresas y a la generación de un desarrollo regional. Sin embargo, al leer el estatuto no se encuentran menciones directas al emprendedorismo en ninguna de las tres áreas de Enseñanza, Investigación, y Extensión; aunque sí hace referencia a la importancia de la Transferencia Tecnológica, en cuanto a la promoción y al fortalecimiento de la relación entre el sector científico-tecnológico, y los organismos públicos e instituciones privadas.

En cuanto a los recursos administrados para el desarrollo de la faceta emprendedora en la Universidad, la subsecretaria enumera a distintos ministerios, como el Ministerio de Industria, el de Ciencia y Tecnología, y el de Educación. A su vez, la universidad cuenta con docentes, becarios y voluntarios que trabajan de forma activa en diversos tipos de actividades para el desarrollo del emprendedorismo y, en su mayoría, se desempeñan dentro o en relación a la secretaría que ella pertenece.

Respecto a las facultades académicas que se encuentran mayormente involucradas con la temática emprendedora, la entrevistada menciona como principales a las Facultades de Economía, Ingeniería y Arquitectura. A su vez, en cuanto a los contenidos de dichos

cursos enumera: desarrollo de habilidades emprendedoras, teoría contextual y política sobre creación de empresas, creatividad y trabajo en equipo, validación de oportunidades de negocios, estudios de casos, asistencia a charlas de emprendedores exitosos, oratoria, generación de un plan de negocios propio o consultoría a un emprendedor real.

Por otro lado, los docentes cuentan con una "red de formación de formadores" destinada a la capacitación de los mismos en materia de cuestión emprendedora, entre otras. La subsecretaria añade que los docentes cuentan con capacitaciones externas, otorgadas por ministerios, o internas, realizadas dentro de la misma institución. Se puede observar dentro del sitio web oficial de la Facultad de Economía, el llamado a la participación de un taller llamado "Formación de Formadores y Promotores de la Cultura Emprendedora", donde explica que: "A través del mismo se pretende formar a formadores con contenidos de creación de empresas para generar un efecto multiplicador y lograr mayor sensibilización y difusión de la cultura emprendedora, fomentado el desarrollo del espíritu emprendedor y la mentalidad empresarial. Se espera formar a los formadores con herramientas para que logren guiar y orientar a sus alumnos en la resolución de problemas con iniciativa y creatividad, ayudándolos a desempeñar un papel más protagónico en la construcción de sus propios proyectos de vida y, puedan actuar como verdaderos agentes de cambio en los emprendimientos sociales, políticos, culturales y económicos, promoviendo la creación de empresas tanto de base tecnológica como social, contribuyendo al desarrollo sustentable de la comunidad". La entrevistada completa aclarando que, a su vez, aquellos métodos dictados por los docentes son evaluados mediante la estructuración de cronogramas, metas y un manual de Formación de Formadores.

La investigación sobre temas relacionados al emprendedorismo no ha sido desarrollada por el momento según la subsecretaria. El área que activamente se encuentra desarrollando actividades en el tema es la de Extensión Universitaria. Dentro de las actividades llevadas a cabo, se mencionan:

- Programa de Vinculación Socio Productiva y apoyo al emprendedor: en la página web de la Universidad se detalla que el programa: "propone generar políticas orientadas a personas en situación de vulnerabilidad social vinculándolas a través de un emprendimiento productivo, asociativo a crear, fortalecer y/o consolidar. Del mismo modo, intenta orientar a grupos de personas que formen parte de un proyecto asociativo destinado a la producción de bienes y que precisen apoyo en

términos de asesoramiento, capacitación, mejoramiento de gestión empresarial y/o inversión para el incremento de su productividad y rentabilidad".

- Generación de talleres y jornadas sobre emprendedorismo.
- Charlas de emprendedores hacia la comunidad.
- Incubadora que propone acompañar y brindar asesoramiento profesional a los proyectos que se presenten.
- Participación en concursos externos, tales como Desafío SEBRAE y 24hs de Innovación.

Además, comenta que desde la universidad se han generado muchos emprendedores, pero que lamentablemente no existen spin-off al no existir una reglamentación sobre el tema que genere un lazo entre la empresa constituida y la institución. A modo de ejemplo menciona a GIE, una consultora exitosa relacionada a los servicios de ingeniería; y también nombra casos de transferencia en relación a desarrollos en genética y biotecnología.

Por otra parte, en cuanto a la comunicación interna y externa universitaria, y el seguimiento de los proyectos generados o de los emprendedores formados por parte de la universidad, afirma que todavía no está muy avanzado este aspecto. La subsecretaria explica que sólo existe un contacto informal con los graduados, personal o a través de redes sociales por cada facultad académica y que, además, se realiza una encuesta cada cinco años, la cual obtiene pocas respuestas. Los graduados que continúan en contacto con la institución suele ser por iniciativa propia más que por una herramienta formal generada por la universidad.

Finalmente, la entrevistada reflexiona sobre el papel de la temática emprendedora dentro de la Casa de Altos Estudios. Asevera que la creación de unas pocas cátedras que enseñan el tema no es suficiente, sino debería generarse un programa de emprendedores a nivel universitario, siendo así transversal a todas las carreras. Con ello se podrían incluir contenidos emprendedores dentro de las materias, capacitar docentes en la temática y mantener una bibliografía actualizada. También, agrega que sería beneficiosa la realización de un seguimiento en algunas tesis de diversas carreras, tales como las ingenierías, con el fin de transferir al sector productivo aquellas propuestas poseedoras de una posible aplicación. Para finalizar, informa que actualmente se está trabajando sobre la reglamentación de la creación de empresas de base tecnológica.

4.5. U5

En este caso, el secretario de la Secretaría de Innovación y Transferencia Tecnológica se remite al año 2000 como el momento en el cual se comienza a gestar cierto interés sobre el tema emprendedor dentro de la universidad, a través de ciertas actividades aisladas llevadas a cabo por docentes o personal de la institución. Pero considera que recién para el 2009 se formaliza dicho interés mediante el "Programa de Emprendedorismo" de la Dirección de Vinculación y Transferencia Tecnológica, el cual el secretario lo define como: "un conjunto de acciones para promover el emprendedorismo de base tecnológica". Sin embargo, resulta de interés aclarar que este programa pareciera no estar promocionado en las páginas oficiales de la universidad pues no se ha encontrado información adicional referida a este tema.

En cuanto a la enseñanza del emprendedorismo, el entrevistado comenta que la Casa de Altos Estudios no posee cátedras específicas sobre el tema en cuestión en ninguna de sus carreras de grado, y muy pocas asignaturas o cursos de posgrados pueden llegar a ahondar en el tema. Así es como tampoco cuentan, por el momento, con cursos de formación de formadores para capacitar a los docentes en la materia. A su vez, en el estatuto no ha sido posible encontrar referencias precisas sobre la postura de la institución hacia el tema de objeto de estudio.

Este no es el caso de los sectores de investigación y extensión universitaria. Al respecto se explica que dentro del ámbito de investigación se llevan a cabo proyectos de estudios de cuestiones relacionadas al ámbito emprendedor (por ej.: Internet y las nuevas tecnologías para el desarrollo de emprendedores y las PyMEs), como también del impacto o la relación del sector de Vinculación Tecnológica con la comunidad (por ej.: estrategias de innovación, transferencias de tecnologías y conocimientos desde la universidad), el cual considera que interactúa constantemente con conceptos e individuos emprendedores.

Por su parte, desde extensión y desde el Programa de Emprendedorismo, se realizan talleres que tocan temas como: desarrollo de planes de negocio; armado de un modelo de negocio; manejo de la propiedad intelectual ante una idea innovadora; entre otros. Además, el secretario agrega, que si bien no existe una incubadora desde el punto de vista de su formalidad jurídica, se realiza la incubación de proyectos, entendiéndola como el asesoramiento, apoyo y seguimiento de los mismos. La universidad ha dado lugar a la

generación de spin-offs (empresas o proyectos nacidos en la universidad en las cuales la institución posee participación accionaria) y spin-outs (aquellos en los cuales no hay participación accionaria de la universidad)

El entrevistado comenta que la mayoría de los spin-offs y spin-outs son empresas de base tecnológica, es decir, empresas que basan su ventaja competitiva en el conocimiento científico y tecnológico desarrollado por sus investigadores. Dentro de los trabajos que realiza la universidad sobre estos emprendimientos encontramos: asesoramiento en la formulación de la idea y el plan de negocios, generación de contactos para conformar un equipo de trabajo, identificación del nicho de mercado y búsqueda de inversores. Como ejemplo se citan:

- BIOEXT: Empresa de biotecnología vegetal.
- PB-L Productos Bio-Lógicos: emprendimiento que nace en el año 2001 dentro del programa de incubación de empresas a partir de una iniciativa de egresados de la carrera de Biotecnología e investigadores.
- ANTZ: Desarrollo de tecnologías alternativas no químicas para el control de hormigas plaga.
- GPore: Desarrollo de un hidrogel adsortivo gigaestructurado mediante técnicas de polimerización inducida por radiación gamma.

Para finalizar, el entrevistado explica que el seguimiento de las empresas suele ser personalizado desde las mismas secretarías a través de correos electrónicos o telefónicamente, por lo que no se cuenta con una herramienta institucional que lo formalice. También reflexiona sobre el camino hacia el cual se está dirigiendo el emprendedorismo dentro de Argentina, y opina que las universidades cuentan con el desafío y la responsabilidad de orientarlo hacia las problemáticas y realidades de la región donde se encuentran ubicadas, con el fin de procurar la creación de emprendimientos funcionales a su área de acción.

4.6. Resumen de los casos

Toda la información recabada en las entrevistas se sistematiza en la siguiente tabla de acuerdo a las variables del modelo.

Tabla 1: Resumen de los casos analizados

		U1	U2	U3	U4	U5
Entradas	*Antigüedad de la universidad con la temática emprendedora*	* Se inicia en 2004. Se observa en la creación y aprobación de estatuto. Luego se aplica mediante materias en las distintas carreras	* Se inicia en 2003 mediante encuentros de trabajo con emprendedores. En 2012 se abre la cátedra: Creación de emprendimientos	* Se inicia en 2008 con la creación de la Subsecretaria de Vinculación Tecnológica (SVT).	* Se inicia en 2000 con la apertura de la cátedra "Creación de Empresas".	* Se inicia en 2000 aunque con pocas actividades aisladas. En 2009 se crea el Programa de Emprendedorismo.
	Formalización	* Se formaliza en 2004 dentro del Estatuto.	* Se formaliza en 2013 al actualizar el Plan de Desarrollo Institucional.	* No se encuentra.	* No hay menciones directas dentro del estatuto. Se nombra solamente a la transferencia tecnológica.	* No se encuentra.
	Recursos	* Existe un área de emprendedorismo. * RRHH: existen docentes capacitados y becarios.	* Existe un área de apoyo a emprendedores. * RRHH: existen docentes capacitados.	* Existe una SVT aunque no cuenta con independencia financiera. * Cada Departamento cuenta con diferentes recursos.	* No existe un área de apoyo a emprendedores, pero hay una oficina dentro de la Secretaría de Extensión destinada al desarrollo al emprendedor. * RRHH: existen docentes, becarios y voluntarios.	* El Programa de Emprendedorismo se encuentra dentro de la Secretaría de Innovación y Transferencia, por lo que cuenta con los recursos que dispone la Secretaría.
Procesos	*Docencia*	* Contenidos emprendedores técnicos y actitudinales en la mayoría de las carreras. * Seguimiento de contenidos * Cursos de Formación de Formadores de manera	* Pocas asignaturas con contenido emprendedor excepto por "Creación de Emprendimientos", la cual es optativa, abierta al público y transversal a todas las	* Algunos Departamentos Académicos (de 4 a 6) cuentan con materias con contenido emprendedor. * Desde el 2012 ha habido capacitaciones a docentes en	* Hay tres facultades (Economía, Ingeniería y Arquitectura) mayormente involucradas a la temática emprendedora* Se cuenta con una "red de formación de formadores"	* No se encuentra desarrollada.

		constante.	carreras. En cuanto a docentes, se brindó un curso de capacitación en el tema en 2011.	la temática.	destinada a la capacitación de docentes	
	Investigación	* Publicación de *papers* * Proyectos de investigación.	* No se encuentra desarrollada formalmente. Existen programas de investigación que combinan la investigación y el desarrollo en las ingenierías.	* Publicación de algunos *papers* * Un proyecto de investigación en curso.	* No se encuentra desarrollada formalmente.	* Publicación de *papers* * Desarrollo de proyectos.
	Extensión	* Concurso e incubación de emprendimientos * Capacitación a emprendedores, docentes y público en general.	* Talleres, jornadas, charlas y una cátedra abierta al público.	* Capacitaciones, talleres, charlas, jornadas, concursos/competencias	* Programa de apoyo al emprendedor, talleres, jornadas, charlas, incubadora, y participación en concursos.	* Talleres temáticos, asesoramiento/ apoyo/seguimiento de proyectos.
	Recursos humanos	* Estudiantes formados en el tema * Docentes formados * Asistentes a cursos formados en el tema	* Algunos estudiantes formados en el tema * Algunos docentes formados * Asistentes a cursos formados en el tema	* Algunos estudiantes formados en el tema * Algunos docentes formados * Asistentes a cursos formados en el tema	* Algunos docentes formados * Asistentes a cursos formados en el tema	* Asistentes a cursos formados en el tema
Salidas	*Invenciones e innovaciones*	Concurso regional.	Diseño y desarrollo de diversos productos puestos en el mercado o en vías de su	Premios de concursos y empresas tipo *spin-off*.	Transferencia en desarrollos de genética y biotecnología. Generación de diversas empresas.	Generación de *spin-offs* y de *spin-outs.*

		aplicación.			
Seguimiento	* Se encuentra en desarrollo un sistema de seguimiento a graduados.	* Se encuentra en desarrollo una plataforma de generación de redes y contactos.	* No se encuentra desarrollado formalmente, sólo informal por medio de redes sociales.	* Informal y mediante redes sociales.	* No se encuentra desarrollado formalmente. Donde existe es personalizado y de manera informal.

5. CONCLUSIONES

Luego del análisis y la interpretación de los distintos casos, se puede rescatar que el tema emprendedor comienza a formar parte de la realidad universitaria de la Provincia de Buenos Aires a partir de los años 2000. Dicha incorporación toma lugar, con mayor frecuencia, desde la informalidad, donde se lleva a cabo en sectores y por agentes particulares; más que por medio de mecanismos institucionales generalizados y de mayor robustez. De esta manera se comprueba que la inserción del emprendedorismo en las universidades ha sido muy heterogénea. Esto podría ocurrir debido a que tal cuestión ha ingresado en la agenda de interés público, y en el de las universidades, sin contar con una política general, sino más bien por medio de agentes con objetivos y visiones disímiles.

En líneas generales, se observa entre las universidades analizadas que, si bien el emprendedorismo es un tema novedoso de alto impacto en el entorno, el grado de institucionalización en la mayoría de los casos es aún bajo/medio en comparación con el marco internacional. Sin embargo, el interés sobre el tema se manifiesta de manera explícita, con mayor participación en la extensión, seguido por la docencia y la investigación; con sus respectivos recursos destinados a la cuestión emprendedora.

Respecto a la docencia, esto se ve reflejado en la incorporación del tema en instancias más tempranas de las carreras universitarias y en un creciente número de carreras que incorporan el tema dentro del sistema universitario.

Por último, la generación de actividades emprendedoras dentro de la universidad ha dado lugar a diversos proyectos, productos y empresas considerados exitosos por la obtención de alguna distinción o por encontrarse completamente funcional en la actualidad. A este respecto, actualmente no se ha observado un activo seguimiento por parte de las universidades evaluadas de aquellos casos de éxito.

BIBLIOGRAFÍA

Clark, B. R. (1998). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Elsevier Science Regional Sales, 665 Avenue of the Americas, New York, NY 10010.

Etzkowitz, H. (2004). The evolution of the entrepreneurial university. International Journal of Technology and Globalisation, 1(1), 64-77.

Gibb, A. (2005). Towards the Entrepreneurial University: Entrepreneurship Education as a lever for change. National Council for Graduate Entrepreneurship. Policy Paper.

Guerrero, M.; Kirby, D.; Urbano, D. (2006). A Literature review on entrepreneurial universities: An institutional approach. The 3rd Conference of Pre-communications to Congresses. Business Economic Department. Autonomous University of Barcelona, Barcelona.

Guerrero, M.; Urbano, D. (2010). The Development of an Entrepreneurial University. Journal of Technology Transfer, 37(1), 43-74.

Kirby, D. A. (2005). Creating entrepreneurial universities in the UK: Applying entrepreneurship theory to practice. Journal of Technology Transfer, 31(5), 599-603.

Oliveras G.; Porras, J. A.; Vigier, H. P. (2014). Educación emprendedora en las Universidades Públicas: Análisis y diagnóstico del caso argentino. Revista Pymes, Innovación y Desarrollo, 2 (2), 73 - 91.

Rothaermel, F. T.; Agung, S. D.; Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. Industrial and Corporate Change, 16(4), 691 791.

Salamzadeh, A.; Salamzadeh, Y.; Daraei, M. (2011). Toward a Systematic Framework for an Entrepreneurial University: A Study in Iranian Context with an IPOO Model. Global Business and Management Review: An International Journal, 3(1), 30-37.

Sampieri Hernández, R.; Collado Fernández, C. y Lucio Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México, D. F.: McGraw-Hill Interamenricana.

Sooreh, L. K.; Salamzadeh, A.; Safarzadeh, H.; Salamzadeh, Y. (2011). Defining and Measuring Entrepreneurial Universities: A Study in Iranian Context Using Importance-Performance Analysis and TOPSIS Technique. Global Business and Management Research: An International Journal, 3(2), 182-199.

Stake, R.E (2005). Investigación con estudios de casos (3 ed.) Madrid: Ediciones Morata SRL.

Revale H. (2014). La Institucionalización de la Educación Emprendedora en las Universidades Públicas de Argentina: Análisis de Casos. Tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina.

Yadollahi Farsi, J.; Imanipour, N.; Salamzadeh, A. (2012). Entrepreneurial University Conceptualization: Case of Developing Countries. Global Business and Management Research: An International Journal, 4(2), 193-204.

EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA: ANÁLISIS DE UN CASO

Juan José Jiménez Moreno y Guadalupe Oliveras

Universidad de Castilla-La Mancha
juan.jimenez@uclm.es

Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (UPSO-CIC) – Universidad Nacional del Sur
guadalupe.oliveras@upso.edu.ar

RESUMEN

En la actualidad, la actividad emprendedora es considerada como el motor del desarrollo del sistema de economía de mercado. Por ello varias instituciones públicas y gobiernos promueven políticas activas para la generalización de valores y capacidades emprendedoras en la sociedad y, en particular, entre la población más joven. Paradójicamente, el alumnado universitario es un recurso valioso y bien capacitado, pero comparativamente, en España es considerado poco emprendedor, con bajas tasas de autoempleo y de creación de empresas propias. Para paliar este hecho, muchas universidades están incorporando a sus currículas cursos vinculados con la creación de empresas, lo que ha generado en consecuencia, la necesidad de realizar investigaciones centradas en estudiar cuál es el impacto de los programas de educación emprendedora.

Frente a este escenario, el objetivo del presente trabajo es evaluar el impacto de la asignatura “Creación de Empresas Innovadoras” de la Universidad de Castilla-La Mancha, en las percepciones y actitudes de sus participantes, utilizando para ello los modelos de intención emprendedora. De los resultados se observa que, distinto a trabajos previos, el principal efecto se genera en la modificación de las percepciones de las dificultades a la hora de emprender. De todas formas, se concluye que se debiera rever la forma de realizar el seguimiento del alumno a fin de obtener datos de mayor interés y que para realizar un análisis más acabado, es conveniente la incorporación de grupos de control, a fin de comparar resultados.

Palabras Clave: Educación Emprendedora; Evaluación; Educación universitaria

1. INTRODUCCIÓN

En esencia, la actividad emprendedora es considerada como el motor del desarrollo del sistema de economía de mercado (Thomas y Mueller, 2000). La actual crisis ha incrementado la importancia del emprendimiento para lograr un crecimiento económico más sólido, sostenible y justo. Por ello, varias instituciones públicas y gobiernos promueven políticas activas para la generalización de valores y capacidades emprendedoras en la sociedad y, en particular, entre la población más joven, a lo largo de todo el sistema educativo. Paradójicamente, el alumnado universitario es un recurso valioso y bien capacitado, pero comparativamente, en España, es considerado poco emprendedor, con bajas tasas de autoempleo y de creación de empresas propias. Para paliar este hecho, muchas universidades están incorporando a sus currículas cursos vinculados con la creación de empresas, lo que ha generado en consecuencia, la necesidad de realizar investigaciones centradas en estudiar cuál es el impacto de los programas de educación emprendedora (Pittaway y Cope, 2007; Neck y Greene, 2011; Martín; McNally y Kay, 2013; Walter, Parboteeah y Walter, 2013).

De la bibliografía disponible, pareciera que las formas de evaluación estarían claramente divididas en dos. Por un lado, se encuentran trabajos donde el número de empresas creadas por los estudiantes el indicador correcto. En esta línea, McMullan y Long (1987) postulan que al contrario de otras titulaciones universitarias, el éxito de los programas de emprendedorismo no se puede evaluar por el número de estudiantes que se gradúan, sino a través del impacto socioeconómico que producen las empresas que se crean. Así, sugieren indicadores como: número de empresas creadas, número de empleos creados, tipos de empresas formadas, potencial de crecimiento de las empresas, contribución a la economía local, entre otros. En la misma línea, Rosa (2000) sugiere que además del número de empresas creadas, se debería valorar la calidad de esas compañías, midiendo además, el número de empresas que subsisten después de tres o cinco años, algo que también es defendido por Wilson, Vyakarnam, Volkmann, Mariotti y Rabuzzi (2009).

Sin embargo, esta forma de evaluar comienza a ser criticada pues, según Fayolle y Degeorge (2006), la creación de empresas no puede ser medida durante o inmediatamente después de la formación específica, ya que el proceso de creación de empresas lleva su tiempo. Además, para otros, la decisión de emprender debe ser producto del análisis del propio estudiante (Oliveras, 2015) y no generada a través de la influencia de la propia universidad a fin de satisfacer el indicador que evalúa su desempeño. En consecuencia, sucede que el estilo de enseñanza de los educadores se

vuelve más agresivo que imparcial, con la expectativa de que sus estudiantes se embarquen en una trayectoria emprendedora al finalizar el curso (Laukannen, 2000).

De este modo, otro grupo de autores comienzan a ser partidarios de analizar cambios en habilidades e intenciones (Hytty y O'Gorman, 2004). De hecho, según González López, García Piñeiro y Rodríguez Ariza (2012) pareciera que hoy los resultados de los programas de formación emprendedora se están comenzando a considerar a nivel interpersonal, analizando si los cursos y programas sobre emprendedorismo promueven en los estudiantes las habilidades y competencias necesarias para emprender con éxito. Y es en este sentido, que comienzan a emplearse los modelos que explican la intención de emprender, como guías pedagógicas y como herramientas de evaluación de acciones educativas.

Frente a este escenario, el objetivo del presente trabajo es evaluar el impacto de la asignatura "Creación de Empresas Innovadoras" de la Universidad de Castilla La Mancha (España), en las creencias, percepciones e intenciones de sus participantes, utilizando para ello los modelos de intención emprendedora. Así, se intenta evaluar el efecto del curso a través del enfoque cognitivo el que, según Mitchell, et al., (2002), considera las estructuras de conocimiento que cada persona utiliza para hacer evaluaciones, juicios o decisiones que involucran la evaluación de oportunidades, la creación de empresas y su crecimiento.

Se espera con ello realizar dos contribuciones principales: por un lado, evaluar la eficiencia de los programas en los que invierten las instituciones universitarias, por otro, facilitar a la Academia la toma de decisiones sobre los contenidos de sus programas de educación emprendedora, a fin de mejorar las futuras ediciones de los cursos.

Luego de esta introducción, el trabajo continúa con la presentación del marco teórico de referencia, en donde además se presentan las hipótesis del trabajo; luego se presenta la metodología empleada, los resultados obtenidos y, para finalizar, se exponen las conclusiones del caso.

2. DESCRIPCIÓN DEL MARCO TEÓRICO

La literatura específica ha utilizado principalmente dos modelos socio-psicológicos para explorar las actitudes y creencias con impacto en la intención emprendedora, estos son: el Modelo del Evento Empresarial (EEM por sus siglas en inglés Entrepreneurial Event

Model) de Shapero (1982) y la Teoría de la Conducta Planificada (TPB por sus siglas en inglés Theory of Planned Behavior) de Ajzen (1987).

En los aportes de Shapero (1982), la intención de emprender es el resultado de dos percepciones: la percepción deseabilidad y la percepción de factibilidad. Al respecto, afirma que percibir a una opción en particular tanto deseable como factible, genera una pequeña posibilidad de que la misma sea considerada. La percepción de deseabilidad es entendida como la probabilidad percibida por la persona de obtener resultados personalmente atractivos a través de la realización de la conducta de emprender. El resultado de esta percepción es producto de una matriz conformada por la cultura, la estructura socioeconómica, la familia, la educación, así como también de las personas influyentes a nuestro alrededor. La percepción de factibilidad, por su parte, es definida como el grado en que una persona considera personalmente posible llevar a cabo cierta conducta. De este modo, cualquier variable influirá sólo indirectamente a través de estas dos percepciones.

Años más tarde Ajzen (1987) propone que el comportamiento humano se guía por tres tipos de percepciones: las creencias acerca de los posibles resultados al realizar la conducta y sus evaluaciones (actitud hacia la conducta), las creencias acerca de las expectativas normativas de los demás, y la motivación para cumplir con estas expectativas (percepción de las normas subjetivas y entorno), y las creencias acerca de la presencia de factores que puedan facilitar o impedir el desempeño de la conducta y el poder percibido de estos factores (percepción del control de una conducta, o autoeficacia). Según el autor, en combinación, la actitud hacia la conducta, la percepción de las norma subjetivas, y la percepción de control de la conducta, conducen a la formación de una intención de comportamiento, en este caso, hacia emprender. Como regla general, establece que cuanto más favorable sea la actitud hacia la conducta y la percepción de la norma subjetiva, y mayor sea la percepción de control de la conducta, más fuerte deberá ser la intención de la persona para realizar el comportamiento en cuestión.

De acuerdo a Krueger, Reilly y Casrud (2000) ambos pueden ser considerados consistentes entre sí, sin embargo, mientras que el primero se centra más en el individuo (incluyendo una medida de la proactividad individual), el segundo focaliza su análisis en el contexto o entorno, incluyendo el apoyo social a la conducta. Por lo anterior, en este trabajo se ha optado por seguir los aportes del segundo. Es así que, las hipótesis que se

presentan, están relacionadas con cómo los principales constructos del modelo (autoeficacia, actitud emprendedora, dificultades percibidas en el entorno y la intención emprendedora) evolucionan en el corto y medio plazo como resultado del impacto del curso.

En este sentido, algunos estudios señalan que cuando los individuos asisten a un curso de creación de empresas su percepción respecto a que emprender sea una opción profesional puede atribuirse, al menos en parte, a un aumento de la autoeficacia (Chen, Green y Crick, 1998; Wilson, Kickul y Marlino, 2007), esto es, la creencia en sus propias habilidades para desarrollar las tareas de emprendimiento necesarias. La evidencia sugiere que la autoeficacia es un elemento clave en el comportamiento humano (Bandura, 1982) y se sustenta más en la creencia de las personas que en la realidad (Markman, Balkin y Baron 2002). De modo, será más probable que aquellas personas percibidas a sí mismas con una gran autoeficacia en una determinada actividad, la lleven a cabo y se dediquen a ella con perseverancia (Bandura, 1997). Entre las fuentes que ayudan a los individuos a desarrollar confianza en sus habilidades, Bandura (1997) señala: la práctica, los niveles moderados de fracaso y la experiencia adquirida tras observar cómo otros desarrollan la tarea (experiencia vicaria). Es más, Mau (2003) sugiere que una vez que la autoeficacia en una habilidad es internalizada por el individuo, la confianza anima al individuo a aceptar mayores retos, y conseguirlos refuerza su percepción de eficacia, lo que crea un efecto espiral que mejora la autoeficacia incluso más. De hecho, para algunos autores (Chen et al. 1998; Botha, Nieman y van Vuuren 2006), la educación emprendedora genera un aumento de la auto-eficacia percibida por las personas que reciben dicha formación.

Por tanto, considerando que las actividades prácticas del curso basadas en aprendizaje participativo tienen como objetivo influir significativamente en la percepción de la autoeficacia, se plantea como hipótesis que:

Hipótesis 1: La autoeficacia de los participantes aumenta a lo largo del curso.

Por su parte, Kolvereid e Isaksen (2006) definen la actitud emprendedora como el grado en el que la persona está comprometida con el proyecto de la futura empresa y cuánto está dispuesta a implicarse para crearla. En el mismo sentido, Liao y Welsch (2004) utilizan un constructo muy similar al que denominan intensidad emprendedora. Este concepto representa el grado de compromiso y dedicación de la persona con la

(potencial) creación de su empresa. De acuerdo a los autores, se caracterizan por dos aspectos interrelacionados: la “concentración” y el “compromiso”. El primero se refiere al grado en que la persona desea centrarse en la creación y dirección de su empresa frente a otras alternativas; el segundo se refiere al grado en que la persona está dispuesta a invertir su tiempo y recursos en la creación de la empresa. Diversas investigaciones multiculturales han comprobado que esta variable está relacionada con la intención de crear una empresa (Welsch y Pistrui, 1993; Pistrui, Liao y Welsch, 1998; Liao y Welsch, 2004).

La pregunta respecto a esto es si la educación debiera influir en esta cuestión, pues se trata de aspectos personales del individuo. Se considera que la educación debiera dar información para que los estudiantes puedan modificar su actitud por propio convencimiento. Sin embargo, el entorno donde se desarrolla la actividad, y con el los valores y las normas predominantes pueden tener una influencia en la propensión individual de crear una empresa (Etzioni, 1987). Autio y Wennberg (2010: 3) observan que: “el grupo social influye en las conductas emprendedoras más allá del efecto de las disposiciones a nivel individual”, en concreto las normas de los grupos sociales de pares pueden tener tres veces más impacto en la elección individual de crear una empresa que la propia actitud del individuo. Las actitudes y la conducta de otros individuos demográficamente similares influyen en las elecciones profesionales simplemente por exposición a esa realidad. Los estudiantes que participan en el curso son parte de un grupo social que está claramente interesado en la conducta emprendedora y forjan redes sociales que se mantienen tras el curso.

Por ello, se propone:

Hipótesis 2: La actitud emprendedora de los participantes se modifica a lo largo del curso.

Por su parte, algunos autores como Martínez, Mora y Vila (2007) presentan resultados donde se muestra que algunos jóvenes egresados perciben en sus universidades una centralización en métodos docentes centrados en conceptos generales, teorías y paradigmas, pero no en la adquisición directa de experiencia laboral, valorando de manera menos satisfactoria, la orientación práctica, la experiencia laboral facilitada y el logro de las condiciones necesarias para facilitar su acceso al mercado de trabajo. Por tanto, se propone en aquellos programas donde no se tiene un periodo de implementación práctica del conocimiento adquirido o apoyo para la creación empresarial después del

curso, los participantes percibicen más barreras en el entorno para su iniciativa empresarial después de este y, por tanto, la intención emprendedora disminuye. De este modo se fija la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: Las percepciones de los participantes sobre las dificultades del entorno aumentan a la finalización del curso.

Hipótesis 4: La intención emprendedora de los participantes aumenta luego de la finalización del curso.

Respecto a las percepciones y las diferencias de género, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su informe de 2006, muestra que la percepción de las habilidades y capacidades propias difiere, aunque sea ligeramente, en función del sexo del encuestado, siendo las emprendedoras más modestas a la hora de auto-evaluarse. De hecho, para Langowitz and Minniti (2007), muchas mujeres no pueden tener la suficiente confianza en su capacidad para crear una empresa debido que perciben de insuficiente la inversión en capital humano. Por su parte, en lo que hace al efecto formativo en estudiantes universitarios, Oliveras, Jiménez y Vigier (2012) encuentran en las mujeres menores autovaloraciones, aunque la formación emprendedora genera en los estudiantes, un efecto relativamente mayor en las mujeres que en los hombres, quizás producto de una disfunción entre la creencia a priori de lo que se creen capaz y los resultados logrados al finalizar el curso. Por lo anterior, se propone la siguiente hipótesis:

Hipótesis 5: Difiere el efecto del curso en la percepción de autoeficacia de acuerdo al género del encuestado, siendo más positivo en estudiantes de género femenino.

3. METODOLOGÍA

El estudio se realizó en la Universidad Castilla-La Mancha (UCLM), institución que, estatutariamente, promueve valores emprendedores desde hace años, ahora en el marco de la Ley 15/2011 de Emprendedores de Castilla-La Mancha (2012) que, en su título 1º Capítulo II, se refiere expresamente al fomento de la cultura del emprendedor en el ámbito educativo, en concreto, mediante medidas de fomento aplicadas en la enseñanza universitaria. Asimismo, la UCLM fue una de las universidades pioneras en España[1] en

[1] Los estatutos de la UCLM recogen expresamente en su artículo 63 que se “incentivará el espíritu emprendedor entre los miembros de la comunidad universitaria y promoverá la creación de empresas innovadoras”.

ofrecer formación en Creación de Empresas bajo el formato de una asignatura optativa en un Plan de Estudios de una Licenciatura.

A continuación se describe la materia bajo análisis y el público objetivo, el método de recolección y análisis de los datos y, la operacionalización de las variables de interés.

3.1. La asignatura, su contexto y los alumnos participantes

Se trabajó con datos recabados en estudiantes participantes de la asignatura "Creación de Empresas Innovadoras". La misma se ofrece como optativa de 6 créditos (ECTS), para el alumnado del Grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE), en el marco de la mención[2] "Dirección de PyMEs", en la Facultad de Económicas y Empresariales del Campus de Albacete. En función de la programación establecida, se imparte en el primer cuatrimestre de 4º año (de septiembre a diciembre de cada curso académico).

La guía docente de la asignatura contempla competencias, resultados esperados, contenidos, actividades, metodología, criterios de evaluación, valoración, recursos y programación, que recogen las mejores prácticas logradas tras la experiencia de años de impartición de la asignatura. El detalle sobre la justificación de la asignatura en el Plan de estudios, las competencias, objetivos, el programa y su contenido, las actividades y la metodología docente, la programación temporal y los criterios de evaluación están recogidos en Jiménez (2014a, 2014b).

El propósito de la asignatura es formar al alumnado en el conocimiento del proceso de creación de una empresa, desarrollando una serie de competencias que abarcan desde ejercer el rol de una persona emprendedora, hasta elaborar un plan de empresa, pasando por la capacidad para la generación de ideas de negocio innovadoras. No se pretende, sin embargo, que el alumnado cree expresamente su propia empresa de manera inmediata, sino que conozca y experimente sus capacidades emprendedoras y las condiciones y el proceso para crear una empresa, lo cual, se espera le ayude con posterioridad si tiene dicho propósito. De manera paralela, la UCLM ofrece en otros servicios (por ejemplo el Programa UCLM-Emprende, del Vicerrectorado de Transferencia y Relaciones con

[2] La "Mención" en un Título es similar a un itinerario recomendado, sin llegar a ser expresamente una especialización. Se ofrecen asignaturas cuyo objeto material es común y cuyas competencias y contenidos son complementarios para tener una formación más específica, pero no es obligatorio cursar el lote completo de las asignaturas ofrecidas, pudiendo elegir entre varias asignaturas de diferentes itinerarios, pero sólo si se cursan las que se ofrecen agrupadas figurará expresamente en el Título la Mención.

Empresas[3)] actividades divulgativas y formativas especializadas para crear empresa por parte de su alumnado.

El programa de la asignatura se estructura en cuatro partes. En la primera parte se aborda el entorno empresarial para la creación de empresas y el estado del parque empresarial en su dimensión dinámica. El propósito de este bloque es que el alumnado sea consciente de la importancia de la actividad empresarial en el funcionamiento, mantenimiento y dinamización del sistema de economía de mercado y cómo el conjunto de las empresas representan una realidad cambiante por la continua entrada (natalidad) y salida (mortalidad) de empresas, para luego focalizar la atención sobre el porqué de la creación de una empresa y el contexto en que este hecho se produce.

En la segunda parte se trata el perfil socio-demográfico y psicológico de la persona emprendedora y su motivación para emprender. El propósito de este bloque es personificar el proceso de creación de una empresa, de modo que el objeto de atención no sea la nueva empresa sino la persona que la promueve (su fundador), a fin de identificar a dicha persona: perfil socio-demográfico (edad, sexo, formación, etc.), identificar el perfil psicológico (locus); e identificar su motivación para emprender un negocio (necesidad, deseo, fin social).

En la tercera parte se analiza el proceso de generación de ideas, se emplean técnicas de creatividad, se generan ideas innovadoras y se evalúa su validez como idea de negocio. El propósito de este bloque es que el alumnado asuma el rol de una personal emprendedora generando y/o buscando ideas, potencialmente de negocio, poniendo en práctica su capacidad creativa, posteriormente se analiza el potencial innovador (económico) de las ideas.

En la cuarta parte se elabora un plan de negocios (o plan de empresa). El propósito de este bloque es que el alumnado elabore un plan de empresa viable (técnica, económica y socialmente), determine cuáles son los recursos necesarios para la puesta en marcha del negocio y fije la estrategia de lanzamiento de la empresa.

[3] Anteriormente este programa, que se inicia en 2001, ha estado adscrito a los Vicerrectorados de Política Académica y Nuevas Enseñanzas, y al de Campus de Albacete y Proyectos Emprendedores, respectivamente, cuyas competencias son absorbidas por el de Transferencia y Relaciones con Empresas, al producirse el último relevo en el rectorado en el año 2012.

El alumnado realiza actividades prácticas basadas en autoaprendizaje y aprendizaje participativo, en las que se trabajan los diferentes contenidos del programa, mediante sesiones presenciales y a través de Campus Virtual, realizando trabajo autónomo individual, aprendizaje cooperativo, trabajo tutorizado individual y en grupo, en aula y en tutorías.

La calificación de la asignatura se establece considerando la participación individual activa del alumnado en las diferentes actividades que se desarrollan en las sesiones presenciales y virtuales (10%), la realización de las actividades y trabajos prácticos individuales programados (40%), la elaboración de una plan de empresa (40%) y la presentación y defensa oral y pública del plan de empresa (10%), elaborado individualmente o en grupo.

3.2. Método de recolección y análisis de datos

Como método de recolección de datos se eligió la encuesta y la misma fue aplicada en dos momentos del tiempo: al inicio del curso (septiembre) y al finalizar el mismo (diciembre-enero), a fin de realizar las correspondientes modificaciones referidas al “antes y después”. Para ello las encuestas, que fueron diseñadas a partir de investigaciones previas (Jiménez y Díaz, 2009; Jiménez y Oliveras, 2012; Jiménez, Oliveras y Rodenas, 2013), contenían preguntas destinadas a la identificación, a fin de filtrar aquellos cuyas respuestas pertenecían a los dos momentos del tiempo.

Los estudiantes matriculados en la asignatura “Creación de Empresas Innovadoras” en el curso 2014-2015 fueron 50, de los cuales el 62,5% eran alumnas y el 37,5% alumnos, el 90% nacionales, mayoritariamente de la propia región de Castilla-La Mancha, y el 10% extranjeros, provenientes de distintos países europeos, mediante convenios Erasmus. A los efectos de este trabajo, se ha prescindido de los resultados del alumnado extranjero, por la dificultad de obtener respuestas al finalizar el periodo lectivo cuatrimestral. Respecto a la edad, la mayoría de los encuestados estaban ubicados entre los 22 y 23 años.

Cabe destacar además, que las encuestas fueron aplicadas mediante la herramienta del google docs. En concordancia con el número de matriculados, en una primera etapa se recibieron 50 formularios, mientras que en la segunda 24, debiendo trabajar en

consecuencia con la segunda cantidad a fin de realizar las correspondientes modificaciones. En la Tabla 1 se presenta la caracterización de la muestra empleada.

Tabla 1: Caracterización de la muestra

Género	**Femenino**		**Masculino**
	62,5%		37,5%
Edad	20-21 años	22-23 años	24-25 años
	41,7%	50%	8,3%

Por último, para el análisis de los datos se utilizó en una primera instancia el programa Excel, a fin de ordenar y clasificar la información y presentar un análisis descriptivo de la información. Seguidamente se utilizó el programa SPSS versión 15.0 para Windows para el análisis de pruebas no paramétricas, particularmente el análisis para dos muestras relacionadas aplicando el test de Wilcoxon a fin de evaluar si las modificaciones en las variables (si las hay) son producto de cambios en la modificación por la participación en el curso, presentando la significatividad en cada caso. El grado de significatividad se marca *** si es al 1%, ** si es al 5% y * si es al 10%. Asimismo se nota NS cuando los resultados resulten no significativos.

3.3. Operacionalización de las variables

Las variables utilizadas para comprobar las hipótesis fueron las siguientes:

- Autoeficacia. Para mediar la autoeficacia, se sigue a Kolvereid y Isaksen (2006), utilizando una escala Likert de 10 puntos en la siguiente afirmación:

(Autoef1) Te consideras una persona emprendedora

- Actitud emprendedora. Siguiendo a Liao y Welch (2004) y utilizando una escala Likert de cinco puntos, la actitud emprendedora se evaluó a través de tres escalas:

(Actitd1) Prefiero tener una propia empresa antes que ganar un sueldo mayor como empleado por cuenta ajena.

(Actitd2) Preferiría tener mi empresa a ganas un salario más alto como empleado.

(Actitd3) Estoy dispuesto a sacrificarse para conseguir crear su propia empresa.

- Percepción del entorno. Fue medida siguiendo Grilo y Thurik (2005) con una escala Likert de cinco puntos, mediante los siguientes puntos:

(Percepentor1) Es difícil crear una empresa debido a la falta de apoyo financiero.

(Percepentor2) Es difícil crear una empresa debido a la complejidad de los procedimientos administrativos.

(Percepentor3) Es difícil crear una empresa debido a que es dificultoso obtener información sobre cómo crear una empresa.

- Intención emprendedora. Se utilizaron tres medidas para la medida de la intención emprendedora, recabadas a través de una escala Likert de 5 puntos:

(Intenc1)Alguna vez trataré de crear mi empresa.

(Intenc2) Si veo una oportunidad la aprovecharé.

(Intenc3) Frecuentemente pienso en ideas y modos de crear una empresa.

4. RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados obtenidos para la muestra bajo estudio, ordenando los mismos de acuerdo a las hipótesis planteadas.

4.1. Autoeficacia

Respecto a la autoeficacia, aunque sin diferencias significativas, se observan ciertas diferencias, en promedio, respecto a las formas de autoevaluarse antes y después de la asistencia al curso. Esto mostraría que, si bien se manifiesta de manera poco significativa, muestra un indicio de que se podría generar ciertos ajustes de autoeficacia en esta línea, sobre todo por la importancia que tiene esta variable. Dados estos resultados, no se confirma la hipótesis 1. En este punto se destaca además, que son estudiantes que han elegido por su propia convicción participar del curso por lo que puede que se sientan personas emprendedoras y por dicha razón elijan participar. En este aspecto sería interesante comparar estos resultados con un grupo de control.

Tabla 2: Percepción de Autoeficacia

Variable	Media	Sig.
(Autoef2) antes	6,4167	N/S
(Autoef2) después	6,4583	

4.2. Actitud emprendedora

En la Tabla 3 se muestran los resultados obtenidos respecto a la actitud emprendedora. En este caso, se puede observar que el porcentaje de acuerdo es suficientemente alto tanto en antes o después del curso, aunque se ve disminuido en Actitd2 y Actitd3. Sin embargo, las diferencias encontradas pareciera que no son producto de la participación del curso, pues no se encontraron al respecto diferencias significativas. De este modo, la hipótesis 2 con respecto a la modificación de la actitud emprendedora después del curso no se confirma, ya que el nivel alto se ha mantenido. Esto es importante, pues el grado de intensidad con que una persona dedica a una actividad debe estar generado por el propio convencimiento del estudiante.

Tabla 3: Actitud emprendedora

Variable	Media	Sig.
(Actitd1) antes	3,125	N/S
(Actitd1) después	3,125	
(Actitd2) antes	2,95	N/S
(Actitd2) después	3,29	
(Actitd3) antes	2,41	N/S
(Actitd3) después	2,66	

4.3. Percepción del entorno

En lo que hace a esta variable, los resultados se muestran en la Tabla 4. En este caso se observa que las dificultades a superar en el entorno, se acentúan luego de incorporar información referida al proceso de creación de empresas. Estos resultados se pueden

relacionar con las recomendaciones de Kuratko (2005), quien a partir de los aportes de Ronstadt (1987), sugiere que los programas educativos deberían estar diseñados para que los emprendedores potenciales fueran conscientes de las barreras existentes en la iniciación de su carrera emprendedora, y así pudieran idear la mejor manera de superarlas. También con las sugerencias de Alstete (2008) para quien los emprendedores potenciales deben ser educados adecuadamente, comunicando que el éxito en este campo no es fácil y que requiere mucho trabajo y largas horas de dedicación.

De todas formas, con estos resultados no se confirma la hipótesis 3.

Tabla 4: Percepción del entorno

Variable	Media	Sig.
(Percepentor1) antes	2,166	
		0,085*
(Percepentor1) después	2,70	
(Percepentor2) antes	3,04	
		N/S
(Percepentor2) después	3,20	
(Percepentor3) antes	3,54	
		N/S
(Percepentor3) después	3,45	

4.4. Intención emprendedora

Respecto a la intención emprendedora, en la Tabla 5 se observa que la misma se mantiene antes y después del curso. Esta cuestión marca dos puntos importantes: por un lado, se trata de alumnos que eligieron hacer el curso, con lo cual puede que manifiesten su intención ex ante y por otro que los verdaderos efectos se verían reflejados si se utilizaran grupos de control para su comparación

Tabla 5: Intención emprendedora

Variable	Media	Sig.
(Intenc1) antes	2,91	N/S
(Intenc1) después	3,66	
(Intenc2) antes	3,166	N/S
(Intenc2) después	3,20	
(Intenc3) antes	3,12	N/S
(Intenc3) después	3,25	

4.5. Cambios de acuerdo al género

Respecto a las modificaciones de la percepción de autoeficacia de acuerdo al género del encuestado (Tabla 6), distinto a otros trabajos, no se obtienen diferencias significativas. En este caso se trataría de un grupo con percepciones homogéneas antes y después del curso, e independientes del género.

Tabla 6: Percepción de Autoeficacia

Variable	Media	Sig.
(Autoef) Mujeres antes	6,66	N/S
(Autoef1) Mujeres después	6,60	
(Autoef) Hombres antes	6	N/S
(Autoef) Hombres después	6,22	

5. CONCLUSIONES

Aunque aun de manera exploratoria y preliminar, a partir de los resultados hallados se considera que el estudio contribuye a mejorar los mecanismos de evaluación la eficiencia de los programas en los que invierten las instituciones universitarias y facilitar a la

Academia la toma de decisiones sobre los contenidos de sus programas de educación emprendedora para mejorar las futuras ediciones de los cursos.

Respecto al primer punto, los resultados muestran que aun se necesita mayor conocimiento de cómo incide la educación emprendedora en el tiempo, sobre todo en las variables cognitivas. Si bien el Modelo de la Conducta Planificada resulta ser una teoría apropiada para analizar la efectividad de un curso de emprendimiento de estas características, luego de tres o cuatro meses de pasado el curso, resulta escasa la información obtenida para poder ajustar y pautar el currículo educativo. Se requiere además de un mayor registro y seguimiento de los estudiantes finalizado el curso (se obtuvieron menos de la mitad de las encuestas enviadas en un principio) sobre todo porque, de acuerdo a la experiencia, se ha detectado una disociación entre el momento de la recepción de la formación y el momento de la puesta en marcha de nuevas empresas. Dada estas limitaciones, como futura línea de investigación se propone diseñar un estudio que compruebe la persistencia de la intención emprendedora y sus antecedentes tras un periodo de tiempo más largo, y controle otros eventos vitales de los participantes.

Respecto al impacto del curso, los principales efectos se observan a nivel de las percepciones vinculadas con el entorno. De esta cuestión se destaca la importancia de que los estudiantes sepan identificar las potenciales barreras a afrontar a la hora de emprender y no corran en el riesgo de que las mismas los sorprendan una vez iniciado el proceso. Los resultados también muestran que en el curso “Creación de empresas Innovadoras” debe trabajar aun más en términos de autoeficacia, a fin de que los estudiantes puedan capitalizar el espacio áulico para conocer mejor sus fortalezas y debilidades.

En lo que hace al segundo punto, es recomendable que dentro de la Academia se considere una visión amplia que separe dos dimensiones: la generación de valores emprendedores en la población universitaria y la formación en emprendimiento a personas que quieran crear su propia empresa con mayores probabilidades de éxito o prefieran ocupar el rol profesional de asesores o consultores especializados en el tema. El programa evaluado basa su metodología en la promoción de valores emprendedores, la generación de ideas innovadoras y en cómo desarrollar un plan de negocio que las soporte, lo que, en cierto modo, muestra la importancia de incorporar nuevas metodologías pedagógicas que refuercen tales objetivos individualmente. Por tal razón,

con estos resultados se destaca el hecho de seguir usando un enfoque de aprendizaje eminentemente práctico, interactivo y participativo.

Para finalizar, debido a su naturaleza exploratoria, el estudio se limitó a un grupo de estudiantes de una única institución. De este modo, los trabajos futuros deberían observar la cuestión del muestreo para tener en cuenta el efecto moderador que la experiencia emprendedora previa, la clase social o el contexto puedan tener en el impacto de los programas educativos sobre la intención de emprender. Además, quedará pendiente para futuros trabajos realizar comparaciones con grupos de control que permitan profundizar los análisis realizados. De manera adicional, este estudio deja entrever que para la evaluación de programas vinculados con la formación emprendedora resulta conveniente comparar cursos con y sin formación, más que análisis “antes y después”.

BIBLIOGRAFÍA

Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behaviour in social psychology. Advances in Experimental Social Psychology, 20, 1-63. doi: http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60411-6

Alstete, J.W. (2008). Aspects of Entrepreneurial Success. Journal of Small Business and Enterprise Development, 15(3): 584-594.

Autio, E. y Wennberg, K. (2010, junio). You think, therefore I become: Social attitudes and the transition to entrepreneurship. Druid Summer Conference. Londres, UK.

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The Exercise of Control. Nueva York, NY: W. H. Freeman.

Bandura, A. (1982). Self- efficacy mechanism in human agency. American Psychologist, 37: 122–147.

Botha, M.; Nieman, G.; van Vuuren, J. (2006). Enhancing female entrepreneurship by enabling access to skills. The International Entrepreneurship and Management Journal, 2(4), 479-493.

Chen, C. C., Green, P. G. y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? Journal of Business Venturing, 13(4), 295-316. doi: http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3

Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, adaptation and legitimation: a macro-behavioral perspective. Journal of Economic Behavior & Organization, 8(2), 175-189.

Fayolle, A.; Degeorge, J.M. (2006). Attitudes, intentions, and behaviour: New approaches to evaluating entrepreneurship education. En Fayolle, A.; Klandt, H. (Eds), International entrepreneurship education. Issues and newness. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.

González López, M. J.; García Piñeiro S.; Rodríguez Ariza, L. (2012, junio). Indicadores para la evaluación de la educación superior en emprendimiento: Una aproximación. Ponencia presentada en Workshop en Experiencias y Metodologías Docentes en Emprendimiento, Granada, España.

Grilo, I. y Thurik, R. (2005). Latent and actual entrepreneurship in Europe and the US: Some recent developments. International Entrepreneurship and Management Journal, 1(4), 441-459. doi: http://dx.doi.org/10.1007/s11365-005-4772-9

Hytti, U.; O'Gorman, C. (2004). What is "Enterprise Education"? An Analysis of the Objectives and Methods of Enterprise Education Programmes in Four European Countries. Education + Training, 46(1): 11-23.

Jiménez, J.J. (2014a): “A New Model of Entrepreneurship Education. A University Teaching Experience”. Griffiths School of Management - Series. 01/2014.

Jiménez, J.J. (2014b): “Resultados de la metodología docente de la asignatura ‘Creación de Empresas Innovadoras’ con alumnado de Grado”. Nuevas fronteras en la investigación en emprendimiento y en la docencia del emprendimiento. 453 - 478.

Jiménez, J.J.; Díaz, M.C. (2009). Evaluación del impacto de la asignatura “Creación de Empresas” en la intención empresarial de su alumnado. En Legato, A. et al. (Eds.), V Encuentro Regional de Centros de Investigación en Administración y disciplinas afines, Tandil (Argentina): UNICEN.

Jiménez, J.J.; Oliveras, G. (2012, junio). Entrepreneurial Attitude of Young Female University Students: A Case Study. 57th ICSB World Conference. Small Enterprise Association of Australia and New Zealand.

Jiménez, J.J.; Oliveras, G.; Rodenas, J.M. (2013). La intención emprendedora en estudiantes de educación secundaria y bachillerato: un estudio exploratorio previo a la aplicación de la 'Ley de Emprendedores'. GLObal-loCAL Innovation & Entrepreneurship. Lessons From a Diverse World.

Kolvereid, L.; Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. Journal of Business Venturing, 21 (6): 866-885.

Kuratko, D.F (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5): 577-597.

Krueger, N. F., Reilly, M. D. y Casrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 15, 411-432. doi: http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Langowitz, N.; Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. Entrepreneurship Theory and Practice, 31(3): 341-364.

Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth. Entrepreneurship and Regional Development, 12(1): 25-47.

Liao, J. y Welsch, H. (2004). Entrepreneurial Intensity. En W. B. Gartner, K. G. Shaver, N. M. Carter y P. D. Reynolds, Handbook of Entrepreneurial Dynamics (págs. 186-196). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Markman, G.D.; Baron, R.A. (2003). Person–Entrepreneurship fit: Why some People are more Successful as Entrepreneurs than others. Human Resource Management Review, 13(2): 281-301.

Martin, B. C., McNally, J. J. y Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. Journal of Business Venturing, 28(2), 211-224. doi: http:// dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002

Martínez, D., Mora, J. G. y Vila, L. E. (2007). Entrepreneurs, the self-employed and employees amongst young European higher education graduates. European Journal of Education, 42(1), 99-117. doi: http://dx.doi. org/10.1111/j.1465-3435.2007.00285.x

Mau, W. C. (2003). Factors that influence persistence in Science and Engineering career aspirations. The Career Development Quarterly, 51, 234-243. doi: http://dx.doi.org/10.1002/j.2161-0045.2003.tb00604.x

McMullan, W.ED; Long, W.A. (1987). Entrepreneurship Education in the nineties. Journal of Business Venturing, 2: 261-275.

Mitchell, R.K.; Busenitz, L.; Lant, T.; McDougall, P.P.; Morse, E.A.; Smith, J.B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. Entrepreneurship Theory and Practice, 27(2): 93-104.

Neck, H. M. y Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. Journal of Small Business Management, 49(1), 55-70. doi: http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x

Oliveras, G. (2015). Educación emprendedora en la universidad: análisis y propuestas para la inserción de estas actividades en las currículas. Disertación doctoral no publicada. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina.

Oliveras, G; Jimenez-Moreno, JJ & Vigier, H (2012): Emprendimiento femenino: ¿Qué función cumple la percepción de auoteficacia en la conformación de estas empresas? Entrepreneurship, Creación y Desarrollo de Empresas y Formación, 245-267.

Pistrui, D., Liao, J., Welsch, H., Pistrui, D., Liao, J., & Welsch, H. (1998). Entrepreneurial expansion plans: An empirical investigation of infrastructure predictors. paper presentado en RENT XII, Lyon, France.

Pittaway, L.; Cope, J. (2007). Entrepreneurship education a systematic review of the evidence. International Small Business Journal, 25(5), 479-510.

Rosa, S. F. (2000). Enterprise Education and its relationship to Enterprising Behaviours: a conceptual and methodological investigation (Doctoral dissertation, Durham University).

Shapero, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (eds.), The Encyclopaedia of Entrepreneurship (págs. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Thomas, A. S. y Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. Journal of International Business Studies, 31, 287-301. doi: http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906

Walter, S. G., Parboteeah, K. P. y Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: a cross-level analysis. Entrepreneurship Theory and Practice, 37(2), 175-200. doi: http://dx.doi. org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x

Welsch, H.; Pistrui, D. (1993). Entrepreneurship commitment and initiative in Romania. RENT VII, Budapest, Hungary.

Wilson, F., Kickul, J. y Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(1), 387-406. doi: http:// dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x

Wilson, K.E.; Vyakarnam, S.; Volkmann, C.; Mariotti, S.; Rabuzzi, D. (2009, April). Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century. En World Economic Forum: A Report of the Global Education Initiative.

VILLA-BA EMPRENDE: EXPERIENCIA EN FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LAS LOCALIDADES DE VILLA CACIQUE Y BARKER, ARGENTINA

Alejandro Bricker, Belén Arditi y Alfredo Rébori

Centro de Estudios en Administración (CEA), Facultad de Ciencias Económicas, UNICEN, Argentina,
alejandro.bricker@econ.unicen.edu.ar

Centro de Estudios en Administración (CEA), Facultad de Ciencias Económicas, UNICEN, Argentina
Comisión de Investigaciones Científicas Provincia de Buenos Aires (Beca de estudio), Argentina
belen.arditi@econ.unicen.edu.ar

Centro de Estudios en Administración (CEA), Facultad de Ciencias Económicas, UNICEN, Argentina
decano@econ.unicen.edu.ar

RESUMEN EJECUTIVO

El programa Villa-Ba Emprende surge en 2013 con el objetivo de promover el desarrollo local de Villa Cacique y Barker (partido de Benito Juárez), a través del fomento y el apoyo a la cultura emprendedora en jóvenes, adultos y grupos de emprendedores. Las instituciones que participan del programa son la Fundación Loma Negra, la Facultad de Ciencias Económicas de la UNICEN (a través del Instituto de Economía y del Centro de Estudios en Administración) y el Municipio de Benito Juárez.

Palabras clave: Emprendedorismo, Cultura emprendedora, Desarrollo local.

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad es una institución central en la sociedad, y como tal, tiene un rol absolutamente preponderante como responsable de la formación de un sector muy importante de jóvenes, pero también como impulsora de actividades que contribuyan a generar iniciativas de desarrollo en el territorio en el que desenvuelve. Por consiguiente, además de generar conocimiento en su rol de docencia y de investigación, es imprescindible que adopte un compromiso real y efectivo en el campo de la innovación y del fomento del espíritu emprendedor.

Desde hace más de dos décadas, las universidades vienen desarrollando un conjunto de actividades tendientes a fomentar las iniciativas emprendedoras que van desde la

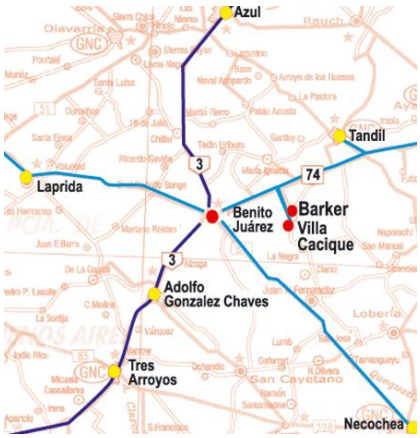
introducción de nuevos programas de emprendimientos universitarios, externos o de índole académica (Kantis, Angelelli, & Moori; 2004), a la creación de parques científicos (Markman; 2005), centros de innovación (Kuratko; 2005) e incubadoras de empresas (Colombo, & Delmastro, 2002; Mian, 1997); La necesidad de promover la creación de empresas, la necesidad de facilitar la transferencia de tecnología desde la Universidad y los centros de investigación a la industria y el deseo de investigar el proceso emprendedor en sí están en el origen de estas nuevas formas de cooperación entre universidades, instituciones, empresas y comunidad en general (Ussman,1998).

Sin embargo, en función de la diversidad de factores que intervienen en el proceso emprendedor, es cada vez es más importante que se lleve a cabo un trabajo articulado entre diferentes las áreas gubernamentales y con el sector privado (Lundström y Stevenson, 2002). Es uno de los mayores desafíos del diseño y de la implementación de estos programas, alcanzar una estructura de coordinación adecuada entre los diversos actores que forman parte, para instrumentar exitosamente una estrategia integral de desarrollo emprendedor (Kantis, Angelelli, & Moori; 2004).

2. ANTECEDENTES

Las localidades de Barker y Villa Cacique se encuentran emplazadas en una depresión tectónica estrecha y rodeada de serranías bajas correspondiente al sistema serrano de Tandilia, en la región centro-este de la provincia de Buenos Aires. Ambas localidades se comunican entre sí a través de la ruta provincial N° 80 (5km de distancia) y los centros urbanos más cercanos son Benito Juárez (54 km) y Tandil (64 km).

Ilustración 1: Ubicación geográfica de las localidades



Fuente: n/d

En la década del 80 estas localidades tuvieron su máximo poblacional, y desde entonces han visto reducida su población, siguiendo muy de cerca la actividad de la planta de Loma Negra (otros sectores económicos de la región no han tenido influencia significativa en el desarrollo local).

Actualmente, de acuerdo con los datos del Censo 2010 e información local, la comunidad de Barker tiene alrededor de 1250 habitantes y Villa Cacique 2000 habitantes (sin contar la población del Servicio Penitenciario que representa cerca de 700 personas). Estos datos muestras que las localidades prácticamente no han crecido en población desde el censo de 1970.

Durante 2012 el Instituto de Economía (IE) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, con el financiamiento de la Fundación Loma Negra, llevó adelante un estudio (cuyos resultados se publicaron en mayo de 2013) que permitió realizar un diagnóstico de la situación socioeconómica de Villa Cacique y Barker. En el marco de dicho trabajo se registraron como principales actividades económicas de estas localidades:

- Actividad minera: según la Oficina de Control e Inspección de Canteras del Municipio de Benito Juárez, hay 11 canteras de arcilla en explotación en la zona y una de caliza.
- Actividad industrial: dicha actividad está vinculada solamente a la producción de cemento por parte de la empresa Loma Negra.
- Actividad agrícola-ganadera: Se trata de establecimientos de tamaño mediano y grande, muy capitalizados y escasamente relacionados con el ámbito urbano local. Para la comercialización de sus productos como para la asistencia técnica, sanitaria, etc., están vinculados a centros urbanos más grandes, por lo que no existe una integración del sector agropecuario al medio urbano de las localidades, y la actividad no constituye una de las principales fuentes de empleo.
- Actividad turística: Si bien aún no está suficientemente desarrollada, Villa Cacique y Barker tienen un gran potencial en términos turísticos. Sus sierras son conocidas entre los escaladores como Sierras Cuchillas de las Águilas. Es una zona muy propicia para el aprendizaje de los rudimentos básicos de escalada, una de las mejores paredes naturales para practicar rappel y escalada, y es una región ideal

para el Turismo Aventura. También tiene cavernas naturales de gran atractivo turístico. Otra ventaja de la zona es su cercanía a Tandil (destino que ya está posicionado en el mercado) con un acceso relativamente bueno y de gran belleza natural desde esta ciudad. En la actualidad, la actividad turística más importante está relacionada únicamente a la Fiesta Provincial de la Frambuesa que se realiza anualmente en el segundo fin de semana de febrero.

- Unidad Penitenciaria Nº 37: junto a la fábrica de Loma Negra, una de las mayores generadoras de fuentes de trabajo de la zona. La cantidad de empleados es cercana a los 400, de las cuales alrededor del 50% es oriundo de las localidades bajo análisis.
- Delegación Municipal: de acuerdo a los datos otorgados por el Municipio, la delegación municipal de Barker cuenta con alrededor de 90 personas. De éstas, unas 70 están en planta permanente mientras que el resto es personal contratado.

Por otra parte, se observaban pocos casos de emprendedores exitosos o con potencial en la zona (foco local en la mirada de los negocios y las oportunidades), escasa cultura emprendedora y un fuerte proceso migratorio de los jóvenes (de acuerdo con los datos recolectados, el 80% deseaba irse a estudiar a otra ciudad, y en general los jóvenes que foco excesivamente local en la mirada de los negocios y las oportunidades emigran, no regresa luego de finalizar sus estudios), con la consecuente fuga de talentos.

El estudio también permitió visualizar una ruptura en la relación “paternalista” del pasado tanto del lado de la empresa Loma Negra, al cambiar su estrategia para con la comunidad, como por el lado de la población que ha tomado conciencia, tras el cierre temporal de la fábrica, que no es conveniente depender completamente de una sola empresa.

A pesar de dicha ruptura la relación más fuerte continúa siendo con Loma Negra, que si bien ya no es el mayor empleador, ni tiene una incidencia tan significativa en el empleo total, sigue siendo el alma mater de los poblados.

Las conclusiones del trabajo indican que, en el marco de la caracterización descripta con anterioridad, una de las principales acciones que era necesario promover estaba vinculada a fortalecer la cultura emprendedora.

3. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La propuesta busca dar respuesta muchas de las conclusiones del estudio/diagnóstico realizado en las comunidades.

Barker y Villa Cacique se encuentran aún en un estadio inicial de desarrollo, donde aún no se han superado significativamente la dependencia económica con Loma Negra, por lo que se consideró que una de las principales acciones a implementar estuviera orientadas a promover y fortalecer es la cultura emprendedora. No obstante, el diagnóstico, además, evidencia como principal factor limitante la carencia de entornos propicios y asistencias técnicas para el desarrollo de iniciativas empresariales.

Por ello, en los últimos 2 años, y considerando que el proyecto está pensado y diseñado para mostrar resultados significativos a largo plazo (especialmente un cambio cultural en las comunidades), se ha trabajado con distintas herramientas tendientes a generar espacios de educación emprendedora que permitan atraer potenciales emprendedores, ofrecer servicios a emprendedores en marcha, crear espacios comunes para que se puedan compartir experiencias y problemáticas, permitir el acceso a fuentes de financiamiento, etc.

En este sentido, los objetivos de los distintos proyectos desarrollados en este período se pueden resumir en:

Objetivo general de Villa-Ba Emprende:

Promover el desarrollo local de Villa Cacique y Barker, a través del fomento y el apoyo al desarrollo de una cultura emprendedora entre jóvenes y grupos de emprendedores de la comunidad, contribuyendo así al desarrollo local de ambas comunidades.

Objetivos específicos de Villa-Ba Emprende:

- Sensibilizar, motivar y fomentar la cultura emprendedora al conjunto de la comunidad, promoviendo su accionar a partir de una idea de “circulo virtuoso” y el autoempleo como una opción más de futuro.
- Incentivar, promover y alcanzar la formulación de modelos de negocios con potencialidad y tendientes al desarrollo de proyectos innovadores en el contexto local.
- Asistir en la puesta en marcha, consolidación y/o búsqueda de financiamiento para el desarrollo y/o consolidación de los emprendimientos.

- Fortalecer las capacidades técnicas y actitudinales de los participantes, procurando reducir el índice de fracaso empresarial.

El público objetivo, en base a los resultados del estudio antes mencionado, se definió, por un lado, como jóvenes que se encuentran en el sistema educativo de entre 17 y 30 años de edad, que cursan el bachillerato de adultos y la secundaria básica común (5° y 6° año); y, por otro lado, personas que se encuentran vinculados con un emprendimiento joven o tienen una idea de negocios para desarrollar y que no necesariamente se encontraban vinculados al sistema educativo.

Para alcanzar el primer objetivo específico se consideró importante difundir la actividad del emprendedorismo a través de la presentación de casos exitosos. En particular, se consideró importante exponer a los jóvenes de la escuela secundaria a experiencias de emprendedores y así comenzar a sembrar la idea de que emprender es un posible desarrollo personal. Sin embargo, debido a que las localidades están pobladas mayoritariamente de trabajadores migrantes, los emprendedores son escasos y no hay una tradición o ejemplos locales donde los más jóvenes puedan buscar inspiración, por lo que se debió invitar emprendedores de otras localidades a contar sus experiencias.

En relación con el segundo objetivo específico, para atraer a emprendedores y potenciales emprendedores a acercarse al programa, se desarrolló un concurso de idea-proyecto. La primer edición en 2013 y una segunda edición en 2014. El concurso consta de distintas etapas:

- Difusión: Se utilizaron distintos medios de comunicación para intentar atraer participantes al concurso. El primer año se trabajó fuertemente con diarios, radio, afiches y redes sociales. El segundo año, en base a los aprendizajes del año anterior, y si bien se utilizaron todos los medios del año anterior, se priorizó la utilización de redes sociales y se incorporó un taller para asistir en el llenado del formulario de inscripción.
- Inscripción: Se elaboró un breve formulario de inscripción. La misma se podía sustanciar en forma impresa o digital.
- Pre-selección: En base a los formularios recibidos, se controlaba solamente que se adaptaran a las bases y condiciones del concurso.
- Capacitación: Para la presentación final, los participantes debían desarrollar un mini-plan de negocios siguiendo principalmente la metodología de Modelo de

Negocios propuesta por Osterwalder y Pigneur en Generación de Modelos de Negocios (2010).

- Tutoría: Se ofrecieron horas de asistencia técnica y acompañamiento a cada equipo/emprendedor inscripto para facilitar el proceso de definición del modelo de negocios y la formulación del mini-plan.
- Presentación final: Los equipos/emprendedores realizaron una presentación final impresa de su mini-plan.
- Selección del ganador: En primera instancia, el equipo de tutores realizó una primera evaluación técnica de los mini-planes presentados. Además, se conformó un comité de evaluación conformado por miembros de las instituciones organizadoras. La decisión final se sustentó principalmente en la evaluación técnica previa, a la que se sumaron otros criterios como la asistencia a las capacitaciones y tutorías, el compromiso demostrado con la puesta en marcha del proyecto y el potencial de desarrollo del mismo.

Tabla 1: Participantes del Concurso de Ideas-Proyecto

Edición	2013	2014
Inscriptos	12 proyectos 16 personas	9 proyectos 15 personas
Presentación final	9 proyectos	5 proyectos
Puestos en marcha	2 proyectos	2 proyectos

Fuente: Elaboración propia

En 2014, con los emprendedores en marcha o a punto de iniciar (y que no podían participar de la segunda edición del concurso), se trabajó más concretamente en relación a los últimos dos objetivos específicos. De esta etapa, que se denominó Villa-Ba Impulsa (si bien en términos comunicacionales se integró bajo el paraguas de Villa-Ba Emprende por el rápido posicionamiento que se obtuvo con esa “marca”), participaron 6 emprendimientos, a los que se les ofrecieron servicios específicos, de modo que puedan nutrirse de herramientas técnicas y no técnicas para afrontar la puesta en marcha y/o desarrollo de sus negocios.

Tabla 2: Composición de los participantes de Villa-Ba Impulsa 2014

Participación previa en concurso de Ideas-Proyecto 2013	Si	No
En marcha	2	2
A punto de iniciar	1	1

Fuente: Elaboración propia

En este sentido, se inició con un ciclo de capacitaciones breves en temáticas que, en base a la experiencia del primer año y demandas concretas de los propios emprendedores, se percibieron como prioritarias: marketing, costos y ventas. Para varios de los nuevos emprendedores que se incorporaron al programa en este segundo año, estas actividades fueron sus primeras aproximaciones formales a estas temáticas.

Estas capacitaciones en herramientas de gestión se intercalaron además con actividades vivenciales tendientes a mejorar cuestiones actitudinales: comunicación, trabajo en equipo y resolución de conflictos, y toma de riesgos.

Asimismo, estas actividades grupales fueron complementadas con espacio de tutorías, las cuales se desarrollarán en dos etapas. La primera, más intensiva, con encuentros quincenales, cuyo finalidad es asistir fuertemente a los emprendedores en el proceso de puesta en marcha o en la realización de un diagnóstico situacional, así como en la redacción del documento que requieran para acceder a una línea de financiamiento.

La segunda etapa, de seguimiento, constó de 3 encuentros mensuales para evaluar el avance en la puesta en marcha, implementación de mejoras y seguimiento del proceso para la obtención del financiamiento.

4. PRINCIPALES LECCIONES APRENDIDAS Y ASPECTOS INNOVADORES DE LA EXPERIENCIA

En virtud de los resultados del programa, se considera que el proceso de fortalecimiento de los emprendimientos más destacable ha sido el proceso de tutorías a los emprendedores, a partir del cual se afianzaron las bases de aquellos elementos a tener en cuenta para la continuación de los proyectos y se enriquecieron y aprendieron nuevas herramientas para apoyar y asistir en la toma de decisiones a los emprendedores.

Este proceso ha permitido generar un estrecho vínculo entre los tutores y cada uno de los emprendedores. Cada tutor asistía a aquellos emprendimientos en cuya actividad económica era competente, motivo por el cual se fortaleció aún más la metodología de trabajo empleada.

Con respecto a los talleres, se considera que el ciclo de jornadas vivenciales les ha permitido a los emprendedores formarse en cuestiones actitudinales promoviendo su interés y motivándolos a continuar con el desarrollo de sus proyectos. La implementación de estos talleres, así como los talleres de herramientas técnicas, permitieron un acercamiento entre los emprendedores, incentivando la creación de una red a través de la cual establecieron lazos de contacto, así como de colaboración y apoyo en sus emprendimientos individuales.

Con respecto a las charlas de emprendedores, se observó que mantuvieron un nivel de asistencia relativamente bajo, pero que no dependió del tipo de actividad económica en el que se desempeñan los emprendedores invitados. El principal factor de interés en esta actividad ha sido la propia experiencia del emprendedor. Asimismo, el impacto y alcance de las estas charlas fue mayor cuando la actividad se apuntó hacia jóvenes y se desarrolló en la escuela secundaria que cuando se hizo en forma abierta a la comunidad en general.

Si bien los esfuerzos no se han capitalizado aún en cantidad de emprendimientos o en su crecimiento, se considera que la combinación de actividades propuesta está comenzando a dar sus frutos en términos de instauración de la temática emprendedora en estas dos comunidades, donde imperó durante muchísimo tiempo la idea de que el trabajo en relación de dependencia era la mejor alternativa posible.

Esto no podría haberse logrado sin la colaboración entre la Fundación Loma Negra, la Facultad de Ciencias Económicas de la UNICEN y el Municipio de Benito Juárez. Este ejemplo de triple hélice facilita a estas comunidades el acceso a recursos humanos altamente calificados, financiamiento, conocimientos, contactos, etc.

El carácter innovador de la experiencia está dado, por un lado, por haber partido de los resultados de un estudio socioeconómico en estas pequeñas poblaciones, que derivo en propuestas concretas de acciones para fomentar la cultura emprendedora desde distintos frentes, y continúa con la implementación y evolución de esas acciones; y, por el otro, por

haber implementado esas acciones en simultaneo en base a una novedosa combinación de actividades puntuales generando aprendizaje y mejoras durante el segundo año de aplicación y el tercer año en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

Colombo, M. G., & Delmastro, M. (2002). How effective are technology incubators?: Evidence from Italy. Research policy, 31(7), 1103-1122.

Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional, 35-198.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. Entrepreneurship theory and practice, 29(5), 577-598.

Lundström, A. y Stevenson, L. (2002) On the Road to Entrepreneurship Policy, vol. 1. Swedish Foundation for Small Business Research, Stockholm

Markman, G. D., Phan, P. H., Balkin, D. B., & Gianiodis, P. T. (2005). Entrepreneurship and university-based technology transfer. Journal of Business Venturing, 20(2), 241-263.

Mian, S. A. (1997). Assessing and managing the university technology business incubator: an integrative framework. Journal of business venturing, 12(4), 251-285.

Ussman, A. M. (1998). University and Entrepreneurship Development. InInternational Conference, Academy of Business & Administrative Sciences.

ARGENTINA. EL ACCESO A LOS INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES.

García De Brahi, Leandro y Minetti, Ana Clara

Facultad de Ciencias Económicas–Universidad Nacional del Litoral
lgarciadebrahi@yahoo.com.ar

Facultad de Ciencias Económicas–Universidad Nacional del Litoral
aminetti_2000@yahoo.com

RESUMEN

Dada la importancia que tiene el emprendedorismo, no solo para el emprendedor sino también para el desarrollo de un país, focalizamos nuestro análisis en una de las principales problemáticas que poseen para llevar adelante su proyecto, que es la obtención de fondos y de ese modo lograr el crecimiento deseado.

Para ello, en una primera etapa, indagamos sobre los distintos modelos de la actividad emprendedora, tales como el Global Entrepreneur Monitor (GEM) y el desarrollado por Hugo Kantis referido al ecosistema del emprendedor.

Luego, identificamos la actividad emprendedora en Argentina, y su posición en el ranking latinoamericano y mundial. Además detectamos la importancia del financiamiento en las primeras fases de un emprendimiento y cuales son fuentes de financiamiento más utilizadas. Hicimos especial hincapié en los instrumentos financieros ofrecidos por los organismos públicos en los distintos estamentos (Nacional, Provincia Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe) y organizaciones privadas a los fines de agrupar los mismos de acuerdo al tipo de entidad otorgante. De ello se puede concluir que de los 66 instrumentos financieros relevados en su gran mayoría están conformados por subsidios/ANR/premios (46 que representa el 70%) y seguidos por créditos (20 que alcanza el restante 30%, de los cuales 3 de ellos son a tasa 0%).

En entrevistas a informantes clave se profundiza en los inconvenientes que tienen los emprendedores para acceder al financiamiento, detectándose entre otros los vinculados a: el desconocimiento de las herramientas disponibles, asimetrías en el acceso la información, legislación y políticas crediticias no adecuadas a los emprendedores, excesivos requisitos para otorgamiento de créditos y subsidios, gestiones que se

prolongan en el tiempo, desconocimientos de herramientas de gestión y administración, falta de un ecosistema adecuado para el emprendedor.

1. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

1.1. Actividad emprendedora. Distintos modelos.

El emprendedorismo es el proceso de iniciar un negocio o crear una empresa; es el arte de llevar a cabo nuevos emprendimientos que generen riquezas, combinando creatividad, innovación y una gestión sólida. Ello conlleva múltiples beneficios, tanto para el emprendedor como para la sociedad. En el caso particular del emprendedor, no sólo porque obtiene una recompensa económica, sino que también experimenta una satisfacción por sus logros y desarrollo profesional. Pero estos beneficios trascienden la esfera personal, porque aportan riqueza al país, contribuyen a su crecimiento económico, genera empleo y aumenta la productividad.[4]

De acuerdo al Modelo del Global Entrepreneur Monitor (GEM), para que se desarrolle una buena actividad emprendedora se deben conjugar los siguientes elementos: [5]

- Condiciones generales del país (gobierno, infraestructura, I+D, economía, mercado financiero, laboral, instituciones, etc.).
- Condiciones específicas para el desarrollo de los emprendedores (acceso al capital, apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura, programas de gobierno, educación y entrenamiento, transferencia de tecnologías, etc.).
- Crecimiento económico nacional (PBI, empleo, innovación).
- Dinámica de los negocios (cantidad de empresas que nacen, crecen, se achican y desaparecen).
- Oportunidades de negocios (existencia y percepción).
- Capacidades emprendedoras (actitud, aptitud y ambición emprendedora).

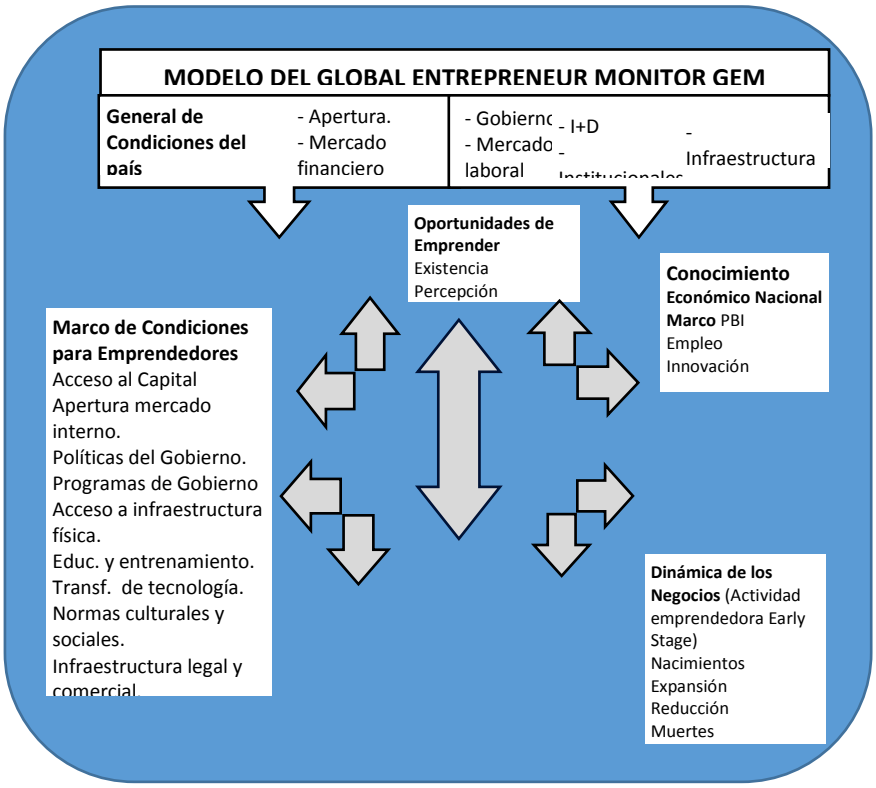
Tal como se puede observar en la Figura N° 1, existen una serie de factores del contexto, y los propios de los emprendedores (capacidades emprendedoras) existentes que permiten correlacionar ambos factores.

---

[4] Argentina, Ministerio de Industria, Dirección Nacional de apoyo al Joven Empresario. "*Manual del Emprendedorismo: Aprendiendo a emprender."* Disponible en: http://www.industria.gob.ar/publicaciones/. Pág. 5

[5] Argentina, Gobierno de Buenos Aires, Ministerio de Desarrollo Económico- Programa Desarrollo Emprendedor Adrián L. Lebendiker: (Abril 2013) *"Claves para emprendedores. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto "*Págs. 11- 29

Figura N° 1: Modelo del Global Entrepreneur Monitor (GEM)



Fuente: Argentina, Ministerio de Desarrollo Económico- Adrián L. Lebendiker (2013): "Claves para emprendedores. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto". Pág. 13

Por otra parte, el modelo desarrollado por el investigador argentino Hugo Kantis[6], director del PRODEM, Programa de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Nacional de General Sarmiento, considera que los emprendedores se encuentran insertos en un Ecosistema (ver Figura N° 2), donde podemos encontrar, a distintos actores tales como:

- Las universidades, en su rol formativo como en el campo de la asistencia y vinculación de potenciales emprendedoras, (por ejemplo a través de las incubadoras, aceleradoras, centros de emprendedores); estas últimas también las cumplen los gobiernos municipales, fundaciones y cámaras empresariales.
- Las instituciones de I+D, generando y transfiriendo conocimientos innovadores.
- Los medios de comunicación, difundiendo experiencias exitosas y modelos de rol.

[6] Hugo Kantis, Federico Juan y Menéndez Cecilia; (2012). "Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina. Tendencias y desafíos" Caracas, Venezuela, PRODEM Disponible en: http://www.caf.com/media/4233/politicas-emprendimiento-dinamico-america-latina.pdf Págs. 13 y 14.

- Las entidades empresariales, fomentando el desarrollo de las redes con el mundo de los negocios y del mentoring empresarial.
- Los bancos, que promueven la creación de fondos de inversión en emprendimientos o patrocinando centros de emprendedores.
- Los inversores privados, aportando capital, consejos y contactos, denominados Mentores.
- Los prestadores de servicios de consultorías especializadas en diversos temas, asesorando y apoyando la gestión.
- Las empresas privadas, favoreciendo el surgimiento de emprendedores a través de spin offs y brindando apoyo corporativo.
- Los gobiernos, facilitando y promoviendo el desarrollo del ecosistema de emprendimiento.

Es por ello, que las políticas vinculadas a promover el emprendedorismo deben partir de reconocer el estado de estas iniciativas y de evaluar las posibilidades de potenciar el desarrollo del ecosistema. Asimismo, dada la diversidad de perfiles institucionales y roles a desempeñar en el ecosistema, es necesaria la participación y articulación entre los sectores públicos y privados.

De hecho, en la actualidad, la mayoría de los programas e instituciones que apoyan al emprendedorismo, poseen como una de sus herramientas más generalizadas el acercamiento de diversas redes de contactos, que les resulta de gran utilidad a un emprendedor para enriquecer sus vínculos, aprender de la experiencia de otros, o establecer relaciones comerciales.

Figura N° 2: Ecosistema Emprendedor

Fuente: Kantis H., Federico J., Menéndez C., (2012). "Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina. Tendencias y desafíos." Pág. 14

1.2. Actividad emprendedora en argentina

Argentina es un país emprendedor por excelencia, en los últimos años ha ocupado lugares de preponderancia a nivel mundial[7].

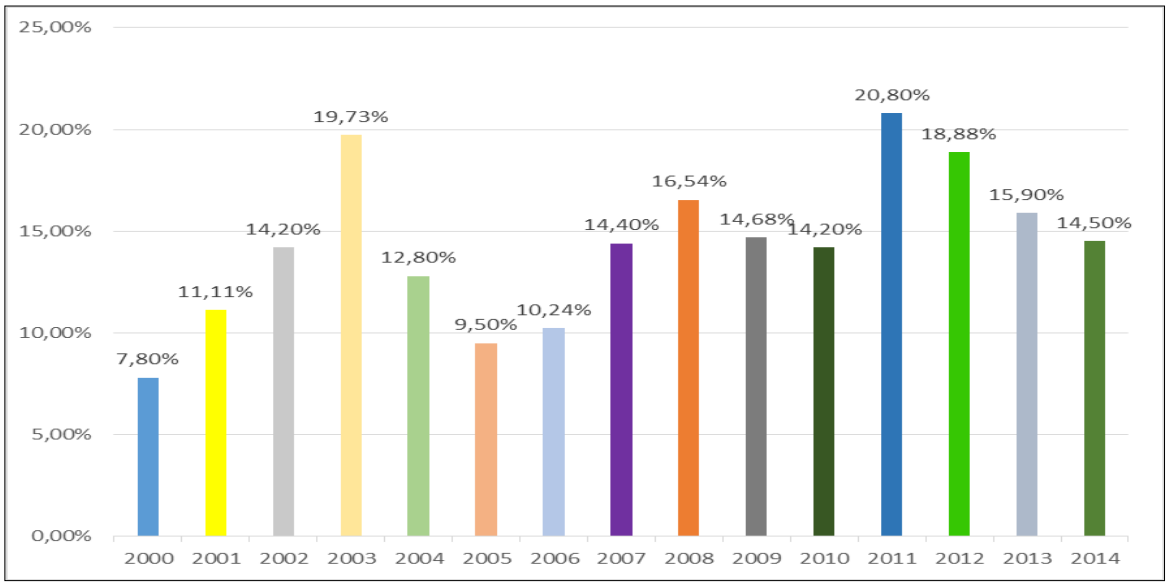
Para medir esta actividad, existe desde el año 1999, un estudio internacional que suministra el GEM denominado Tasa de Actividad Emprendedora en Etapa Temprana (TEA), la cual muestra la proporción de personas entre 18 y 64 años de edad, que están comprometidas en actividad emprendedora, como dueño y gestor de un negocio que tenga hasta 42 meses de vida. Argentina logra la mayor TEA (20,80%) en el año 2011, para luego comenzar una tendencia decreciente, tal como puede observarse en la Figura N° 3.

Por otra parte, el Índice de Condiciones Sistémicas para Emprendimiento Dinámico del PRODEM (ICSEd-PRODEM) permite medir las condiciones del sistema nacional de emprendimiento. Este índice presenta similitudes con el enfoque del ecosistema del emprendimiento, aunque es más abarcador en sus consideraciones y permite entender

[7]Exposición Prof. Silvia Torres Carbonel , Directora Cento de Entrepreneurship-IAE Businees School Borad Member Endeavor Directora Globar EntrepreneurShip Monitor (GEM), Junio 2011.

los distintos factores estructurales que afectan el surgimiento de emprendedores y de oportunidades de negocios.

Figura N° 3: Evolución de la TEA en Argentina. Período 2000-2014.



Fuente: Elaboración propia de datos obtenidos de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) disponible en http://www.gemconsortium.org/.

De acuerdo a este índice, Argentina se encuentra entre los cuatro países de América Latina con mejores condiciones (ver Figura N° 4), siendo los factores más favorables la educación, condiciones de demanda, sociales y capital social (detrás de Chile, Costa Rica y Brasil), y entre los menos favorables son el financiamiento con marcadas diferencias de la región y a nivel mundial. En el ranking mundial Argentina se encuentra en el puesto 38 de dicho índice.

Figura N° 4: Ranking de países latinoamericano con el mayor ICSEd-PRODEM Año 2015.

	País	Valor ICSEd
1.	Chile	39,43
2.	Costa Rica	35,65
3.	Brasil	35,15
4.	Argentina	33,01
5.	Colombia	32,46
6.	México	31,92
7.	Uruguay	31,72
8.	Panamá	29,39
9.	Perú	27,37
10.	Ecuador	27,33
11.	Bolivia	26,98
12.	Venezuela	22,76
13.	El Salvador	21,02
14.	Guatemala	13,78
15.	R. Dominicana	12,23

Fuente:Kantis H. ,Federico J., Ibarra García S. (2015).“Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento dinámico” Pág. 44.

Autores como Gribb y Ritchie (1982) identifican las distintas fases en el nacimiento una empresa, tal como se expone en la Figura N° 5.

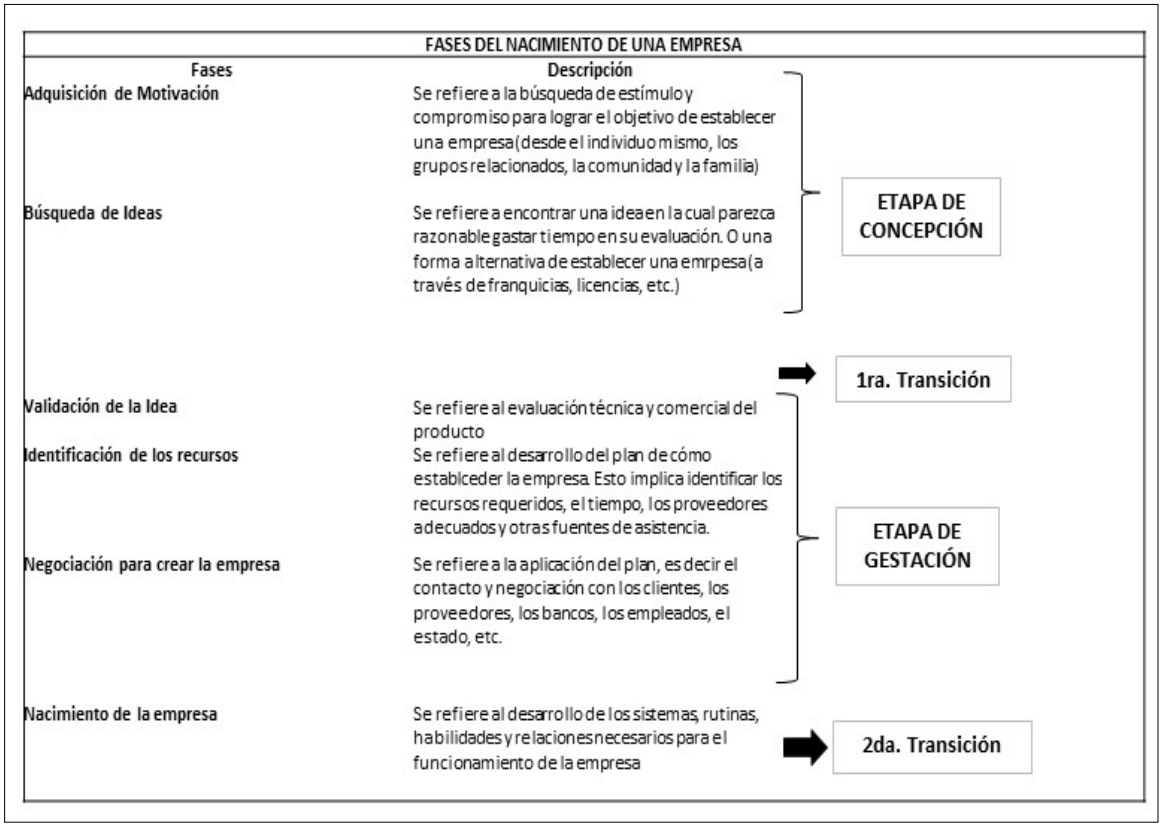
La primera etapa, denominada “concepción”, se inicia cuando una persona o un grupo se encuentran en la búsqueda de una idea de negocio, teniendo deseo e interés en llevar adelante su proyecto empresarial pero, sin que aún hayan realizado acciones para concretarlo. Se denominan emprendedores nacientes quienes logran la transición desde la concepción de una idea hasta la etapa de la gestación de la misma (primera transición).

La segunda etapa, la de “gestación”, comienza cuando la persona o grupo de personas involucradas en la nueva idea realizan acciones concretas para llevarla adelante. Es aquí cuando el emprendedor valida la idea, haciendo uso de sus capacidades y habilidades para desarrollar la estructura de la firma y realiza las acciones para lograr los recursos necesarios para concretar su idea de negocio.

La segunda transición ocurre cuando el emprendedor naciente finaliza la etapa de gestación. El resultado puede ser el lanzamiento exitoso de la nueva firma, o el fracaso en la implementación de la idea empresarial.

Cuando el proceso de gestación finaliza y la empresa comienza a funcionar, se inicia la etapa de "infancia", la que se caracteriza por un alto grado de incertidumbre, ya sea respecto a la realización de la demanda prevista durante la etapa de gestación o al funcionamiento de sus capacidades gerenciales y organizativas dentro de la nueva empresa. El rol del aprendizaje es fundamental en el proceso de selección que tiene lugar en el mercado en estos primeros años. La mayor parte de las empresas nuevas necesitan un período de aprendizaje y afianzamiento en la actividad estimado en cinco años.[8]

Figura N° 5: Fases en el nacimiento de una empresa.



Fuente: Gribb y Ritchie (1982) Extraido Graña F. (2002) "Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas" Pág. 7

[8]Gennero de Rearte Ana (2004) *"Proceso para la creación de Empresas. Conceptos elementales "*Capítulo 1 -- Graña Fernando Universidad Nacional de Mar del Plata - Editorial Suarez , Pág. 5 Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/692/1/00196.pdf

Desde la concepción de la idea hasta la obtención de los primeros prototipos, el principal esfuerzo recae en el equipo emprendedor o en el círculo de allegados, siendo decisivo el involucramiento personal para lograr el éxito[9].

1.3. Financiamiento en las primeras fases de un emprendimiento.

Una de las dificultades que tienen los emprendedores desde el comienzo es la falta del capital necesario para poner en práctica el proyecto. Otros, con grandes sacrificios y dificultades llevan a cabo el emprendimiento elegido, pero carecen del dinero necesario para mejorarlo o expandirlo, obligándolos muchas veces a cerrar su empresa. Esta problemática que tienen los emprendedores requiere la existencia de políticas sociales-económicas-financieras que partan del Estado e instituciones privadas para poder integrar a los mismos al circuito económico-financiero en forma exitosa.

Los primeros recursos financieros con que cuentan de los emprendedores para sus proyectos son las denominadas 3F's, término anglosajón que corresponden a las letras de los nombres de las primeras fuentes de financiación que pueden y deben optar los emprendedores para cubrir sus necesidades financieras iniciales. Corresponden a Family, Friends and Fools.

- Family – Familia: suele ser el primer círculo donde consiguen el capital para arrancar con sus iniciativas empresariales. Generalmente son fondos de devolución de largo plazo y por lo general son a tasas de interés nulas o mínimas.
- Friends – Amigos: La segunda F corresponde al núcleo de las amistades, su apoyo se suele dar cuando el emprendedor tiene una experiencia dilatada y ha sido capaz de demostrar que lo puede hacer, además ellos tienen plena confianza en él.
- Fools- Locos: Estos son los más valientes y divertidos, creen en el emprendedor y su capacidad de llevar adelante su negocio y por ello, están dispuestos a invertir su dinero en el start-up del emprendedor e involucrarse en mayor o menor medida en el proyecto.

[9]Antonio Mansanera (2010). *"Finanzas para emprendedores."* Barcelona. Deuxto; citado por Jon Hoyos Iruarrizaga y Ana Blanco Mendiadula (2014); *"Financiación del proceso emprendedor".* Madrid, Pirámide. Pág. 79.

La presencia de las 3F´s puede ser incluso una señal valiosa en el momento en que la empresa inicie futuras rondas de financiación con otros inversores y/o entidades crediticias. Para éstos, la constancia de que familiares o amigos del equipo promotor de la idea aceptarán aportar capital semilla en las primeras fases podría estar señalizando positivamente ese proyecto y facilitando con ello el acceso a fuentes de financiación más profesionales[10.]

Según estudio realizado por Kantis y Angelelli (2011) en América Latina sobre las fuentes de financiamiento más utilizadas por los innovadores dinámicos para iniciar su negocio, en primer lugar y con significativa participación se encuentran los ahorros personales (81%), le siguen el crédito otorgados por los Clientes y Proveedores (24% y 21% respectivamente), los familiares y amigos (18%), etc. (Ver tabla N° 1).

[10] Jon Hoyos Iruarrizaga y Ana Blanco Mendiadula (2014); "*Financiación del proceso emprendedor".* Madrid, Pirámide. Pág. 88.

Tabla N° 1: Fuentes de financiamiento utilizadas por los innovadores dinámicos para iniciar el negocio en América Latina

Fuentes de financiamiento	Porcentaje utilizado
Ahorros personales de los fundadores	81%
Clientes (adelantos)	24%
Proveedores (crédito comercial)	21%
Parientes y amigos	18%
Compra de maquinaria usada	17%
Tarjeta de crédito de los fundadores	16%
Sobregiros en cuenta corriente	15%
Préstamos bancarios	12%
Inversores privados	9%
Retraso en el pago de servicios	8%
Retraso en el pago de salarios	5%
Factoreo	4%
Retraso en el pago de servicios	3%
Fondos de capital de riesgo	3%
Préstamos de instituciones nacionales públicas	1%
Subsidios de instituciones nacionales públicas	1%
Préstamos de gobiernos locales	1%
Subsidios de gobiernos locales	1%

Fuente: Kantis H.; Angelelli P- y Moori- Koening V. (2004): "Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional" Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C. citado por Kantis H. y Drucaroff S.(2011) op. Cit. Pág. 205.

Otras fuentes de financiamiento que tienen disponible los emprendedores en la etapa inicial o posterior son las siguientes:

- Financiación Bootstrapping: Es un conjunto de herramientas o técnicas creativas que permiten al emprendedor reducir su necesidad de recurrir fuentes externas de financiación y mantener el control de la propiedad. En este sentido, un bootstrapper sería aquel emprendedor que utiliza todos los medios que tiene a su alcance para evitar o dilatar lo más posible en el tiempo el uso de recursos financieros por parte de inversores externos.
- Financiación Bancaria: En las primeras etapas del emprendimiento existen restricciones en el acceso a fondos de instituciones bancarias. Las principales barreras de acceso a este financiamiento son la carencia de una trayectoria (historia crediticia), falta de avales, tasas y costos de acceso elevados, requerimientos formales, plazos inadecuados, líneas crediticias que no se ajustan a las necesidades de la nueva empresa. En general las entidades financieras ofrecen préstamos siguiendo la lógica de la evaluación ex-antes y la posibilidad del emprendedor de ofrecer garantías.
- Aceleradoras de empresas (Business Accelerators): Consiste en programas para start-ups tecnológicas en una fase inicial, donde los emprendedores pueden disponer de espacio compartido de trabajo, acceso a mentores, una pequeña aportación inicial de capital y la oportunidad de presentarse, tras este periodo, ante inversores, business angels y capital riesgo en los "demo day" o "investors' day" . Una incubadora de empresas es una herramienta central en el proceso de generación y consolidación de micro y pequeñas empresas, pues brinda a los emprendedores diversos apoyos tales como, formación, entrenamiento, asesoramiento, financiación, vinculación tecnológica, además de ser facilitador de la innovación tecnológica en pequeñas empresas.
- Crowdfunding (Financiamiento Colectivo) consiste en financiar la idea a través de pequeñas contribuciones de una gran cantidad de personas. La principal ventaja para los emprendedores son acceder a capital semilla a un costo relativamente bajo, y difundir su proyecto entre una gran cantidad de personas, quienes además

tienen la posibilidad de probar y experimentar tempranamente el producto. Asimismo, del lado de los contribuyentes, el crowdfunding abre la posibilidad a mucha gente para participar a través de pequeños desembolsos en varios proyectos. El modelo más difundido en la actualidad es aquel en el cual los contribuyentes reciben una recompensa (por ejemplo acceder en condiciones ventajosas al bien o servicio, obtener regalos, reconocimiento público, etc.) a cambio de su aporte, siendo la recompensa más importante cuanto mayor sea el aporte. Las recompensas pueden incluir acceder en condiciones ventajosas al bien o servicio, obtener regalos, o lograr un reconocimiento público por ser uno de los apoyos del proyecto, por mencionar sólo algunas de ellas. De esta forma, la efectividad del modelo descansa no sólo en los incentivos económicos que recibirían los contribuyentes, sino también en la pura motivación social que surge de apoyar tal o cual proyecto. En la Argentina, la mayoría de los proyectos están ligados al ámbito cultural.

- Concursos de Emprendedores: Esta es una fuente de financiación permite validar el emprendimiento tanto con expertos del sector y también con otros pares. Si gana el concurso el emprendedor recibirá recursos financieros para su negocio.
- Capital de riesgo: Es una forma de financiar empresas que están naciendo y que no tienen un historial que permita confiar en sus resultados o tener la seguridad de que se recibirán retornos por el dinero invertido. Estos inversionistas, buscan empresas que puedan crecer rápidamente y que tengan modelos de negocios innovadores y que, además, estén en una etapa temprana de desarrollo.

Para limitar su riesgo, estos capitalistas por lo general financian por etapas, invirtiendo suficiente dinero en cada una de ellas para avanzar al siguiente objetivo o etapa.

Lo que distingue al capital de riesgo es la manera en que se aporta el dinero y cómo se busca el pago del mismo. En general, estos inversores buscan participar en empresas de sectores dinámicos de la economía, con la esperanza de que su crecimiento sea superior a la media del mercado. A diferencia de un banco, estos fondos participan de los emprendimientos en calidad de socios. De esta forma, las empresas no se ven obligadas a pagar cuota e interés, sino que ceden una parte del negocio, tal como lo harían con un asociado cualquiera.

Luego, una vez que el valor de la empresa se haya incrementado lo suficiente, los fondos se retirarán del negocio habiendo consolidado la rentabilidad esperada.

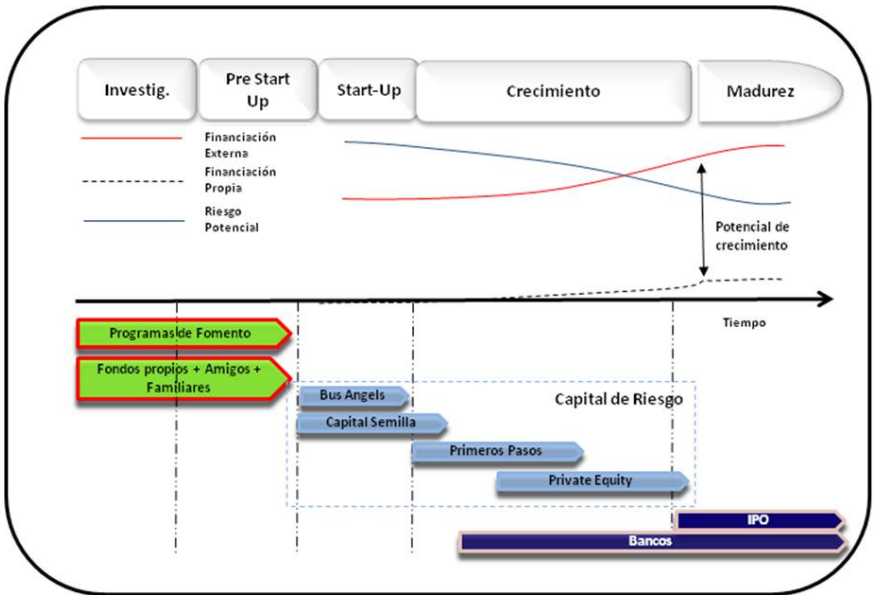
A medida que se avanza en las distintas fases del emprendimiento existen otros capitales de riesgo que tienen características particulares tales como:

- Capital Venture. Está orientado a que tiene cierto nivel de desarrollo, pues es un fondo que invierte mayores cantidades. Estos fondos obtienen capitales principalmente de inversores institucionales, tales como fondos de pensiones, compañías de seguros, entidades financieras, fondos de universidades, etc. Se caracterizan por el elevado riesgo y altos retornos.
- Private equity: éste es un fondo para empresas muy grandes y se utiliza generalmente para expansión importante del negocio o para la internacionalización. Aporta capital a cambio de acciones que la empresa otorga, y además contribuye con recursos no monetarios como contactos, mejores prácticas, administración profesionalizada, institucionalidad, transparencia, etcétera. Su participación en el negocio es temporal, ya que estos fondos buscan salir en un periodo de entre cuatro y siete años.

1.4. El financiamiento en según la etapas en que se encuentra el emprendimiento

Dentro del proceso emprendedor se identifican distintas fases y en cada una de ellas existen distintas herramientas de financiación disponibles, tal como se puede observar Figura N° 6. El financiamiento en las primeras etapas se centra principalmente en la inversión de recursos financieros propios y sus vínculos personales directos (familias y amigos). A estos se suman los emprendedores/inversiones que actúan con mentores apoyándolo en su desarrollo personal. En lo que refiere a los programas de fomento, tienen como objetivo acercar al emprendedor capacidad y recursos económicos. En la etapa de start-up la empresa comienza a operar formalmente y busca desarrollarse para lograr un equilibrio operativo. Para poder aprovechar las oportunidades que brinda el mercado, el emprendedor debe recurrir al financiamiento externo, pero debido a la falta de trayectoria crediticia (financial track record) y garantías se le hace muy difícil acceder al crédito bancario. Aún en la etapa de crecimiento el nivel de riesgo sigue siendo alto y las necesidades de financiamiento crecientes por lo que el capital de riesgo se transforma en una herramienta adecuada. En América Latina estos capitales asisten al emprendedor con redes de contacto y capacidades a acceder a los créditos bancarios.

Figura N° 6: Financiamiento en las primeras fases de un emprendimiento



Fuente.: Rubén Ascúa "La importancia del proceso emprendedor en la Argentina pos-crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes" – Santiago de Chile: Naciones Unidas - CEPAL. Pág. 25

Autores como Kantis y Drucaroff (2011) identificaron las distintas fuentes financieras que disponen los emprendedores a lo largo del desarrollo de su proyecto, las variables claves, la demora en su gestión, el monto y el plazo tal como se expone en la Tabla N° 2.

Tabla N° 2: Cuadro de diferencias entre el Crédito y el Capital Emprendedor

Fuente	Variable clave	Demora en su gestión	Monto disponible	Plazo
Crédito comercial	Confianza y credibilidad de la empresa	Bajo	En función del volumen actual del negocio	Corto
Crédito bancario	Garantías reales y track record	Medio	En función de los activos y las garantías	Corto
Sobregiro	Track-record del flujo de fondos	Bajo	En función del flujo de caja	Corto
Instrumentos de política pública	Potencial de crecimiento del negocio, aporte a la innovación	Medio	En función del aporte de contraparte	Largo
Inversor capitalista	Rendimiento esperado y tiempo de recupero de la inversión	Medio-alto	Variable habitual entre U$D 20.000 Y 250.000	Largo
Capital emprendedor	Potencial de crecimiento	Alto	Variable habitual entre U$D 200.000 Y 2.000.000	Largo
Alianza estratégica	Potencial de crecimiento con relación ganar-ganar	Alto	Capacidad financiera del aliado	Largo

Fuente: Hugo Kantis & Sergio Drucaroff (2011); "Corriendo Fronteras. Para crear y potenciar empresas". Buenos Aires: Gránica, .Pág. 213

En el caso de las empresas nacientes los instrumentos financieros disponibles no siempre asumen los niveles de riego exigidos con asiduidad por las apuestas a medio y largo plazo que son requeridas en el proceso emprendedor. Para muchos emprendedores que se encuentran en la etapa inicial de su negocio el acceso a la financiación de su plan de inversión es un verdadero problema e impide no sólo el crecimiento, la expansión o la consolidación de negocios ya creados sino el propio nacimiento de nuevas empresas. Es probable que si los emprendedores no consiguen la financiación adecuada en las

primeras etapas de la vida empresaria no logren "sobrevivir" y estén obligados a concluir con la actividad que decidieron emprender. [11]

Dada la importancia que tiene el financiamiento en el desarrollo exitoso del emprendimiento en sus distintas fases, en la presente investigación se identifican y analizan las herramientas disponibles provenientes de políticas públicas y programas de instituciones de fomento para emprendedores, instituciones crediticias, cámara asociativas, entre otros. Además se detectan las dificultades que tienen los emprendedores para acceder a las mismas.

2. OBJETIVOS

- Identificar las herramientas financieras disponibles en Argentina para emprendedores.
- Indagar sobre las dificultades que tienen los emprendedores para acceder al financiamiento, de acuerdo a la opinión de informantes clave.

3. PREGUNTAS

¿Cuáles son las herramientas financieras disponibles en Argentina para los emprendedores?

¿Cuáles son las dificultades que tienen los emprendedores para acceder al financiamiento?

4. MARCO METODOLÓGICO

El diseño de la investigación es exploratorio. En el mismo se realiza un análisis en profundidad de la problemática que presentan los emprendedores. En una primera etapa se procedió a la búsqueda de datos secundarios, sobre el financiamiento existente a nivel regional (Santa Fe, Buenos Aires y Córdoba) y nacional, los que se recopilaron de distintas fuentes (bibliografía, publicaciones y/o información disponible en la web de organismos oficiales y privados, etc.). En una segunda etapa, se procedió a la búsqueda de datos primarios, a través de entrevistas en profundidad, de manera personal, a cuatro informantes clave (los cuales se identifican en la última parte del presente trabajo), tales como evaluadores de proyectos de organismos públicos/privados, responsable del área

[11] Jon Hoyos Iruarrizaga y Ana Blanco Mendiadula (2014); *"Financiación del proceso emprendedor".* Madrid, Pirámide. Pág 45

crediticia de entidades financieras y consultores especializados en financiamiento para emprendedores.

A partir de la obtención de la información secundaria y primaria, se procedió a su análisis, procesamiento y tabulación, lo que permitió obtener los resultados que se exponen en el apartado pertinente.

5. RESULTADOS

En virtud del relevamiento realizado de las distintas herramientas financieras que existen en el mercado, se identificaron aquellas brindadas por el Estado, en sus distintos estamentos y por entidades privadas.

De acuerdo a las estadísticas sobre instrumentos financieros orientados a emprendedores, otorgadas durante el período 2009-2014, brindadas por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología, se observa una evolución favorable en la cantidad de proyectos aprobados y del monto total otorgado (ver Tabla N° 3), representando incrementos del 108% y 182% respectivamente.

Por otra parte, si consideramos el instrumento financiero con mayor participación en el año 2014, se destaca por sobre los demás el PICT tiene una mayor preponderancia sobre los demás como así también una tendencia creciente sobre los últimos años (Ver Figura N° 7), representando en el 2014 el 72% sobre el total (Ver Figura N° 8).

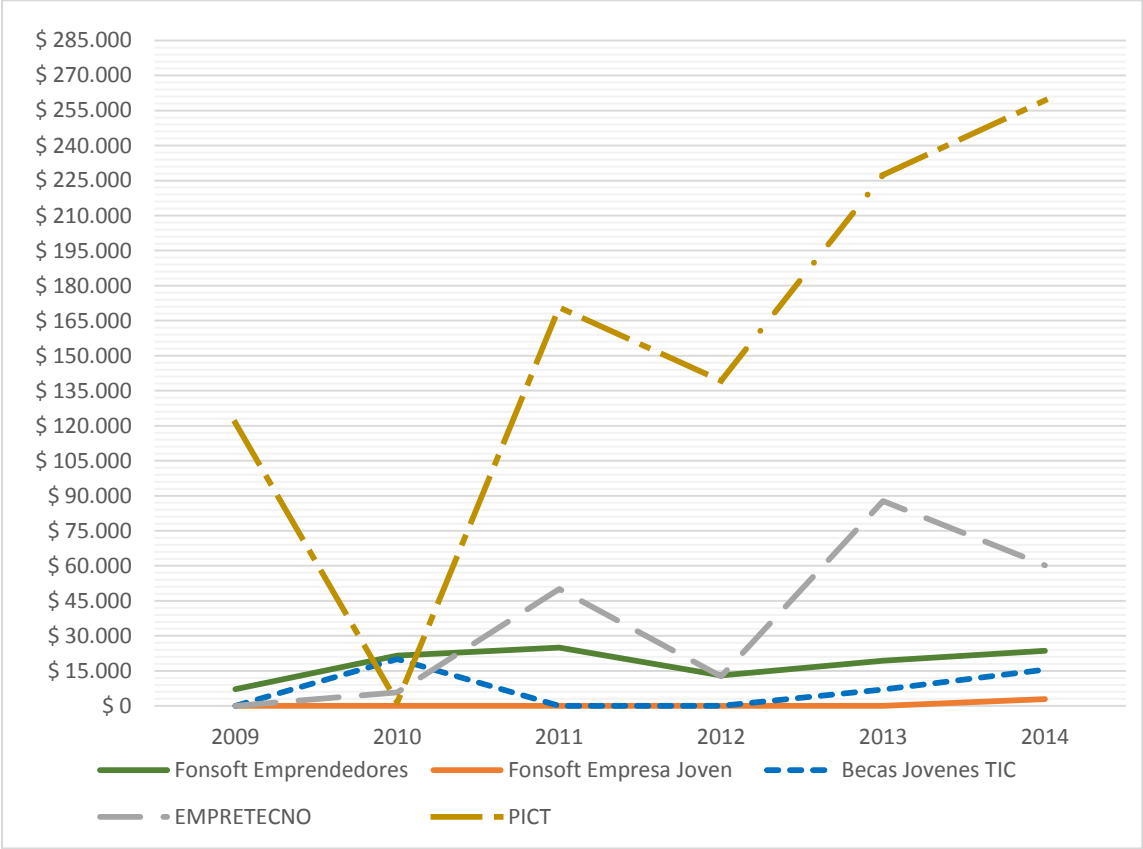
Del relevamiento efectuado de las herramientas financieras orientadas a emprendedores se identificaron los organismos oficiales de nivel nacional tales como el Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Ministerio de Industria, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y las Universidades Nacionales, además de las disponibles en las Provincias de Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe y organismos privados.

Tabla N° 3: Evolución de los instrumentos financieros de ANPCyT (2009 al 2014). (Expresado en cantidad de proyectos aprobados y monto total en miles de pesos).

Instrumentos		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fonsoft Emprendedores	**Cant. de Proyectos**	74	202	202	96	114	122
	Montos	$ 7.093	$ 21.564	$ 25.012	$ 13.114	$ 19.343	$ 23.592
Fonsoft Empresa Jovén							10
							$ 2.878
Becas Jóvenes TIC	**Cant. de Proyectos**		37			140	236
	Montos		$ 20.000			$ 7.000	$ 15.460
EMPRETECNO	**Cant. de Proyectos**		3	27	6	39	24
	Montos		$ 5.793	$ 50.047	$ 12.656	$ 87.764	$ 60.147
PICT	**Cant. de Proyectos**	596	9	844	683	1.039	1.001
	Montos	$121.148	$ 1.554	$ 170.665	$139.332	$227.356	$ 259.394
Total de Proyectos	**Cantidad**	670	251	1.073	785	1.332	1.393
	Montos	$128.241	$ 48.911	$ 245.724	$165.102	$341.463	$ 361.341

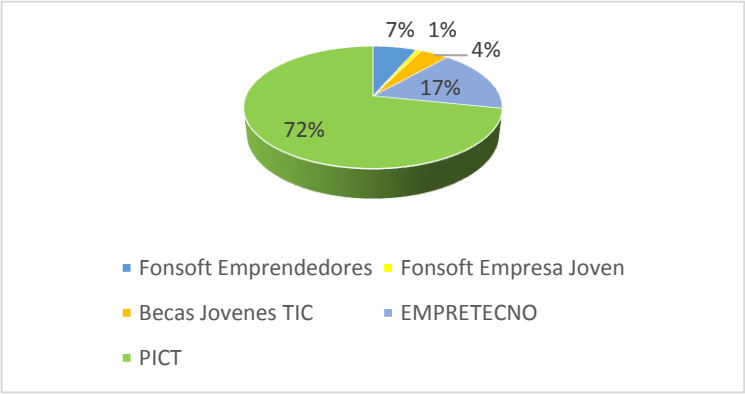
Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes Informe de Gestión de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. http://www.agencia.mincyt.gob.ar/

Figura N° 7: Evolución de los instrumentos financieros de ANPCyT (2009-2014).



Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes Informe de Gestión de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. http://www.agencia.mincyt.gob.ar/

Figura N° 8: Composición de los instrumentos financieros de ANPCyT (2014).



Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes Informe de Gestión de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. http://www.agencia.mincyt.gob.ar/

En la Tabla N° 4 se identifican los distintos instrumentos, sus destinatarios, el tipo de beneficio, el monto financiado y el organismo otorgante.

Los resultados de este relevamiento se pueden resumir en los siguientes instrumentos:

- A nivel nacional: son 19, de los cuales 16 son subsidios/ANR/premios y 3 créditos. Los primeros podemos clasificarlos en función del monto máximo previsto para el beneficio en :
    - 6 instrumentos entre $ 12.000 y $ 152.000.
    - 3 instrumentos alcanzan entre $ 400.000 y $ 780.000.
    - 2 instrumentos prevén entre $ 1.000.000 y $ 2.500.000.
    - 6 instrumentos no está definido el monto máximo.
- De los créditos, en 1 no se identifica el monto y en otro, se fija el monto máximo de $100.000 a tasa cero.
- Organismos oficiales en la provincia de Santa Fe: se identificaron un programa de subsidio y otro de microcrédito.
- Organismos oficiales en la provincia de Córdoba: de los 6 instrumentos, 5 son ANR/premios, cuyos montos máximo se encuentran entre $50.000 y $360.000 y un crédito a tasa cero de hasta $100.000.
- Organismos oficiales en la provincia de Buenos Aires, de los 5 instrumentos, 3 son ANR/premios, cuyo monto máximo en 2 de ellos se encuentran entre $100.000-$150.000, según el programa, en otro no establece la cuantía del instrumento. Los 2 restantes instrumentos son créditos.
- Organizaciones privadas nacionales son 17 instrumentos: 14 son premios de montos que varían entre los $25.000 y $230.000, 2 créditos de un monto máximo de $300.000 y un crédito sin especificar monto.
- Entidades financiera, se identificaron 9 créditos, montos de financiación que alcanzan un de montos entre 20.000 y 350.000.
- Empresas y organismos internacionales, se detectaron 4 premios.
- Instrumentos brindados en forma conjunto entidades públicas/privadas: Son 4 instrumentos: se identificaron 3 premios, 1 es $12.500 y otros no se prevé monto. y un crédito hasta $150.000 a tasa cero.

De lo expuesto anteriormente se puede concluir que de los 66 instrumentos financieros están conformado en su gran mayoría por subsidios/ANR/premios que ascienden a 46

que representa el 70% y seguidos por créditos (20 que alcanza el restante 30%), de los cuales 3 de ellos son a tasa 0%.

Por lo antes mencionado podemos concluir que son numerosos los instrumentos financieros destinados a emprendedores pero de acuerdo a la opinión de informantes clave existen dificultades que deben superar para acceder a ellos, tales como:

- Desconocimiento de las herramientas disponibles.
- Asimetrías en el acceso a la información.
- Barreras mentales que influyen sobre los emprendedores al momento de encarar un proyecto y solicitar financiamiento o subsidio.
- Legislación y Políticas crediticias que no acompañan el desarrollo emprendedor.
- Excesivos requisitos por parte de las entidades financieras para el otorgamiento de los fondos, tales como garantías, track-record, etc.
- Exigencias de los organismos que otorgan aportes no reembolsables sobre las condiciones de innovación y modernización.
- La elección de herramientas financieras no adecuadas a sus necesidades.
- Gestiones que se prolongan en el tiempo, llegando de manera tardía los recursos para el emprendedor.
- Falta de conocimientos de herramientas de gestión y administración, que le permitan al emprendedor cumplir con las exigencias de los organismos otorgantes, en cada una de las instancias de las herramientas financieras, que transcurren desde el otorgamiento a la ejecución.
- Falta de continuidad en las políticas públicas vinculadas a los instrumentos promocionales destinados a emprendedores.
- Falta de un ecosistema adecuado para el emprendedor.
- Desarrollo insipiente Argentina de Venture Capital.

En lo que respecta a los factores que tienen en cuenta las entidades públicas y privadas para el otorgamiento de los fondos es importante destacar que cada herramienta tiene sus exigencias específicas dentro de las que se destacan entre otras: grado de innovación/diferenciación del producto/modernización, impacto social y económico en la sociedad, capacidad técnica del equipo de trabajo, realizable en el tiempo, cumplimiento de objetivos, cronograma de etapas adecuado, incidencia en el medio-ambiente, tecnología disponible, mercado objetivo, riesgos del proyecto, destino de los fondos, los

costos del proyecto, rentabilidad y viabilidad financiera y presupuesto acorde a los objetivos planteados.

Si bien algunos informantes clave mencionan la existencia de un ecosistema con determinadas debilidades para el desarrollo de los emprendimientos. Desde los organismos públicos nacionales, tales el Ministerio de Ciencia y Tecnología, Ministerio de Industria, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, Universidades entre otros, se fomenta el emprendedorismo y desarrollo de distintos instrumentos que apoyan a proyectos innovativos. No obstante estos esfuerzos nuestro país aún a lograr llegar a un Ecosistema que promueva el surgimiento y perdurabilidad de empresas dinámicas.

Tabla N° 4: Clasificación de instrumentos financieros otorgados por organismos oficiales y privados.

Instrumentos brindados por organismos estales nacionales

Nombre	Beneficiarios	Tipo	Entidad otorgante	Monto Máximo
BECAS JOVENES TICS	Estudiantes avanzados Tics	ANR	FONSOFT-Mincyt	$ 80.000
FONSOFT EMPRESA JOVEN	Empresas con menos de dos años de antigüedad			$ 1.000.000
FONSOFT	Personas no inscriptas en AFIP o inscriptas en el monotributo			$ 780.000
EMPRETECNO PAEBT	Empresas de Base Tecnológica		Fonarsec –Mincyt	$ 2.500.000
PROFIET	Operadores de Capital de Riesgo, Inversores y Emprendedores		Subsecretaría de Coordinación Administrativa -Mincyt	-
Promoción del emprendedorismo en la Semana Nacional del Emprendedor Tecnológico	Instituciones públicas o privadas integrantes del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación	ANR - Premio	Secretaría de Planeamiento y Políticas en Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva	$ 12.000
INNOVAR	Personas físicas mayores de 18 años, micro y pequeñas empresas, grupos de investigación e instituciones científicas con residencia en la República Argentina.		Mincyt	$ 50.000
PICT Start Up	Instituciones públicas o privadas sin fines de lucro	Subsidio	FONCyT	$ 600.000
Capital Semilla	Jóvenes Emprendedores - Empresas Jóvenes	Crédito a tasa 0%	Ministerio de Industria	$ 100.000
Pacc Emprendedores	Jóvenes Empresas y Emprendedores cuya antigüedad no supere los dos años de su primer venta	ANR		$ 152.500
Empresas Madrinas	Jóvenes Emprendedores - Empresas Jóvenes -Empresas Madrinas			-
INCUBAR	Instituciones Especializadas en Apoyo Emprendedor (Incubadoras)			-
Tu Idea tu desarrollo	Personas mayores a 16 años con ideas que impulsen Plan Estratégico Industrial 2020	ANR - Premios	Ministerio de Educación e Industria	-
CONCURSO IB50K	Jóvenes menores de 35 años, estudiantes regulares o graduados de Universidades de la República Argentina.	Premios	Instituto Balseiro, dependiente de la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA) y la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo)	u$d 50.000
Programa de asistencia para la cadena de valor vitivinícola Argentina.	Productores vitícolas de pequeña escala	Premios	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca	-
Programa de Jóvenes	Jóvenes rurales, de entre 18 a 35 años, para el desarrollo de emprendimientos productivos y de servicios propios, individuales			$ 25.000

Emprendedores Rurales	y asociativos.			
Programa "Jóvenes Emprendedores y Creación de Unidades de Negocio"	Estudiantes avanzados y los graduados de las carreras de la UNNOBA, que cuenten con vocación emprendedora y deseen recibir apoyo de la Universidad para la formulación e implementación de Unidades de Negocio	ANR - Premios	Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)	$ 20.000
Subprograma de Asistencia en Gestión y Microfinanzas para Emprendimientos	Emprendimientos que se encuentren consolidados desde lo productivo y comercial	Crédito	Instituto Nacional de Tecnología Industrial	-
"Financiamos Negocios Innovadores"	Emprendedores que requieren iniciar su producción, incrementarla o dar el salto de escala hacia otros mercados.		Foro de Ciencia y Tecnología para la Producción	-
Instrumentos brindados por organismos estatales dentro de la Provincia de Santa Fe				
INGENIA – SANTA FE	Proyectos socioculturales que tengan a los jóvenes como protagonistas, incentivando el carácter asociativo, grupal o colectivo de las juventudes	ANR - Premios	Provincia de Santa Fe	$ 35.000
Promufo	Emprendedores de la Ciudad de Rosario	Microcréditos	Municipalidad de Rosario	$ 10.000
Instrumentos brindados por organismos estatales dentro de la Provincia de Córdoba				
Emprende MAS	Personas físicas y jurídicas, en ambos casos del Sector Privado No Financiero, radicadas en la Provincia de Córdoba	Crédito a tasa 0%	Provincia de Córdoba	$ 100.000
Emprende desde mi barrio	Emprendimientos productivos en los barrios de la Ciudad de Córdoba	Premios		
Programa Tutor	Emprendedores o emprendimientos radicados en la provincia de Córdoba	ANR		$ 80.000
Ideas Emprendedoras	Emprendedores o emprendimientos radicados en la provincia de Córdoba			$ 50.000
Emprende INNdustria	Emprendimientos productivos en los barrios de la Ciudad de Córdoba			$ 360.000
FONTEC	Emprendedores Tecnológicos			$ 200.000
Instrumentos brindados por organismos estatales dentro de la Provincia de Buenos Aires				
Buenos Aires Emprende	Emprendedores y Empresas de hasta 24 meses desde su constitución formal.	ANR - Premio	Provincia de Buenos Aires	$ 150.000
Buenos Aires Iot	Desarrollo de dispositivos conectados a internet que generen información útil para toda la comunidad	ANR - Premio	Gobierno de Buenos Aires	$ 100.000

Provincia IncentiBA	Jóvenes y niños que cursen en los distintos niveles educativos	Premios		-
"Vamos a la Bolsa"	Proyectos innovadores de emprendedores y pyme	Crédito	Incubadora de negocios de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires - Foro de Ciencia y Tecnología para la Producción	-
ITU Emprendedor	Emprendedores que destinen los fondos para fortalecer el negocio o comenzar un emprendimiento	Microcréditos	Municipalidad de Ituzaingó	-
Instrumentos brindados por organismos privados nacionales				
Mejor plan de Negocios (BBP - BEST BUSINESS PLAN).	Jóvenes de la Argentina entre 18 a 40 año	Premios	Junior Chamber International (JCI) Argentina y la Cámara Argentina de Comercio	$ 55.000
PREMIO SADOSKY	Personas, empresas, instituciones y equipos de trabajo, quienes con sus tareas y su desempeño contribuyen al desarrollo y crecimiento de la Industria Argentina de TI		Comisión Directiva de Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos de la República Argentina (CESSI)	-
Premio al Microemprendedor	Emprendedores de actividades económicas de pequeña escala		Citi – Avina – Fundación La Nación al Microemprendedor	$ 25.000
Fundación Impulsar	Jóvenes de entre 18 y 35 años sin recursos económicos y con escasa experiencia		Fundación Impulsar - Banco Macro	-
Impulsar para Transformar	Jóvenes mujeres de entre 18 y 24 años de edad que desean crear un cambio positivo en sus comunidades		Ashoka	-
Premio Anual de Emprendedores metalúrgicos	Jóvenes de entre 18 y 40 años que tengan una fuerte motivación para llevar adelante un proyecto industrial metalúrgico		Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina -ADIMRA	$ 80.000
ECAPITAL	Jóvenes para que desplieguen toda su creatividad, convirtiendo sus ideas en proyectos empresariales		Asociación de Empresarios Marchigianos de Argentina (MARCHIGIANAR)	
Premios Mayna	Emprendedores de las nuevas economías de todo el país que promuevan el bienestar social y el cuidado del planeta a través de su negocio		Asociación Civil Contribuir al Desarrollo Local con apoyo de Emprediem, el Centro de Innovación Social de Universidad de San Andrés, Sistema B y Emprendia.	$ 25.000
Endeavor -Argentina	Emprendedores del alto impacto		Endeavor -Argentina	
Wayra - Argentina	Emprendedores		Wayra Argentina - Grupo Telefónica	
Nxt- Labs	Emprendedores de internet		Nxt- Labs	u$d 25.000
LPHUB – La Plata	Empresas de base Tecnológica		LPHUB – La Plata	u$d 20.000
CITESSTARTUP	Startups tecnológicas basadas en desarrollos de Biotecnologías, Nanotecnologías, Ingenierías y TICs		Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social (CITES) del Grupo Sancor Seguros	

Emprendedores - Club del Emprendedor	Personas que quieran iniciar un proyecto propio, o potenciar un emprendimiento en marcha	Premios - Crédito	Fundación Proem	-
Leasing para Jóvenes Emprendedores y Empresarios Fedaje - Banco Nación	Beneficiarios jóvenes de hasta 40 años de edad	Crédito	Fedaje - Nación Leasing	$ 300.000
FRIDER	Emprendimientos formalizados, con una antigüedad mínima de 6 meses, y con actividad de carácter permanente, que pertenezcan a los rubros: Agropecuario, Agroindustria e Industria.		Agencia de Desarrollo Regional Rosario ADERR	$ 25.000
Red de Capitales	Emprendedores que cuenten con un perfil crediticio apto y una reconocida trayectoria dentro de la comunidad		Inicia - Bondarea	-
Instrumentos brindados por entidades bancarias				
FOMICRO	Micro emprendimientos	Crédito	BNA	$ 100.000
BANCO MACRO S.A. Emprende XXI	Micro emprendimientos		Banco Macro	-
BANCO CREDICOOP COOP. LTDA.- EMPRENDEDOR XXI:	Universitarios de grado con carrera avanzada o recientemente recibidos		Banco Credicoop	$ 60.000
BANCO SANTANDER RIO – NEXO EMPRENDEDOR	Micro emprendimientos		Banco Santander Rio	-
Programa de desarrollo para jóvenes profesionales de la Provincia de Córdoba	Jóvenes Profesionales de la Provincia de Córdoba		Banco Córdoba	$ 30.000
Línea integral de pequeños y medianos productores agropecuarios de la Provincia de Córdoba	Pequeños y medianos productores agropecuarios de la Provincia de Córdoba			$ 100.000
Leasing Emprendedores Banco Provincia de Buenos Aires	jóvenes emprendedores, de 18 a 30 años de edad		Banco Provincia de Buenos Aires	$ 150.000
Concurso Emprendimiento Innovadores Banco Nación.	Emprendimientos que se encuentren en condiciones de lanzarse al mercado dentro de los 6 meses posteriores a la monetización del crédito Empresas jóvenes con antigüedad máxima de dos años desde la primera venta fiscalmente registrada.		Banco Nación - Fundación EMPRETEC	$ 350.000
PRODER	Micro y pequeñas empresas, grupos de productores		Banco Nación	$ 40.000
Instrumentos brindados por empresas y organismos internacionales				

DESAFÍO INTEL	Estudiantes universitarios y recién graduados de América Latina que provee educación empresarial e inmersión en Silicon Valley.	Premios	Intel	-
BIZSPARK MICROSOFT	Emprendimientos tecnológicos (start-ups)		Microsoft	-
OPEN TALENT BBVA	Emprendedores y start-ups para apoyar el desarrollo de proyectos innovadores de base tecnológica		BBVA	-
ESTAMOS COMPROMETIDOS	Jóvenes entre 18 y 24 años que sean líderes de cambio y quieran mejorar sus comunidades.		SOCIAL LAB - UNESCO -ASHOKA	U$D 6000
Instrumentos brindados en forma conjunta Entidades Públicas y Privadas				
Primer Paso	Emprendedores con emprendimientos urbanos o pequeñas unidades productivas rurales.	Crédito a tasa 0%	Impulso Argentino - Ministerio Finanzas y Economía	$ 150.000
Impatec	Persona física que constituya domicilio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Premios	Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Singularity University	-
Competencia de Planes de Negocios - Rosario	Emprendedores de la Ciudad de Rosario		Endeavor Rosario- JCI (Junior Chamber Internacional) --Municipalidad de Rosario	$ 12.500
Foro de Capital para la Innovación (Región Litoral)	Pequeñas empresas y emprendedores de la región Litoral		Universidad Nacional del Litoral-Secretaría de Estado de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Provincia de Santa Fe-Bolsa de Comercio de Santa Fe-Cámara de Comercio Exterior de Santa Fe-Parque Tecnológico Litoral Centro-Incubadora de Empresas de Ámbito Regional-Banco Credicoop Coop. Ltdo.- Centro Científico Tecnológico. CONICET-Municipalidad de Santa Fe-Municipalidad de Santo Tomé-Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación de la Nación-Unión Industrial de Santa Fe-Universidad Tecnológica Nacional	

6. CONCLUSIONES

A partir de la investigación de las herramientas vigentes destinadas a emprendedores y de la opinión de informantes clave, se concluye que si bien existen numerosos instrumentos financieros que los incentivan y apoyan, principalmente a aquellos proyectos altamente innovativos, los emprendedores tienen una serie de inconvenientes para acceder a los mismos.

Por otra parte, si bien los organismos públicos y privados tienden a mejorar las políticas destinadas a promover el emprendedorismo, es necesario la continuidad, a través del tiempo de las políticas promocionales a los fines de fortalecer el ecosistema.

En lo que respecta a los factores que tienen en cuenta las entidades gubernamentales y privadas para el otorgamiento de los fondos varían según el instrumento solicitado, considerándose el grado de innovación, impacto social e económico y medioambiental, cumplimiento de los objetivos, que sea ejecutable en el tiempo, la evaluación técnica, económica y financiera, entre otros.

Es importante destacar que hasta el 2011 ha crecido significativamente el emprendedorismo en nuestro país, por lo cual consideramos que se debe continuar y profundizar, desde las instituciones públicas y privadas, las políticas de financiación, capacitación, apoyo y asesoramiento, lo que permitirá un desarrollo perdurable y sustentable en el tiempo. Ello favorecerá al país, dado que si los emprendedores crecen, se genera valor agregado para la economía en su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Desarrollo Región Rosario, ADERR; http://www.aderr.org.ar/

Argentina, Banco Nación; http://www.bna.com.ar/

Argentina, Ciudad de Buenos Aires. http://www.buenosaires.gob.ar/

Argentina, Foro de Ciencia y Tecnología para la Producción; http://forocytp.org.ar/

Argentina, Gobierno de la Ciudad de Rosario; http://www.rosario.gov.ar/

Argentina, Gobierno Provincia de Buenos Aires. Provincia IncentiBA; http://www.provinciaincentiba.com.ar/

Argentina, Gobierno de la Provincia de Córdoba; http://www.cba.gov.ar/

Argentina, Gobierno de la Provincia de Santa Fe; http://www.santafe.gov.ar/

Argentina, Instituto Nacional de Tecnología Industrial, http://www.inti.gob.ar/

Argentina, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca: http://www.minagri.gob.ar/

Argentina, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, Jóvenes Emprendedores Rurales; http://www.jovenesrurales.gob.ar/

Argentina, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación; www.mincyt.gob.ar

Argentina, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica; www.agencia.mincyt.gob.ar

Argentina, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, Innovar; www.innovar.mincyt.gob.ar

Argentina, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Programa de Fomento de la Inversión emprendedora en Tecnología; http://www.profiet.mincyt.gob.ar/

Argentina, Ministerio de Desarrollo Económico- Programa Desarrollo Emprendedor – Gobierno Ciudad de Buenos Aires (2013) “Claves para emprendedores. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto“.

Argentina, Ministerio de Industria: http://www.industria.gob.ar/

Argentina, Ministerio de Industria: http://tuideatudesarrollo.siu.edu.ar.

Argentina, Ministerio de Industria. Dirección Nacional de apoyo al Joven Empresario. Manual del Emprendedorismo: Aprendiendo a emprender. Disponible en: http://www.industria.gob.ar/publicaciones/

Argentina, Universidad Nacional Noroeste-Buenos Aires; http://www.unnoba.edu.ar/

Ascúa R., (2005), Financiamiento para pequeñas y medianas empresas (pyme). El caso Alemania. Enseñanzas para Argentina. Santiago de Chile: Naciones Unidas - CEPAL. Recuperado de http://archivo.cepal.org/pdfs/2005/S054221.pdf.

Ascúa R. (2008) “Factores Relevantes en el financiamiento a Empresas Jóvenes en la visión de los emprendedores en Argentina” Universidad Tecnológica Nacional de Rafaela/Universidad Nacional de General Sarmiento Recuperado de http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=opciones&page=article&op=view&path%5B%5D=951&path%5B%5D=928.

Ascúa R., (2009), La importancia del proceso emprendedor en la Argentina post-crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes. Santiago de Chile: Naciones Unidas - CEPAL. Recuperado de: http://archivo.cepal.org/pdfs/2009/S2009510.pdf.

Ashoka, Argentina; http://argentina.ashoka.org/

Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina (ADIMRA); http://www.adimra.com.ar/

Banco BBVA. Innovation Center; http://www.centrodeinnovacionbbva.com/

Banco Credicoop, Argentina; http://www.bancocredicoop.coop/

Banco Macro, Argentina; https://www.macro.com.ar/

Banco Santander Río, Argentina; http://www.santanderrio.com.ar/

CeoD´Ancona, M. (1996) “Metodología Cuantitativa. Estrategias y Técnicas de Investigación Social” Madrid Ediciones Síntesis.

Cites-Startups; http://cites-gss.com/startups/

Confederación Argentina de la Mediana Empresa; http://www.redcame.org.ar/

Endeavor Argentina; http://www.endeavor.org.ar/

Estamos comprometidos, Argentina; http://www.estamoscomprometidos.org/

Foro de Capital para la Innovación. Región Litoral Centro, Argentina;

http://www.forocapital.org.ar/

Fundación Avina, Argentina; http://www.avina.net/

Fundación Banco de Córdoba, Argentina; http://www.fbco.com.ar/

Fundación Empretec Argentina; http://www.empretec.org.ar/

Fundación Impulsar, Argentina; http://www.fundacionimpulsar.org.ar/

Fundación Microsoft- Buzspark; https://www.microsoft.com/bizspark/

Fundación Proem, Argentina; http://www.proem.org.ar/

Gennero de Rearte, A. (2004) “Proceso para la creación de Empresas. Conceptos elementales Editorial: Universidad Nacional de Mar del Plata - Editorial Suarez.

Graña F. (2002) Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas Recuperado de: http://core.ac.uk/download/pdf/11676820.pdf

Hoyos Iruarrizaga, J. & Blanco Mendialdua, A., (2014), Financiación del proceso emprendedor, Madrid, Editorial Pirámide.

Inicia. Comunidad de Emprendedores, Argentina; http://www.inicia.org.ar/

Intel http://www.intel.la/

Kantis H., Angelelli P. & Gatto F., (2000), Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿De qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino. Buenos Aires:Universidad Nacional de General Sarmiento. Recuperado de: http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2001%20Kantis-Angelelli-Gatto.pdf.

Kantis H., (2004), Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional - Nueva York, Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/ciudade/comunidadacademica/Documentos%20de%20apoyo/Desarrollo%20Emprendedor.pdf

Kantis H. & Drucaroff S. (2011), Corriendo Fronteras. Para crear y potenciar empresas." Buenos Aires: Gránica.

Kantis H. Federico J. & Menéndez C.; (2012), Políticas de fomento al Emprendimiento dinámico en América Latín: Tendencias y desafíos. CAF Venezuela, Recuperado de: http://www.caf.com/media/4233/politicas-emprendimiento-dinamico-america-latina.pdf.

Hoyos Iruarrizaga J. y Blanco Mendiadula A. (2014), Financiación del proceso emprendedor. Pirámide.

Impulso Argentino- Fondo de Capital Social, Argentina; http://impulsoargentino.com.ar/

JCI Argentina; http://www.jciargentina.org.ar/

La Plata Hub; http://www.laplatahub.com/

Mayma. Programa de Apoyo a Emprendedores de Impacto Social y Medioambiental; http://www.premiosmayma.org.

Nxtp-Labs; http://www.nxtplabs.com/

Municipalidad de Ituzaingo, Provincia de Buenos Aires, Argentina; http://www.miituzaingo.gov.ar/

Premios Sadosky, Argentina: http://www.premiosadosky.org.ar/

Provincia Leasing, Argentina; http://www.provincialeasing.com.ar/

Rodríguez AlcarazR. (2006), El Emprendedor de éxito. Monterrey: McGraw-Hill.

REFERENCIA DE LOS CUATRO INFORMANTES CLAVES ENTREVISTADOS

- Lic. Rubén Andrés Ascúa consultor para empresas privadas y organismos públicos y privados, tales como el Consejo Federal de Inversiones, el Banco Interamericano de Desarrollo; el Banco Mundial, la Japan International Cooperation Agency (JICA); PNUD; OIT; la Oficina Buenos Aires de la CEPAL; la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía en Argentina (SEPYME), la Municipalidad de Rafaela, el Ministerio de la Producción de la Provincia de Santa Fe, Fundación Potenciar, Centro de Desarrollo Empresarial de Rafaela. Presidente de la Fundación Empretec Argentina en el período 2008-2010.Presidente Internacional Council for Small Business (ICSB), entidad dependiente de la George Washington University periodo 2014/2015. Presidente de la Asociación Civil Red Pymes periodo 2014/2016. Tipo de Entrevista: Personal. Fecha de la Entrevista: 19/09/2014. Lugar de la Entrevista: Universidad Nacional del Litoral – Facultad de Ciencias Económicas – Santa Fe.

- Dra. Marina Etcheverrigaray Directora del Laboratorio de Cultivo Celulares de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas (FBCB) de la Universidad Nacional del Litoral (UNL). Confundadora de la empresa Zeltek S.A., primera empresa biotecnológica del país, incubada en el ámbito universitario argentino y vinculada estrechamente al sector científico tecnológicos. Evaluadora de comisión ad-hoc de EMPRETECNO-PAEBT, instrumento de la Agencia Nacional de Promoción Científica y tecnológica dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Tipo de Entrevista: Personal. Fecha de la Entrevista: 23/09/2014. Lugar de la Entrevista: Universidad Nacional del Litoral – Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas – Santa Fe.

- Lic. Inés Maria Nevarez Ecuatoriana. En 1995 se desempeñó como Gerente de Nacional de Inversiones del Banco Tungurahua y en 1997 la Revista Gestión la reconoció entre las 5 mujeres que lideraban la banca ecuatoriana, por su contribución en el diseño de productos y servicios bancarios innovadores. Fundadora de la Fundación Construyamos, donde colabora con la Dirección de Educación Técnica de Provincia de Buenos Aires en la construcción de un sistema educativo que permita a los jóvenes una integración a la economía. Coordinó el Financiamiento a la Innovación en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y el Foro de Ciencia y Tecnología. Es parte del equipo evaluador para el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR). Trabaja como consultora en

el programa BID-MINCYT para innovación tecnológica. Conduce el espacio radial “Financiamiento para todos” en la FM 93.9 y “Desde la Bolsa” en la radio de la BCBA y participa cada semana del programa EL INVERSOR que se emite por A24. Autora del Libro “Economía de los sueños, un camino al crédito que todos necesitamos”.

Tipo de Entrevista: Online. Fecha de la Entrevista: 19/07/2015. Lugar de la Entrevista: Buenos Aires.

- Dario Leguizamón, Gerente General de la Región Santa Fe del Banco Credicoop Coop. Ltdo. Asiste al Foro de Capital en la Región Litoral organizado por distintas instituciones del ámbito público y privado. Tipo de Entrevista: Personal. Fecha de la Entrevista: 04/08/2015. Lugar de la Entrevista: Banco Credicoop Coop. Ltdo. – Santa Fe.

UNA APROXIMACIÓN AL MERCADO INFORMAL DE CRÉDITO DE BAHÍA BLANCA

VIGIER Hernán Pedro, CASTILLO Natalia, BRIOZZO Anahí, FERNANDEZ Andrea y PESCE Gabriela

UNS – CEDETS (UPSO-CIC)
hvigier@upso.edu.ar

UPSO – CEDETS (UPSO-CIC)
castillo@upso.edu.ar

UNS (DCA) –CONICET-UNS
abriozzo@uns.edu.ar

UNS (DCA)
andrearfernandez@hotmail.com

UNS (DCA)
gabriela.pesce@uns.edu.ar

Resumen

Este estudio presenta los primeros resultados de un trabajo que se enmarca en el Proyecto de Investigación Inclusión y Mercados Financieros que se lleva a cabo en la Universidad Nacional del Sur y Universidad Provincial del Sudoeste, e intenta realizar una estimación de la importancia de la oferta de los Prestamistas Regulares del Mercado Informal de Crédito, en la ciudad de Bahía Blanca para el periodo 2010-2013. En particular, se pretende describir el funcionamiento de estos proveedores de fondos, como así también determinar un valor aproximado de este segmento del Mercado Informal de Crédito y estimar su participación en el mercado total de crédito en Bahía Blanca para ese periodo. Puntualmente se analiza el segmento de los Prestamistas Regulares (uno de los cuatro que conforman el MIC), que se compone del conjunto de un conjunto de empresas e instituciones, registradas o no registradas, que llevan a cabo operaciones de préstamo a empresas, emprendedores y particulares, fuera de la regulación del Banco Central de la República Argentina y de la Comisión Nacional de Valores. La estimación arroja como resultado que el tamaño del MIC en la ciudad de Bahia Blanca representa en promedio un 6% del mercado total de crédito de la localidad, mostrando que se ha mantenido estable para el periodo 2010-2013. Sin embargo, a partir de un conjunto de consideraciones esta participación puede alcanzar el 13%.

Palabras clave: Mercado Informal de Crédito – Prestamistas Regulares – Asimetrías - Mercado Regulado

Abstract

This study presents the first results of a work that is part of the Inclusion Project and Financial Markets Research is conducted at the National University of the South and Southwest Provincial University, and try to estimate the importance of the offer Lenders Regular Informal Credit Market in the city of Bahia Blanca for 2010-2013. In particular, we intend to describe the operation of these donors, as well as determine an approximate value of this segment of the informal credit market and estimate their market share in the total credit in Bahia Blanca for that period. Specifically segment Regular Lenders (one of four that make up the MIC), which is composed of a whole set of companies and institutions, registered or unregistered, who carry out business loans to companies, entrepreneurs and analyzes particular, outside the control of the Central Bank of Argentina and the National Securities Commission. The estimate indicates the result that the size of the MIC in the city of Bahia Blanca represents an average of 6% of total credit market of the town, showing that has been stable for the period 2010-2013. However, from a set of considerations such participation can reach 13%.

Keywords: Informal Credit Market - Regular Lenders - Asymmetries - Regulated Market

1. Introducción

Los mercados financieros establecen diferentes maneras en las cuales los agentes se encuentran para poder intercambiar recursos financieros. En los países en desarrollo uno de los principales mecanismos en los cuales concurren la oferta y la demanda de fondos es el mercado bancario. Sin embargo, este mercado posee restricciones a los demandantes de crédito, que se relacionan con las asimetrías informativas, con lo cual empresas e individuos no serán fácilmente declarados “sujetos de crédito” en estos mercados, y quedarán racionados y en algunos casos directamente excluidos del mismo. Estas cuestiones se exacerbaron desde el lado de la oferta de crédito, con la aparición del acuerdo de Basilea, y las consiguientes reformas del Sistema Financiero, en las cuales las normas prudenciales, significaron una mayor exclusión de un importante número de prestatarios del sistema financiero formal.

Es conocido que Stiglitz y Weis (1981), ya habían anticipado la posibilidad de que en el mercado bancario, a partir de asimetrías informacionales, pueda existir equilibrio con racionamiento, lo que directamente implica que muchos demandantes de crédito aun con deseos de pagar tasas de interés más altas por obtener crédito, quedarían parcial o totalmente excluidos. Sin embargo, estas cuestiones aplican a todas aquellas

empresas y emprendedores que pueden aplicar sus créditos en los mercados bancarios, que por su propia naturaleza, son mercados formales. No obstante, también existen emprendedores y micro emprendedores, que no cuentan con la posibilidad de acceder a estos mercados formales por encontrarse en un segmento de bajos ingresos que no cumple con los requisitos para ser considerados sujetos de crédito; o bien, ellos mismos se encuentran en condiciones de total informalidad. Por estas razones, aparece en el mercado de crédito, un segmento de financiamiento, que para algunos sujetos, representa la única posibilidad de obtener financiamiento, y ese segmento se denomina Mercado Informal de Crédito (MIC).

El MIC está compuesto por todas las operaciones de crédito que se llevan a cabo por actores que se encuentran no regulados por las instituciones que se ocupan de llevar a cabo la supervisión de las actividades financieras[12]. En un sentido muy amplio, el MIC está compuesto por diferentes tipos de prestamistas, y como se verá, según Montiel et all (1993), también se deben incluir en este tipo de fuentes los préstamos de familiares y amigos, que tan importantes son en la puesta en marcha de las empresas (Berger y Udell, 1998). No obstante, lo que nos ocupa principalmente en este trabajo es cierto tipo de segmento del MIC, que la literatura existente clasifica como Prestamistas Regulares. Este grupo está compuesto por el conjunto de empresas y organizaciones que otorgan créditos a empresas e individuos, pero sin estar autorizados a recibir depósitos de particulares (Arrigoni, 2000; Foco y otros, 2001). Estas empresas y organizaciones que pueden o no estar legalmente constituidas y reguladas, en general no están bajo la supervisión de la autoridad de aplicación que controla las entidades financieras. Se parte de la premisa que los MIC son una porción significativa del financiamiento total de pymes y emprendedores en nuestro país.

El presente trabajo intenta llevar a cabo una estimación de la importancia de la oferta de los Prestamistas Regulares del MIC, en la ciudad de Bahía Blanca. El mismo representa los primeros resultados de un trabajo mucho más importante, que se realiza en el marco del Proyecto de Investigación Inclusión y Mercados Financieros[13]. En particular, se intentara describir el funcionamiento de estos proveedores de fondos, determinar un valor aproximado de este segmento del MIC en Bahía Blanca, y cuál ha sido su evolución. Asimismo, se intentara estimar la participación de este segmento del MIC en el mercado total de crédito en Bahía Blanca.

[12] En nuestro país el Banco Central de la República Argentina (BCRA) y la Comisión Nacional de Valores (CNV)
[13] Proyecto de Grupos de Investigación UNS. Acreeditado también por UPSO

El trabajo consta de cuatro secciones, en la primera de ellas se presenta el marco conceptual y antecedentes de la temática, en la cual, inicialmente se caracterizan los mercados informales de crédito y se presenta su origen conceptual. Seguidamente, y en esta misma sección se discuten estimaciones realizadas de la dimensión de los MIC en otros países. En la sección siguiente, se presenta la metodología para la estimación del mercado de los Prestamistas Regulares de los MIC en la ciudad de Bahía Blanca. En la tercera sección se presenta la estimación propiamente dicha para toda la información disponible y se comentan los resultados obtenidos. En la última sección se presentan las conclusiones del trabajo.

2. Marco conceptual y de antecedentes

2.1. Caracterización del Mercado Informal de Crédito

Los mercados informales son un fenómeno generalizado en las economías en desarrollo y representan una proporción importante de la actividad económica en la mayoría de los países. No obstante, por su propia naturaleza son muy difíciles de controlar o cuantificar, lo que conlleva que haya pocos estudios que intenten determinar en detalle el tamaño y la naturaleza de los mismos.

De la revisión efectuada de la literatura existente se puede afirmar que comúnmente se recurre al término mercado informal para describir diversas formas de actividad económica que se encuentran por fuera del ámbito oficial, la regulación y el control. Montiel, Agenor, & Haque (1993), en su libro denominado "*Informal financial markets in developing countries: a macroeconomic analysis*", han realizado un acabado análisis de la naturaleza y el alcance de los mercados informales de financiamiento. Estos autores comienzan describiendo la actividad informal y afirman que se trata básicamente, de una respuesta de los agentes económicos del mercado a su entorno económico, generada por las demandas del mercado y que no se limita a un área específica o segmento de la economía. Estos mercados existen y se han sabido desarrollar muy rápidamente en zonas donde no existen mercados formales, o bien de manera paralela a dicho sector. Durante mucho tiempo, los mercados informales fueron considerados indeseables; y se creía que los mismos estaban compuestos principalmente por actividades de supervivencia, de todos aquellos que, mientras aguardaban que pudieran ser incorporados al sector formal (como espacio más seguro y mejor remunerado), transitaban por los mismos. Por tanto era considerado un fenómeno transitorio, que desaparecería con el crecimiento económico y el desarrollo, lo que derivó en que el análisis se centrara en cómo podría facilitarse la entrada en el

sector formal a través del crecimiento económico y la ampliación de la infraestructura. Este punto de visión general respecto al sector informal, que lo define como de transición, no es necesariamente válido para los mercados informales financieros. La no generalización de considerar al MIC como de transición, corresponde a la visión que implica la utilización de información sobre los prestatarios, que por su naturaleza no resulta conveniente que sea utilizada solo transitoriamente. El hecho de que estos mercados fueran considerados como un *mal necesario* que debía ser regulado por fuera, trajo consigo la poca atención en la literatura macroeconómica.

En concordancia con el abordaje realizado por Montiel *et al.* (1993), en relación al surgimiento de los mercados informales como respuesta a las demandas del mercado, numerosas investigaciones afirman que los mercados financieros formales en los países en desarrollo poseen excesivas restricciones a los demandantes de crédito. Estos obstáculos, que en principio se relacionan con las asimetrías informativas, conllevan que empresas e individuos no sean fácilmente declarados “sujetos de crédito” en los mismos, quedando racionados, y en algunos casos, directamente excluidos de este mercado. En este contexto, se pueden distinguir varios actores. Por un lado, los emprendedores y micro emprendedores, que no cuentan con la posibilidad de acceder a los mercados financieros por encontrarse en un segmento de bajos ingresos que no cumplen con los requisitos para ser considerados sujetos de crédito. Por otro lado, los empresarios de MiPyMEs que provienen de clases socioeconómicas de mayor poder adquisitivo, pero que se encuentran racionados por la falta de formalidad en la actividad que realizan, ya sea total o parcialmente.

Stiglitz y Weis (1981) establecen las condiciones en las cuales, con existencia de asimetrías informativas en el mercado bancario puede existir equilibrio con racionamiento.

Sin embargo, entre fines de los ‘80 y principios de los ‘90, el panorama del desenvolvimiento de los MIC ha empeorado. La mayor parte de los países con economías capitalistas participaron del Acuerdo de Basilea (Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, 1988) que implicó la introducción dentro de las regulaciones bancarias, de un conjunto de normas prudenciales de supervisión, que endurecieron de manera significativa las condiciones de acceso a los mercados bancarios, alargando la espera para que empresas e individuos sean declarados “sujetos de crédito” (Cardone, Riportella, Trujillo Ponce y Briozzo, 2013). No obstante, esta situación es mucho más grave cuando estos últimos provienen de estratos más bajos de la pirámide socio-económica.

Algunos autores que analizan la problemática del financiamiento, ya mencionaron la importancia de los aportes financieros propios, de familiares y amigos en las primeras etapas del ciclo financiero de crecimiento de las empresas (Berger y Udell, 1998). Una alternativa novedosa que está cobrando relevancia en la última década es el *crowdfunding* o financiación colectiva, un sistema de cooperación que permite financiar proyectos (personales o de organizaciones) a partir de sumas de dinero aportadas por numerosas personas que apoyan la iniciativa, quienes pueden recibir recompensas no monetarias. No obstante, éstas no son las únicas fuentes de fondos que han abastecido a los grupos racionados y excluidos, aparecen los MIC para cubrir ese espacio.

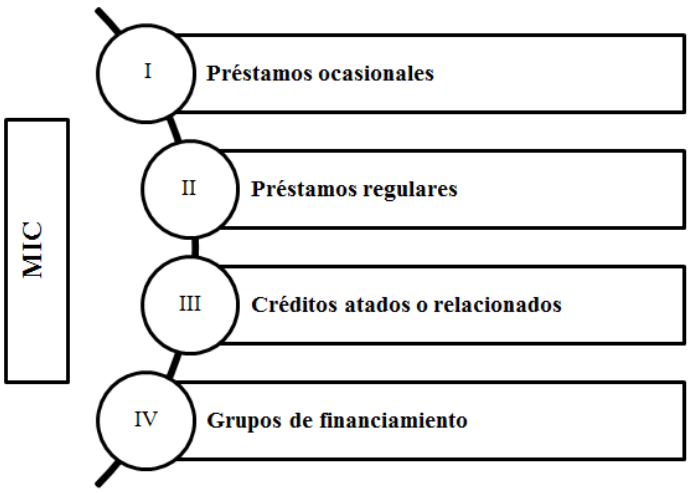
La aparición de los MIC fue estudiada en la literatura económica en los años ´70, como fenómeno predominante en los países en desarrollo. McKinnon (1973) y Shaw (1973), presentaron el fenómeno denominado “represión financiera”, el cual se origina a partir de elevados encajes bancarios y control del crédito, los Bancos Centrales de los países ofrecen préstamos direccionados a tasas de interés negativas. La generación de mercados de crédito alternativos a los bancarios podría interpretarse como un hecho que se origina en los desequilibrios que provoca cierto tipo de intervención estatal, en la oferta y demanda de crédito. Estos desequilibrios han sido denominados en la literatura como fallas de estado (Lapage, 1979), es decir, aquellos problemas de asignación que provoca el estado por su intervención. Si bien McKinnon y Shaw no dan demasiada importancia al desarrollo de mercados informales, la visión neo-estructuralista de Kapur (1992) y Mathieson (1980) le otorgan un rol fundamental a los mercados informales de crédito. En particular, afirman que los mismos determinan los costos marginales relevantes de los fondos para las decisiones privadas de gasto y ahorro. La implementación de las Normas de Basilea, a partir de las regulaciones prudenciales creadas por el Banco Central de la República Argentina (BCRA), puede ser interpretada como una falla de Estado, que ha generado la aparición o consolidación de otros mercados informales de crédito.

Ante esta situación, surgen otros segmentos de oferta (u otros mecanismos) con el objeto de abastecer las demandas crediticias originadas en estos grupos. Por un lado, existe un segmento de oferta de fondos denominado Mercado Informal de Crédito compuesto por el conjunto de empresas, organizaciones y sistemas de préstamo, que se establecen para otorgar créditos a empresas e individuos racionados o autoexcluidos. En particular, y en nuestro país, estas organizaciones no están autorizadas a recibir depósitos de particulares (Arrigoni, 2000; Foco *et al.*, 2001). Estas

empresas y organizaciones que pueden o no estar legalmente constituidas y reguladas, en general no están bajo la supervisión de la autoridad de aplicación que controla las entidades financieras (en la Argentina, la Ley N° 21.526 cuya autoridad de aplicación es el Banco Central de la República Argentina, BCRA)[14], y por ello reciben la denominación de Mercados Informales. Estos segmentos de oferta han sido variados y de distinta naturaleza, entre ellos se encuentran las entidades de microcréditos y fuentes informales de financiamiento como aportes de familiares y amigos, y las instituciones del Mercado Informal del Crédito.

Montiel *et al.* (1993) sostienen que el Mercado Informal de Crédito se compone de un gran número de actividades diversas que abarcan todas las formas de transacciones no reguladas. Incluye las operaciones activas y pasivas de muy variados tipos de individuos y de los intermediarios, como los prestamistas profesionales y no profesionales, empresas financieras privadas, banqueros indígenas[15], asociaciones rotativas de ahorro y de crédito (círculos de ahorro), casas de empeño, préstamos comerciales[16], terratenientes y los préstamos hogareños (*households*). Asimismo, a pesar de la complejidad que implica clasificar las actividades de este sector debido a su diversidad, estos autores, a partir de casos relevados para Asia y África, han intentado definir una clasificación de los tipos transacción en los mercados de crédito informales en cuatro grupos o subconjuntos (Ilustración 1).

Ilustración 1: Clasificación de transacciones del mercado informal de crédito



Fuente: Elaboración propia con base en Montiel *et al.* (1993)

[14] Por supuesto, tampoco están bajo la supervisión de la otra institución que regula los mercados financieros abiertos (Comisión Nacional de Valores).
[15] Se refiere a prestamistas especializados en poblaciones nativas; en nuestro país el sistema más parecido refiere a ONG microfinancieras.
[16] Usualmente conocidos como crédito de proveedores.

El primero de ellos está constituido por lo que se denomina **Préstamos Ocasionales**. Se trata de préstamos directos otorgados por individuos e instituciones con un superávit de fondos (eventualmente temporal). Estos préstamos a menudo pueden ser sin interés y sin colaterales, y los términos bajo los cuales se otorgan dependen de la naturaleza de la relación entre prestamista y prestatario. Los plazos de amortización suelen ser abiertos y pueden convertirse en subvenciones o incluso en participación de capital. La mayoría de estos préstamos parten de una relación preexistente entre el prestatario y el prestamista, que reduce al mínimo el riesgo moral que podría estar asociado al crédito, y por tanto, implica menores costos de monitoreo. En un entorno de créditos con restricciones como el que prevalece en la mayoría de los países en desarrollo, estos préstamos se utilizan para satisfacer diversas necesidades de negocios pequeños y de consumo individual. Por lo tanto, entran en esta definición los préstamos hogareños de familiares y amigos.

Un segundo subconjunto está constituido por los **Préstamos Regulares**, que se definen como los créditos otorgados por individuos o instituciones especializadas en préstamos con fondos propios o fondos intermediados. Estos individuos o instituciones operan regularmente, llevando a cabo un negocio de préstamo de dinero en efectivo, sin atar sus operaciones de préstamo para transacciones en otros mercados. Ejemplos de tales personas o instituciones que se especializan en actividades de préstamo de dinero son prestamistas regulares (personales o empresarios, registrados o no registrados), banqueros indígenas, compañías financieras, casas de empeño, entre otras. El negocio de estos prestamistas regulares a menudo se basa en el conocimiento íntimo que tiene el prestamista de su clientela, la cual tiene relativamente poco o ningún vínculo con otros financistas, ya sean formales o informales. Los créditos de estas fuentes son, generalmente, de alto costo, y por lo tanto, suelen ser un último recurso. El costo del crédito suele estar asociado con la percepción de riesgo y el rendimiento pasado, y es específico para cada prestatario.

En algunos casos, los prestamistas regulares combinan sus actividades con las de una casa de empeño, aunque cabe mencionar que la principal fuente de ingresos para estos prestamistas es el interés de los préstamos y no la venta de bienes dados en empeño. En consecuencia, para mantener su negocio de préstamos de dinero, el prestamista no suele ser insistente sobre la incautación de la garantía, y a menudo está dispuesto a extender el préstamo más allá de la duración acordada, siempre que el pago de interés continúe. Dentro de este grupo también se encuentran las compañías financieras privadas que operan como instituciones de ahorro,

concediendo préstamos contra los depósitos de los inversores[17]. Por regla general, estas empresas no ofrecen cuentas de cheques y los depositantes son tratados, ya sea como tenedores de bonos o como socios de capital. Estas empresas se crean en respuesta al deseo por parte de los individuos de invertir sus ahorros a una tasa determinada por el mercado, en ambientes donde se regulan los tipos de interés oficiales (caso de represión financiera). Las tasas de retorno que ofrecen son a menudo muy altas, especialmente en comparación con las tasas reguladas oficialmente.

El tercer grupo es el compuesto por los llamados **Créditos Atados o Créditos Relacionados**. Estos son los préstamos otorgados por aquellos cuya principal actividad radica en mercados distintos al de crédito. Tal es el caso, por ejemplo, de los propietarios que extienden el crédito a sus inquilinos o de los proveedores a sus clientes. En estos casos, la relación comercial actúa como garantía, y de este modo se reducen los costos de transacción y los riesgos asociados a los préstamos. Los términos de estos créditos suelen ser transacciones específicas y permiten al pequeño empresario satisfacer sus necesidades de capital de trabajo que el sector formal no satisface, o lo hace a un costo superior.

Finalmente, el último subconjunto lo constituyen los **Grupos de Financiamiento**. Esta es una forma tradicional de financiación, principalmente en los países asiáticos y africanos. Los individuos agrupan voluntariamente sus ahorros con el objeto de generar fondos prestables para ellos. Estos grupos representan una solución flexible de ahorro y préstamos, son fáciles de operar, no requieren grandes costos de organización ni de control. Los individuos pueden agruparse y determinar el mecanismo de asignación de créditos que más se adapte a sus necesidades, siendo desde pequeñas asociaciones de amigos a grandes organizaciones de comerciantes o fabricantes.

Así como no existen numerosos estudios destinados a analizar la naturaleza de los mercados financieros informales, tampoco se encuentra abundante información cuantitativa detallada respecto del tamaño de estos mercados. En el apartado siguiente se presentan algunas estimaciones de la dimensión de los MIC en el marco de la revisión de antecedentes de esta investigación.

2.2. Estimación de la dimensión de los Mercados Informales de Crédito

[17] Este tipo de empresas no pueden actuar formalmente en nuestro país.

Los intentos de estimación del tamaño de los Mercados Informales de Crédito no resulta ser una tarea sencilla. Como ya fue expresado, una característica intrínseca de los MIC, que proviene de su naturaleza informal, es el bajo o nulo registro de las actividades que se realizan en el mismo. El bajo nivel de registración es una limitación cuando se pretende extraer la magnitud del financiamiento de la información financiera de las empresas. Por otro lado, esta circunstancia se agrava en la Argentina, debido a que solo las empresas constituidas en sociedades son las únicas obligadas a llevar registros contables. El resto de las empresas, en las cuales es más factible hallar fuentes que provengan del mercado informal, no están obligadas a presentar información financiera, lo que dificulta cualquier tipo de análisis y por supuesto obliga a que la información se obtenga de fuentes primarias.

Simultáneamente, la estimación del tamaño del MIC requiere inicialmente una definición específica de este mercado. Como se mencionó en el apartado anterior, existe un conjunto importante de fuentes que pueden ser consideradas dentro del financiamiento informal, sin embargo, algunas de ellas pueden no entenderse como fuentes propiamente dichas[18]. A partir de una definición muy general, el MIC podría contener la totalidad de las fuentes de financiamiento que no se encuentren reguladas por los organismos habilitados para llevar a cabo el control del financiamiento. En el caso de la Argentina, estos organismos son el BCRA y la CNV; el primero regula a los bancos, cajas de crédito, compañías financieras y casas de cambio; mientras que el segundo controla todo tipo de operador relacionado con las operaciones en mercados abiertos. Esta definición de MIC es demasiado amplia, aunque coincide con la de Allen, Qian, y Qian (2005), quienes incorporan el autofinanciamiento como fuente informal.

Una versión más estrecha de la definición de los MIC, pero quizás más realista, es la que proponen Ayyagari *et al.* (2010), donde determinan como fuentes informales la totalidad de las no bancarias y/o provenientes del mercado de capitales.

Si se utiliza la clasificación de Montiel *et al.* (1993), que incorpora los préstamos ocasionales, los préstamos de dinero regulares, los créditos atados y los grupos de financiamiento, resulta evidente que la gran diversidad de prestamistas hace muy difícil sino imposible, intentar medir el tamaño del mercado a través del relevamiento de oferta. Es por ello que la mayoría de los trabajos que se encuentran en la literatura

[18] Por ejemplo, los círculos de ahorro no se interpretan necesariamente como fuentes de financiamiento. No obstante, por el tipo de operatoria, las empresas pueden tomar el papel de prestatarios netos del círculo (aquellas que obtienen el fondo en el primer mes) o bien ser prestamistas netos (lo que reciben el fondo al final del circulo).

utilizan metodologías de estimación basadas en relevamientos hechos desde lado de la demanda.

Asimismo, el fenómeno de la existencia de los mercados informales se identifica principalmente en países en desarrollo o de bajo desarrollo. Es por ello que la mayoría de las estimaciones que se pueden hallar en la bibliografía corresponden a ese tipo de países. Como afirma Ayyagari *et al.* (2010), los países desarrollados poseen mecanismos basados en los denominados Ángeles de Negocios, que suelen financiar jóvenes empresas que se inician, o bien, cuando pueden contener un mayor grado de formalización, incorporan financiamiento proveniente de diferentes Capitales de Riesgo.

Montiel *et al.* (1993) detalla un conjunto de doce estudios sobre la importancia del financiamiento informal para un total de ocho países asiáticos. La participación de este financiamiento para los diferentes estudios oscila entre el 33% y el 76% del financiamiento total, dependiendo del mercado que se analice (rural, urbano o total), aunque cabe aclarar que esos estudios se basan en datos de la década de los ’80. No obstante, estudios más recientes no contradicen los porcentajes estimados previamente. Según Tsai (2002)[19], las estimaciones del financiamiento informal en China alcanza, al menos, un 25% del total del mercado.

Rahman (1992) lleva a cabo para el año 1986, una estimación del mercado informal de crédito para Bangladesh, a partir de un relevamiento específico y del estudio de casos testigo, que lleva a cabo para el sector rural y urbano. Para estimar el endeudamiento informal del sector rural, el autor utiliza dos procedimientos. En el primero de ellos, parte del cálculo directo del endeudamiento informal de cada encuestado, y lo proyecta, en función de la participación en la muestra, para toda la población rural. De acuerdo a este cálculo, el mercado informal de crédito ocupa aproximadamente entre el 45% y el 59% del total del endeudamiento rural. Con el objeto de estimar una medida alternativa del tamaño del mercado informal, se estima el valor total de la inversión de corto plazo adquirida por el sector rural, a la que se le descuenta la cantidad de ahorros propios y financiación institucional; de esta manera, la diferencia entre la inversión y ambas fuentes representan el financiamiento informal. De acuerdo a esta metodología, el financiamiento informal alcanza una participación aproximada al 69,5% del total del financiamiento, superior a la estimada con el procedimiento anterior. Las diferencias se atribuyen a una supuesta subestimación del cálculo realizado de manera directa, debido posiblemente a la intencionalidad de esconder

[19] Extraído de Ayyagari (2010).

ciertas respuestas para que no incriminar a algunos prestamistas que pudieran estar realizando esa actividad fuera de la ley. La estimación que se realiza para el sector urbano es más compleja que la llevada a cabo para el rural; esto se debe a las características diferentes de los emprendedores y empresas localizados en las ciudades. La heterogeneidad de los mismos, integrado por comercios, pequeñas empresas de ingeniería y fabricación de metal, joyerías, fabricación de cueros y pieles, etc.; provoca una mayor permeabilidad de las fuentes formales, lo que implica una menor participación de las informales. La estimación realizada de la participación del financiamiento informal para el sector urbano, que fue complementado con otros estudios provenientes del Instituto de estudios para el Desarrollo de Bangladesh, alcanzó un 54,8% del total. De esta manera, en Bangladesh, el financiamiento informal alcanzaba para ese año un porcentaje aproximado del 62,5% del total.

Chipeta y Mkandawire (1991) llevan a cabo una estimación del MIC total (tanto para empresas como para consumo) en Malawi para el año 1988, tanto para el sector rural como el urbano. El mismo fue realizado a través de un relevamiento que alcanzó a 1600 casos, distribuidos en siete distritos, dos ciudades, dos municipios y tres centros administrativos. La encuesta, realizada tanto a individuos como empresas, incluyó explícitamente la consulta de todos los posibles tipos de prestamistas informales. Los prestamistas enumerados en el relevamiento son[20]: empleadores, amigos, hacendados, empresas, parientes, Asociaciones de Ahorro y Crédito (SCAs), Asociaciones de Ahorro Cooperativo (CSA), vecinos, prestamistas, comerciales, molineros de grano, agricultores pequeños y fondos comunitarios. La estimación realizada, ponderada por la duración promedio de cada préstamo significa un mercado informal total que suma 104 mil millones de la moneda local[21]. Dado que la estimación de préstamos para el mercado formal en el mismo país alcanzaba para 1988 la suma de 85,7 mil millones, entonces, según estos autores se verifica que el mercado informal es mayor que el formal; siendo el primero un 55% del total del mercado financiero.

Soyibo (1996) estudia el mercado de financiamiento informal en Nigeria para los años 1990/92 y analiza las restricciones estructurales e institucionales que no permiten que los segmentos del mercado informal se puedan integrar a los mercados formales. Aryeetey (1994) presenta un estudio de similares características a Soyibo (1996), pero

[20] Cabe aclarar que en Malawi el 86% de la población al momento del relevamiento era rural, por lo que los diferentes prestamistas se originan en las prácticas habituales de ese país. Por ello, aunque puede parecer extraño, se incluyen, empleadores (son los créditos que otorgan los empleadores a los que realizan las cosechas a sus empleados), hacendados (el mismo caso anterior) y vecinos.
[21] La moneda local se denomina: Kwacha malaui.

realizado en Nigeria solo para el año 1992. Soyibo (1996) desarrolla su investigación a través de un relevamiento realizado a partir de un cuestionario estructurado, tanto a prestamistas como a prestatarios. Entre las secciones que se consultan son: las características de los depósitos de las instituciones financieras informales, las características de cómo se originaron las operaciones de préstamo, la caracterización del prestatario que usualmente demanda crédito, los préstamos que se realizan a las micro y pequeñas empresas , las características de los préstamos en sí mismos -es decir, tamaño, plazos, garantías, tasas-, los costos de transacción que conlleva la actividad para estimar costos de eficiencia. La muestra relevada se distribuye en tres regiones específicas del país, que son representativas de las características étnicas y culturales. De esas tres regiones se seleccionaron nueve estados y de cada estado, se eligieron ciudades y villas, intentando mantener un balance razonable entre las áreas urbanas y rurales. Para cada ciudad/villa, se seleccionaron operadores financieros. De este proceso resultaron seleccionados 81 operadores financieros de diferentes características, y el formulario fue respondido por 64 de ellos. Entre los prestamistas consultados se encontraban particulares, compañías de ahorro y préstamo, asociaciones de ahorro y préstamo, cooperativas de ahorro y préstamo, uniones de crédito y colectores ESUSU[22]. Este estudio, aunque no brinda precisiones de la participación del segmento informal en el total del mercado, expone claramente la evolución positiva de este mercado para los años analizados.

Atieno (2001) analiza para el año 1998 la participación del financiamiento informal en Kenia, a partir de un relevamiento llevado a cabo entre empresarios y agricultores. Los encuestados eran receptores de crédito tanto de instituciones formales como informales. Las instituciones formales eran bancos e instituciones financieras que son regulados por la autoridad central del mercado monetario y financiero. En el caso de las instituciones informales, no reguladas por esa autoridad central, estaban compuestas por, asociaciones rotativas de ahorro y crédito, asociaciones de ahorro y crédito, grupos de ayuda mutua, parientes y amigos, asociaciones de bienestar, comerciantes, organizaciones basadas en la comunidad y organizaciones no gubernamentales. El relevamiento se llevó a cabo en cinco distritos del país, y los sujetos consultados fueron pequeños agricultores, comerciantes al por mayor y menor y empresas de agroindustria. La mayor parte de las empresas encuestadas eran de origen rural, basado en la mayor participación de las microempresas en ese sector. El estudio realizado obtuvo 334 respuestas, de las inicialmente 540 encuestas previstas.

[22] Los colectores ESUSU son cooperativas existentes en Africa que, entre otras funciones, se ocupan de actividades de ahorro y crédito.

Luego de un estudio detallado de las políticas de préstamos y de acceso al crédito para micro y pequeñas empresas, se encuentra que el MIC supera el 40% del total.

En la Argentina, la primera estimación que se lleva a cabo del Mercado Informal de Crédito es de Arrigoni (2000). Este autor realiza una estimación del MIC a través de un cálculo de la totalidad de los oferentes de crédito no regulados por el BCRA, para el año 1999. A partir de este estudio afirma que existe un sistema financiero informal institucionalizado[23] que estaría compuesto por aproximadamente 8.300 entidades, que operaban un volumen cercano a U$S 27.000 millones en préstamos. A esto debe agregarse un volumen estimado de créditos de $3.000 millones que son otorgados por el sector informal no institucionalizado, lo cual representa un volumen total de créditos para el sector informal de aproximadamente $30 mil millones.

Con el objeto de obtener de manera más precisa la estimación del MIC orientada a PyMEs, se resta del volumen de créditos del segmento formal que se ofrecen a empresas e individuos -el total de los créditos del sistema bancario alcanza 70 mil millones de pesos- el porcentaje correspondiente a los préstamos a empresas superiores al un millón de pesos (según datos del BCRA el porcentaje de préstamos superiores al millón de pesos alcanzaba al 54,1% del total del crédito bancario al sector privado), se observa que la cifra resultante (39 mil millones), no resulta ser demasiado superior al volumen estimado para el sector financiero informal (30 mil millones). Puede argumentarse entonces que este sistema financiero paralelo actúa principalmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas y de créditos para el consumo, alcanzando aproximadamente el 43% del mercado de crédito total.

Vale la pena mencionar que el trabajo de Arrigoni (2000) está basado en datos sectoriales agregados, y no comprende ningún relevamiento específico que permita identificar los tipos de prestamistas y las características de las operatorias. En este sentido, Foco (2000) estima la participación del MIC para la ciudad de Bahía Blanca, perfeccionando la metodología dado que incorpora un relevamiento selectivo a algunos prestamistas, donde se determinan las características de los préstamos. Además, a partir de información del Padrón de Seguridad e Higiene provisto por la autoridad municipal, se pudieron extraer informes de las empresas registradas que operan en el mercado de Bahía Blanca. La estimación de la participación del MIC en el mercado financiero de Bahía Blanca asciende, según el autor, al 21,5% del total.

[23] Se denomina institucionalizado dado que aun cuando esas instituciones financieras no se encuentran reguladas por el BCRA, las mismas si se hallan inscriptas bajo alguna forma jurídica particular (pueden ser sociedades, cooperativas, mutuales, empresas, o todo otro tipo de institución que se halle inscripta bajo alguna manera formal).

Sarghini y otros (2001), Llevan a cabo una estimación de la evaluación temporal del mercado informal a partir de datos de Arrigoni.

3. **Metodología:**

Se trata de un estudio exploratorio descriptivo, abordado desde un enfoque cuantitativo cuyo objeto de estudio es la oferta del Mercado Informal de Crédito en la ciudad de Bahía Blanca (Argentina). Para realizar la investigación se utiliza principalmente información secundaria (Base de Datos de Seguridad e Higiene – Municipalidad de Bahia Blanca) y primaria, obtenida a través de la opinión de expertos que se desenvuelven en el sector de préstamos no bancarios regularmente (Categoría II de Montiel *et al.*, 1993).

Como ya fue mencionado en el desarrollo del trabajo, el segmento de los Prestamistas Regulares del MIC, se compone de un conjunto de empresas e instituciones, registradas o no registradas, que llevan a cabo operaciones de préstamo a empresas, emprendedores y particulares, fuera de la regulación del BCRA y de la CNV. En estudios anteriores, Arrigoni (2000), afirmaba que en este segmento el 90% de los prestamistas eran organizaciones registradas, es decir, eran empresas, mutuales, asociaciones, que llevaban a cabo operaciones de crédito y que tributaban impuestos de acuerdo a su forma jurídica y a las codificaciones correspondientes en cada uno de los códigos fiscales respectivos. Sin embargo, vale la pena mencionar que, de acuerdo a la legislación Argentina, ninguna asociación o empresa puede llevar a cabo actividades de prestamos a terceros a partir de depósitos de terceros, es decir, si alguno de estos actores lleva a cabo este tipo de actividades de intermediación, debe estar obligatoriamente regulado por los organismos habilitados. Esta circunstancia implica que estas asociaciones o empresas, solo pueden llevar a cabo actividades de préstamo que sean realizadas a partir de recursos propios. En el caso de las empresas, cualquiera sea su forma jurídica, a partir del propio patrimonio; y en el caso de las mutuales y cooperativas, a partir del patrimonio comunitario de las mismas.

La ventaja de que la mayoría de estas organizaciones se encuentren registradas bajo algún tipo de forma jurídica y en códigos de actividad correspondientes a rubros relacionados con préstamos, siempre y cuando así lo estén, permite su identificación a partir de estos rubros específicos. Es decir, a partir de una base de datos donde las empresas estén anónimas, los rubros de actividad permiten clasificarlas y agruparlas, y obtener niveles agregados de actividad.

De esta manera, al disponerse información agregada de empresas, ventas declaradas y rubros relacionados con préstamos a terceros, es posible llevar a cabo una estimación del tamaño del segmento correspondiente a los Prestatarios Regulares del MIC en Bahía Blanca.

El análisis y estimación de la oferta proveniente de los Prestatarios Regulares del MIC en Bahía Blanca se lleva a cabo a partir de disponer de la base de datos de Seguridad e Higiene de la ciudad de Bahía Blanca, provista por la Secretaria de Hacienda de la Municipalidad. Esta base de datos no dispone de la identificación nominal de las empresas (solo hay un numero identificatorio que no tiene relación con la inscripción de la misma), e incorpora toda la información relevante para el calculo de la Tasa de Seguridad e Higiene para el distrito de Bahía Blanca, para el periodo 2010-2013, en la que se detalla: código de identificación de las empresas (anónimas), códigos de actividad en las que están inscriptas en los cuatro años analizados, la base imponible del impuesto (que resultan ser la ventas declaradas por cada empresa) y el impuesto determinado.

Esta Base es cargada en archivos Ms-Excel, y a partir de la utilización de los códigos de actividad declarados por las empresas, se seleccionan aquellas firmas que se encuentran inscriptas únicamente en rubros relacionados con la actividad de préstamos y financiamiento. Los rubros de actividad seleccionados para llevar a cabo este filtro son: Agencias Financieras, Compañías de Capitalización y Ahorro, Descuentos de Documentos de Terceros, Otros Servicios Financieros, Prestamos con y sin Garantía Hipotecaria, Prestamos con y sin Garantía Prendaria, Prestamos en Dinero-Descuento documentos de Terceros-y otras operaciones, Servicios Financieros no Clasificados en otra parte y finalmente, Toda Actividad (financiera) de intermediación c/ comisión, bonificación, porcentaje. Vale la pena volver a aclarar, que la selección realizada responde a organizaciones que están inscriptas “solo” en actividades financieras, dejando de lado otras empresas que comparten actividades financieras con actividades comerciales de bienes muebles o inmuebles.

Seleccionado ese grupo, y con la información del tipo de operación que llevan a cabo estas firmas se obtiene el volumen de préstamos realizados. Hay que tener en cuenta que estas empresas abonan la Tasa de Seguridad e Higiene por los ingresos que perciben, y este caso estos ingresos están compuestos por los intereses cobrados a los prestatarios que recibieron los prestamos y los porcentajes de reintegro de gastos (comisiones directas sobre monto prestado). Esto significa que la base imponible del impuesto son los intereses (y comisiones) que estas organizaciones cobran a sus

clientes por los prestamos realizados (y entonces la base imponible no son los prestamos). Lo que implica que estos intereses cobrados deben convertirse en montos de préstamos realizados a partir del calculo inverso (Intereses cobrados sobre tasa de interés promedio cobradas del segmento=total de prestamos).

De fuentes calificadas de operadores del segmento de Prestamistas Regulares del MIC, pudo determinarse que la tasas de interés cobradas por los mismos alcanza un valor aproximado de dos veces la tasa de interés activa para treinta días informada por el Banco de la Nación Argentina[24] (BNA). A esta tasa se le debe agregar un porcentaje directo sobre el valor del préstamo en concepto de gastos financieros[25]. De esta manera, con información relevante de las tasas cobradas en este segmento, se puede estimar el volumen de préstamos para cada periodo disponible. Este calculo, para cada año, se lleva a cabo, como se mencionó, a partir del cociente entre la totalidad de los intereses declarados por cada tipo de institución y la tasa de interés relevante. Dado que la información disponible del Padrón de Seguridad e Higiene de la ciudad de Bahía Blanca es bimestral, este cálculo puede realizarse para un total de seis periodos por año; y con ello se obtiene el volumen operado de los Prestamistas Regulares del MIC por bimestres a valores corrientes.

Finalmente, y considerando que el BCRA publica de forma periódica (por trimestres) el total de préstamos y depósitos por distrito[26], es posible determinar cuál es la importancia del segmento de Prestamistas Regulares del MIC sobre el total de los prestamos realizados en el distrito de Bahía Blanca. Para ello, el cálculo que se realiza es el cociente entre el volumen operado por los Prestamistas Regulares del MIC y el total de préstamos informado por el BCRA.

4. Resultados

4.1. Descripción de la Operatoria

El mercado informal de crédito en Bahía Blanca canaliza sus operaciones crediticias básicamente bajo dos instrumentos:

a) operaciones de descuento de cheques (propios o de terceros) y

[24] http://www.bna.com.ar/

[25] En general, la mayoría de estas operaciones se realiza a través del descuento de Cheques. Es decir, los prestatarios entregan cheques con fechas de cobro posteriores, y los prestamistas descuentan el interés estimado para el periodo de financiamiento. A los intereses se le agregan estos gastos financieros, que es un porcentaje directo y corresponden a los débitos bancarios que serian cargados sobre los prestamistas regulares al realizar el depósito de los valores negociados.

[26] Puede hallarse en http://www.bcra.gov.ar/Estadisticas/estind020303.asp

b) descuento de facturas (Factoring).

En ambos casos el cliente utiliza alguno de los dos documentos que entrega como garantía de cumplimiento del préstamo que recibe. En el primer caso, el prestatario entrega a la entidad un cheque a plazo (puede ser propio o de terceros)[27] a la fecha convenida, luego se lleva a cabo el calculo de intereses y gastos estimados a la fecha de cobro, que son descontados del valor del cheque que es entregado. Este valor representa el monto nominal neto monetario que recibe el prestatario. Finalmente, este último recibe el dinero en efectivo o la acreditación en cuenta del resultante.

En el segundo caso la operación es similar; no obstante ahora la garantía se establece a partir de la factura, cuya emisión fue hecha hacia una empresa de primer nivel y que posee una fecha de cobro futura. Estas facturas generalmente son “conformadas” por los prestatarios y a través de la misma, la obligación de cobro es transferida del prestatario al prestamista. El resto de la operatoria es similar a la explicada para el caso del descuento de cheques.

Las tasas cobradas en este segmento, como ya fue mencionado en la metodología, se suelen posicionar en un cien por ciento más de una tasa activa del BNA, a la cual se le adiciona un porcentaje de gastos que cubre el impuesto a los débitos y créditos y finalmente, en el caso del descuento de cheques, se suele adicionar un porcentaje variable que difiere según la entidad bancaria de la cual se reciba e valor.

4.2. Estimación del Volumen Nominal de Prestamistas Regulares MIC

A partir de la información agregada de la base imponible para los códigos de actividad referidos a Prestamos y Actividades de Financiamiento, según el padrón de Seguridad e Higiene para empresas de Bahía Blanca; y en función de lo considerado como tasa de interés relevante; se realizó la estimación del volumen nominal operado por Prestamistas Regulares del MIC en Bahia Blanca, para el periodo 2010-2013. Cabe mencionar que la tasa de interés activa BNA que fue utilizada para determinar el volumen de préstamos, alcanzo un promedio 1,55% mensual, con lo cual la tasa utilizada fue de 3,1% bimestral. A este porcentaje, se le adiciona una comisión fija que suelen cobrar estas entidades para cubrir otros costos de la operatoria.

En la Tabla 4.2.1. se presentan los préstamos estimados bimestrales otorgados por el sector informal para el periodo analizado.

[27] En algunos casos de elevada percepción de riesgo por parte de los prestamistas hacia un prestatario particular es frecuente solicitar que los cheques entregados sean de terceros.

Tabla 4.2.1. Volumen de los Prestamistas Regulares del MIC por bimestres a valores corrientes.

PERIODO	2010	2011	2012	2013
1	52.277.143	$ 64.676.520	$ 100.195.595	$ 134.312.217
2	46.777.455	$ 69.420.294	$ 132.998.154	$ 140.701.706
3	93.404.701	$ 77.576.676	$ 114.264.148	$ 136.203.645
4	53.570.031	$ 79.146.413	$ 111.401.328	$ 147.880.045
5	61.296.223	$ 84.923.844	$ 114.124.991	$ 146.943.222
6	66.992.760	104.159.795	$ 121.970.084	$ 163.826.704
TOTAL ANUAL	**$ 66.992.760**	**$ 104.159.795**	**$ 121.970.084**	**$ 163.826.704**

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse, el volumen de préstamos estimado otorgado por el MIC en la ciudad de Bahía Blanca al mes de enero de 2010 ascendía a la suma de $52.277.174, mientras en diciembre de 2013 alcanzó la suma de $163.826.704, ambos montos expresados a valores corrientes. Al analizar estos valores se encuentra que el MIC ha experimentado un crecimiento del 213% en periodo 2010-2013. De esta manera, si se considera el IPC CREEBA[28] (ciudad de Bahía Blanca), el mismo alcanza para el mismo periodo un 139%, lo que puede indicar un crecimiento real de este volumen.

En la Tabla 4.2.2 se presenta la participación del MIC en el volumen total de préstamos en pesos otorgados por las entidades crediticias reguladas por el BCRA.

Tabla 4.2.2. Porcentaje de participación del MIC sobre el sector de préstamos bancarios

	2010		2011		2012		2013	
	PRES. BCARIOS	MIC	PRES. BCARIOS	MIC	PRES. BCARIOS	MIC	PRES. BCARIOS	MIC
Volumen de préstamos	$ 1.085.381.869	$ 66.992.760	$ 1.554.970.216	$ 104.159.795	$ 2.353.740.468	$ 121.970.084	$ 3.166.750.808	$ 163.826.704
% participación	**6%**		**7%**		**5%**		**5%**	

Fuente: Elaboración propia

Al analizar la participación que tiene el segmento de Prestamistas Regulares del MIC sobre el total de préstamos otorgados por las entidades crediticias reguladas por el BCRA, es decir, lo que se denomina Mercado Formal de Crédito, en el año 2010 está alcanzaba el 6%, mientras que a diciembre de 2013 la proporción era del 5%.

Resulta claro que estos valores pueden verse afectados porque aún no se han discriminado del total de préstamos del segmento formal, aquellos que han sido otorgados a grandes empresas así como tampoco aquellos destinados a consumo privado. Una vez realizada tal discriminación la proporción del MIC con respecto al crédito a PyMEs es más significativa.

Por otro lado es importante mencionar que la determinación de los préstamos otorgados por los MIC fue determinada por las empresas que únicamente se

[28] http://www.creebba.org.ar/main/index.php?op=informes&cual=ipc

encuentran inscriptas en rubros relacionados con la actividad de préstamos y financiamiento. Sin embargo se identifica otro grupo de empresas que además de estar inscriptas en estos rubros, también lo están en otro tipo de actividades (comerciales, industriales, etc). Si se consideraran la totalidad de las empresas, los niveles señalados también se incrementarían.

Asimismo, teniendo en consideración lo mencionado por autores como Arrigoni (2000) y Foco (2001) que afirman que existe un 10% del monto total de préstamos informales que proviene de Prestamistas Regulares no registrados bajo alguna forma jurídica y, lo expresado por los informantes calificados consultados que aseguran que el Mercado Informal de Crédito, en promedio, no registra contablemente la mitad de sus operaciones; entonces la participación de los Prestamos de Prestamistas Regulares del MIC en Bahía Blanca, respecto al mercado formal de crédito cambiaría sustancialmente, llegando a promediar en los cuatro años analizados un 13%.

Finalmente, un capítulo especial merecen las instituciones de microfinanzas que si bien no se encuentran reguladas ni por el BCRA ni por la CNV, sí debieran estarlo por la Comisión Nacional de Microfinanzas (CONAMI). La consideración del segmento de microfinanzas en el análisis efectuado sin duda que aumenta el porcentaje de participación del MIC en mercado total de crédito. Sin embargo no resulta sencillo determinar el volumen aproximado de este mercado para la localidad de Bahia Blanca.

4. Conclusiones

El presente trabajo ha intentado llevar a cabo una estimación del volumen operado de los Prestamistas Regulares y su importancia de la oferta de préstamos para la ciudad de Bahía Blanca en el periodo 2010-2013. Los Prestamistas Regulares representan uno de los cuatro grupos que conforman el Mercado Informal de Crédito (además de los Prestamistas Ocasionales, los créditos Atados y los Grupos de Préstamo). Nuestras estimaciones representan los primeros resultados de un trabajo mucho más importante, que se realiza en el marco del Proyecto de Investigación Inclusión y Mercados Financieros. Para ello, se ha intentado describir el funcionamiento de estos proveedores de fondos y determinar un valor aproximado de este segmento del MIC en Bahía Blanca. Asimismo se ha analizado cuál ha sido su evolución para el periodo analizado y se llevó a cabo una estimación la participación de este segmento del MIC en el mercado total de crédito en Bahía Blanca.

Puntualmente se analiza el segmento de los Prestamistas Regulares que se compone del conjunto de un conjunto de empresas e instituciones, registradas o no registradas,

a partir de instrumentos específicos; y que llevan a cabo operaciones de préstamo a empresas, emprendedores y particulares, fuera de la regulación del Banco Central de la República Argentina y de la Comisión Nacional de Valores.

La estimación da como resultado que el tamaño del MIC en la ciudad de Bahia Blanca representa en promedio un 6% del mercado total de crédito de la localidad, mostrando que se ha mantenido estable para el periodo 2010-2013; lo que totaliza un valor de $163.826.704 a valores corrientes. No obstante, si se toma en consideración el volumen de operaciones no registradas, la participación de los préstamos de Prestamistas Regulares del MIC en Bahia blanca llega a promediar en los cuatro años analizados el 13%.

Resta para futuros estudios determinar con mayor precisión qué porción de los préstamos otorgados por este segmento del Mercado Informal de Crédito corresponde a crédito para consumo y que porción corresponde a préstamos a empresas. De igual manera resulta de interés para mejorar la estimación, discriminar en el caso de los préstamos otorgados por el segmento formal, aquellos que son otorgados a grandes empresas de los otorgados a las PyMEs. Cabe mencionar que este ajuste reducirá el denominador y significara un incremento de la participación de los MIC en el total de créditos.

Las limitaciones a los resultados de este estudio se hallan en que, en primer lugar los Prestamistas Regulares representan uno de los cuatro segmentos del mercado informal, un estudio completo debería abarcar todos los posibles sub-mercados. En segundo lugar, vale la pena mencionar que los datos disponibles para efectuar la estimación no contemplan empresas u organizaciones que se encuentran exentas del pago de la Tasa de Seguridad e Higiene, como por ejemplo cooperativas y mutuales, lo que evidentemente subestima el resultado final.

Finalmente, la existencia de estos segmentos crediticios, aunque es evidente que deben estudiarse con mucho más detalle, forman parte de una de las asignaturas pendientes en la regulación de los mercados financieros.

Referencias bibliográficas:

Allen, F., J. Qian, and M. Qian. (2005). Law, Finance, and Economic Growth in China. Journal of Financial Economics 77:57–116.

Arrigoni M. (2000), "La banca informal". Asociación Argentina de Bancos. Junio 2000. Versión taquigráfica de la exposición no corregida por el autor. Trabajo disponible en www.aba-argentina.com

Aryeetey, E. (1994). Financial integration and development in Sub-Saharan Africa: A study of informal finance in Ghana. Overseas Development Institute.

Atieno, R. (2001). Formal and informal institutions' lending policies and access to credit by small-scale enterprises in Kenya: An empirical assessment (Vol. 111). Nairobi: African Economic Research Consortium.

Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2010). Formal versus informal finance: Evidence from China. Review of Financial Studies, 23(8), 3048-3097.

Berger, A. N. y Udell, G. F. (1998). “The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle”. Journal of Banking and Finance, Vol. 22.

Chipeta, C., & Mkandawire, M. L. C. (1991). The informal financial sector and macroeconomic adjustment in malawi. AERC Research Paper 4 Initiatives Publishers, Nairobi

Clara Cardone-Riportella, Antonio Trujillo-Ponce, y Anahi Briozzo (2013). “Analyzing the role of mutual guarantee societies on bank capital requirements for small and medium-sized enterprises”.Journal of Economic Policy Reform, ISSN 0950-0804.Vol. 16, Nº 2, 142-159.

Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, (1988): “International convergence of capital measurement and capital standars.” Banco de Pagos Internacionales. www.bis.org

Foco G., Salloum D. y Vigier H. (2001): “El Sistema Financiero Informal y La Asistencia a las Pymes: El Caso de Bahía Blanca”. AAEP, Buenos Aires.

Kapur, B., (1992) “Formal and Informal Financial Markets, and the Neo-Structuralist Critique of the Financial Liberalization Strategy in Less Developed Countries” Journal of Development Economics, Vol 38, pp. 63-77

Lapage, H. (1979), "Mañana el Capitalismo", Alianza, Madrid.

Mckinnon, R. I., (1973) Money and Capital in Economic Development, The Brookings Institution (Washington, DC.)

Mathieson, D. J. (1980), “Financial Reform and Stabilization Policy in a Developing Economy”, Journal of Development Economics (September), pp- 359-95.

Montiel, Agenor, Haque (1993), “Informal financial markets in developing countries: a macroeconomic analysis”, Blackwell Oxford Uk & Cambridge USA.

Rahman, A. (1992). The informal financial sector in bangladesh: An appraisal of its role in development. Development and Change, 23(1), 147-168.

Shaw, Edward (1973). Financial Deepening in Economic Development (New York: Oxford University Press).

Sarghini J, Lodola A, y MOccero D. El dilema de la economía informal: evidencias y políticas. Cuadernos de Economía Nro. 59. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.

Soyibo, A. (1996). Financial linkage and development in Sub-Saharan Africa: The informal financial sector in Nigeria (No. 90). Overseas Development Institute.

Stiglitz J. y Weiss, A. (1981) Credit Rationing with imperfect information. American Economic Review, 71.

Tsai, K. (2002). Back-alley banking. Private entrepreneurs in China. Ithaca.

LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO Y SOSTENIMIENTO DE LAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA

Daniela Beatriz Veglia y María Fernanda Andrés

Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional del Litoral
danielaveglia@hotmail.com; dveglia@fce.unl.edu.ar

Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional del Litoral
mfandres@fce.unl.edu.ar

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto de Investigación "La Incubación de Empresas de Base Tecnológica. Un estudio acerca de la gestión transferida hacia los emprendimientos generados en las incubadoras, polos y parques tecnológicos de la Provincia de Santa Fe" de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Litoral.

Las empresas innovadoras de base tecnológica forman parte de un nuevo proceso de "industrialización" y resultan estratégicas en el desarrollo económico de las regiones, ya que permiten transformar en actividad empresarial la capacidad de innovación y desarrollo tecnológico de los actores que se dedican a ello a través de la dinámica de transferencia de conocimiento (Goñi Alegre & Madariaga López, 2003). Pueden definirse como organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos (Office of Technology Assessment, 1992). Resultan importantes para las economías porque traducen en actividad empresarial la capacidad de innovación y desarrollo tecnológico de universidades, laboratorios y centros tecnológicos, transfiriendo el conocimiento científico a sus productos, estrechando relaciones entre universidades y centros tecnológicos y empresas; generando empleo calificado entre otras características.

El objetivo de este trabajo ha sido identificar los distintos regímenes de promoción de la industria del software en la región, de qué manera los diferentes actores (Estado, Universidad, emprendedores) interactúan para optimizar los beneficios derivados de ellos y determinar si se traducen en un fortalecimiento de la actividad, de las EBTs y de la región. La pregunta que se plantea es si es una buena política otorgar incentivos tributarios para impulsar la industria del software.

2. METODOLOGÍA

Este trabajo se enfocó en las ETBs dedicadas a la industria del software y a los incentivos tributarios vigentes a nivel nacional y local tendientes a promocionar el desarrollo de esta actividad a los efectos de hacerlas competitivas y minimizar su vulnerabilidad. Consistió en el análisis del marco normativo y promocional tributario argentino referido a la industria del software, para determinar de qué manera afecta a las industrias del sector, y de esta forma identificar si tales medidas favorecen su desarrollo y permanencia en el tiempo, permitiéndoles un crecimiento sostenido y accediendo a nuevos mercados nacionales e internacionales.

Se realizaron entrevistas a informantes clave y se analizaron leyes, decretos y resoluciones que establecen regímenes de promoción fiscal a la actividad de la industria del software. Las entrevistas fueron realizadas a algunas EBTs de la industria del software de Santa Fe, emprendedores, funcionarios provinciales e instituciones universitarias y se analizó el rol de la Secretaría de Vinculación Tecnológica de la Universidad Nacional del Litoral como nexo entre el Estado y estas empresas.

3. MARCO TEÓRICO

Las empresas de base tecnológica (EBTs) se desarrollan principalmente en áreas tales como la informática, las comunicaciones, la mecánica de precisión, la biotecnología, la química fina, la electrónica, etc. (Goñi Alegre B. & Madariaga López I., 2003). Muchas veces se originan en spin-offs de proyectos llevados a cabo por universidades y centros tecnológicos que poseen recursos humanos altamente especializados y han efectuado inversiones en infraestructura para la investigación y la creación de conocimientos. Son empresas que tienen un gran potencial pero que conllevan elevados niveles de riesgo. Para desarrollarse requieren de la conjunción de diferentes factores, como por ejemplo apoyo externo en financiamiento y beneficios tributarios para poner en marcha su negocio y sostenerlo en el mediano y largo plazo. Por lo tanto es importante conocer y tener en cuenta aquellos puntos críticos – entre los que se encuentran los tributos – con el objetivo de implementar las estrategias y herramientas que les permitan afrontarlos sin poner en riesgo su crecimiento empresarial.

La definición de Industrias del Software y Servicios Informáticos, incluye diferentes actividades donde no todos los casos están alcanzados por los incentivos tributarios. Pueden ser clasificadas como producto o servicio, estando todo incluido en el Sector de Servicios Informáticos (SSI), pero a nivel tributario tienen distinto tratamiento.

3.1. Descripción del sector del software en Argentina

En Argentina, las Pymes del sector del software (SSI)[29] forman parte de las denominadas Industrias de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (TIC's), sector cuyo desarrollo se ha convertido en un elemento que mejora la eficiencia y competitividad de las empresas potenciando sus resultados (Gonzalez Ojeda, 2006).

El sector del software está definido por la producción de software y soluciones informáticas, clasificándose los servicios brindados y los productos elaborados como bienes intangibles (Observatorio Permanente de la Industria del Software y Servicios Informáticos, 2008)[30.] Dentro del sector, la diferenciación entre servicios y productos no resulta fácil de realizar debido a que existen servicios que tienen mucho valor agregado y productos que implican la colocación simultánea de un servicio (Fundación Exportar, 2008).

En el sector SSI, según lo relevado de Bekerman y Cataife "existen distintas formas de clasificar los productos y servicios de software sin que exista una separación precisa entre ambas categorías"[31]. Por lo que estos proponen la siguiente clasificación:

- Software enlatado: productos estandarizados que pueden ser utilizados por cualquier usuario sin requerir implementación o customización[32].
- Software semi-enlatado: son productos predesarrollados que requieren algún grado de implementación o customización para cada cliente particular.
- Software embebido: son productos integrados en distintos tipos de maquinarias y equipos (computadoras, teléfonos celulares, etc.)
- Software a medida: son servicios que apuntan a solucionar problemas específicos para clientes particulares, puede ser desarrollado para un solo usuario y normalmente el cliente es el titular del desarrollo.

[29] Distintos autores se refieren al sector de software (SSI) como sector de software y servicios informáticos, a los fines de este trabajo se considera que ambas expresiones se refieren al mismo sector.

[30] Este estudio fue realizado por el Observatorio Permanente de la Industria del Software y Servicios Informáticos (OPSSI), los datos se basan en una encuesta realizada a 169 empresas de software y servicios informáticos, incluida dentro de una encuesta más grande a Pymes de servicios a la producción.

[31] Bekerman, Marta y Cataife, Guido (2001)."El sector software en Argentina: situación actual y sugerencias de políticas". Documento de trabajo N° 12. Centro de estudios de la estructura económica (CENES), Universidad de Buenos Aires (UBA).Buenos Aires. http://www.econ.uba.ar/www/institutos/economia/cenes/index.html

[32] Customizar significa adaptar un producto o servicio a las preferencias y gustos del cliente.

- Servicios informáticos: son servicios de consultoría, implementación y customización de desarrollos, venta de software y hardware, capacitación del personal, actualización y mantenimiento de desarrollos, entre otros.

Según lo relevado por López y Ramos (2008) la industria SSI se separa en segmentos, el primero es el de desarrollo de productos de software donde incluyen al software enlatado y al software semi-enlatado, el segundo es el de servicios informáticos donde incluye al software a medida y diversas actividades de prestación de servicios informáticos, por último ubica como otros segmentos a la prestación de servicios vinculados a Internet[33], al software embebido y al software libre, constituyendo cada uno un segmento diferente.

Esta clasificación no es necesariamente receptada por las administraciones tributarias encargadas de implementar las políticas públicas tendientes a impulsar la competitividad del sector como lo desarrollaremos a continuación.

3.2. Políticas Públicas

Durante los últimos años el Estado Nacional y los Estados provinciales han tenido un gran interés en promover al sector SSI, abarcando las políticas una diversidad de instrumentos orientados a promover el desarrollo de la industria. El contexto local en el que las empresas se desenvuelven, a veces resulta determinante en su desarrollo y crecimiento y las políticas públicas implementadas desde los distintos niveles de gobierno tienen un papel clave en sus conductas innovadoras.

Entre los variados instrumentos que los países en desarrollo suelen adoptar para estimular a la industria y a la incorporación de tecnología, los tributarios cumplen un rol muy importante. Los incentivos tributarios son aquellas estipulaciones de la legislación fiscal que establecen un tratamiento preferencial para algunas actividades seleccionadas -es el caso de la promoción industrial-, para algunos tipos particulares de activos -por ejemplo, la amortización acelerada para ciertas inversiones-, para algunas formas societarias o rangos de empresa - PyMEs o grandes empresas, usualmente-, o para algunos modos de financiamiento - endeudamiento o capital propio, en algunos casos-. En algunas circunstancias los incentivos tributarios apuntan a cambiar la distribución temporal de la utilización de los activos; a través, por ejemplo, de las exenciones, la amortización acelerada u otros instrumentos (Gaggero, 2007). Desde la óptica del régimen tributario argentino es conveniente analizar los incentivos

[33] Los servicios relacionados a Internet comprenden desde el desarrollo y mantenimiento de páginas web hasta educación a distancia.

como una herramienta política, tal como lo hace Núñez (1982), al conceptualizarlos como, “aquellos instrumentos de política económica caracterizados por la utilización de la tributación como un medio para canalizar los recursos y orientar las inversiones hacia determinados ramos o regiones que al Estado le interesa promover, como asimismo, para encauzar o corregir ciertos aspectos de la actividad económica de un país”.

Los incentivos tributarios no sólo promueven beneficios fiscales, sino eminentemente extrafiscales, tales como incentivar a la economía, promocionar el empleo, intervenir en la distribución de la renta, participar en el mejoramiento de la ecología, promocionar determinada actividad o región, entre otros aspectos.

Los tributos producen en la economía efectos adicionales a la mera transferencia de fondos del sector privado al sector público. Son también utilizados para alcanzar ciertos objetivos económicos que difieren del recaudatorio. El incentivo concedido consiste en una disminución o postergación de impuesto y los medios habitualmente utilizados son desgravaciones, amortizaciones aceleradas o deducción de las inversiones realizadas, aunque también pueden consistir en diferimientos de impuesto, créditos contra otros impuestos e, incluso disminución de las alícuotas aplicables.

Los incentivos pueden conceptualizarse como aquellos instrumentos de política económica donde se canalizan los recursos y orientan las inversiones hacia determinadas ramas o regiones que al Estado le interesa promover, como así también, para encauzar o corregir ciertos aspectos de la actividad económica de un país (Núñez, 1982).

La ley Nacional 25.856[34] dispone que la actividad de producción de software debe considerarse como una actividad productiva de transformación asimilable a una actividad industrial a los efectos de la percepción de los beneficios impositivos, crediticios y de cualquier otro tipo que se fijen para la industria por parte del Gobierno Nacional, instruyendo al mismo tiempo al Poder Ejecutivo para que en las políticas de promoción productiva vigentes o a regir en el futuro se considere el diseño, el desarrollo y la elaboración de software como una actividad productiva de transformación pasible de ser promocionada. Asimismo, invita a los gobiernos provinciales y municipales a adoptar este criterio, es decir, que si establecen políticas de promoción para la actividad industrial, se incluya en las mismas a la industria del

[34] Ley 25.856 – B.O. 08/01/2004

software. Esto evidencia una clara voluntad política de incentivar y promocionar el sector de la industria del software.

En este marco, se dicta la Ley 25.922 modificada por la Ley 26.692 de promoción de la industria del software a nivel nacional. En la Provincia de Santa Fe, la Ley provincial de Promoción Industrial, el Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe, la ley 12324 reglamentada por Decreto provincial 2469/2013 y la resolución General (API) 23/2013 evidencian la adhesión a esta política nacional. La ley 22.317 de Régimen de Crédito Fiscal si bien no es un beneficio exclusivo de las EBTs, también puede resultar una herramienta financiero-tributaria interesante (Veglia, et al., 2013)

3.2.1. Políticas públicas a nivel nacional

Ley de Promoción de la Industria del Software

Se sanciona la Ley N° 25.922[35] de Promoción de la Industria del Software en el año 2004, cuya autoridad de aplicación es la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pyme, dependiente del Ministerio de Economía y Producción, modificada por Ley 26.692[36.] Esta ley otorga beneficios impositivos y crea un fondo de promoción de la industria del software (FONSOFT), destinado a financiar los gastos en investigación y desarrollo en Pymes del sector SSI, universidades y centros de investigación. Están incluidos en este régimen las personas jurídicas[37]constituidas en el país cuya actividad principal sea la industria del software que estén habilitadas para actuar dentro del país, debidamente inscriptas y que desarrollen en el país y por cuenta propia la creación, diseño, desarrollo, producción e implementación y puesta a punto de sistemas de software desarrollados y su documentación técnica asociada, en sus aspectos básicos y aplicativos, incluyendo el que se elabore para ser incorporado a procesadores utilizados en bienes de diversa índole, tales como consolas, centrales telefónicas, telefonía celular, máquinas y otros dispositivos, excluyendo sólo la actividad de autodesarrollo de software.

Los objetivos perseguidos con la sanción de esta ley fueron los siguientes:

- Generar una competitividad que permita la inserción internacional.
- Dotar de mayor previsibilidad a la industria.
- Extender el plazo de vigencia del régimen de promoción

[35] Ley 25.922 – B.O. 09/09/2004
[36] Ley 26.692 - B.O. 18/08/2011
[37] La ley 25922 permitía acogerse al régimen también a las personas físicas, situación que cambió con la sanción de la Ley 26.692

- Brindar mayores beneficios fiscales a las empresas exportadoras
- Fomentar el ingreso de nuevas pequeñas y medianas empresas
- Perfeccionar la operatoria para la efectivización de los beneficios (agilizar la acreditación de los incentivos).
- Brindarle plazo a las empresas para obtener los certificados de calidad.
- Crear nuevos puestos de trabajo calificado, mayoritariamente orientados al segmento joven.
- Corregir aspectos interpretativos de la norma original.

Para acceder al régimen se deben cumplir al menos dos de las siguientes condiciones:

- Acreditar gastos en actividades de investigación y desarrollo de software.
- Acreditar una norma de calidad reconocida aplicable a los productos o procesos de software, o el desarrollo de actividades tendientes a la obtención de la misma.
- Realizar exportaciones de software (inscribirse en el Registro de Exportadores de Servicios que creará AFIP).

Los beneficios rigen desde la fecha de inscripción de las personas jurídicas en el Registro de Beneficiarios. Los beneficiarios gozarán de estabilidad fiscal hasta la finalización del régimen promocional (31/12/2019), por lo que no podrán sufrir incrementos de carga tributaria total nacional a partir de la inscripción en el Registro de Beneficiarios. El beneficio consiste en convertir en un Bono de Crédito Fiscal intransferible hasta el 70% de las contribuciones patronales efectivamente pagadas. Este Bono puede ser aplicable a la cancelación del IVA por las operaciones en el mercado interno y del impuesto a las ganancias, pero respecto de éste, hasta el límite del porcentaje que representen las exportaciones respecto del total de operaciones. Los beneficiarios no serán sujetos pasibles de retenciones ni percepciones del IVA. Tendrán una reducción del 60% en el monto total del impuesto a las ganancias correspondiente a las actividades promovidas, siendo aplicable tanto a las ganancias de fuente argentina como de fuente extranjera.

La autorización del cómputo del bono de crédito fiscal contra el impuesto a las ganancias venía siendo reclamada por los exportadores puros, ya que aquellas empresas que no tenían actividades en el país no generaban débito fiscal de IVA, por lo que no tenían cómo utilizar dicho bono de crédito fiscal. Con esta modificación se flexibiliza la posibilidad de cómputo lo que indica un avance sobre la legislación anterior.

La ley dispone que la Autoridad de Aplicación, por sí o a través de universidades nacionales u organismos especializados, realice las auditorías, verificaciones, inspecciones, controles y evaluaciones que resulten necesarias a fin de constatar el debido cumplimiento de las obligaciones y los compromisos a cargo de los beneficiarios, y en su caso, el mantenimiento de las condiciones que se tuvieron en cuenta al momento del otorgamiento del beneficio.

Esto evidencia una vez más, la necesaria vinculación establecida entre el Estado, las Universidades y el Sector Privado, en pro de garantizar el correcto funcionamiento del régimen implementado en haras de lograr que el esfuerzo realizado desde el Estado cumpla su propósito, sea bien utilizado y favorezca el crecimiento del sector y por ende de la región y de la población en su conjunto.

Además, se debe resaltar que desde el momento en que se reconoció a la actividad del sector del software y servicios informáticos como actividad industrial en Argentina, en los últimos años ha existido un creciente interés del Estado Nacional, Provincial, el sector privado, las Universidades y Centros de Formación en promocionar y otorgar beneficios que favorecen a las Pymes del sector SSI y a su oferta exportable.

Ley 22.317 – Régimen de Crédito Fiscal

Si bien no se trata de un beneficio exclusivo de las EBTs, también puede resultar una herramienta financiero-tributaria interesante. Se trata de un mecanismo que favorece la inversión directa en recursos humanos que permite generar estrategias direccionando parte de sus obligaciones fiscales hacia la capacitación.

El presente régimen tiene por objeto fomentar la capacitación y contribuir a que las empresas fortalezcan las competencias laborales de su personal en todos los niveles de calificación, mediante el reintegro de los gastos incurridos en la formación del personal de micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la entrega de un CERTIFICADO DE CRÉDITO FISCAL endosable para aplicarse al pago de impuestos nacionales.

La ley 22.317 modificada por Ley 25.300 establece que aquellos empleadores que contribuyan al sostenimiento de cursos de índole técnica y que tengan más de cuatro empleados en relación de dependencia tendrán derecho al cómputo de un crédito fiscal equivalente a los costos de los cursos aprobados, o del sostenimiento de escuelas, hasta el límite del ocho por ciento de la masa salarial bruta anual si la cedente es una MIPYME y el ocho por mil del total de sueldos, salarios y remuneraciones si es una gran empresa, abonados en general al personal ocupado en

establecimientos industriales, comerciales, de servicios y de producción rural o minera, sin tener en cuenta la clase de trabajo que aquel realiza.

El crédito fiscal se instrumenta mediante certificados emitidos al efecto, estableciéndose el cupo anual en el presupuesto general de la Administración Nacional.

Estos certificados serán asignados en función directa a los costos de los cursos aprobados.

Los certificados de crédito fiscal sólo podrán ser utilizados para la cancelación de obligaciones fiscales emergentes de los impuestos cuya aplicación, percepción y fiscalización se encuentren a cargo de la AFIP. Se excluyen de este régimen los impuestos destinados a la seguridad social.(Veglia, 2009)

3.2.2. Políticas públicas a nivel provincial

Ley 12.324 en adhesión a la Ley Nacional

En concordancia con la legislación nacional reseñada, la Provincia de Santa Fe adhiere a través de la Ley Provincial 12324[38], disponiendo que el Poder Ejecutivo incluirá en las políticas de promoción productivas el diseño, desarrollo y elaboración de software e invitando a las Municipalidades y Comunas de la Provincia a adherir a esta ley otorgando beneficios promocionales de su competencia a estas actividades.

Esta norma tan importante a nivel provincial, fue reglamentada por Decreto Nª 2311/04 que sustituyó el artículo 5ª del Decreto Nª 3856/79 reglamentario de la Ley Nª 8478 de Promoción Industrial, incluyendo en la definición de “industria” al diseño, desarrollo y elaboración de software y facultando a la Autoridad de Aplicación (Ministerio de la Producción) a determinar las actividades industriales que puedan ser alcanzadas por dicho régimen.

Muchos años después, a través del Decreto 2469/13[39] se reglamenta nuevamente la ley provincial, ya que la Provincia entiende que bajo el concepto de “diseño, desarrollo y elaboración de software” existen una multiplicidad de actividades que si bien, están incluidas en la definición general, no están especificadas como tales, lo que da lugar a diferentes interpretaciones sobre qué actividades son pasibles o no de exenciones.

[38] Ley 12.324 – B.O. 16/08/2004
[39] Decreto Santa Fe 2469/2013 – B.O. 22/08/2013

De esta forma, por este Decreto se aprueba un Anexo único en el cual se detallan minuciosamente las actividades que serán consideradas "diseño, desarrollo y elaboración del software" a los fines de políticas de promoción industrial, exenciones tributarias, radicación en parques o áreas industriales, entre otros, a saber:

- Desarrollo y puesta a punto de productos de software originales registrables como obra inédita o editada elaborados en el país o primera registración, en los términos de la Ley Nª 11723.
- Implementación y puesta a punto a terceras personas de productos de software propios o creados por terceros, de productos registrados en las condiciones descriptas en el inciso a).
- Desarrollo de partes de sistemas, módulos, rutinas, procedimientos, documentación y otros que estén destinados para sí o para ser provistos a terceros, siempre que se trate de desarrollos integrables o complementarios a productos de software registrables en las condiciones del inciso a).
- Desarrollo de software a medida, aun cuando en los contratos respectivos se ceda la propiedad intelectual a terceros.
- Prestación de servicios informáticos de valor agregado orientados a mejorar la seguridad de equipos y redes, la confiabilidad de programas y sistemas de software, la calidad de los sistemas y datos y la administración de la información y el conocimiento en las organizaciones, entre otros.
- Desarrollo de productos y servicios de software, existentes o que se creen en el futuro, que se apliquen efectivamente a actividades tales como "e-learning", marketing interactivo, "e-commerce", Servicio de Provisión de Aplicaciones (ASP), edición y publicación electrónica de información, y otros, siempre que se encuentren formando parte integrante de una oferta informática integrada y agreguen valor a la misma.
- Servicios de diseño, codificación, implementación, mantenimiento, soporte a distancia, resolución de incidencias, conversión y/o traducción de lenguajes informáticos, adición de funciones, preparación de documentación para el usuario y garantía o asesoramiento de calidad de sistemas, entre otros, todos ellos a ser prestados a productos de software y con destino a mercados externos.
- Desarrollo y puesta a punto de software que se elabore para ser incorporado en procesadores (software embebido o insertado) utilizados en bienes y sistemas de diversa índole, tales como consolas para multimedios, equipamiento satelital y espacial en general, equipos y sistemas de telefonía

fija, móvil, y transmisión y recepción de datos, sistemas telesupervisión y telegestión, máquinas y dispositivos de instrumentación y control.

Asimismo, este decreto excluye expresamente de los alcances del beneficio el autodesarrollo de software, entendiéndose como tal el realizado por las personas físicas o jurídicas para su uso exclusivo o el de empresas vinculadas a las mismas, aún cuando se den las condiciones descriptas.

Lo que se busca con esta reglamentación es la clara diferenciación entre actividades de industria del software y de prestación de servicios de software, no encuadrando estas últimas dentro de las exenciones otorgadas.

Los contribuyentes que encuadren en las actividades enunciadas en la Ley 12324 y su reglamentación y que se encuentren inscriptos en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, deberán tramitar ante la Dirección General de Industrias del Ministerio de la Producción la Resolución y/o Constancia correspondiente que acredite que las actividades industriales de diseño, desarrollo o elaboración de software desarrolladas se encuentran comprendidas en el Anexo del Decreto.

La actividad debe encontrarse en el siguiente código:

- Producción de software: código 729000 – actividades de informática ncp
- Servicios por el diseño, desarrollo y elaboración del software: código 722000 – servicios de consultores en informática y suministro de programas de informática.

Se establece la obligatoriedad de que el sujeto se encuentre radicado en la Provincia de Santa Fe en los siguientes términos:

- Que el asiento principal de sus operaciones se encuentre dentro de la Provincia de Santa Fe y posea planta industrial en esta.
- Cuando no se cumpla el requisito anterior, pero posea planta industrial ubicada en jurisdicción provincial y una administración local que permita determinar sus obligaciones fiscales.

El beneficio que se otorga una vez cumplidos todos los requisitos consiste en la exención en el impuesto sobre los ingresos brutos, incluyéndolo en inciso ñ) del

artículo 160 del Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe[40] que establece la exención de:

"ñ) Las actividades industriales en general de empresas que hayan tenido durante el ejercicio anterior ingresos brutos iguales o inferiores a ochenta millones de pesos ($ 80.000.000), las actividades de las industrias alimenticias, del curtido y terminación del cuero, de fabricación de artículos de marroquinería, talabartería, fabricación de calzados y sus partes y la producción primaria, de las empresas productoras que se encuentren radicadas en jurisdicción de la Provincia, excepto para los ingresos que provengan del expendio de productos de propia elaboración directamente al público consumidor."

Por lo tanto la industria del software estará exenta si además su facturación no supera los $ 80.000.000 anuales.

3.2.3. Ley 11.525 de Parques y Áreas Tecnológicas[41]

Esta ley provincial es dictada con el objeto de impulsar la construcción de Parques y Áreas Industriales con el fin de alcanzar los siguientes objetivos:

- Promover la instalación de industrias en la Provincia y la ampliación y modernización de las existentes.
- Propender a una radicación ordenada de los establecimientos industriales, en armonía con el medio ambiente y con los núcleos urbanos.
- Propiciar la integración y complementación de las actividades industriales en aspectos productivos, técnicos y comerciales.
- Alentar los procesos de capacitación de recursos humanos, empresarios y laborales, y el crecimiento del empleo industrial por medio de acciones comunes.
- Crear, a través de la localización concentrada de establecimientos industriales, las condiciones que permitan la reducción de los costos de inversión en infraestructura y servicios.
- Generar espacios que reúnan las condiciones requeridas para posibilitar la relocalización de establecimientos industriales, en los casos en que éstos se encuentren en conflicto con la población o el medio ambiente.

[40] Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe - Ley 3456 (t.o por Decreto 2350/1997 y modificatorias)
[41] Ley Provincial 11.525 – B.O. 27/11/1997

A los fines de estimular la radicación de establecimientos industriales en los Parques y Áreas Industriales reconocidos, el Poder Ejecutivo, a través de la Autoridad de Aplicación, debe instrumentar medidas tendientes a establecer beneficios diferenciales en materia impositiva, y a la fijación de tarifas preferenciales para los servicios brindados por organismos o empresas de su dependencia, y toda otra medida que concurra a alcanzar los objetivos planteados en la presente Ley.

La Provincia de Santa Fe entiende fundamental promover el desarrollo de proyectos de alto impacto económico y social así como la integración regional e internacional de la provincia como polo científico-tecnológico. Así es como se considera que el entramado de empresas de base tecnológica, las Universidades y el Estado han consolidado iniciativas público-privadas innovadoras referentes en el desarrollo tecnológico regional como la Asociación Civil Grupo Polo Tecnológico Rosario y el Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM, ya que se considera que la concentración espacial de estos actores claves del sistema de conocimiento genera economías, sinergias y competitividad, y se constituyen en espacios que estimulan el emprendedorismo y la creatividad.

Por estos motivos el Estado provincial decide intervenir en la promoción de herramientas e instrumentos para el desarrollo de estructuras organizativas e infraestructuras de apoyo al desarrollo de la innovación, y en el año 2012 reglamenta[42] la Ley de marras y establece que las EBT que se localicen en un Parque o Area Tecnológica reconocido a nivel provincial gozarán, en caso de solicitar su acogimiento al Régimen de Promoción dispuesto por la Ley Nª 8.478, de incentivos fiscales por un período de diez (10) años, como así también podrán acceder a la bonificación tarifaria que en materia de energía eléctrica tenga en vigencia la Empresa Provincial de la Energía.

De este modo, las empresas de la industria del software que se localicen en algún polo Tecnológico reconocido, gozarán además de los beneficios de esta ley especial.

3.3. Políticas públicas a nivel municipal

En el Municipio de la ciudad de Santa Fe, no existe norma de exención específica en el Derecho de Registro e Inspección Municipal, siendo considerada como industria “la actividad de creación, diseño, desarrollo, producción e implementación de software y la puesta a punto de los sistemas de software desarrollados incluyendo el que se elabore para ser incorporado a procesadores utilizados en bienes de diversa índole,

[42] Decreto 2308/2012 – B.O.17/08/2012

tales como consolas, centrales telefónicas, telefonía celular, máquinas y otros dispositivos. A tal fin se define el software como la expresión organizada de un conjunto de órdenes o instrucciones en cualquier lenguaje de alto nivel, de nivel intermedio, de ensamblaje o de máquinas, organizadas en estructuras de diversas secuencias y combinaciones, almacenadas en medio magnético, óptico, eléctrico, disco, chips, circuitos o cualquier otro que resulte apropiado o que se desarrolle en el futuro previsto para que una computadora o cualquier máquina con capacidad de procesamiento de información ejecute una función específica, disponiendo o no de datos directa o indirectamente."[43]

Se observa entonces que el Municipio recepta la Ley Nacional y Provincial, otorgándole el tratamiento de industria a la actividad del software, pero no obstante, no establece una exención específica, sino que tributan la alícuota del 5%o (cinco por mil) aplicable al resto de la actividad industrial.

No obstante, existe la exención del Derecho de Registro de Inspección Municipal para las empresas de base tecnológica radicadas en el Parque Tecnológico del Litoral Centro, ubicado en el Paraje El Pozo de la ciudad de Santa Fe, por las actividades que realicen en el mismo que configuren hecho imponible, exención que se otorga durante los primeros cinco años de radicación.

Por otra parte, en diciembre de 2014 se sanciona la Ordenanza 12.168[44] que establece una serie de beneficios tributarios para las industrias radicadas en los distritos identificados en el Reglamento de Ordenamiento Urbano como I (Industria) en la zona noroeste de la Ciudad a que se refieren las Ordenanzas N° 11.062, Nº 11.730 (Área Industrial "Los Polígonos") y Nº 12.094 (Área Industrial "Interpuertos"), beneficiándolos con una reducción en la Tasa de Inmuebles a computar desde la fecha de firma de la escritura traslativa de dominio y de acuerdo a la siguiente graduación: 1) Durante los primeros 60 meses: el cincuenta por ciento (50%). 2) Del 61º al 120º mes: el treinta por ciento (30%). 3) A partir del 121º mes: el diez por ciento (10%)."

Por otra parte, los contribuyentes que desarrollen actividades de carácter industrial podrán deducir del derecho que les corresponda tributar los siguientes conceptos: a) Las sumas efectivamente invertidas como consecuencia de su participación en ferias, exposiciones, ruedas de negocios, misiones comerciales, tanto nacionales como internacionales, como así también por su participación en misiones comerciales

[43] Ordenanza 11963 – artículo 11
[44] Ordenanza 12168 – 18/12/2014

inversas de carácter local, regional, provincial o nacional. b) Las sumas efectivamente invertidas en el diseño, construcción, montaje y puesta en marcha de la planta sede de la actividad industrial, de parte de los establecimientos industriales ubicados en el Distrito I (Industrias) en la zona noroeste de la ciudad a que se refieren las Ordenanzas N° 11.062, Nº 11.730 (Área Industrial “Los Polígonos”) y Nº 12.094 (Área Industrial “Interpuertos”).

En el caso del inciso a), y cuando la participación sea en ferias, exposiciones, ruedas de negocios, locales, provinciales y nacionales y/o misiones comerciales inversas, la deducción prevista no podrá superar la suma de Pesos Cinco Mil ($5.000) por todo concepto y en conjunto, por empresa, por período fiscal anual. Cuando la participación sea en ferias, exposiciones ruedas de negocios y misiones comerciales en el extranjero, la deducción prevista no podrá superar la suma de Pesos Diez Mil ($10.000) por todo concepto y en conjunto por empresa, por período fiscal anual. En ningún caso, los contribuyentes podrán acceder a la deducción prevista en este inciso, por más de cinco (5) períodos fiscales, sean consecutivos o no. En el caso del inciso b) la deducción prevista no podrá superar por todo concepto y en conjunto, el importe de Pesos Cincuenta Mil ($50.000) por empresa. Los contribuyentes podrán acceder en forma conjunta a las deducciones previstas en los incisos a) y b) de la presente, sólo cuando realicen actividades industriales y su única planta industrial se halle en la zona a que refieren las Ordenanzas N° 11.062, Nº 11.730 (Área Industrial “Los Polígonos”) y Nº 12.094 (Área Industrial “Interpuertos”). El Departamento Ejecutivo Municipal, cuando las circunstancias así lo aconsejen, podrá incrementar el monto máximo susceptible de ser deducido por el inciso a) del presente, hasta un máximo de Pesos Diez Mil ($10.000) en el caso de participación en ferias, exposiciones, ruedas de negocios locales, provinciales y nacionales y/o misiones comerciales inversas y hasta un máximo de Pesos Veinte Mil ($20.000), en el caso de participación en ORDENANZA Nº 12168 5 ferias, exposiciones, ruedas de negocios y misiones comerciales en el extranjero.”

Asimismo, se exime del Derecho de Edificación a los establecimientos industriales, de servicios complementarios y/o accesorios de la actividad radicados en el Distrito I (Industria) en la zona noroeste de la ciudad a que refieren las Ordenanzas N° 11.062, Nº 11.730 (Área Industrial “Los Polígonos”) y Nº 12.094 (Área Industrial “Interpuertos”) ni Derecho de Publicidad y Propaganda, por los anuncios que efectúen de su propia marca comercial y/o productos, en la cual se aluda a la situación de radicación en los Distritos Industriales “Los Polígonos” e “Interpuertos”.

Se observa claramente en la legislación municipal de la ciudad de Santa Fe la intención de favorecer la radicación de las industrias en las Áreas Industriales “Los Polígonos” e “Interpuertos”, en consonancia con la legislación provincial. Si bien no se las exime específicamente como “industrias del software”, si una empresa que tiene esta actividad se radica en dichos polos tecnológicos, quedará alcanzada por la norma de incentivos tributarios para la industria en general.

Se debe tener en cuenta que no se trata de una exención del DREI, sino de otros derechos y tasas, pudiendo computar en el DREI las inversiones gastos mencionados como pago a cuenta del mismo. Las únicas industrias que poseen exención del DREI son las ubicadas en el Parque Tecnológico del Litoral Centro, ubicado en el Paraje El Pozo y sólo por los primeros cinco años.

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Existen variados mecanismos y herramientas para disminuir el costo financiero impositivo, regímenes de promoción de inversiones y beneficios o incentivos fiscales para determinadas actividades que el Estado desea promocionar.

Este trabajo no agota los incentivos vigentes, sino que se analizaron los más importantes. Se abordó la legislación nacional y en cuanto a las legislaciones subnacionales, sólo se abordó la normativa de la Provincia de Santa Fe y del Municipio de la ciudad de Santa Fe.

Es importante conocer no sólo los beneficios e incentivos fiscales, sino también las formalidades a cumplir a los efectos de obtenerlos, porque su desconocimiento lleva, desde enmarañarse en trámites burocráticos interminables que desvirtúan el objetivo, hasta la pérdida del beneficio por incumplimiento a los deberes formales. Aquí, es donde adquiere relevancia el rol de la Universidad Nacional del Litoral, brindando el asesoramiento adecuado para llevar los esfuerzos a buen puerto, sirviendo de puente entre los emprendedores y las convocatorias vigentes, en un rol facilitador de innegable importancia.

Esta conclusión se encuentra avalada por las entrevistas realizadas a empresas de software de la zona, de las cuales dos han realizado la inscripción, pero aún no lograron la incorporación a los beneficios por haber recibido algunas observaciones. Todas han coincidido en que los trámites son largos y es muy arduo el proceso. Aquellas empresas que han efectuado presentaciones, les han sido devueltas con observaciones varios meses después.

Si bien la ley y su reglamentación son claras y accesibles en su interpretación, lo que posteriormente se complica es el trámite para cumplimentar todos los requisitos, lo que lleva a desincentivar a las empresas a continuar en ese camino. La complejidad y diversidad de normas tributarias vigentes a nivel nacional, provincial y municipal, hacen que el empresario por sí solo no pueda conocerlas en su real funcionamiento, lo que lleva a la necesidad de contar con un buen acompañamiento y apoyo para aplicar las herramientas adecuadas en función de las necesidades específicas.

En la entrevista realizada a la Universidad Nacional del Litoral, han informado que desde la Universidad no se asiste a las empresas para la obtención de estos beneficios. Inicialmente se colaboró con el cumplimiento de requisitos para acceder a FONSOFT pero en la actualidad sólo se dictan talleres de capacitación a las empresas interesadas, quienes luego deben realizar el procedimiento por su cuenta.

Otra acción que implementó la Universidad ha sido la inauguración de un contenedor para la radicación de empresas de software en el Parque Tecnológico Litoral a los efectos de satisfacer una necesidad de radicación en un lugar común, pero esto es totalmente ajeno e independiente de la Ley de Promoción de la Industria del Software.

Sin lugar a dudas que la inclusión de la actividad de producción de software dentro de la categoría de “industria”, significó un motor de gravitante importancia en el desarrollo y crecimiento del sector y que la sanción de la Ley 26.692 significó un impulso para la expansión del mismo.

En la actualidad, con la integración económica los incentivos fiscales se están convirtiendo en un factor de decisión fundamental para la localización de las inversiones, ya que los impuestos tienen mucha importancia en la decisión de radicación de las empresas.

Las políticas públicas de los diferentes niveles de gobierno gravitan en gran medida alrededor del incentivo a determinada localización geográfica. Sin embargo, son varios los autores que han señalado que las políticas de incentivos tributarios han sido efectivas únicamente cuando se han establecido en países con cierta estabilidad política y económica, con seguridad jurídica, que cuentan con mano de obra calificada, con un buen nivel de infraestructura y con cierta apertura comercial (Moreno Martín y otros, 2012)

Algunos problemas derivados de los incentivos tributarios podrían ser:

- Desviación de utilidades de empresas gravadas a empresas no gravadas mediante el uso de precios de transferencia.
- El problema del Ave Fénix: esto da un incentivo a que las empresas antiguas reaparezcan como empresas nuevas o a la inversa, una empresa nueva al cumplir el plazo de vigencia de la exención cesa sus actividades para reiniciarla bajo otra razón social y gozar nuevamente de la misma (en el caso de dar exenciones o beneficios durante los primeros años de la existencia de la empresa).
- Incentivo a postergar la inversión: al postergar la inversión hasta el momento en que cese el beneficio, de modo de comenzar a deducir las amortizaciones cuando se comienza a tributar.
- Atraen empresas de pies ligeros ("footloose industries"): son empresas de baja inversión y que generan utilidades temprano para aprovechar los beneficios de impuestos. Éstas no logran sobrevivir cuando se termina la concesión.
- Exención de empresas altamente rentables: algunas empresas favorecidas con concesiones de impuestos son altamente rentables, y sin ellas se hubieran llevado a cabo de todas maneras. (Moreno Martín y otros, 2012).

De las experiencias concretadas en algunas empresas locales que hicieron uso del régimen de promoción fiscal para empresas de la industria del software, se puede afirmar que efectivamente es un régimen que crea condiciones para mejorar la competitividad de las empresas.

De acuerdo a información de la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (Cessi)[45], la industria del software y servicios informáticos (SSI) de la Argentina creció entre un 15% y 20% anual desde el año 2003. Con más de 4.000 empresas (98% de ellas de capitales nacionales), en el año 2012 ocupó a 78.000 trabajadores y facturó 3.700 millones de dólares, con exportaciones que representaron 875 millones. Además la Argentina se ubicó entre los principales exportadores de servicios audiovisuales, por detrás de la Unión Europea y Canadá.

De ahí que el gobierno está interesado en promover el desarrollo de este sector con distintos tipos de incentivos, a la vez que se asignó mayor presupuesto a universidades, centros de estudios, colegios y áreas estatales tendientes a aumentar la articulación del sector con el Estado y otras actividades del país y del exterior.

[45] www.infoTech.org.ar – 03/10/2013

De todos modos, creemos que resulta de vital importancia implementar medidas facilitadoras para el cumplimiento de los requisitos exigidos a la hora de acceder a los beneficios por parte de pequeñas y medianas empresas que no cuentan con la estructura administrativa y profesional necesaria para garantizar su aprobación en plazos razonables.

Los cambios introducidos con la Ley 26692 extendiendo beneficios han sido muy bien receptados por los actores del sector, dando mayores oportunidades a los exportadores y a las pequeñas y medianas empresas del sector. De todos modos, también es importante destacar, que estos incentivos generan costo fiscal y por lo tanto, costo para la sociedad, que debe ser inferior al beneficio que traen aparejada a la región en fuentes de trabajo, sustitución de importaciones, aumento de exportaciones, etc.

Esto significa, que los gobiernos deben estar atentos a los beneficios a otorgar, al cumplimiento por parte de los sujetos beneficiados de todos los recaudos legales exigidos y al monitoreo continuo y constante de las actividades y de los ciclos económicos, para evitar que estos mecanismos desvirtúen los verdaderos objetivos y generen los efectos no deseados mencionados.

BIBLIOGRAFÍA

Barletta, F., Pereira M., Robert V., y Yoguel, G. (2013). Argentina: Dinámica reciente del sector de software y servicios informáticos. Revista Cepal, 110.

Billene Ricardo (2002) “Costos para Pyme” – Buenos Aires, Errepar

Borello, J., Erbes, A., Robert, V., y Yoguel, G. (2005). Competencias tecnológicas de los trabajadores informáticos argentinos. Más allá de las restricciones de demanda y oferta. Trabajo presentado en SummerConference DRUID, 2004, Helsingor, Denmark

Castillo, M., y Rivas, D. (2013). La industria del software en la Argentina. En: La industria argentina frente a los nuevos desafíos y oportunidades del Siglo XXI. Santiago: CEPAL, 2013. P. 191-220. LC/L.3637

Ceteri, José Luis (2009) “Evaluación y diagnóstico fiscal” – Buenos Aires, Osmar Buyatti

Di Paolo Horacio (2013) – “La industria del “software”. Procedimiento a seguir para gozar de la exención en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos” – Buenos Aires, Práctica y Actualidad Santa Fe, Errepar

Chalupowics, Israel (2005) – “Impuestos” Buenos Aires, Osmar Buyatti Editorial

Chudnovsky, D., López, A. y Melitsko, S. (2001) “El sector de software y servicios informáticos (SSI) en la Argentina: Situación actual y perspectivas de desarrollo”. Documento de Trabajo Nª 27. Centro de Investigación para la Transformación (CENIT).

Díaz, M. y Andrés, M.F. (2009). “El marco normativo y promocional del comercio electrónico en el sector de software en Argentina y sus consecuencias sobre la oferta exportable y las estrategias de internacionalización de las PYMES nacionales”. Trabajo presentado en la 14ª Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur, Santa Fe, Argentina.

Goñi Alegre, B. y Madariaga López I.(2003) “Las empresas innovadoras de base tecnológica como fuente de desarrollo económico sostenible”- Quinto Congreso de Economía de Navarra.

Gutierrez Carlos y Patrignani José Luis (2010) - "Introducción al Régimen impositivo argentino" - Buenos Aires, Errepar.

Menendez, Fabián H. (2011) “Análisis de las modificaciones a la ley de promoción de la industria del software” en Práctica y Actualidad Tributaria, Errepar.

Moreno Martín G., Orozco A., Politino N., y Roggerone Saso N. (2012) “Incentivos Tributario. Situación Actual en la República Argentina” – FCE Universidad de Cuyo – Mendoza.

NUNEZ, E. (1982). Los incentivos fiscales en el derecho tributario argentino. Ciudad: La Ley

Sábato J.A. y Botana N., La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina, en Revista de la Integración, INTAL, Buenos Aires 1968, Año 1, nª3, pp. 15-36

Veglia, Daniela (2009) “Aprovechamiento de beneficios fiscales vigentes" – Ponencia en "14° Reunión Anual de la Red PYmes" - 1 y 2 de Octubre 2009 - Santa Fe.

Veglia, D., Andrés M.F., Moroni, M. y Dufek, M. (2013) –“Capacitación de Empresas con Crédito Fiscal – La experiencia de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNL” – Ponencia en XVIII Reunión anual Red Pymes. Resistencia, Chaco.

www.InfoTech.org.ar

POLÍTICA PÚBLICA E INNOVACIÓN: RECURRENCIA EN EL ACCESO AL FONDO TECNOLÓGICO ARGENTINO (1992-2014)

Mariano Pereira, Diana Suárez, Timoteo Turrin y Gabriel Yoguel

Centro Interdisciplinario de Estudios en Innovación, Ciencia y Tecnología (CIECTI)
Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) – Instituto de Industria (Idel)
lic.mpereira@ciecti.gov.ar

Centro Interdisciplinario de Estudios en Innovación, Ciencia y Tecnología (CIECTI)
Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) – Instituto de Industria (Idel)
dsuarez@ungs.edu.ar

Centro Interdisciplinario de Estudios en Innovación, Ciencia y Tecnología (CIECTI)
gturrin@gmail.com

Centro Interdisciplinario de Estudios en Innovación, Ciencia y Tecnología (CIECTI)
Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) – Instituto de Industria (Idel)
gyoguel@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo analiza la relación entre política pública y capacidades de las firmas para innovar. El análisis empírico se basa en 3232 firmas que accedieron al Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) durante el periodo 1992-2013. Los resultados corroboran la hipótesis: una mayor frecuencia de recurrencia se asocia positivamente con mayores capacidades de innovación, medido en términos de inversiones en innovación e I+D y recursos humanos calificados. Se verifican también diferencias en materia de capacidades innovativa entre los grupos de recurrencia. Estos resultados coinciden con la literatura acerca de la importancia de políticas públicas para fomentar las capacidades –en lugar de resolver fallas de mercado- y con la literatura que estudia la dinámica microeconómica de innovación, que verifica la existencia de diferentes conductas, asociadas con diferentes estrategias innovativas. También contribuye con evidencia respecto a la importancia de analizar e identificar trayectorias como mecanismo de evaluación y monitoreo de las políticas públicas.

1. INTRODUCCIÓN

La literatura sobre innovación sostiene que innovar es el resultado de la creación y aplicación de conocimiento endógenamente generado y exógenamente adquirido (Lundvall et al., 2009). Desde la perspectiva del diseño de políticas, esto significa que la intervención pública debería incentivar las capacidades de las firmas permitiendo que el proceso innovativo se realice sistemáticamente dentro de la firma, y no que se

busque como objetivo un resultado especifico de innovación (Bleda y del Río, 2013; Lee, 2013). La contribución de este documento apunta a explorar estos procesos.

El objetivo de este artículo es analizar el impacto de las políticas públicas en las capacidades de las firmas. Las hipótesis están basadas en una perspectiva evolutiva que sostiene que la recurrencia en el acceso a fondos públicos esta positivamente relacionada con la acumulación de capacidades. Esto implica que, dada la naturaleza sistémica y evolutiva de la innovación, las firmas que acceden a instrumentos públicos de manera recurrente acumulan capacidades que les permite enfrentar el proceso de selección a partir de una estrategia de competencia schumpeteriana.

El análisis empírico es realizado sobre 3232 firmas que accedieron al Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) durante el periodo 1992-2013. Se incluyen de esta manera todas las firmas que han accedido al menos una vez a algún instrumento de promoción, desde la creación del fondo, lo que permite extrapolar los resultados al total de la población de firmas Argentinas beneficiarias de FONTAR y sus principales instrumentos –aportes no reembolsables (ANR), crédito fiscal (CF) y créditos subsidiados (CS). Al respecto, el FONTAR es el principal instrumento de política pública que apunta a promover innovación entre las firmas. Es administrado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, quien actúa como principal fuente de financiamiento público para la innovación a nivel de firmas, tanto en términos de cantidad de instrumentos como de fondos (Porta y Lugones, 2011). Se estableció en 1992 y posteriormente se ratificó y re-financió durante los distintos gobiernos - desde los más neo-liberales hasta los más proteccionistas. El número de líneas de financiamiento, la cantidad, y los tipos de proyectos aprobados tuvieron un fuerte estímulo a partir de 2003, cuando la crisis económica había finalizado y un nuevo modelo con fuerte intervencionismo público fue implementado. Como resultado, el número de firmas beneficiadas y la cantidad de proyectos adjudicados aumentaron significativamente. Evaluaciones del FONTAR mostraron resultados positivos en términos de adicionalidad, cobertura nacional e innovación (López et al., 2010). Asimismo, se observó que cada año cerca de la mitad de las firmas con proyectos adjudicados son firmas recurrentes, concentrando casi el 60% del destino total de los fondos públicos (MINCyT, 2013).

El enfoque metodológico consiste en un análisis exploratorio a partir de la técnica de cluster jerárquico (Ward, 1963) que permitió identificar grupos de firmas basados en su similitud interna y su diferencia externa. Luego, se analizaron las diferencias entre estos grupos en términos de las capacidades de innovación de las firmas. Los

resultados muestran la existencia de cuatro tipos de patrones de acceso a los instrumentos FONTAR –alta, media, baja recurrencia y no recurrentes. Entre estos grupos se observa una relación positiva entre el contenido tecnológico (sector manufacturero), la intensidad de conocimiento (sector servicios) y la frecuencia de recurrencia. Otro resultado interesante es la verificación de una relación positiva entre esta última y la diversificación de instrumentos.

En términos de la dinámica innovativa, los resultados muestran que una mayor frecuencia de recurrencia se asocia positivamente con mayores capacidades de innovación (en cuanto a inversiones y recursos humanos calificados). Sin embargo, el análisis agregado de estos indicadores muestra distintos comportamientos entre los grupos de media y baja frecuencia. Mientras que el primero se distingue en términos de recursos humanos calificados y vínculos en I+D, el segundo tiene mayores niveles de inversión en actividades de innovación e I+D. Estos resultados coinciden con lo establecido en la literatura que estudia la dinámica microeconómica de la innovación, donde se verifican distintos comportamientos estratégicos (Clausen et al., 2011; Le Bas et al., 2011; Leiponen y Drejer, 2007; Suarez, 2014). Asimismo la evidencia contribuye al análisis de largo plazo y la identificación de trayectorias de evaluación y monitoreo de política pública de innovación.

El artículo se organiza de la siguiente manera. Después de la introducción, se revisara y discute la literatura. En la sección tres, se presentan el modelo, la metodología y los datos. En la sección cuatro, el modelo es aplicado y se analizan los resultados. Por último, la sección cinco resume las principales conclusiones.

2. ANTECEDENTES TEÓRICOS Y EVIDENCIA EMPÍRICA

2.1. Capacidades y políticas públicas

De acuerdo a la literatura, las innovaciones son el resultado de la creación y aplicación de conocimiento, el que puede generarse de manera endógena, adquirirse exógenamente o surgir como producto de alguna combinación de ambas formas de incorporación (Lundvall, 1992; Lundvall et al., 2009). Esto significa que el componente elemental del proceso de innovación al interior de la firma son sus capacidades para crear, seleccionar y transformar conocimiento en innovaciones (Cohen y Levinthal, 1990; Nelson, 1991). Esta aproximación al proceso innovativo implica centrar la atención en los elementos que permiten que el proceso completo se lleve a cabo, en lugar del análisis tradicional y secuencial de tipo input-output-impacto (Jensen et al, 2007; Crépon et al., 1998; Srholec y Verspagen, 2012). Desde la perspectiva de la política pública, esto implica sostener que la intervención debería fomentar la creación

de capacidades tal que el proceso innovativo se convierta en una actividad sistemática dentro de la empresa, en lugar de la búsqueda exclusiva de una innovación específica (Bleda y del Río, 2013; Lee, 2013). Las implicancias prácticas de estos análisis se relacionan con la utilidad de los enfoques de tipo crowding-in vs. crowding-out, en tanto estos no son suficientes –incluso pueden resultar erróneos- al momento de evaluar el impacto de la política de innovación. Esto es así porque los procesos de innovación contribuyen a la creación de capacidades dinámicas y procesos de aprendizaje, los que en el mediano plazo resultan más importantes que el impacto específico de una innovación en concreto o el nivel de inversiones en I+D. Bajo esta aproximación, la política pública debe ser evaluada durante períodos más largos de tiempo, al menos lo suficientemente extensos como para capturar curvas de aprendizaje. Precisamente, explorar estos procesos es la motivación central por detrás de este trabajo.

A partir del enfoque propuesto por los estudios de la innovación, es posible sostener que el proceso innovativo –independientemente de sus resultados- resulta clave para generar capacidades al interior de la firma (Nelson, 1991; Teece y Pisano, 1994). Al respecto, se sostiene que la realización de actividades de innovación desencadena procesos de aprendizaje que mejoran las habilidades individuales y colectivas, que a su vez retroalimentan futuros procesos de innovación, futuros procesos de acumulación de capacidades y, lo que es más importante, los niveles futuros de rentabilidad y acceso a beneficios extraordinarios (Nelson, 1991). Los ejercicios de contrastación empírica de estos procesos interactivos se han centrado en la identificación y medición de la secuencia de acontecimientos dados por las inversiones y capacidades para innovar (inputs), la consecución exitosa de resultados (outputs) y su impacto en los términos económicos (impacto) (Crépon et al., 1998; Mairesse y Mohnen, 2007).

Sin embargo, hay otra línea de argumentación que sostiene que, independientemente de los resultados de la innovación, la implementación de los procesos de innovación permite a las empresas aumentar sus capacidades, lo que retroalimenta (feedbacks) futuros procesos innovativos y mejora su posición competitiva (Nelson y Winter, 1982). En otras palabras, se sostiene que existe una relación directa entre capacidades e impacto –esto es, no mediada por los resultados. Por ejemplo, la búsqueda de innovaciones de proceso puede conducir a la identificación de problemas y soluciones en otras líneas de producción. Del mismo modo, la búsqueda de innovaciones en marketing (alcanzar un nuevo mercado) puede llevar a aumentar el caudal de conocimientos sobre los consumidores y esto a mejorar la posición en el mercado

actual de la empresa. En ambos casos, los procesos de innovación originales pueden no haber tenido éxito -la innovación deseada no se alcanzó-, pero la empresa aumentó sus capacidades y mejoró su desempeño económico.

En relación a la política pública, esta aproximación al proceso innovativo se encuentra en línea con la literatura respecto de las fallas en las capacidades, que sostiene que el bajo desempeño innovador de las empresas de los países de ingresos bajos y medios se explica por las bajas capacidades productivas e innovadoras, respectivamente (Lee, 2013). Aplicado a la política de innovación, esto significa que las intervenciones públicas deben centrarse en la promoción de una estructura de conocimiento que permita la búsqueda de la novedad y no en la promoción de la novedad en sí misma (Bleda y del Río, 2013). A nivel de la firma, esto significa que la política pública de innovación debe promover la acumulación de capacidades de manera tal de impulsar a la firma hacia una trayectoria de búsqueda sistemática de innovaciones. De esta manera, la política pública desencadenaría procesos virtuosos de aprendizaje que irían más allá de la búsqueda de una innovación en particular. A nivel meso (el agregado sectorial de firmas), esto llevaría a la generación continua de variedad y contribuiría a fomentar procesos de competencia schumpeteriana.

Impactos como el descrito no son capturados por las evaluaciones tradicionales de la política pública -como las realizadas por los organismos multilaterales de crédito o el mainstream. Los enfoques de tipo crowding-in vs. crowding-out ignoran el impacto en las capacidades, quizá con la única excepción del análisis cualitativo de las inversiones en innovación. Si se acepta la existencia de fallas en las capacidades, el monitoreo y evaluación de la política deberían basarse en la identificación de trayectorias a nivel de las empresas y cómo la relación entre financiación de la innovación y mejora en el desempeño económico e innovador se extiende más allá de la ejecución del proyecto innovativo financiado. Por lo tanto, el análisis debería basarse no en el estudio de la relación input-output-impacto, sino en la relación entre inputs y capacidades. Desde luego, esto no significa negar la importancia de los resultados de la innovación sino aceptar que las capacidades pueden saltear etapas e impactar directamente en el desempeño económico de las empresas. La evidencia para Argentina y otros países en desarrollo parecen apuntar en esa dirección.

2.2. Evidencia empírica sobre las capacidades y políticas públicas

La evidencia sobre la relación entre innovación y capacidades incluye una amplia variedad de literatura que va desde los tradicionales modelos CDM (Castellacci, 2010; Crépon et al., 1998; López y Arza, 2010; Yoguel et al., 2011) hasta enfoques más

novedosos basados en datos de panel y análisis de cluster (Clausen et al, 2011; Le Bas et al, 2011; Leiponen y Drejer, 2007; Srholec y Verspagen, 2012; Suárez, 2014). Los resultados para el primer grupo de análisis confirman la relación positiva entre innovación y capacidades, la primera vinculada a los esfuerzos monetarios (inversiones) y la segunda a la dotación de recursos humanos calificados, las interacciones con el sistema nacional de innovación (SNI) y la realización de actividades de aseguramiento de la calidad. Estos estudios también verifican la existencia -y persistencia- de micro-heterogeneidad, independientemente del sector de actividad, la localización geográfica y el tamaño de las firmas.

El segundo tipo de análisis -donde también se confirma la existencia de micro-heterogeneidad- parte de la existencia de diferentes conductas innovativas, asociadas con diferentes tipos de inversiones en innovación y estructuras organizativas. La evidencia muestra, por ejemplo, la existencia de empresas que concentran sus esfuerzos innovativos en las actividades de I+D donde el impacto de la innovación se verifica en las capacidades científicas; existen también empresas que concentran sus esfuerzos en la adquisición de tecnología externa y el impacto de la innovación se verifica en las actividades de ingeniería y diseño; y otras que combinan ambos tipos extremos de inversiones donde además se verifica la existencia de complementariedad entre las actividades de innovación, que maximizan el impacto en las capacidades. Una contribución clave en esta línea es el análisis realizado por Jensen et al. (2007). Los autores encuentran que los procesos de aprendizaje dentro de la empresa pueden tener lugar en el puesto de trabajo a través de hacer, usar e interactuar (el modo DUI, por sus siglas en inglés), que aumenta las capacidades individuales y de la firma para hacer frente a los problemas teóricos y prácticos por medio de la producción de conocimiento sobre el cómo y el quién (know-who y know-how). Dentro de este modo de producción de conocimiento, las inversiones se orientan hacia las actividades de control de calidad, formación en el puesto e ingeniería. En el extremo opuesto, otro modo de aprendizaje y creación de conocimiento es aquel basado en las actividades de ciencia, tecnología e innovación (modo STI), que surge de las actividades científicas y tecnológicas desarrolladas dentro de la empresa dando lugar a conocimiento acerca del qué (know-what). En este caso, las inversiones se asignan a las actividades de I+D y la educación formal. Aplicado al caso de Dinamarca, los autores encuentran que independientemente del modo de producción y de los resultados alcanzados, el proceso mismo de búsqueda de conocimiento aumenta las competencias de las personas involucradas y, en consecuencia, la capacidad de la empresa para hacer frente a nuevos problemas o buscar nuevos

conocimientos. También encuentran que el máximo impacto en materia de innovación y capacidades se alcanza cuando las empresas combinan ambos modos de producción (Jensen et al., 2007; Lundvall, 2009).

En cuanto a la relación entre políticas públicas e innovación, existe sobrada –y contradictoria- evidencia respecto de impacto de los créditos fiscales y los subsidios a la I+D en términos de la adicionalidad o desplazamiento de la inversión privada (Feldman y Kelley, 2006; López et al., 2010). Sin embargo, la literatura empírica sobre la relación entre innovación, capacidades y políticas públicas es escasa, en especial cuando se analiza la política de innovación en conjunto –independientemente de los instrumentos específicos- y se observa a las firmas en términos evolutivos (a lo largo del tiempo y accediendo de manera más o menos recurrente a los instrumentos). La mayor parte de esta literatura proviene de informes de organismos internacionales, estrechamente relacionados con el apoyo financiero de los gobiernos y es el caso, por ejemplo, de los documentos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o los informes de la Unión Europea acerca de las políticas nacionales y comunitarias.

Como se adelantara, dentro del primer grupo de estudios, los análisis empíricos muestran resultados disímiles. Por un lado, encuentran una relación positiva entre instrumentos y capacidades, por ejemplo, cuando se aproximan éstas últimas en términos de recursos humanos calificados e inversiones en innovación (López et al., 2010). Otros, en cambio, muestran que no existe impacto en absoluto (Wallsten, 2000). En cuanto a los análisis de tipo crowding-in vs. crowding-out, la evidencia también muestra resultados diferentes aunque parecería haber cierto consenso respecto de la predominancia de los procesos de crowding-in (adicionalidad) (Benavente et al., 2007; Crespi y Dutrenit, 2013; Crespi et al, 2014; Chudnovsky et al, 2006). En relación al segundo tipo de estudios, los resultados acerca del impacto de la recurrencia en las capacidades tienden a confirmar una relación positiva, aunque la evidencia es menos generalizable ya que por lo general se encuentra acotada a sectores específicos y políticas nacionales también específicas (por ejemplo: Castro y Jorrat, 2013).

Para el caso del FONTAR, existen varios informes que confirman la relación positiva entre política de innovación y capacidades, aunque son escasos los análisis que vinculan el acceso recurrente al fondo y las capacidades de la firma –en especial, por la escasa información disponible. Una de las últimas evaluaciones publicadas es la realizada por López et al. (2010), quienes encuentran que el FONTAR contribuye a aumentar el gasto en innovación en un 31%. Es decir, casi un tercio de adicionalidad

sobre esta variable. Este impacto es aún mayor entre las empresas que acceden a los ANR, donde un incremento marginal de una unidad de moneda local (un peso) conduce a incrementos de cuatro veces en el nivel final de la inversión (López et al., 2010).

Sobre la base de un análisis más cualitativo, Porta y Lugones (2011) y Lugones et al. (2013) analizaron el impacto de la política argentina de ciencia, tecnología e innovación -básicamente, el Programa de Modernización Tecnológica financiado por el BID. Al igual que López et al. (2010), estos autores encontraron una relación positiva entre la promoción de la innovación, la investigación científica y la formación de los recursos humanos, que se explica por el tipo de instrumentos (fondos no reembolsables y créditos subsidiados) y la acumulación de capacidades al interior de los organismos públicos encargados de la política. En este sentido, los autores ponen de relieve el impacto de los programas públicos persistentes en el tiempo, los que permiten generar procesos de aprendizaje, no sólo dentro de las organizaciones públicas, sino también entre los potenciales beneficiarios (Lugones et al., 2013).

En el caso específico de la recurrencia en el acceso al FONTAR, sólo se han encontrado dos informes internos, con una difusión muy limitada (MINCyT, 2013, 2015). Estos estudios también observan una asociación positiva entre la política pública y las capacidades, a la que suman una relación también positiva entre el acceso recurrente al FONTAR y la obtención de resultados positivos, tanto medidos en términos de inputs como de outputs. Sin embargo, ambos estudios se basan en modelos simples que no incluyen diferentes instrumentos y períodos de tiempo, lo que limita sus conclusiones a un conjunto muy acotado de empresas y convocatorias específicas.

En síntesis, la escasa evidencia respecto de la relación entre recurrencia, capacidades y política de innovación da cuenta de la relevancia de este trabajo al mismo tiempo que la novedad del objeto de estudio da cuenta de la naturaleza obligatoriamente exploratoria y preliminar de los resultados que aquí se presentan.

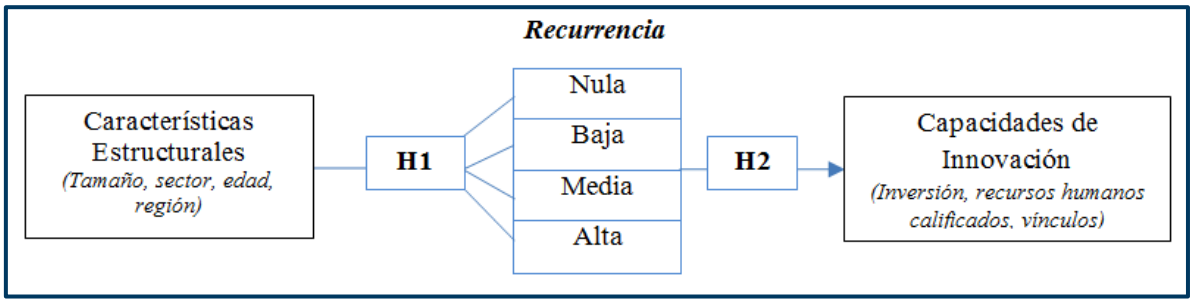
2.3. Problemas de investigación e hipótesis

El objetivo de este artículo es analizar el impacto de la política pública de innovación en las capacidades de las firmas. Las hipótesis se basan en un enfoque evolutivo que sostiene que la recurrencia en el acceso a los fondos públicos se encuentra positivamente relacionada con la acumulación de capacidades. Esto implica que dada la naturaleza sistémica y evolutiva de la innovación, las empresas que acceden

recurrentemente a los instrumentos públicos acumulan capacidades por encima de sus pares que acceden de manera esporádica. Estas capacidades les permiten enfrentar con éxito el proceso de selección basado en la competencia schumpeteriana y así mejorar su competitividad a través de la mejora de sus rutinas. No obstante, este fenómeno sólo se puede observar mediante el análisis de las firmas a lo largo del tiempo puesto que la acumulación de capacidades surge del compromiso de las empresas para la adquisición y mejora de las habilidades individuales y los procesos de aprendizaje que tienen lugar durante la búsqueda de innovaciones. Ambos procesos –de aprendizaje y de innovación- llevan más de los dos o tres años previstos en la evaluación habitual del proyecto financiado.

La pregunta de investigación que ha guiado este trabajo es acerca de la existencia de trayectorias diferenciadas entre las empresas que fueron beneficiadas de manera recurrente (más de un proyecto adjudicado) por el FONTAR. El objetivo es explorar cómo ello ha afectado la capacidad de innovación de las firmas. El argumento teórico detrás de esta pregunta sostiene que el acceso recurrente al Fondo disparó procesos de aprendizaje y, con ellos, de acumulación de capacidades para la innovación. La verificación de estos postulados permitiría identificar diferentes senderos de inversión asociados con diferentes senderos de aprendizaje. De la misma forma, la verificación de estos postulados contribuiría a la identificación de instrumentos de política con mayor impacto en la acumulación de capacidades superando así las limitaciones de las evaluaciones asociadas exclusivamente al resultado innovador del proyecto financiado. La Figura 1 esquematiza los argumentos teóricos e hipótesis.

Figura 1: Argumentos teóricos e hipótesis



Las hipótesis son:

- H1: Existen diferentes trayectorias de recurrencia dentro del FONTAR, positivamente asociadas con el número de proyectos financiados;

- H2: Existe una relación positiva entre la intensidad de la recurrencia (número de proyectos adjudicados) y el nivel de las capacidades de innovación (inversiones, recursos humanos calificados y vínculos).

H1 se basa en los antecedentes empíricos sobre el impacto del FONTAR presentado en la sección 2.2. Tal como se mencionara, la mitad de las empresas que resultan con proyectos adjudicados cada año tiene al menos un proyecto aprobado en años anteriores. Sin embargo, en la medida que el análisis empírico se basa en la población entera de empresas beneficiarias del FONTAR se espera identificar diferentes trayectorias de recurrencia basadas no sólo en las decisiones microeconómicas respecto de presentarse o no, sino también en la evolución del fondo (la cantidad de convocatorias por año) y la entrada y salida de empresas (por ejemplo, no se puede esperar las empresas que se crearon después de la crisis de 2002 hayan aplicado al FONTAR antes de eso y no por ello son más o menos recurrentes). Así, esta hipótesis tiene un objetivo más de tipo exploratorio, vinculado a la caracterización de la población de empresas que accede al FONTAR, en especial, en términos de sus características estructurales (edad, sector, tamaño, región geográfica, etc.), que son los criterios observables que se utilizarán para probarlo.

H2 se basa en la literatura analizada en la sección 2.1. Esta hipótesis implica que las empresas que accedieron al FONTAR de forma recurrente también invirtieron de manera recurrente en actividades de innovación, lo que impactó positivamente en sus capacidades. Entonces, a mayor recurrencia, mayor será la acumulación de capacidades. El supuesto subyacente es que las variables seleccionadas como proxy de las inversiones en innovación -inversiones, recursos humanos y vinculaciones- son un buen indicador de la capacidad de innovación, la evidencia empírica revisada en la sección 2.2 apuntaría en esa dirección. La verificación de esta hipótesis permitiría arrojar luz sobre la importancia de los fondos públicos como fuentes de financiamiento de innovación y cómo estos contribuyen a la acumulación de capacidades que permiten a las empresas competir en el mercado sobre la base de la innovación. También proporcionaría evidencia respecto de la importancia de evaluar el impacto de las políticas públicas de innovación dentro de períodos más largos de tiempo, más allá del plazo del proyecto financiado.

Por último, dado que las diferentes líneas de financiación dentro del FONTAR no fueron creadas siguiendo un enfoque basado en las capacidades, el Fondo nunca ha sido evaluado en estos términos. Por lo tanto, la verificación de H2 contribuiría a la identificación aquellos casos en que la política Argentina de innovación ha dado lugar

a la acumulación de capacidades, lo que a la postre representa un aporte original para el monitoreo y eventual ajuste de los instrumentos públicos de promoción.

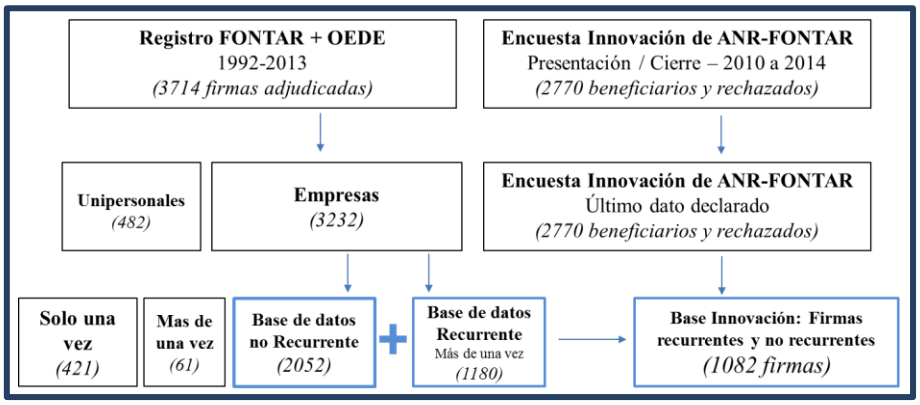
3. MODELO Y METODOLOGÍA

La base de datos utilizada para este trabajo es el resultado de la integración de dos fuentes distintas de información: i) el registro de las firmas beneficiarias de FONTAR, con información adicional proporcionada por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE) del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), y ii) Encuestas de innovación respondidas por las firmas participantes en el programa (Figura 2).

La base de datos cuenta con 3232 organizaciones privadas las cuales fueron beneficiadas por el FONTAR para el periodo 1992-2013. Entre ellas, una primera clasificación indica que el 13% son organizaciones unipersonales y el resto firmas. En este artículo se trabajó únicamente con las firmas, excluyendo a las organizaciones unipersonales. En base a las firmas que recibieron fondos públicos del FONTAR, una segunda clasificación muestra que el 66% de las entidades registradas fueron beneficiadas una única vez, mientras que el 33% restante participo más de una vez-firmas recurrentes. Bajo este criterio la base de datos final se compone a partir de 1180 firmas recurrentes y 2052 firmas no recurrentes, las cuales fueron empalmadas con la base de datos de las encuestas de innovación, resultando en una base integrada por 1082 firmas (base de datos Innovación).

Con el fin de analizar las capacidades innovativas de las firmas, se utilizaron los últimos datos obtenidos de la encuesta de innovación, correspondientes a las capacidades de las firmas. Desafortunadamente, la encuesta es llevada a cabo desde 2010, por lo tanto no se encuentra disponible información correspondiente a años previos.

Figura 2: Marco metodológico



Con el objetivo de testear la existencia de distintos patrones de recurrencia, se estimó una taxonomía según un análisis de cluster jerárquico de Ward (1963). De este modo, se busca establecer que la "función objetivo" (firmas) maximice la similitud de un conjunto de atributos o variables que a su vez las diferencien de otro conjunto, permitiendo caracterizar los rasgos más salientes de cada cluster. Este método forma un grupo para cada firma que jerárquicamente se agrupa con otra en función de su similitud interna y sus diferencias externas frente al resto de los grupos, en base a las variables preestablecidas. El primer paso en la agrupación ocurre cuando se comparan y unen dos firmas, reduciendo el número total, para de esta forma buscar otra firma que se pueda unir al mismo grupo y así continuar disminuyendo sistemáticamente la función objetivo hasta que el proceso termine de agrupar todas las firmas. Finalmente, se consigue reducir la variabilidad interna a cada grupo e incrementar las diferencias entre ellas.

El conjunto de variables que se utilizaron para el análisis de cluster fueron las siguientes: i) KIBS (sector servicios): la cual captura la presencia de servicios empresariales intensivos en conocimientos según la clasificación OECD (OECD, 2012), ii) Contenido Tecnológico (industria manufacturera): identifica las firmas pertenecientes a sectores con baja y alta intensidad tecnológica siguiendo la clasificación de la OECD (OECD, 2007), iii) Región: identifica la ubicación geográfica de la firma en 5 regiones (noroeste, noreste, centro, sur y oeste), iv) Edad: captura la antigüedad de la firma (hasta 12, entre 12 y 29 y más de 29 años), v) Tamaño de firma: categoriza el tamaño de la firma en micro, pequeña, mediana y grande (según la cantidad de empleados al momento de censar, basado en la clasificación del MTSS[46)], vi) Intensidad de recurrencia: identifica el número de proyectos adjudicados para cada firma, vii) Periodo de presentación: identifica cuando fue beneficiada la firma (antes o después de 2001[47)].

Luego de identificar los clusters, se testearon sus diferencias en términos de capacidades innovativas. Se aplicó un test de correlación no paramétrico a fin de identificar asociaciones estadísticas entre la intensidad de recurrencia y las variables claves que explican las capacidades de innovación. Considerando la etapa exploratoria de este proyecto de investigación, en lugar de analizar la posible existencia de una relación causal, el eje se colocó en la fuerza de asociación entre

[46] http://www.trabajo.gob.ar/

[47] En 2001, el modelo económico de la Argentina desde la década de 1990 fue abandonado (el Plan de Convertibilidad). Esto implicó una devaluación de alrededor del 300% de la moneda local y el cambio de un sistema de cambio fijo (convertibilidad directa y desregulado con el dólar) a un tipo de cambio flexible y controlada.

estas dos dimensiones (cluster y capacidades innovativas). Para ello, se utilizó el test de correlación no paramétrico de Kendall para testear las distintas capacidades de innovación, con las siguientes variables: intensidad de las inversiones en innovación e I+D, recursos humanos calificados y vínculos con el SNI. La Tabla 1 resume las principales variables. La intensidad de innovación fue estimada como gasto total de innovación sobre las ventas totales. Análogamente, la intensidad en I+D fue estimada como gasto total en I+D sobre ventas. El supuesto subyacente es que dado un mayor gasto, mayor será el compromiso de la firma en la búsqueda de mejoras tecnológicas y organizacionales, como así también la posibilidad de acumular capacidades, un supuesto ampliamente confirmado en la literatura revisada (sección 2.2.) y empíricamente probado para el caso de Argentina (Lopez y Arza, 2010; Suarez, 2013).

Tabla 1: Resumen de las principales variables

Variable	Descripción	Valores
Análisis de Cluster		
Sector	Sector de actividad.	ISIC Rev. 3.1, 4 dígitos
Edad	Edad de la firma según su año de fundación.	1: Hasta 1986 / 2: 1986-2003 / 3: Desde 2003
Región	Ubicación geográfica de la firma.	1: noroeste / 2: noreste / 3: centro / 4: sur 5: oeste
Tamaño	Cantidad promedio de empleados y ventas de las empresas.	1: grande 2: mediano 3: pequeño 4: micro
Período de Presentación	Indica cuando se adjudicó un instrumento a la firma.	1: Antes de 2001 2: Después de 2002
Frecuencia de Recurrencia	Identifica el número de proyectos adjudicados para cada empresa.	2-∞
Capacidades Innovadoras		
Intensidad de Innovación	Gastos de innovación sobre ventas, en porcentaje.	0-100
Intensidad en I+D	Gastos en I+D sobre ventas, en porcentaje.	0-100
Recursos Humanos Calificados	Personal con titulación universitaria sobre empleo total, en porcentaje.	0-100
Vínculos	Total de vínculos con otros agentes del SNI.	0-∞
Vínculos en I+D	Total de vínculos de I+D con otros agentes del SNI.	0-∞

La dotación de recursos humanos calificados es una medida ampliamente utilizada para medir la capacidad de las firmas, usualmente estimada a partir del promedio de la

cantidad relativa de empleados con título universitario. La presunción es que a mayor cantidad de años con educación formal, mayor serán las habilidades promedio de las firmas, y por lo tanto mayor serán los niveles de capacidades acumuladas. Esta variable fue estimada como el número de personal calificado (título universitario) sobre empleados totales. De tal forma, recursos humanos calificados es una variable continua que da cuenta de la participación de trabajo altamente calificado.

Por último, los vínculos de las firmas con el SNI es otra variable comúnmente incluida como proxy de capacidades, asumiendo que la interacción con otros organismos aumenta la competitividad de las firmas y el acceso a recursos externos (Penrose, 1959). A pesar de los decepcionantes resultados empíricos (baja tasa de interacción), la evidencia muestra una relación positiva entre los vínculos y las capacidades (Tether and Swann, 2003; Yoguel et al., 2011). La encuesta de innovación recoge información con respecto a la interacción de firmas con otros agentes del SNI durante el proceso de búsqueda de innovaciones. Las firmas reportan interacciones con universidades, organizaciones públicas (incluyendo programas y oficinas de financiamiento), firmas relacionadas (casa matriz y filiales), otras firmas, proveedores, clientes, laboratorios de I+D y centros tecnológicos (públicos y privados). Luego, para cada agente, las firmas especificaron los objetivos de la interacción: información, capacitación, asistencia técnica, diseño e I+D. Por consiguiente, la vinculación es una variable continua que explica el número de agentes con los cuales las firmas interactúan independientemente del objetivo perseguido. Consecuentemente, los vínculos para la I+D representan el número de interacciones para la realización de actividades de I+D, sin importar el agente involucrado.

4. RESULTADOS

4.1. Construcción de una taxonomía para firmas recurrentes

Basado en el dendograma obtenido, resultante del agrupamiento del análisis de clúster, se realizó un corte horizontal, dando como resultado 4 grupos. En base a los testeos de post estimación se realizaron reagrupaciones de firmas entre los clusters que mejoraron las taxonomías de firmas recurrentes. A partir del análisis confirmatorio de los clusters, es posible sostener que existe un vector común de medias para cada grupo, con una tasa de validación de los clusters del 98% (tasa de error del 0.0205). En el Anexo A se presentan los resultados de las pruebas de post estimación. Cada grupo presenta su propia tipología que puede ser analizada a través de sus características estructurales (Tabla 2) de la siguiente manera:

Firmas de nula recurrencia: Este grupo concentra la mayor cantidad de firmas (más del 80% del total) donde predominan aquellas que accedieron solo una vez al FONTAR. En efecto la intensidad de recurrencia al interior de este cluster es muy baja (0.63 veces en relación al promedio del panel). Este conjunto de firmas se caracterizan por prestar servicios con baja intensidad de conocimiento o bien ofrecer bienes manufacturados de bajo contenido tecnológico. Predominan firmas relativamente jóvenes (según el promedio ponderado fundadas en el año 2007), donde además se observa la mayor creación de firmas desde 2003 en valores absolutos. En cuanto a la región, el cluster se caracteriza por una disposición geográfica que abarca todo el país. No se observa una diferencia relevante entre el tamaño de las firmas, aunque las micro y pequeñas se destacan sobre el promedio. La participación de las firmas se acentúa en la post convertibilidad[48].

Firmas de baja recurrencia: Este grupo concentra el 15% del total y predominan las firmas con hasta dos adjudicaciones en el programa (la intensidad de recurrencia es 1.94 veces en relación al promedio del panel). Al igual que el grupo anterior, este conjunto de firmas se caracterizan por prestar servicios con baja intensidad de conocimiento, aunque contiene firmas pertenecientes al sector de alto contenido tecnológico. Predominan por sobre el total las firmas de mayor antigüedad creadas en 1969 (según el promedio ponderado). En cuanto a la región, al igual que el cluster anterior se distinguen firmas pertenecientes a todas las localizaciones con excepción de aquellas localizadas en la región cuyo. En relación al tamaño, resaltan las firmas grandes y medianas por sobre el resto, las cuales fueron beneficiadas principalmente durante el periodo de convertibilidad.

Firmas de mediana recurrencia: El tercer grupo explica el 4% del total de la muestra, y registra una frecuencia de recurrencia que supera cuatro veces al promedio del panel (3.97). El conjunto de firmas esta sobrerrepresentado en servicios intensivos en conocimiento, como así también por firmas con alto contenido tecnológico. Las firmas de este cluster fueron creadas en torno al año 1997 (promedio ponderado) y tienen una participación que sobresale durante el periodo 1992-2001. En su mayoría, las firmas se ubican en la región centro y poseen tamaño grande y mediano principalmente.

Firmas de alta recurrencia: Este último grupo difiere fuertemente del resto, ya que está compuesto por un número muy reducido de firmas (menos del 1% del total) y

[48] El periodo de la convertibilidad abarca las firmas que participaron en el programa durante 1992 y 2001. Por su parte, la post convertibilidad reúne las firmas que participaron a partir de 2002.

presentan como rasgo saliente la mayor intensidad de recurrencia (superando al promedio en 10 veces). Este conjunto de firmas esta sobre-representado por servicios intensivos en conocimiento (30% del cluster) y actividades manufactureras de alto contenido tecnológico (55% del cluster). La edad de las firmas según el promedio ponderado del cluster es de 26 años de antigüedad. Principalmente participaron en el periodo 1992-2001. Predominan las firmas grandes y medianas, ubicándose exclusivamente en dos regiones (centro y cuyo).

Tabla 2: Taxonomía y Características Estructurales (% del total de firmas de cada cluster)

Características Estructurales	Recurrencia				
	Nula	Baja	Media	Alta	Total
Sector					
Intensidad en Conocimiento (servicios)					
Resto	84.1	84.1	81	70	83.9
KIBS	15.9	15.9	19	30	16.1
Contenido Tecnológico (manufacturas)					
Baja – Tecnología	27.5	23.5	17.2	10	26.4
Media – Tecnología	44.6	30.6	35.3	35	42.2
Alta – Tecnología	27.9	45.9	47.4	55	31.4
Edad (año de fundación)					
Hasta 1986	24.8	39.1	28.4	35	27
1986-2003	45.2	46.5	58.6	60	46
Desde 2003	30	14.3	12.9	5	27
Región					
Centro	81	83	96.6	90	81.9
NEA	2.7	4.7	0.9	0	2.9
NOA	4.1	4	0.9	0	3.9
Cuyo	9.2	5.1	0.9	10	8.3
Patagonia	3	3.1	0.9	0	2.9
Tamaño					
Grande	8	15.9	20.7	40	10
Mediano	23.7	36.2	37.1	35	26.4
Pequeño	44.1	34.9	32.8	25	42
Micro	24.2	13	9.5	0	21.6
Periodo de presentación					
2002- en adelante	86.5	75.8	61.2	45	83.8
1992-2001	13.5	24.2	38.8	55	16.2
Frecuencia de Recurrencia *(promedio de cluster para promedio total de datos)*	**0.63**	**1.94**	**3.97**	**10.18**	**1.9**
Número de Firmas	**2541**	**447**	**116**	**20**	**3124**

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de firmas recurrentes.

4.2. Capacidades para innovar

En esta sección se analiza la relación entre la frecuencia de recurrencia y los indicadores de innovación antes presentados. El ejercicio considera los indicadores en niveles, ya que esto permite analizar cómo la intensidad de participación en el FONTAR afecta tanto el nivel de las capacidades de las firmas como su dinámica en el tiempo.

La Tabla 3 reporta el último dato de los indicadores de intensidad de las inversiones en innovación e I+D para cada uno de los grupos de firmas, junto con el coeficiente del test de correlación no paramétrico. Tal como puede observarse, las firmas más recurrentes tienen una dinámica innovadora muy elevada en comparación al resto, superando en casi diez veces el ratio promedio de Argentina (INDEC, 2015). Por su parte, el contraste no-paramétrico confirma una relación fuertemente significativa y positiva. En particular, la recurrencia de las empresas en FONTAR está positivamente asociada a la intensidad del gasto en actividades de innovación, actividades de I+D pero no con la participación de estas últimas en el gasto total de actividades de innovación. El gasto de actividades de innovación sobre ventas presenta una relación directa y lineal con la frecuencia de recurrencia, 4,22% para el grupo de nula recurrencia y 7,60% para el cluster de mayor recurrencia. En menor intensidad sucede lo mismo cuando se analiza la participación del gasto en I+D/Ventas, ya que en las de nula y baja recurrencia es 2,08% y 2,30%, mientras que para la recurrencia alta es de 3,92%. No obstante, la relación es menos proporcional y con nula asociación positiva para el caso del ratio I+D/AI.

Tabla 3: Intensidad de Recurrencia e intensidad de Actividades de Innovación e I+D

Recurrencia	AI / Ventas	I+D / Ventas	I+D / AI
Nula	4.22	2.08	21.33
Baja	4.36	2.30	17.08
Media	5.38	3.20	22.71
Alta	7.60	3.92	20.48
Total	4.41	2.26	20.01
Kendall tau-b correlation	0.10***	0.12***	0.04

Fuente: Elaboración propia en base encuestas de innovación relevadas por FONTAR.

Nota: *, ** y *** indican niveles de significatividad al 10%, 5% y 1% respectivamente.

En lo que respecta a la dotación de recursos humanos altamente calificados, la Tabla 4 también muestra que las firmas recurrentes del FONTAR están muy por encima de la media nacional: 22,54% de la plantilla total versus solo el 13% si se considera el total de Argentina (INDEC, 2015). El contraste de Kendall indica una fuerte correlación positiva entre la participación de los recursos humanos calificados y la intensidad de recurrencia; en esta oportunidad la relación entre estas variables y los grupos tampoco es lineal: el 22,54% de los trabajadores en firmas de nula recurrencia son profesionales, mientras que el porcentaje desciende a 18,69% entre las de baja recurrencia y luego asciende para los de media y alta recurrencia, 21,92% y 30,03% respectivamente. En síntesis, este resultado sugiere que la participación en los programas de apoyo público a la innovación induce a una creciente participación de recursos humanos calificados entre las firmas con mayor recurrencia.

Tabla 4: Intensidad de Recurrencia y participación de los profesionales en la plantilla total

Recurrencia	Profesionales/ empleo total
Nula	22.54
Baja	18.69
Media	21.92
Alta	30.03
Total	21.63
Kendall tau-b correlation	0.35*

Fuente: Elaboración propia en base encuestas de innovación relevadas por FONTAR.

Nota: *, ** y *** indican niveles de significatividad al 10%, 5% y 1% respectivamente.

Por último, se analizan las vinculaciones de las firmas con diversos actores del SNI (Tabla 5). En esta oportunidad no se cuenta con información a nivel nacional para ofrecer como referencia; sin embargo no caben dudas de que las firmas recurrentes presentan una elevada frecuencia de vinculaciones en relación a las cifras que suelen reportar trabajo similares sobre encuestas de innovación (López y Arza, 2008). En

relación al agrupamiento, no se verifica asociación estadística consistente entre recurrencia en el acceso a FONTAR y la conectividad de las firmas. De hecho, es el grupo de mediana recurrencia el que posee el mayor ratio de vinculaciones (7,65%). Por otra parte, en cuanto a las vinculaciones para I+D, los resultados muestran que, en promedio, todas las firmas registran un grado de vinculaciones similar para emprender actividades de I+D.

Tabla 5: Intensidad de Recurrencia, Vinculaciones Totales y Vinculaciones para I+D

Recurrencia	Vinc. Totales	Vinc. para I+D
Nula	3.42	0.16
Baja	4.96	0.25
Media	7.65	0.49
Alta	1.59	0.00
Total	4.10	0.21
Kendall tau-b correlation	0.09***	0.10**

Fuente: Elaboración propia en base encuestas de innovación relevadas por FONTAR

Nota: *, ** y *** indican niveles de significatividad al 10%, 5% y 1% respectivamente.

4.3. Discusión de las hipótesis

En base a los resultados de la sección anterior, podemos aceptar las hipótesis planteadas en la sección 2.3. Existen diferentes grupos de recurrencia (H1) y una fuerte relación entre la frecuencia de recurrencia y los niveles de los indicadores de innovación elegidos para medir las capacidades de las firmas (H2).

El análisis de clúster confirma el alto poder explicativo de la variable recurrencia, que da cuenta de la gran mayoría de variabilidad en la muestra. Este resultado es consistente con trabajos previos que analizan el rol del FONTAR en la promoción de las inversiones (López, et al., 2010) como así también con la literatura relacionada con el impacto de las actividades de innovación (Nelson, 1991). Dado que el FONTAR es un instrumento que financia el proceso de innovación, las firmas que accedieron a él invirtieron en innovación lo que les permitió alcanzar mayores niveles de capacidades,

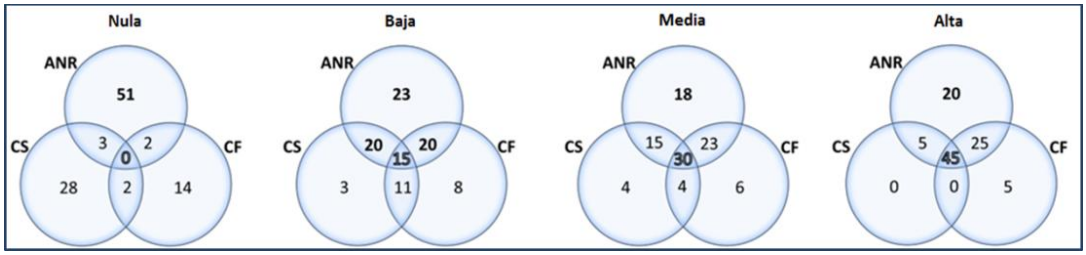
permitiéndoles cierta persistencia tanto en la continuidad de una estrategia basada en innovar como en el acceso a fondos externos para su financiamiento. No obstante, este resultado lleva a plantear la situación opuesta: las firmas que no lograron acceder a fondos externos estuvieron en peor situación para fondear proyectos innovativos, situación que dispararía procesos de retroalimentación negativa sobre su habilidad para buscar fuentes de financiamiento alternativas.

Otro resultado interesante es la asociación positiva entre el nivel de recurrencia y la diversificación de instrumentos. La Figura 3 presenta, en forma de diagramas de Venn, la combinación de instrumentos para cada clúster de firmas. Las empresas que están entre los grupos de media y alta recurrencia reportan un creciente grado de diversificación: el 30% y 45% de ellas fueron adjudicadas en los tres tipos de instrumentos respectivamente, contra un 15% registrado por las de baja recurrencia. Por su parte, el cluster de firmas no recurrentes presenta una ínfima tasa de diversificación como es de esperarse, con la ausencia de firmas adjudicadas con los tres instrumentos. Cada tipo de instrumento indica una actividad innovativa distinta, por ejemplo los ANR son usualmente destinados a financiar gastos no regulares de I+D, mientras que los CF fondean las actividades tradicionales de I+D y los CS son empleados para la adquisición de maquinaria. Desde esta perspectiva la diversificación de instrumentos bien puede estar sugiriendo la presencia de estrategias de innovación más complejas en términos de las actividades llevadas a cabo por las firmas.

En este sentido los resultados están en línea con la literatura que argumenta que las firmas que ejecutan múltiples actividades de innovación son aquellas que siguen una estrategia innovadora más compleja y de largo plazo. La evidencia sobre esta relación (Aguer et al., 2015) refiere a un estudio de 212 firmas recurrentes (con más de cuatro proyectos finalizados) del FONTAR para el periodo 1992-2011. Los autores encuentran que las empresas recurrentes con mayor continuidad de presentación al programa (tres periodos seguidos: 1992-2003; 2004-2007; 2008-2011) congregan alrededor de la mitad de los proyectos finalizados del grupo de estudio (46%) y también del financiamiento del FONTAR (49%). Por otra parte, la mitad de los proyectos del total de las firmas fueron beneficiados con subsidios, mientras que el restante recibió crédito y crédito fiscal (12% y 38% respectivamente). En cuanto a la combinación de instrumentos, el 72% de las firmas que combinan al menos dos instrumentos concentran el 75% de los proyectos finalizados y el 81% del monto financiado por el programa, mientras que el 28% que utiliza únicamente un instrumento sólo representa el 19% del financiamiento. Estos resultados ponen de

manifiesto la existencia de una asociación positiva entre la recurrencia de las firmas y un aprovechamiento más integral de la oferta de instrumentos del FONTAR, una cuestión coincidente con análisis similares aunque realizados sobre conjuntos seleccionados de firmas. Por ejemplo, una firma que introdujo un nuevo producto al mercado en el pasado va a necesitar invertir en actividades innovativas para escalar ese producto y comercializarlo en el mercado. Por lo tanto, esa firma debería invertir primero en actividades de desarrollo y diseño de producto (I+D o diseño) y luego en maquinaria. Ambas son formas válidas de invertir en innovación, pero asociadas a diferentes etapas de la estrategia innovativa. Así, dado que las firmas muy recurrentes invierten más en innovación y capacidades, la evidencia sugiere que la recurrencia en el acceso al FONTAR puede contribuir positivamente al desarrollo y sostenimiento de estrategias innovativas más complejas y sostenibles.

Figura 3: Diversificación de instrumentos según frecuencia de recurrencia (% del número total de firmas para cada cluster)



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de firmas.

Consecuentemente, la interpretación de estos resultados discute con aquellos autores que sostienen que las firmas siguen una estrategias innovadora específica –basadas en ciencia, basada en información de mercado, basada en la adquisición de conocimiento externo (Clausen et al., 2011; Srholec y Verspagen, 2012). Muy por el contrario, la evidencia presentada sugiere que cuando las firmas son analizadas desde una perspectiva dinámica, la combinación de actividades conduce a un mejor desempeño innovador, que a su vez está altamente correlacionado con altos niveles de capacidades. En este sentido nuestros resultados son consistentes con la literatura más cercana al análisis dinámico de las firmas (Jensen et al., 2007; Le Bas et al., 2011; Suarez, 2014; Yoguel et al., 2011).

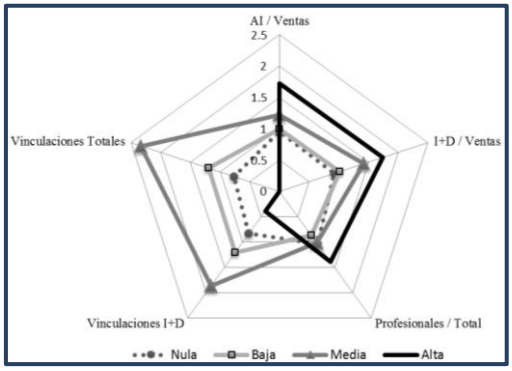
En lo que respecta a la H2, la Figura 4 presenta los valores promedios de cada variable innovadora para cada grupo de firmas. Esta esquematización junto a las tablas analizadas previamente permiten aceptar parcialmente la H2. Una elevada recurrencia en el acceso a FONTAR está positivamente asociada a tener elevadas

capacidades medidas tanto en términos de actividades innovativas y gastos en I+D como en el ratio de recursos humanos altamente calificados. Sin embargo, la elevada recurrencia no aparece positiva y linealmente asociada a las vinculaciones (ni totales ni las relacionadas a I+D). Adicionalmente, cuando los indicadores de inversión son analizados entre los cuatro grupos de firmas emergen comportamientos muy diferenciados.

Las firmas con alta recurrencia presentan los niveles más elevados de inversiones y recursos humanos calificados, lo que es consistente con una estrategia innovadora más compleja, tal como se mencionara anteriormente. Estas firmas invierten de manera intensiva por largos periodos de tiempo (cabe recordar que aquí están concentradas las firmas más antiguas y grandes del universo que accede a FONTAR).

Las empresas con recurrencia media se destacan por registrar menores niveles de inversión en actividades de innovación e I+D. Pese a ello, la participación de recursos humanos calificados es elevada (como se espera es mayor al grupo de baja recurrencia pero sorpresivamente menor al de nula recurrencia). Una posible explicación es que muchas de las firmas que componen este grupo serían propensas a pasar al grupo de baja recurrencia dentro de unos años. Otra respuesta, quizás más plausible, aduce al mayor peso relativo de las firmas manufactureras dentro de este grupo. Sus niveles de ventas son estructuralmente mayores que el registrado por las firmas de servicios intensivos en conocimientos (concentradas en el grupo de alta recurrencia) y este efecto composición podría estar reduciendo el valor del ratio. Al mismo tiempo, cabe destacar que este grupo alcanza los registros de I+D/AI y vinculaciones totales más elevados de la muestra. Analizado en conjunto con los bajos niveles de inversión destacados previamente, este resultado podría estar indicando complementariedad de esfuerzos para innovar.

Figura 4: Recurrencia y capacidades de innovación



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de firmas recurrentes.

El grupo de baja recurrencia, presenta los niveles más bajos de inversión en actividades de innovación y recursos humanos calificados en comparación al resto de los grupos recurrentes. A pesar de ello, los niveles de vinculaciones totales y vinculaciones para I+D muestran mayores valores que las firmas de alta recurrencia.

Por último, el grupo de nula recurrencia concentra el grueso de la muestra y da cuenta de la mayoría de las características estructurales de la recurrencia en FONTAR. Entre estas firmas, las actividades de innovación e inversión en I+D representan el valor más bajo, no obstante posee niveles elevados para los indicadores de recursos humanos calificados y vinculaciones totales y para I+D.

Estos resultados son consistentes con el enfoque de fallas de capacidades (Lee, 2013) y pueden ser un signo de la importancia de fomentar instrumentos que promuevan su desarrollo. Por otra parte, dado que estas firmas concentran sus necesidades de financiamiento en torno a un solo instrumento, puede especularse que siguen una estrategia innovadora menos compleja, lo que despierta dudas respecto de su sostenibilidad más allá del acceso a financiamiento para proyectos específicos. Por supuesto, los altos niveles relativos pueden ser vistos como una señal de estrategias innovadoras más ambiciosas.

Muy probablemente, la realidad mostraría resultados más heterogéneos que los recogidos en esta muestra, aunque sería necesario un abordaje que al menos combine la aproximación cualitativa con la cuantitativa, de manera de caracterizar el tipo de estrategia perseguida por estas firmas. Nuestro análisis, sin embargo, ha arrojado algo de luz sobre la importancia de identificar trayectorias dentro del FONTAR y su posible impacto sobre las capacidades.

5. CONCLUSIÓN

En este artículo se analizó la relación entre políticas públicas y capacidades de las firmas para innovar. La idea subyacente fue que la política pública debería fomentar la creación y acumulación de capacidades y no únicamente –o exclusivamente- el logro de resultados. El eje estuvo puesto en las firmas que accedieron múltiples veces a instrumentos públicos de apoyo financiero a la innovación, asumiendo que independientemente de los resultados obtenidos (las innovaciones logradas), la realización del proyecto de innovación dispara procesos de aprendizaje que incrementan las capacidades de la firma para continuar en una estrategia basada en innovación.

El análisis empírico se basó en el universo de firmas que accedieron al Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), durante el periodo 1992-2013. Las hipótesis sostenían la existencia de distintas trayectorias en el acceso recurrente al Fondo y una relación positiva entre la frecuencia de recurrencia y el comportamiento innovador. Los resultados corroboran las hipótesis: existen distintas trayectorias, a su vez positivamente correlacionadas con distintos niveles de capacidades, medidos en términos de inversiones en innovación e I+D y recursos humanos calificados (no así respecto de diferentes patrones de vinculación para la innovación o I+D).

Los resultados coinciden con la literatura, por un lado respecto de la importancia de la política pública en la promoción de capacidades –en lugar de resolver fallas de mercado- y por el otro con la literatura que estudia la dinámica microeconómica de innovación, donde las capacidades innovativas son más importantes que las innovaciones alcanzadas. En este sentido, los resultados proveen evidencia acerca de la relevancia del análisis de largo plazo y la identificación de trayectorias como herramienta para el monitoreo y evaluación de las políticas de innovación.

Las limitaciones de este estudio están asociadas con la naturaleza exploratoria del trabajo empírico, es por ello que la existencia de una curva “U” invertida entre recurrencia y capacidades no fue probada. Aunque se verificó la existencia de una relación positiva –en promedio- entre recurrencia y desarrollo de capacidades, no se analizó la existencia de puntos de inflexión en el sentido de cuánta recurrencia es requerida tal que ésta impulse procesos significativos de acumulación de capacidades. Por otra parte, no fue analizado cuándo -y en qué medida- la recurrencia impacta con una tasa marginal decreciente (cuál es el impacto marginal de un proyecto adicional financiado por el FONTAR). Estas cuestiones comprenden gran parte de la investigación a futuro, la cual incluirá una aproximación más compleja sobre capacidades de innovación y procesos de aprendizaje.

Finalmente, y en relación con las actividades a futuro, vale la pena mencionar que esta investigación constituye los primeros pasos en el análisis integral de las firmas beneficiarias del FONTAR –que depende del Ministerio de Ciencia y Tecnología-, nutrido con información del Ministerio de Trabajo. En este sentido, la base de datos final constituye una contribución única al sistema estadístico Argentino en la medida que reúne información para el universo completo de firmas que accedieron al FONTAR durante toda su historia. La posibilidad de empalmar esta base de datos con otras provenientes de otros organismos públicos permitirá avanzar sobre procesos de

evaluación de la política pública más robustos y una comprensión más profunda de su impacto a nivel de la firma.

ANEXO A: TABLAS DE POST-ESTIMACIÓN AL ANÁLISIS DE CLUSTER

Tabla A.1: Análisis Multinomial de Varianzas (Manova)

Número de observaciones=2732

W= Wilks' lambda L= Lawley-Hotelling

P= Pillai's trace R= Roy's largest root

Fuente	Estadístico	df	F(df1,	df2) =	F	Prob>F	
Cluster	W 0.1243	3	21.0	7816.7	397.2	0.0000	a
	P 0.8984		21.0	8172.0	166.34	0.0000	a
	L 6.864		21.0	8162.0	889.27	0.0000	a
	R 6.8376		7.0	2724.0	2660.81	0.0000	u
Residual	2728						
Total	2731						

e= exacto, a= aproximado, u= cota superior en F

Tabla A.2: Análisis discriminante lineal

	Clasificación				
Cluster	0	1	2	3	Total
0	2,149	0	0	0	2,149
	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
1	19	407	21	0	447
	4.25	91.05	4.70	0.00	100.00
2	0	13	103	0	116
	0.00	11.21	88.79	0.00	100.00
3	0	0	3	17	20
	0.00	0.00	15.00	85.00	100.00
Total	2,168	420	127	17	2,732
	79.36	15.37	4.65	0.62	100.00
Priors	0.7866	0.1636	0.0425	0.0073	

Tabla A.3: Errores en la estimación

Cluster	0	1	2	3	Total
Tasa de Error	0	0.0894855	0.112069	0.15	0.0204978
Priors	0.7866032	0.1636164	0.0424597	0.0073206	

Tabla A.4: Análisis de correlación canónica

Función	Canon. Corr.	Eigen-value	Varianza Prop.	Varianza Cumul.	Índice de Probabilidad	F	df1	df2	Prob>F	
1	0.9334	6.76359	0.9972	0.9972	0.1264	559.26	15	7520	0.0000	a
2	0.1191	0.014386	0.0021	0.9993	0.9811	6.5193	8	5450	0.0000	e
3	0.0689	0.004776	0.0007	1.0000	0.9952	4.3395	3	2726	0.0047	e

Ho: estos y más pequeños canon. Corr. Son cero; e= exacto F, A= aproximado F

Tabla A.5: Loadings

	función 1	función 2	función 3
Tramos de Antigüedad	0.0241496	0.3513877	-0.6963127
Región	-0.0629617	0.2557811	0.6631004
Tamaño de Firma	0.065399	0.6071847	0.0537085
Periodo de Presentación	-0.0299643	-0.4128176	-0.6029293
Intensidad de Recurrencia	1.012844	0.0965136	0.0440822

Tramos de Antigüedad: captura el año de fundación de la firma dividida en tres grupos según los percentiles (1: hasta 1986; 2: entre 1986 y 2003; 3: desde 2003).

Tabla A.6: Clusters según Tamaño de firma (2014)

Cluster	Tamaño de Firma				
	1	2	3	4	Total
0	171	510	948	520	2,149
	7.96	23.73	44.11	24.20	100.00
1	71	162	156	58	447
	15.88	36.24	34.90	12.98	100.00
2	24	43	38	11	116
	20.69	37.07	32.76	9.48	100.00
3	8	7	5	0	20
	40.00	35.00	25.00	0.00	100.00
Total	274	722	1,147	589	2,732
	10.03	26.43	41.98	21.56	100.00

Pearson chi2 (9)= 129.0221 Pr= 0.0000

Tabla A.7: Clusters según sector industrial (servicios y manufacturas)

Cluster	Sectores								Total
	Ind. Primarias	Ind. Low Tech	Ind. High Tech	Elect., Gas, Agua	Construcción	Comercio	Servicio No KIBS	Servicio KIBS	
0	137	719	706	14	60	221	164	405	2,426
	5.65	29.64	29.10	0.58	2.47	9.11	6.76	16.69	100.00
1	18	108	203	2	6	23	16	71	447
	4.03	24.16	45.41	0.45	1.34	5.15	3.58	15.88	100.00
2	2	21	55	0	2	6	8	22	116
	1.72	18.10	47.41	0.00	1.72	5.17	6.90	18.97	100.00
3	0	2	11	0	0	0	1	6	20
	0.00	10.00	55.00	0.00	0.00	0.00	5.00	30.00	100.00
Total	157	850	975	16	68	250	189	504	3,009
	5.22	28.25	32.40	0.53	2.26	8.31	6.28	16.75	100.00

Pearson chi2(21)= 82.2114 Pr= 0.0000

Tabla A.8: Cluster según Periodo de Presentación

Cluster	Periodo de Presentación		Total
	Post-Convert.	Convert.	
0	2,199	342	2,541
	86.54	13.46	100.00
1	339	108	447
	75.84	24.16	100.00
2	71	45	116
	61.21	38.79	100.00
3	9	11	20
	45.00	55.00	100.00
Total	2,618	506	3,124
	83.80	16.20	100.00

Pearson chi2 (3)= 100.7375 Pr= 0.0000

Periodo de presentación: identifica cuando fue beneficiada la firma (Post-Convertibilidad: a partir de 2002, Convertibilidad: desde 1992 hasta 2001).

BIBLIOGRAFÍA

Aguer, A., Moori Koenig, V., Carugati, M., 2015. Análisis de las nuevas empresas adjudicatarias del FONTAR durante el periodo 2008-2012. MINCyT.

Clausen, T., Pohjola, M., Sapprasert, K., Verspagen, B., 2011. Innovation strategies as a source of persistent innovation. Industrial and Corporate Change 22, 33-72.

Jensen, M.B., Johnson, B., Lorenz, E., Lundvall, B.Å., 2007. Forms of knowledge and modes of innovation. Research Policy 36, 680-693.

Le Bas, C., Mothe, C., Nguyen Thi, T.U., 2011. Technological Innovation Persistence: Literature Survey and Exploration of the Role of Organizational Innovation. SSRN eLibrary.

Lopez, A., Arza, V., 2010. Innovation and Productivity in the Argentine Manufacturing Sector. IDB working paper series ; 187.

Penrose, E., 1959. The theory of the growth of the firm. Oxford University Press, Oxford.

Srholec, M., Verspagen, B., 2012. The Voyage of the Beagle into innovation: explorations on heterogeneity, selection, and sectors. Industrial and Corporate Change 21, 1221-1253.

Suarez, D., 2013. Dynamic Innovative strategies at the firm level: the case of Argentinean manufacturing sector, DRUID Winter Academy, Denmark.

Suarez, D., 2014. Persistence of innovation in unstable environments: Continuity and change in the firm's innovative behavior. Research Policy 43, 726–736.

Tether, B., Swann, P., 2003. Sourcing Science. The use by industry of the Science Base for Innovation; Evidence from the UK's Innovation Survey. CRIC Discussion Paper Nº 64.

Yoguel, G., Robert, V., Pereira, M., Barletta, F., 2011. The effects of feedbacks on firms' productivity growth. Micro, macro, and meso determinants of productivity growth in Argentinian firms, IX Globelics Conference, Buenos Aires, Argentina.

ASIGNATURAS PENDIENTES DE LAS MICROFINANZAS EN ARGENTINA: CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN EL PERIODO 2000-2015

Carlos Calix Gomez, Lilia Corzo, Anahí Eugenia Briozzo, Hernán Pedro Vigier Y Claudio Tesan

Doctor en ciencias con orientación en ciencias administrativas, Dirección de Postgrados de la Universidad Católica de Honduras. Profesor de la Facultad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Universidad Provincial del Sudoeste. Alvarado 328, Bahía Blanca, Buenos Aires – Argentina – CEP 8000. E-mail: carlos.calix@upso.edu.ar. E-Mail Autor de Contacto: carlosgcalix@yahoo.com

Lic. En Economía por el Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur, Becaria UPSO-CIC. Alvarado 328, Bahía Blanca, Buenos Aires – Argentina – CEP 8000. E-mail: liliacorzo@gmail.com

Doctora en Economía por el Departamento de Economía de la Administración de la Universidad Nacional del Sur. Profesora del Departamento de Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional del Sur. CONICET San Andrés 800, Bahía Blanca, Buenos Aires – Argentina – CEP 8000. E-mail: abriozzo@uns.edu.ar

Doctor en Dirección y Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas da Universidad Rovira i Virgili. Profesor del Departamento de Economía de la Administración de la Universidad Nacional del Sur. 12 de octubre, 1.198, 8º piso, Bahía Blanca, Buenos Aires – Argentina – CEP 8000. E-mail: hvigier@uns.edu.ar

Lic. en Economía por la Universidad Nacional de Mar del Plata, Profesor de la Facultad de Desarrollo Local y Regional de la Universidad Provincial del Sudoeste. Alvarado 328, Bahía Blanca, Buenos Aires – Argentina – CEP 8000. E-mail: ctesan@upso.edu.ar

RESUMEN

Este estudio se enfoca en lo que denominamos las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, el cual se lleva a cabo a través de un análisis bibliométrico en el que se presenta una caracterización de la investigación sobre la temática en el período 2000-2015. Así los criterios de selección definidos implicaron la recolección de los artículos publicados por diversas instituciones y revistas que abordan los aspectos relacionados a las microfinanzas en Argentina. Seguidamente, se realizó la identificación de las palabras clave, que actuaron como un primer filtro para la selección de los artículos. Luego, los textos seleccionados fueron leídos en su totalidad resultando un total de 106 artículos, los cuales constituyen el universo de análisis. A través de este estudio se describieron las principales asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, es decir, todas aquellas cuestiones que

todavía no están resueltas y que significan obstáculos para su buen desarrollo. Cabe destacar que no hay un número extenso de investigaciones sobre el tema y que el crecimiento en la producción científica, principalmente se desarrolló en los años 2010 al 2014, con predominio de artículos empíricos, teniendo como objeto de análisis las instituciones de microfinanzas. En relación al método, hubo una mayor incidencia de investigación cualitativa, de tipo experimental, siendo los artículos institucionales los más utilizados. Las asignaturas pendientes fueron asociadas, principalmente, a los aspectos legales/regulatorios, técnicos y de mercado.

PALABRAS CLAVES: Asignaturas pendientes; Microfinanzas; Microcrédito; Argentina.

ABSTRACT

This study focuses on what we call the unfinished business of microfinance in Argentina, which was conducted through a bibliometric study that presents a characterization of the research on the topic, analyzing the articles published in the period 2000-2015. As well the selection criteria involved the collection of the articles published by various institutions and journals. Then, it carried out the identification of the key words, which act as a first filter for the selection of the articles. Then the selected texts were read in its entirety resulting in a total of 106 articles, which constitute the universe of analysis. Through this study identified the unfinished business of microfinance in Argentina, it should be noted that there is no a number of extensive research on the topic and that the growth in production, mainly during the years 2010 to 2014. It was found the predominance of empirical papers, taking as an object of analysis firms. In regard to the method, there was a higher incidence of qualitative research, the experimental type, still the institutional articles the most widely used. The Unfinished business were mainly associated to the legal aspects, technical and market.

KEY WORDS: Unfinished business; Microfinance; Microcredit; Argentina.

1. INTRODUCCIÓN

En términos generales, las microfinanzas se definen como la provisión de servicios financieros a personas de bajos ingresos (Bekerman, 2008; Delfiner et al, 2006; Giardili, 2012; Grandes, 2014;) que son excluidos por el sistema formal de crédito (Rahman (2000) en Bekerman y Cataife, 2004; Prat- Gay, 2006; Repetto, 2009). Los servicios que incluyen pueden ser pequeños préstamos para uso comercial o personal, depósitos, medios de pago y seguros, entre otros (Pailhé en Bukstein, 2007; Delfiner

et al, 2006). Las entidades que llevan a cabo estas actividades son denominadas instituciones microfinancieras (IMFs), y suelen operar en los márgenes de la economía formal (Delfiner et al, 2006; Bekerman y Cataife, 2004; Grandes, 2014).

Respecto a los antecedentes, diversos autores relevados para este estudio (Sosa, 2012; Armendáriz, B. y Morduch, J.; 2011; Grandes, 2014) coinciden en que el origen del microcrédito moderno fue en los años ´70 con los aportes de Muhammad Yunus. Por su parte, en Argentina, desde los ´80 se han creado diferentes instituciones que atienden las microfinanzas, y en los últimos 10 años la actividad tomó un nuevo impulso a partir de la sanción de la Ley 26.117 en el año 2006 y de la restructuración del FONCAP bajo el accionar de Impulso Argentino en 2007.

En Argentina, las microfinanzas presentan un bajo desarrollo (Delfiner y Perón, 2007; PNUD, 2005; Ferreyra, 2014; Grandes, 2014) respecto a otros países de la región (Chile, Bolivia, Colombia, Perú, etc.) y se especializan en sólo atender microcréditos (Grandes, Maritarena y Fariña, 2010). Precisamente el bajo nivel de la demanda de microcréditos responde principalmente a factores culturales y políticos (Grandes, 2014; Bekerman et al, 2008). Por estas razones, las IMFs deben crear su propia demanda y ser acompañadas de políticas públicas para incentivar el acceso al microcrédito. Varios estudios que han intentado estimar la demanda potencial de microcréditos en Argentina (Curat et al, 2006; Navajas, S. y Tejerina, L., 2006; CONAMI, 2009; Grandes y Satorre, 2011; entre otros), coinciden en que habría un exceso de demanda. Carballo y Grandes (2013) estimaron que la demanda potencial estaría cubierta en 3,48% en relación a la oferta.

Considerando los relevamientos sobre el sector microfinanciero se sostiene que el mercado podría llegar a crecer y sus instituciones aún están en perfeccionamiento. Sin embargo, no es fácil discernir si el bajo desarrollo de las microfinanzas se debe a la presencia de fallas de mercado (ineficiencias en la oferta y demanda), fallas de gobierno (inefectividad de la política pública, deficiencias en la regulación del sector de las microfinanzas, o limitaciones e indefiniciones legales) o simplemente cuestiones técnicas (tecnología y personal calificado). Partiendo de ello, resulta necesario identificar las asignaturas pendientes en el sector de las microfinanzas en Argentina. Por tal motivo, el principal objetivo de esta investigación consiste en determinar cuáles son las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina identificadas en el periodo 2000-2015, a partir de un estudio bibliométrico que caracteriza la investigación sobre la temática.

2. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO Y SUS PRINCIPALES SECCIONES (PREGUNTAS, OBJETIVOS, HIPÓTESIS)

Descripción del trabajo:

Este estudio intenta determinar las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, a partir de un análisis bibliométrico por el cual se realiza una caracterización de la investigación, analizando los artículos publicados en el período 2000-2015. La elección de la literatura estudiada es considerada uno de los puntos clave del análisis bibliométrico, en este sentido los indicadores de actividad visualizan el estado real de la ciencia (Escorcia, 2008). Es así que la caracterización bibliométrica, es entendida como el cálculo y análisis de los valores de lo que es cuantificable en la producción y en el consumo de la información científica (Spinak, 1996).

En este caso, el análisis bibliométrico aplicado a las microfinanzas en Argentina, los criterios de selección implicó la recolección de artículos publicados por diversas instituciones y revistas. Seguidamente, se realizó la identificación de las palabras clave, que actúan como un primer filtro para la selección de los artículos. Luego los textos preseleccionados fueron leídos en su totalidad, resultando un total de 106, los cuales constituyen el universo de análisis. A través de este estudio se identificaron las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina. Cabe destacar que no hay un número extenso de investigaciones sobre el tema y que el crecimiento en la producción, principalmente se desarrolló en los años 2010 y 2014. En cuanto a los límites de este artículo se cita, en particular, su ámbito de aplicación. Así que, para ampliar esta investigación, se sugiere comparar con otros países, los aspectos legales/regulatorios y analizar los aspectos técnicos y de mercado.

Preguntas:

¿Cómo está caracterizada la producción científica sobre microfinanzas en Argentina en el periodo 2000-2015?

¿Cuál es el abordaje, tipo y naturaleza de la investigación, y técnicas de relevamiento más utilizada en los artículos publicados sobre microfinanzas en Argentina en el periodo 2000-2015?

¿Cuáles son las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, en relación a los aspectos de mercado, técnicos, legales y regulatorios, identificadas en el periodo 2000-2015?

Objetivos:

El objetivo de esta investigación consiste en determinar cuáles son las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina identificadas en el periodo 2000-2015, a partir de un estudio bibliométrico que caracteriza la investigación sobre la temática.

Los objetivos particulares perseguidos son:

Hacer una caracterización de la producción científica sobre microfinanzas en Argentina por tipo de artículo y autor en el periodo 2000-2015.

Analizar la metodología empleada en los artículos analizados en función del abordaje, el tipo y naturaleza de la investigación, y/o colecta de datos en el periodo 2000-2015.

Identificar las principales asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina en el periodo 2000-2015.

Hipótesis:

En Argentina, el interés académico sobre las microfinanzas es menor respecto del observado en el resto de los países de la región.

En relación a las publicaciones sobre microfinanzas en Argentina, la metodología abordada es en su mayoría cuantitativa, la investigación más utilizada es el survey, la naturaleza generalmente es descriptiva y se usa el cuestionario como instrumento de medición.

Las principales asignaturas pendientes sobre microfinanzas en Argentina se relacionan con los temas legales/regulatorios, técnicos y de mercado.

3. DEFINICIONES Y CONTEXTO ACTUAL DE LAS MICROFINANZAS EN ARGENTINA

A continuación se presenta las principales cuestiones que enmarcan el estudio propuesto. En primer lugar, se define que son las asignaturas pendientes, el término microfinanzas en Argentina y las instituciones microfinancieras. Y en segundo lugar, se abordan los antecedentes y el contexto actual de las microfinanzas en Argentina.

Entendemos por asignaturas pendientes aquellos aspectos que se señalan en la literatura aún no resueltos en la praxis, en la teoría económica o en el campo de la política. Asimismo, la expresión asignatura pendiente es una frase usada en el lenguaje coloquial para indicar aquel proyecto o plan que aún no se ha realizado,

cumplido o llevado a cabo, pero sobre el cual se tienen anhelos y expectativas de cumplirlo finalmente (Fantova, 2006). Para este trabajo, las asignaturas pendientes de las microfinanzas las clasificamos en función de los aspectos técnicos, de mercado y legales o regulatorios. El primer tipo hace referencia a aspectos netamente operativos como puede ser la implementación de un sistema de evaluación crediticia de los microempresarios que incorpore métodos equivalentes a los estadísticos de scoring pero con variables propias del sector. Las asignaturas pendientes de mercado son aquellas que tratan sobre cuestiones de oferta o demanda, como la identificación de la demanda potencial, las referidas al funcionamiento de las IMFs y su alcance. Y, por último, las asignaturas pendientes legales o regulatorias se refieren a propuestas normativas, como son la implementación de regulaciones prudenciales, la falta de definiciones normativas o la reglamentación aún inconclusa.

En relación a la cuestión normativa, en la mayoría de los países latinoamericanos no existe una definición formal del término microfinanzas, aunque en varios casos si se cuenta con definiciones o aproximaciones al concepto de microcrédito (Cuasquer & Maldonado, 2011). En el caso de la Argentina, las microfinanzas se definen vagamente (PNUD, 2005; Grandes, Maritarena y Fariña, 2010; CGAP, 2003; Delfiner, Pailhé y Perón, 2006), y la Ley 26.117, que regula el sector, define únicamente el concepto de microcréditos. Internacionalmente, se entiende al término microfinanzas como superador del de microcrédito. Este último término fue acuñado inicialmente para referirse a las instituciones que se concentraban en otorgar préstamos para los muy pobres (v.g. Grameen Bank) y su fin explícito era la reducción de la pobreza y el cambio social, siendo los principales actores las ONGs (Armendáriz y Morduch, 2011).

Las instituciones que intervienen en el campo de las microfinanzas en Argentina son de diversa índole, pero no son supervisadas por el Banco Central de la República Argentina (BCRA), tales como entidades financieras, ONGs, sociedades anónimas, cooperativas y mutuales. Específicamente, las IMFs son definidas como aquellas cuya actividad principal es la de brindar servicios microfinancieros y cuyo objetivo principal es el ataque de la pobreza (PNUD, 2005). En general, la mayoría de las instituciones del sector se han dedicado al microcrédito (Grandes, 2014; Delfiner, Pailhé y Perón, 2006), siendo la provisión de otros servicios microfinancieros incipiente, sólo se conoce la existencia de microseguros- seguro de vida y saldo deudor- desarrollados por Impulso Argentino conjuntamente con Sancor Seguros en el año 2012 (Impulso Argentino, 2014). Muchas de las IMFs brindan servicios adicionales (no monetarios) como pueden ser la asistencia técnica y legal, cursos de capacitación y seguimiento de proyectos (Impulso Argentino, 2015).

La historia de las microfinanzas en Argentina lleva recorrida más de dos décadas, pero su desempeño dista en alcance y profundidad respecto a lo acontecido en otros países del mundo (Delfiner et al, 2006; Bekerman, 2008; PNUD, 2005; Muñoz, 2007). La primera experiencia en microfinanzas tuvo lugar en la Fundación Juntos creada por el Banco de la Provincia de Buenos Aires en el año 1987, permaneciendo tres años en funcionamiento. Posteriormente, a mediados de los años ´90, surgieron otras instituciones desde el sector privado, estando aún vigentes algunas de ellas, y son muchos programas promovidos desde entonces por el sector público y en los distintos estamentos de gobierno. Además, son varios los bancos comerciales que han incursionado en la actividad microfinanciera a través de la constitución de Sociedades Anónimas o Fundaciones (Elorza et al, 2009; PNUD, 2005; Bercovich, 2004; Fontana y Negre, 2006; Litman, 2011).

El abanico de instituciones que surgieron en la Argentina es muy amplio y heterogéneo. Instituciones creadas por el sistema financiero público o privado, por universidades, ONGs, con capitales nacionales e internacionales, surgidas en el marco de programas gubernamentales o de organismos multilaterales, en las áreas rural y urbana, etc. Oficialmente, el registro de IMFs es realizado por la Comisión Nacional de Microfinanzas (CONAMI), dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, aunque a la fecha no hay acceso a datos precisos sobre las mismas (Carballo, 2014). Según el Mapa Interactivo de Centros y Organizaciones de la CONAMI, actualmente son 292 las asociaciones sin fines de lucro, gubernamentales y mixtas que articulan con ella para otorgar microcréditos y brindar capacitación y asistencia técnica. Según un informe presentado por la misma institución en 2009, la inversión realizada en el período 2007-2009 del Programa de Microcrédito alcanzó los $170 millones, otorgando financiamiento a 62.740 personas mediante la intervención de 1.200 organizaciones ejecutoras (Montes de Oca, 2011; Giardili, 2012).

Al respecto, el último relevamiento de IMFs con el que se cuenta en Argentina fue realizado por Impulso Argentino entre agosto de 2013 y febrero de 2014. Se estima que existen 371 IMFs activas, siendo solo 10 de estas las que persiguen fines de lucro; los prestatarios activos son 76.333 y la cartera total de microcréditos declarada en el primer semestre de 2014 fue de $538 millones, siendo el 81% de esta cifra explicada por el accionar de 6 IMFs grandes (Impulso Argentino, 2015). Si bien la oferta se ha expandido en los últimos años, persiste una amplia brecha entre oferta y demanda (Delfiner et al, 2009). De acuerdo al mismo estudio realizado por Impulso Argentino, las microfinanzas tienen baja visibilidad, solo el 14% de los encuestados para el estudio respondió conocer ONGs que otorgan microcréditos. Adicionalmente,

la otra fuente de datos respecto a la oferta de microcréditos es el Mapeo de Instituciones de Microcrédito de Argentina realizada por la Red Argentina de Instituciones de Microcréditos (RADIM) en el año 2008, y la última edición a la que se accede contiene datos de diciembre de 2012 sobre un total de 41 instituciones. Según este informe, existían 72.025 prestatarios activos y 74.939 créditos activos, la cartera bruta ascendía a $428.304.289, siendo el saldo promedio de crédito por prestatario de $5947, la cartera en riesgo mayor a 30 días se correspondía con el 2,92% del total de la cartera bruta.

La mayoría de las IMFs activas reciben financiamiento de la CONAMI, aunque se caracterizan por ser muy heterogéneas: ofrecen distintos tipos de productos (plazos, montos y garantías), poseen distintos tipos de organización y forma jurídica por lo que su cartera de clientes varía en cada caso (mutuales, ONGs con o sin fines de lucro, entidades financieras formales o informales, cooperativas, etc.). Sin embargo, en general, los plazos de devolución se encuentran entre 6 y 12 meses, los montos prestados oscilan entre 1000 y 3000 pesos, la tasa de interés es del 6% anual (dado el tope impuesto por CONAMI), predomina el uso de garantías solidaria y se detecta un bajo nivel de mora (Muñoz, 2007; Gillieri, 2008; Carballo, 2014), menor al 5% (Giardili, 2012). Las IMFs poseen una extensión local, es decir, solo atienden a un barrio o zona particular y uno de los requisitos para acceder por parte de los usuarios es pertenecer al barrio de acción de la IMF. Globalmente, existe una concentración de las carteras de crédito en las IMFs grandes y estas se localizan en Buenos Aires, mientras que el 91% de las IMFs tienen menos de 500 clientes. (Impulso Argentino, 2015).

La demanda potencial microcréditos de acuerdo a la Encuesta de Deuda Social Argentina de la Pontificia Universidad Católica Argentina, para el año 2011 se estimaba en hasta 2.080.187 individuos (Grandes, 2014). Y según resultados expuestos por Impulso Argentino (2015) sobre datos de 2012, la demanda potencial de servicios microfinancieros podría ser de hasta 1.001.233 individuos. Se estima que la demanda potencial estaría cubierta en un 3% según distintas consideraciones (PNUD, 2005; Carballos, 2014; Bekerman y Rodríguez, 2007). De acuerdo a Grandes y Satorre (2011), estimar la demanda potencial de microcréditos representa una instancia fundamental para apoyar el desarrollo del sector y expandir la oferta. Según Impulso Argentino, el desarrollo del mercado de las microfinanzas tendría mayor impacto a nivel nacional si se desarrolla donde se encuentra la mayor demanda potencial.

Respecto a las reglamentaciones entorno a las microfinanzas hay que considerar no solo la legislación vigente sino también las políticas públicas que involucran al sector. A pesar de que han surgido varios programas de microcrédito desde el Estado, la regulación específica aún es elemental. Se sancionó, en el año 2006, la Ley Nº 26.117 denominada de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social, aunque solo se reglamentaron 10 de los 22 artículos que la componen. Por su parte, la Ley de Entidades Financieras no prevé la regulación de las IMFs, por lo que, no existe una figura legal en la que puedan encuadrarse las IMFs como tales. Es decir, en Argentina no hay instituciones financieras formales dedicadas exclusivamente a las microfinanzas, por lo que las IMFs no realizan operaciones de intermediación de fondos y no están alcanzadas por regulaciones prudenciales del BCRA. Sin embargo, el BCRA ha emitido diversas circulares que se refieren a la actividad de las IMFs, tal es el caso de la circular "A" Nº 4891/2008 (última modificación "A" Nº 5557/14), que describe los requisitos para el otorgamiento de financiaciones para préstamos para microemprendedores y financiaciones a Instituciones de Microcrédito. Adicionalmente en 2006, se emitió la circular Nº 48599 cuyo objeto era el facilitamiento de operaciones de microcrédito. (Delfiner et al, 2006; Montes de Oca, 2011; BCRA, 2015)

Actualmente, las políticas públicas orientadas al sector están representadas principalmente por Impulso Argentino (ex FONCAP) y la Ley 26.117. La primera se encuentra anclada en el ámbito del Ministerio de Economía desde el 2007 y tiene por objeto financiar y promover las Instituciones Financieras que atienden a las pequeñas IMFs a través de préstamos reembolsables. La segunda crea, en el ámbito del Ministerio de Desarrollo Social, la Comisión Nacional de Microfinanzas (CONAMI) y otorga financiamiento subsidiado a las Instituciones de Microcrédito y propone la metodología de trabajo para la conformación de los bancos populares de la Buena Fe. En definitiva, las dos instituciones centrales que intervienen en el sector de las microfinanzas tienen una forma divergente de actuar, atienden distintos tipos de destinatarios e instituciones y utilizan instrumentos diferentes (tasas, exenciones impositivas, tipo de financiamiento). (Montes de Oca, 2011; Giardili, 2012).

En cuanto al impacto de las microfinanzas en Argentina poco se ha estudiado. En general, las evaluaciones de impacto que se encontraron analizan una IMF en particular, tomaron como unidad de análisis los usuarios y fueron realizados por las propias IMFs o consultores externos (Muñoz, 2007; Bekerman, 2014; Gillieri et al, 2008; Ferreyra, 2014; Renaud e Iglesias, 2008). También hay estudios que analizan distintos programas públicos (PNUD, 2005; Bercovich, 2004; Ferreyra, 2014; García Estévez, 2011; Impulso Argentino, 2015; Rodríguez Larreta et al, 2003). Los

resultados a los que llegaron las distintas investigaciones son positivos en cuanto a la mejora de las condiciones de vida de los beneficiarios, por su contribución a la cohesión social, empoderamiento y mejora de la autoestima, y también, por mejoras en los ingresos, en la creación de empleo, en la adquisición de capital físico y demuestran una significativa reducción de la vulnerabilidad de los prestatarios.

4. METODOLOGÍA

La orientación metodológica adoptada para este este estudio se caracteriza como una investigación bibliométrica, que se destina a cuantificar, identificar, analizar y describir una serie de patrones en la producción de conocimiento científico sobre determinado tema. Dicho de otro modo es la aplicación de tratamientos cuantitativos sobre el producto tangible de la investigación (Rodríguez, y otros, 2009), en este caso a partir del relevamiento de artículos sobre las microfinanzas en Argentina, entre los años 2000 y 2015, en instituciones u organizaciones y revistas de las áreas orientadas al rubro microfinanciero. Para el área investigada se seleccionaron 85 artículos de instituciones u organizaciones y 21 revistas con mayor producción sobre el tema. Dado el reducido número de precedentes en el estudio de las entidades microfinancieras, el presente trabajo tiene carácter exploratorio. La mayoría de los estudiosos de la investigación social recomiendan para este tipo de investigaciones, el uso de metodologías cualitativas (Corbetta, 2003; Sánchez et al, 1999).

Para cumplir con los objetivos presentados, se revisó la literatura que permitió identificar los aspectos relevantes en relación a las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, se relevaron datos a través de la elección de la literatura analizada a través de Google Académico, así los criterios de selección implicaron la recolección de los artículos publicados por diversas instituciones u organizaciones y revistas. Seguidamente, se realizó la elección de palabras clave, que actúan como un primer filtro para la selección de los artículos.

En la segunda etapa, los textos preseleccionados fueron leídos en su totalidad los cuales constituyen el universo de análisis, que, en la tercera fase, se analizaron basados en un guión desarrollado específicamente para este estudio y se interpretaron los resultados obtenidos a partir de la creación de tablas de procesamiento de datos, de corte transversal (Flores y Andrade, 2015). Los mismos, finalmente, se cargaron en archivos Ms-Excel para realizar los análisis correspondientes. En la Tabla 1 se muestra el número de artículos seleccionados para el estudio:

TABLA 1: Artículos Seleccionados

INSTITUCIONES	NUMERO DE ARTICULOS
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	4
Comisión Económica para América Latina (CEPAL)	6
Programa de las Naciones Unidades para el Desarrollo (PNUD)	3
Banco Central de La República Argentina (BCRA)	8
Red Argentina de Microfinanzas (RADIM)	1
Universidad Católica Argentina (UCA)	7
Ministerio de Desarrollo Social	6
Impulso Argentino	6
Diversas Instituciones	44
Subtotal	**85**
REVISTAS	**NUMERO DE ARTICULOS**
IDLO Microfinance Research Paper	1
Revista Argentina de Sociologia	1
Revista Latinoamericana de Economía. Universidad Nacional Autonóma de México. Vol 35, No 136 (2004)	1
Revista Problemas del Desarrollo	1
Observatorio de la Economía Latinoamericana	1
Revista IMPULSO ARGENTINO	3
Ciencia & Tecnología	1
Development Policy Review	1
Revista de Análisis Económico y Social	1
Revista Valores en la sociedad industrial	1
International Development Matters Perspectives on Micro-Finance	1
Washington University, St.	1
UBA	1
Cuadernos de Desarro Rural	1
La Revista del CCC	1
RUNA UBA -	1
E+E Estudios de Extensión en las Humanidades	1
Revista Otra Economía	1
Revista Pilquen • Sección Ciencias Sociales	1
TOTAL	**21**
TOTAL PUBLICACIONES	**106**

Fuente: Elaboración propia

De esta forma, un total de 106 artículos constituyen el universo de análisis. Una vez identificado el número de artículos, se evaluaron tomando en cuenta tres dimensiones. La primera dimensión comprende una caracterización general de la producción de los

artículos de instituciones u organizaciones y artículos publicados en revistas, analizando el número de artículos por periodo, los autores, las instituciones y el país de origen de la institución. La segunda enfoca aspectos del perfil metodológico de los estudios, basándose en una guía de validación de los artículos investigados, en función del abordaje, tipo de investigación, naturaleza e instrumento de medición para la colecta de los datos. Y la tercera dimensión incluye una apreciación respecto al objeto de análisis, en este caso identificando las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, a través de tres aspectos fundamentales, aspectos de mercado, técnicos y legales/regulatorios, mostrando un panorama respecto a las principales contribuciones de la producción analizada.

Los 106 artículos seleccionados, fueron examinados y clasificados por 3 investigadores de forma independiente, conforme a los criterios anteriormente expuestos. Concluida la clasificación individual, los resultados fueron confrontados, no encontrando divergencias entre los investigadores. Al respecto, en algunos artículos, no fue posible identificar todas las especificaciones de algunos aspectos metodológicos utilizados, siendo encontrados 154 artículos relacionados a la temática, de los cuales fueron seleccionados 106 artículos, vale destacar que fue necesaria la interpretación y análisis de los investigadores para realizar la clasificación.

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Con el propósito de garantizar la profundidad del análisis de los artículos sobre las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, se organizaron los resultados de la investigación en tres dimensiones: 1. Caracterización de la producción científica y autoría, 2. Aspectos relacionados a la metodología, 3. Análisis del contenido de la investigación.

5.1. Caracterización de la producción científica y autoría

La caracterización llevada a cabo para los 106 artículos seleccionados indican que la mayoría de los artículos analizados fueron publicados por instituciones u organizaciones (80%), de ellos el 52% están representados por diversas instituciones, entre ellas la Fundación Andares, la Universidad de Buenos Aires, el Banco Central de la República Argentina, la Universidad Católica Argentina, el Ministerio de Desarrollo Social e Impulso Argentino. Respecto a los artículos publicados en revistas, se registran únicamente 21 que brindan un abordaje sobre las microfinanzas en Argentina.

No cabe duda que los artículos publicados en los años analizados, indican que los estudios sobre las microfinanzas en Argentina están íntimamente relacionados a temas institucionales u organizacionales, no así a temas académicos. Adicionalmente se identificó un aumento gradual en el número de publicaciones, principalmente cuando se considera el periodo 2010-2015, habiendo mayor concentración de artículos sobre el tema de microfinanzas en los años 2010, 2011 y 2014. En la Tabla 2 se presenta la relación de artículos institucionales y artículos en revistas.

TABLA 2: Relación de artículos institucionales y artículos publicados en revistas.

INSTITUCIONES	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL	%
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	4	5%
Comisión Económica para América Latina (CEPAL)	0	0	0	0	3	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	6	7%
Programa de las Naciones Unidades para el Desarrollo (PNUD)	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3	4%
Banco Central de La República Argentina (BCRA)	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	2	0	1	0	0	0	8	9%
Red Argentina de Microfinanzas (RADIM)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1%
Universidad Católica Argentina (UCA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	5	0	7	8%
Ministerio de Desarrollo Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	0	0	0	6	7%
Impulso Argentino	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	6	7%
Diversas Instituciones	1	3	1	3	2	3	4	5	4	2	4	3	3	2	2	2	44	52%
Total	**1**	**3**	**1**	**4**	**6**	**5**	**6**	**8**	**6**	**6**	**12**	**6**	**5**	**3**	**10**	**3**	**85**	**80%**
REVISTAS																		
IDLO Microfinance Research Paper	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista Argentina de Sociologia	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista Latinoamericana de Economía. Universidad Nacional Autonóma de México. Vol 35, No 136 (2004)	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista Problemas del Desarrollo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5%
Observatorio de la Economía Latinoamericana	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista IMPULSO ARGENTINO	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	14%
Ciencia & Tecnología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5%
Development Policy Review	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista de Análisis Económico y Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5%
Revista Valores en la sociedad industrial	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
International Development Matters Perspectives on Micro-Finance	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Washington University, St.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
UBA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
Cuadernos de Desarro Rural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5%
La Revista del CCC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5%
RUNA UBA -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5%
E+E Estudios de Extensión en las Humanidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5%
Revista Otra Economía	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5%
Revista Pilquen • Sección Ciencias Sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5%
TOTAL	**1**	**1**	**1**	**0**	**2**	**2**	**2**	**0**	**0**	**2**	**0**	**4**	**4**	**0**	**1**	**1**	**21**	**20%**
GRAN TOTAL SELECCIONADO	**2**	**4**	**2**	**4**	**8**	**7**	**8**	**8**	**6**	**8**	**12**	**10**	**9**	**3**	**11**	**4**	**106**	

Fuente: Elaboración propia

Como un intento por identificar a los principales investigadores, se elaboró la Tabla 3, en la cual se presentan los autores con mayor cantidad de publicaciones, tanto institucionales como en revistas científicas.

TABLA 3: Principales autores, institución, país de origen de la institución y número de artículos publicados.

AUTORES	INSTITUCION/REVISTA	PAIS DE ORIGEN DE LA INSTITUCION	No. ARTICULOS PUBLICADOS
Paola Pedroza	BID	USA	2
Nestor Bercovich	CEPAL	CHILE	2
Marta Bekerman	BCRA/UBA	ARGENTINA	12
Miguel Delfiner	BCRA	ARGENTINA	3
Silvana Peron	BCRA	ARGENTINA	3
Cristina Pahile	BCRA	ARGENTINA	2
Gaston Repetto	BCRA	ARGENTINA	3
Ignacio Carvallo	UCA, IAE Business School, UBA	ARGENTINA	2
Martin Grandes	UCA	ARGENTINA	4
Maria Fariñas	UCA	ARGENTINA	1
Pablo Curat	Fundación Andares	ARGENTINA	5
Mark Schreirmer	Microfinance Risk Management	USA	4
Florencia Iglesias	UBA, Fundación EMPRETEC Argentina	ARGENTINA	3
Ruth Muñoz	Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS)	ARGENTINA	6
Verónica Gonzalez	Programa Empresa, Microfinanzas y Desarrollo Local (EMDL); Centro Internacional de Formación (CIF) de la OIT	ARGENTINA	4
Stefan Plateau	Triodos Facet BV; Global Group Lead Microfinance at Enclude Holding; University of Leuven (Bélgica)	NICARAGUA	2
Gerrit Ribbin	Triodos Facet BV; Global Group Lead Microfinance at Enclude Holding; University of Leuven (Bélgica)	NICARAGUA	2
Leila Litman	CONICET - FFyL, UBA	ARGENTINA	2
B. Mena	Revista Cambio Cultural		2
Juan Agustin Debandi	Impulso Argentino	ARGENTINA	2
Gabriela Bursktein	UBA/PNUD	ARGENTINA	2

Fuente: Elaboración propia

En relación a la autoría de los trabajo, se constata que 3 autores tienen el mayor número de publicaciones, entre ellos Marta Bekerman, Ruth Muñoz y Pablo Curat (12, 6 y 5 respectivamente), seguido de 3 autores con 4 artículos publicados, Martin Grandes, Mark Schreirmer y Verónica González. Esos 6 autores en conjunto, congregan el 33% de las publicaciones analizadas en el periodo 2000-2015, sobresaliendo en su mayoría trabajos desarrollados en instituciones u organizaciones. Respecto al origen de las publicaciones que aportan a la literatura analizada,

predominan las de Argentina, adicionalmente se encontraron publicaciones de USA, Nicaragua y Chile.

5.2. Aspectos relacionados a la metodología

Inicialmente, en relación al abordaje de la investigación, del análisis de los 106 artículos se encuentra predominancia de investigaciones cualitativas (50%), consideradas como metodología que, según Hernández, Fernández y Baptista (2003), posibilita la medición basada en el análisis subjetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular. El abordaje cuantitativo representa el 30%, y las investigaciones que presentaron el método mixto (cualitativa y cuantitativa) fueron el 20%. En cuanto a los tipos de investigación de acuerdo a los objetivos se percibe mayor preponderancia de survey (52%), luego, con índices menores, aparecen las investigaciones experimentales (17%) y los estudios de caso (31%).

Respecto a la naturaleza de la investigación prevalecen estudios descriptivos (79%), la investigación exploratoria (14 %) y la investigación de tipo causal (7%). En cuanto al tipo de instrumento para la colecta de los datos, la evidencia demostró que lo autores hicieron uso de datos primarios y secundarios (40%), solo datos secundarios (31%), multimétodos (18%) y cuestionarios (11%).

La Tabla 4 sintetiza los resultados obtenidos respecto a los aspectos metodológicos analizados y el número de artículos publicados.

TABLA 4: Aspectos metodológicos y número de artículos publicados

ABORDAJE	NUMERO DE ARTICULOS	PORCENTAJE
Cuantitativo	32	30%
Cualitativo	53	50%
Mixto	21	20%
	106	
TIPO DE INVESTIGACION		
Survey	55	52%
Experimental	18	17%
Estudio de caso	33	31%
	106	
NATURALEZA DE LA INVESTIGACION		
Exploratoria	15	14%
Descriptiva	84	79%
Correlacional-Causal	7	7%
	106	
RELEVAMIENTO		
Cuestionario	12	11%
Datos secundarios	33	31%
Datos primarios y secundarios	42	40%
Multimétodos	19	18%
	106	

Fuente: Elaboración propia

5.3. Análisis del contenido de la investigación.

En el escenario nacional, los primeros análisis bibliográficos sobre microfinanzas en Argentina, aparecen referenciados en un informe presentado en el mes de mayo de 2015 por la Comisión de Economías Regionales, Economía Social, Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Senado de la Nación, donde se destacan diversos Talleres de Inducción a las Microfinanzas llevados a cabo por el FONCAP en 1998. No obstante previo a esta fecha existen indicios históricos en los años 80s sobre el tema de microfinanzas, sin embargo las diversas publicaciones comienzan a tener mayor eco a partir del año 2000. Finalmente, en relación al objeto de estudio, los aspectos relevados constataron el predominio en los 106 artículos relacionados a las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, entre dichos temas se destacan los aspectos de mercado (52%), técnicos (30%) y legales/regulatorios (18%), conforme se muestra en la Tabla 5.

TABLA 5: Predominio Asignaturas Pendientes de las Microfinanzas en Argentina

PREDOMINIO ASIGNATURAS PENDIENTES	N. DE ARTICULOS	%
ASPECTOS DE MERCADO	55	52%
ASPECTOS LEGALES/REGULATORIOS	32	30%
ASPECTOS TECNICOS	19	18%
TOTAL	106	

Fuente: Elaboración propia

Los estudios acerca de la temática sobre las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina, asociados a los aspectos de mercado resultaron ser los más abordados en este relevamiento. Dentro de dichos aspectos se destaca: ampliar la cobertura y alcance de los servicios ofrecidos (número de entidades; variedad servicios: seguros, ahorro, inversión; número de beneficiados atendidos), mejorar el entorno de negocios para el desarrollo de las microfinanzas (nivel de penetración de las IMFs, mejorar el clima de inversiones, generar la profundización del sistema financiero), lograr la autosustentabilidad de las IMFs, profundizar la incorporación de los bancos comerciales a las operaciones de microfinanzas, mejorar la trasparencia de las operaciones y liberalizar las tasas de interés. Al respecto de la incorporación de los bancos comerciales al sector, cabe aclarar que diversos autores consideran que no hay obstáculos desde la regulación para que las entidades financieras formales dediquen parte de su negocio a operatorias microfinancieras (Delfiner et al, 2006; Montes de Oca, 2011).

Por su parte, los diversos autores coinciden que los aspectos legales/regulatorios pendientes son, precisamente, desarrollar el marco regulatorio, en vista que las IMFs no están sujetas a regulaciones prudenciales (Pedroza y Narvajas, 2010). Además, no existe una figura legal que permita encuadrar a estas instituciones como entidades financieras en caso que realizaran intermediación con fondos de terceros (Delfiner et al 2006). Esta debilidad en los aspectos normativos, da lugar a la heterogeneidad en el sector microfinanciero argentino.

Finalmente, en cuanto a la producción científica sobre los aspectos técnicos pendientes no se precisan claramente en la literatura, pero se puede inferir la necesidad de generación de estudios para comprender el sector (Larraín, C., 2009). Además, debido a los altos costos operacionales y financieros que soportan las IMFs se vislumbra la necesidad de desarrollar tecnologías crediticias apropiadas para facilitar la expansión de la cobertura de los servicios y mejorar la eficiencia de los mismos. Asimismo, es necesario el desarrollo de sistemas de información integral para el accionar de todas las IMFs y el diseño de instrumentos de evaluación de resultados e impacto.

6. CONCLUSIONES

Por medio del análisis de las publicaciones efectuadas por instituciones u organizaciones y revistas sobre microfinanzas en Argentina, se identificó un número reducido de artículos y autores. Nuestro estudio identificó la relevancia de las publicaciones en el ámbito institucional u organizacional y no así en el ámbito académico. Si bien es cierto que este estudio bibliométrico se centró en las publicaciones sobre microfinanzas en Argentina, tanto la literatura analizada a nivel institucional como académica apunta a que en el resto de los países latinoamericanos el desarrollo de las microfinanzas es mayor que en Argentina (v. gr.: Delfiner y Perón, 2007; PNUD, 2005; Ferreyra, 2014; Grandes, 2014), quedando así demostrada la Hipótesis 1.

Al analizar la metodología empleada en los artículos analizados, fue encontrado el predominio de artículos empíricos, teniendo como objeto de análisis las IMFs. En relación al método, hubo una mayor incidencia de la investigación cualitativa -contrario a lo planteado en la Hipótesis 2-. Además hubo mayor prevalencia de investigaciones del tipo experimental, siendo los artículos institucionales los más utilizados, entre ellos los provenientes de la Fundación Andares, la Universidad de Buenos Aires, el Banco Central de la República Argentina, la Universidad Católica Argentina, el Ministerio de Desarrollo Social e Impulso Argentino.

Las asignaturas pendientes fueron asociadas, principalmente, a los aspectos de mercado, aspectos legales regulatorios y en última instancia a los aspectos técnicos, siendo los temas técnicos los menos abordados por la literatura existente, tal como se presentó en la Hipótesis 3. Esta incidencia se sustenta en los trabajos desarrollados por Delfiner et al (2006), Bekerman (2008), PNUD (2005), Grandes (2014), Impulso Argentino (2015), Muñoz (2007), Grandes y Satorre (2011), quienes consideran que son los problemas de información asimétrica, la falta de fondeo, las falencias en el tratamiento impositivo a los microprestatarios (especialmente a los informales), los elevados costos laborales, la escasa o nula regulación de las entidades que operan en el sector, la ausencia de colaterales o garantías, y los altos costos operativos que incurren las IMFs al monitorear los préstamos, la expansión reciente de la pobreza en Argentina y que la población objetivo carece de cultura crediticia (Muñoz, 2007; Gineste, 2005; Bekerman y Rikap, 2011), resultan ser los principales temas asociados a las asignaturas pendientes de las microfinanzas en Argentina. Adicionalmente, queda pendiente la determinación del tamaño del mercado microfinanciero argentino al no existir un registro preciso de las IMFs. A su vez, no son muchos los estudios que se ocuparon de estimar la demanda potencial de microcréditos y en ninguno, se analizó la demanda potencial de microcréditos en la zona rural. En estos estudios de demanda, se reconocen grandes limitaciones metodológicas, discontinuidad temporal y restricciones en la muestra (PNUD, 2005; BID: Narvajas y Tejerina, 2006; Fundación Andares: Curat, Lupano y Gineste, 2005; BCRA, 2011; UCA: Grandes y Satorre, 2011; Impulso Argentino, 2015).

En relación a los aspectos legales/regulatorios pendientes, los de mayor relevancia son la imposibilidad de que la IMFs capten depósitos del público, al no estar alcanzadas por regulaciones prudenciales, y la inefectividad de las políticas públicas orientadas al sector en vista de que no han logrado promover su despegue. Cabe destacar que en otros países la regulación prudencial surgió luego que el mercado alcanzó un volumen significativo de operaciones (Delfiner et. al, 2006), lo que sería congruente con el bajo desarrollo del sector.

Pese a la desarticulación y el bajo desarrollo que subsiste, las microfinanzas están incorporadas a la agenda pública como un instrumento de desarrollo económico y social. La intervención estatal está ampliamente justificada en vista que el sector está aún subdesarrollado y presenta grandes deficiencias (Ozomec (2007) en Elorza et al: 2009; Delfiner et al, 2009; Repetto et al, 2009).

En síntesis, este primer sondeo bibliográfico nos permitió conocer las asignaturas pendientes en el sector microfinanciero argentino que pueden guiar las líneas futuras de investigación desde el ámbito académico e impulsar el accionar del sector público y del sector privado.

BIBLIOGRAFÍA

Armendáriz, B. y Morduch, J. (2011). “Economía de las microfinanzas”. Fondo de Cultura Económica y Centro de Investigación y Docencia Económicas, 1ra edición en español de la segunda edición en inglés, Ciudad de México.

BCRA (2015). “Gestión crediticia”. Última comunicación incorporada: “A” 5740. Texto ordenado al 15/04/2015. Disponible en: http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/Texord/t-gescre.pdf

Bekerman, M. (2008). “Las microfinanzas y sus desafíos en la Argentina”. Iniciativa para la Transparencia Financiera, Documento nº 36.

Bekerman, M. (2014). “Experiencias innovadoras para la inclusión social. Desarrollo de capacidad empresarial en microempresas de subsistencia”. Asociación Civil AVANZAR por el Desarrollo Humano, Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo y Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Bekerman, M. y Cataife, G. (2004). “Las microfinanzas en la Argentina: Teorías y experiencias”. Problemas del Desarrollo: Revista Latinoamericana de Economía vol. 35, Nº 136.

Bekerman, M. y Rikap, C. (2011). “Caracterización de las necesidades de los microemprendimientos pobres de la ciudad de Buenos Aires: el caso de los prestatarios de Avanzar”. Documento de Trabajo Nº 21. Centro de Estudios de la Estructura Económica, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional de Buenos Aires.

Bercovich, N. (2004). “El microcrédito como componente de una política de desarrollo local: el caso del Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM), en la ciudad de Buenos Aires”. CEPAL, Serie Desarrollo Productivo, Santiago de Chile, Chile.

BID (2013). “Las microfinanzas en America Latina”. BID, México.

Bukstein, G. (2007). “Taller Regional Aspectos Regulatorios de las Microfinanzas Ponencias para el debate”. Banco Central de la república Argentina y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2da edición, Buenos Aires. ISBN 978-987-22328-6-3

Carballo, I. (2014). “El federalismo en la demanda potencial de Microcréditos en Argentina”. Escuela de Negocios de la UCA, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica Argentina.

Carballo, I. E. y Grandes, M. (2013). “Nuevas estimaciones de la demanda potencial de Microcréditos Argentina en 2011”. Documento de Trabajo de la Escuela de Negocios de la UCA Nº 9.

CGAP, 2003; Christen, Lyman y Rosenberg (2003). “Microfinance Consensus Guidelines: Guiding Principles on regulation and supervisión of microfinance”. Consultative Group to Assist the Poor, The World Bank Group.

CONAMI (2009). “Delimitación de la Población Meta del Programa Nacional del Microcrédito”. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Buenos Aires.

Cuasquer, H., & Maldonado, R. (2011). “Microfinanzas y microcredito en Latinoamaerica Estudios de Caso: Colombia, Ecuador, El Salvador, Mexico y Paraguay”. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, 1-47.

Curat P., Lupano J., y Adúriz I., (2006), “Demanda potencial por microcréditos en el Conurbano Bonaerense,” Fundación Andares.

Delfiner, M. y Perón, S (2007). “Los bancos comerciales y las microfinanzas”. Banco Central de la República Argentina, Gerencia de Investigación y Planificación Normativa, Subgerencia General de Normas.

Delfiner, M., Pailhé, C. y Perón, S. (2006). “Microfinanzas: un análisis de experiencias y alternativas de regulación”. Banco Central de la República Argentina, Gerencia de Investigación y Planificación Normativa, Subgerencia General de Normas.

Delfiner, M., Pailhe, C., Perón, S. (2009). “Políticas públicas orientadas a las microfinanzas en Sudamérica”. Banco Central de la República Argentina.

Elorza, E., del V. Ocampo, S. E., Quiroga C. V. (2009). “Institucionalidad pública y privada para las iniciativas del microcrédito. Un análisis preliminar”. Quinto Congreso Argentino de Administración Pública: “Sociedad, Gobierno y Administración”, ciudad de San Juan.

Escorcia, Tatiana (2008). “El análisis bibliométrico como herramienta de seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado”, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Fantova, F. (2006). “Gestionar los servicios sociales: ¿una asignatura pendiente?” Educacion Social. N. 34, 28-43.

Ferreyra, I. D. (2014). “La gestión asociada del Programa Nacional de Promoción del Microcrédito para el Desarrollo de la Economía Social: oportunidades para una evaluación participativa”. XIX Congreso Internacional CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Quito, Ecuador.

Flores Costa, V., y De Andrade, T. (2014) “Comportamiento de ciudadanía organizacional: Caracterización de la producción científica internacional en el periodo 2002-2012”. RAM (16,2), Brasil.

Fontana, A. y Negre, M. (2006). “Los microcréditos en Argentina ¿por qué no tienen éxito?” Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.

García Estévez, F. (2011). “Microcréditos en Argentina. El caso del Banquito de la Buena Fe”. Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Economía, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur. Director: Hernán P. Vigier.

Giardili, S. (2012). “El Costo del Capital y las Microfinanzas. Evidencia para Argentina”. Tesis Maestría en Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Director: Ricardo Bebczuk.

Gillieri, R. A., Quiroga, M. E. y Nayar, P.A. (2008). “Medición de Impactos de Programas Microfinancieros. Evaluación de los impactos sociales, económicos y de empoderamiento en los beneficiarios de los microcréditos, como un fin social”. Universidad Nacional de Salta. Publicado en: Sociedad Argentina de Docentes en Administración Financiera (SADAF).

Gineste, L. (2005). “El Microcrédito en Argentina. Un estudio sobre sus características y resultados”. En: “Microcrédito contra la exclusión social: Experiencias de financiamiento alternativo en Europa y América Latina”. FLACSO. Red Aura, 1ra edición, San José, Costa Rica.

Grandes, M. (2014). “Microfinanzas en la Argentina”. Temas Grupo Editorial, 1era edición. ISNB 978-987-1826-86-5.

Grandes, M. y Satorre, M. (2011). “¿Cuál es y cómo se caracteriza la demanda potencial de microcréditos en Argentina? Nuevas estimaciones”. Documento de Trabajo de la Escuela de Negocios de la UCA Nº 7.

Grandes, M., Martiarena, A., Fariña, F. (2010). “¿Y dónde está la demanda? Una nueva metodología para cuantificar y caracterizar la demanda potencial por microcréditos en Argentina”. Documento de Trabajo de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica Argentina nº 5.

Impulso Argentino (2014). “Microseguros. La primera experiencia de microseguros en Argentina”. Revista Impulso Argentino, Nº 3, diciembre de 2014. ISSN 2422-5304

Impulso argentino (2015). “Microcréditos en la Argentina. Una herramienta clave para la inclusión financiera”. Coordinado por Juan A. Debandi. Impulso Argentino, Fondo de Capital Social, 1ra edición.

Litman, L. (2011). “La construcción del microcrédito como política pública: de las “organizaciones pioneras” al Programa Nacional”. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Buenos Aires.

Montes de Oca, F. (2011). “Coordinación de la Oferta de políticas públicas en el sector de las Microfinanzas en la Argentina”. Documento de Trabajo de la Escuela de Negocios de la UCA Nº 6. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica Argentina.

Muñoz, R. (2007). “Alcance de las microfinanzas para el desarrollo local. Microcrédito en el conurbano bonaerense: un análisis de casos”. Tesis de Maestría en Economía Social, Universidad Nacional General Sarmiento (ICO- UNGS). Directora: Mirta Vuotto.

Navajas, S. y Tejerina, L., (2006). Microfinance in Latin América and the Caribbean: Connecting Supply and Demand. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington DC.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2005). “Microfinanzas en la Argentina”. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 1ra edición. Buenos Aires.

Pontificia Universidad Católica Argentina (2011). “Barómetro de la Deuda Social Argentina”, Educa.

Prat- Gay, A. (2006). “La lucha contra la pobreza en argentina: la contribución de las microfinanzas”. Revista Valores en la Sociedad Industrial, Año XXIV, Nº 66.

Renaud, J. e Iglesias, M. F. (2008). “El impacto social de las microfinanzas. El caso de AVANZAR”. Documento de trabajo N°18, Centro de Estudios de la Estructura Económica. Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Repetto, G., Marbán Flores, R., Penna Girard, J. (2009). “Desafíos de las Microfinanzas”. Seminario de Economía N° 104, Banco Central de la República Argentina.

Rodríguez Larreta, H., Vidal, M. E., Lupica, C. (2003). “Programa Nacional de Apoyo a la Microempresa Urbana.” Grupo Sofía

Rodríguez, S. y Bekerman, M. (2007). “Políticas productivas para sectores carenciados: microcréditos en Argentina”. Revista Desarrollo Económico, Vol. 47, No. 185 (Apr. - Jun., 2007), pp. 95-118

Senado de la Nación Argentina, (2015). “Bibliografía sobre lo micro y su financiamiento desde la perspectiva ética: Microfinanzas, Banca ética y finanzas solidarias”. Argentina.

Sosa, R. (2012). “La construcción de ‘otra economía’: los sentidos de educar en una experiencia de finanzas solidarias”. Revista Otra Economía, 6 (11):198-210.

Spinak, E. (1996). “Diccionario Enciclopedico de Bibliometria”. UNESCO, Caracas.

Ventura, L., Briozzo, A., Vigier, H. P., Martínez, L. B., Guercio, M. B. (2014). “Consideraciones crediticias en microfinanzas”. XIX Reunión Anual de la Red Pymes del Mercosur, Campinas, Brasil.

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

A. Koberwein	“Microcrédito, relaciones personalizadas, economía y política. El crédito para los pobres, de Bangladesh al mundo”.	2012	Argentina
Álvarez, Susana; Bordón, María Lorena ; Gonzales, Romina A.; Valeri, Paula	“Microcrédito en la economía social. Experiencia del Banco Popular de la Buena Fe. Sol de Otoño”.	2010	Argentina
Bebczuk , Ricardo N.	“Access to credit in Argentina”. CEPAL.	2007	Chile
Bekerman , Marta	“Avanzar: Microcréditos y capacitaciones en Buenos Aires”.	2012	Argentina
Bekerman, Marta	“Las microfinanzas y sus desafíos en la Argentina (Iniciativas para la transparencias financiera)”.	2007	Argentina
Bekerman, Marta	“Microcréditos y capacitación”. International Development Matters.	2009	México
Bekerman, Marta; Iglesias, Florencia	“The situation on microfinance in Argentina the case of THE PROJECT AVANZAR”.	2006	Argentina

Bekerman, Marta; Ozomek, Sabina	"Microcréditos para sectores de bajos recursos en la Argentina: la experiencia del proyecto avanzar".	2003	Argentina
Bekerman, Marta; Rikap, Cecilia	"Heterogeneidad estructural y microemprendimientos pobres en la Argentina".	2012	USA
Bukstein, Gabriela	"Análisis de las entidades de microfinanzas y beneficiarios en la Argentina".	2004	Argentina
Bulat, T.	"La experiencia argentina de un fondo de segundo piso para las operaciones de microfinanzas". UBA.	2002	Argentina
Canepa , Juan Ignacio	"Microcréditos en crisis: ¿El fin de la economía solidaria?". Ciencia & Tecnología.	2011	Argentina
Carballo, Ignacio E; Grandes, Martin	"Estimaciones de la demanda potencial de microcréditos Argentina 2011". UCA.	2013	Argentina
Carbonetti, Clara; Muñoz, Ruth; Ozomek, Sabina; Verbeke, Griselda	"Las finanzas y la Economía Social. Experiencias Argentinas".	2007	Argentina
Chahbenderian, Florencia; Castro Mattei, Rodrigo.	"¿Crédito o subsidio? Algunos aspectos introductorios de los créditos a los que acceden las destinatarias de los Programas de Transferencia Condicionada de Ingreso".	2013	Argentina
Chidiak, Martina; Bercovich, Néstor	"Microcrédito y gestión de servicios ambientales urbanos: casos de gestión de residuos sólidos en Argentina". CEPAL.	2004	Chile
CONAMI	"Nuestra palabra tiene crédito".	2010	Argentina
CONAMI	"Nuestra palabra tiene crédito. Primer Congreso Latinoamericano de Microcrédito".	2011	Argentina
Córdova Herrera, Margarita Consuelo; Muñoz, Ruth	"Regulación microfinanciera en América del Sur: análisis y propuestas de abordaje como un caso de política socioeconómica".	2010	Argentina
Crotto, Miguel E.	"Una economía para 8 millones de pobres. (Carta a un intendente)".	2013	Argentina
Crouzel, R.	"¿Por qué las microfinanzas no se desarrollan con más éxito en Argentina?".	2009	Argentina
Curat, Pablo; Lupano, Jorge; Gineste, Luciana	"Microfinanzas en Argentina y en América Latina: Regulaciones, Instituciones y Políticas".	2007	Argentina
Curat, Pablo; Lombardi, Javier; Lupano, Jorge	"Microfinanzas, el subdesarrollado caso argentino a la luz de la experiencia latinoamericana".	2005	Argentina
Davico, Gisela	"Empoderamiento femenino a través de programas de microcrédito en Argentina".	2004	Argentina
Debandi , Juan Agustín	"Estudio Cuantitativo microcréditos en la Argentina: estimación de su demanda potencial y análisis del perfil de sus destinatarios".	2014	Argentina
Dilena, Oscar	"Microfinanzas: Sugerencias para la formulación de programas de microcréditos".	2004	Argentina
Doudthitzky, Samanta; Koberwein, Adrián	"El microcrédito como política social y como proyecto político: confianza, participación y compromiso en el Banco Popular de la Buena Fe".	2010	Argentina
Eaglehurst , Muriel Zúñiga	"Acceso al crédito de las mujeres en América Latina". CEPAL.	2004	Chile
Economist Intelligence Unit	"Microscopio Global 2014, Análisis del entorno para la inclusión financiera". BID.	2014	EEUU
FONCAP	"Microfinanzas en Argentina".	2010	Argentina

FONCAP	"Elementos para el diseño de programas de microcrédito: un aporte al desarrollo de las microfinanzas en Argentina".	2005	Argentina
Foschiatto , Paola y Stumpo, Giovanni	"Políticas municipales de microcrédito". CEPAL.	2006	Chile
Frigerio, Magdalena	"Microcrédito rural en Argentina. El Caso C.A.U.Que.Va. (En Transformaciones Globales y Territorios: Desarrollo Rural en Argentina Experiencias y aprendizajes)".	2008	Argentina
González, Verónica	"El Programa de Empresas Comunitarias de Desarrollo Local (EMCODEL) ¿Una alternativa en programas de microcrédito?".	2002	Argentina
González, Verónica	"La construcción del microcrédito como política pública: de las "organizaciones pioneras" al Programa Nacional".	2001	Argentina
Impulso Argentino	"Estrategias de financiamiento inclusivas e integrales: publicación especial de los trabajos ganadores del concurso".	2014	Argentina
Impulso Argentino	"La economía social y solidaria: La vision de Impulso Argentino".	2005	Argentina
Impulso Argentino	"Abrir el juego. Primera experiencia de capacitación de bancas comunales".	2015	Argentina
Koberwein, Adrián	"Consumo y dinero: transacciones legítimas, acuerdos y conflictos interpersonales en un programa de microcréditos". RUNA-UBA.	2011	Argentina
Larraín, Christian	"¿Existe un modelo de microfinanzas en América Latina?". CEPAL	2009	Chile
Litman, Leila	"La construcción del microcrédito como política pública: de las "organizaciones pioneras" al Programa Nacional".	2011	Argentina
Martínez, Javier; Curat, Pablo; Aduriz Isidro, Font, Esteban	"Financiamiento a emprendedores en el Conourbano Bonoarense".	2010	Argentina
Mena, B.	"Microcréditos: un medio efectivo para el alivio de la pobreza".	2004	Argentina
Ministerio de desarrollo Social	"Resolución 2757: Monotributo Social Microcrédito Costo Cero".	2011	Argentina
Ministerio de desarrollo Social	"Documento de trabajo: 1º Congreso Latinoamericano de Microcrédito…"Nuestra Palabra tiene Crédito".	2010	Argentina
Ministerio de desarrollo Social	"Manual Operativo para Metodologías de Grupos Solidarios Serie: Instrumentos de Gestión Nº 1".	2010	Argentina
Molouny, Luis; Grandes, Martin	"Estimaciones de la probabilidad de Demanda de Microcréditos en la Argentina". UCA.	2014	Argentina
Muñoz, Ruth	"Finanzas para la economía social".	2007	Argentina
Palomino, Héctor; Salvatore, Nicolás; Schvarze, Jorge	"La debilidad de las microfinanzas en la Argentina: entre las restricciones del sistema financiero y la conducta de los pobres".	2003	Argentina
Pedroza, Paola	"Microfinanzas en América Latina y El Caribe: El sector en cifras". BID.	2010	EEUU
Pedroza, Paola; Navajas, Sergio	"Microfinanzas en América Latina y el Caribe. Actualizaciones de datos". BID.	2010	EEUU
Pescarmona, Mónica	"Grameen: una experiencia argentina de microfinanzas".	2009	Argentina

Promesur Consulting Group,	"Instrumentos innovadores para el financiamiento rural en el Cono Sur". BID.	2003	EEUU
Putero, Lorena	"¿La promoción del microcrédito como herramienta de promoción de la Economía Social?". La Revista del CCC.	2011	Argentina
RADIM	"Mapeo de las instituciones de microcrédito de Argentina". RADIM.	2012	Argentina
Repetto, Gastón	"Microfinanzas en Argentina: estimación del mercado atendido y demanda potencial". BCRA.	2010	Argentina
Repetto, Gastón	"Potencial y principales desafíos de las microfinanzas en Argentina." BCRA.	2010	Argentina
Sanchis, Alberto; Viú, Gabriel	"Delimitación de la Población Meta del Programa Nacional del Microcrédito".	2009	Argentina
Schreiner, M.	"Las microfinanzas en la zona rural de Argentina". Washington University st.	2000	USA
Schreiner, Mark; Colombet , Héctor Horacio	"Microfinance, Regulation, and Uncollateralised Loans to Small Producers in Argentina".	2001	USA
Schreiner, Mark; Colombet, Héctor Horacio	"From Urban to Rural: Lessons for Microfinance from Argentina". Development Policy Review.	2001	USA
Schreirmer, Mark	"Las microfinanzas en la zona rural argentina". Microfinance Risk Management.	2001	USA
Silva, Cristian; Errecalde, Santiago; Recalde, Emiliano; Martínez, Merlina; Arnaiz, Christian	"La Universidad Nacional de Quilmes y la extensión. Desarrollo de tecnologías sociales para la promoción de Otra Economía: la implementación del Crédito a la Comercialización Solidaria". Revista Otra Economía.	2011	Argentina
Sosa, Rosana E.	"Sentidos de educar que constituyen otra economía. El Banco Popular de la Buena Fe". Revista Pilquen.	2012	Argentina
Tapella, Esteban; Frigerio, María-Magdalena	"Old wine in new bottles? Rural credit and small scale agriculture: Lessons from the case of Social and Agricultural Programme in Argentina". Cuadernos de Desarrollo Rural.	2011	Argentina
Tuesta , David; Sorensen Gloria, Haring, Adriana; Cámara, Noelia	"Inclusión financiera y sus determinantes: El caso Argentino".	2015	Argentina
Viale Jodar; Juan José	"Microcrédito: fundamentos teóricos, aspectos regulatorios y contexto en Argentina".	2008	Argentina

EL TRABAJO INFORMAL EN ARGENTINA. POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO A PYMES.

Liliana Galán, Eduardo De Giusti, Verónica Díaz Arive, Estefanía Solari y Virginia Luna.

Instituto de Investigaciones Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata (Argentina).

RESUMEN

Este trabajo se basa en el análisis de la informalidad laboral, identificada como uno de los principales indicadores de la precariedad laboral. El alcance del mismo se refiere a la informalidad del trabajo en Argentina, medida para el período del cuarto trimestre del año 2013, tomando como base de datos para la elaboración de indicadores, la EPH que elabora anualmente el INDEC.

Como objetivos fueron planteados los siguientes: analizar el nivel de trabajo informal en la Argentina, la relación entre género y trabajo informal en la Argentina, así como también la relación entre el tamaño de la empresa y el trabajo informal, la intensidad de la relación laboral (es decir, ocupación plena, sobreocupación o subocupación) y la antigüedad del empleo.

Para dar respuesta a los objetivos, se realizaron: análisis descriptivos univariante según la naturaleza de cada variable, tablas de contingencia, seleccionando las respectivas frecuencias y contraste de hipótesis nula de independencia entre pares de atributos con el estadístico chi cuadrado de Pearson. Para las estimaciones se utilizó el programa Stata 11.1.

De los resultados de la investigación, se puede destacar que el nivel de trabajo informal en la Argentina es cercano al 43%, que de los trabajadores informales, casi el 47% son mujeres y por consiguiente el 53% restante está representado por hombres. Con lo cual no se evidencia una marcada diferencia entre géneros al momento de analizar la relación de esta variable con el trabajo informal en Argentina. Por último, al analizar la relación entre tamaño de la empresa y trabajo informal, se observa que hay una fuerte disminución del trabajo informal a medida que aumenta el tamaño de la empresa.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Introducción

Desde hace varios años, el tema de la informalidad laboral en la Argentina ha atraído la atención de especialistas en el mercado laboral y en temas de protección social. La preocupación por los efectos negativos que este fenómeno produce sobre el crecimiento económico y el bienestar de los trabajadores y sus familias ha llevado a muchos gobiernos a tomar medidas de distinto tipo, buscando atenuar los impactos, así como la informalidad en sí misma (Novick, M. et al. ,2008).

Es importante destacar que la informalidad laboral puede ser analizada como parte de un concepto más amplio el de precariedad laboral, al respecto si bien hay distintas definiciones disponibles en la bibliografía acerca de qué se considera precariedad laboral (Santamaría López, 2009; López Pérez & Zubiri Rey, 2012; Novick, M, et.al, 2007), es primordial abordar la precariedad laboral analizando "dimensiones" que están presentes en diversos grados y modalidades en todas las formas de empleo. Según (Cano Cano, 1998) se pueden mencionar cuatro dimensiones:

- Temporalidad: la inseguridad sobre la continuidad de la relación laboral, que contempla no sólo las situaciones de trabajo temporal sino también los trabajos clandestinos o los empleos contractualmente estables pero amenazados por un alto riesgo de pérdida del puesto de trabajo por situaciones de crisis económica;
- Vulnerabilidad: la degradación y vulnerabilidad de la situación de trabajo, definida por la falta de control del trabajador sobre las condiciones de trabajo (jornada, asignación de tareas, salud laboral) y por el empeoramiento de estas condiciones respecto de ciertos estándares;
- Insuficiencia de ingresos salariales: asociada fundamentalmente a los subempleos y trabajos a tiempo parcial pero también a la discriminación salarial;
- Desprotección laboral: la reducción de la protección social para el trabajador, particularmente la restricción en el acceso a las prestaciones por desempleo y jubilación.

Es así como la no registración del empleo (trabajo informal) que es comúnmente utilizado como el indicador proxi de precariedad y no agota la complejidad del fenómeno, es un buen indicador para tener una primera aproximación al fenómeno de la precariedad laboral.

A su vez la precarización laboral la definió la OIT como aquella que se caracteriza por su inestabilidad, por la inexistencia de contrato, o la falta de un contrato de carácter indefinido (Pok, 2007, citado por Gómez Vélez, A, 2010).

1.2. Definición y algunos antecedentes del "trabajo informal"

En los años 80 Portes, Castells y Benton (1989), consideraban al sector informal como un fenómeno inherente al sistema capitalista y no como un producto exclusivo del capitalismo periférico. En este sentido, su énfasis está puesto en la descentralización productiva y en la maximización de la ganancia.

La apertura comercial y la globalización exigen a las empresas modernas la reducción de los costos de producción, principalmente los laborales, para hacer frente a una creciente competencia. Esto se logra mediante la subcontratación de productos y mano de obra trasladando las fluctuaciones de la demanda hacia el exterior de la firma. En las empresas subcontratadas muchas veces se eluden los mecanismos de regulación laboral y desprotección del Estado, permitiendo a las grandes empresas la recomposición de los márgenes de ganancia; por ello, esta óptica identifica a los ocupados en actividades informales como asalariados ocultos de las grandes empresas.

En este contexto el sector informal está compuesto por "pequeños empresarios orientados por un espíritu similar al de los orígenes del capitalismo que no pueden alcanzar un desarrollo pleno debido a la excesiva regulación estatal en torno de las actividades económicas" (de Soto, 1987 citado por Novick, M, et.al, 2007).

Si bien hay distintas definiciones sobre el trabajo informal podemos definirlo como:

"aquel que desarrolla actividades laborales por fuera del marco legal, por lo cual los trabajadores se ven imposibilitados de acceder, entre otros, a los beneficios del sistema de protección social y , por lo general, son perceptores de ingresos sustancialmente más reducidos que lo que reciben los trabajadores formales" (Novick, M, et.al, 2007).

En relación a esto, es importante destacar la definición que realiza sobre el concepto la OIT, la misma incorporó a su tradicional definición de sector informal asociado a actividades de subsistencia en segmentos marginales de la economía, una de las vertientes del concepto de empleo precario, asociada al empleo no registrado. Es decir, que se amplió el concepto de informalidad para incorporar a trabajadores que no están sujetos a la legislación laboral, más allá del sector (formal o informal) en el que desarrollen sus actividades (Banco Mundial, et al. 2005).

En relación al marco legal, en la Argentina la ley 20.744 establece entre otros aspectos que los asalariados tienen derecho a cumplir con una jornada regulada de trabajo,

vacaciones pagas, aguinaldo, indemnización, cobertura médica, de riesgo de trabajo y previsional; y a percibir ingresos iguales o superiores al salario mínimo vigente. El incumplimiento de esta normativa deriva en condiciones de precariedad laboral por la consecuente carencia del acceso a estos beneficios; resultando informales los asalariados que se encuentran trabajando sin la protección de la legislación laboral.

Los trabajadores informales tienden a ser personas jóvenes, con menor nivel de educación, que trabajan en pequeñas empresas y sectores como el comercio y la construcción, traduciéndose esta situación en menores ingresos por su empleo (Banco Mundial, 2008).

Por otra parte, Novick, M, et.al, 2007, realizan una distinción importante en cuanto a si el trabajo informal se produce en unidades formales o informales:

- Las unidades productivas informales sólo pueden generar trabajo informal por incumplir con la totalidad de las normas tributarias, contables y laborales.
- En cambio en las unidades formales, a diferencia de la anterior, el trabajo informal es consecuencia de la evasión de las obligaciones laborales de empresas organizadas y estructuradas.

Al respecto, el empleo informal en Argentina es heterogéneo y no se limita a las empresas
que son enteramente "informales". Según datos del Banco Mundial (2008), en GBA, el 30 por ciento de los empleados informales trabajan para las empresas que son al menos en parte formal. Un 18 por ciento adicional de los empleados informales son contratados por los hogares directamente. El resto de los trabajadores informales son divididos casi en partes iguales entre el trabajo independiente y el empleo informal o en empresas familiares.

1.3. Políticas públicas orientadas a reducir la informalidad laboral en Argentina durante la última década

1.3.1. Asalariados informales en unidades productivas formales

Un 30% de los trabajadores informales están ocupados en unidades productivas formales. Se trata de asalariados contratados al margen de la normativa laboral por empresas que tienen al menos una mínima capacidad económica, lo que les permitiría, en principio, regularizar la relación laboral. Para este grupo se destacan las siguientes acciones ejecutadas desde el Estado Nacional:

- El Plan Nacional de Regularización del Trabajo que tiene el objetivo de alcanzar cada vez mayores niveles de registro laboral, apuntado a detectar el trabajo no registrado, el parcialmente registrado, las formas atípicas y encubiertas de relación laboral y la subcontratación "elusiva". En los últimos años se han inspeccionado a nivel nacional más de 442 mil empresas y fiscalizado la situación registral de casi 1,3 millones de trabajadores, logrando que un porcentaje relevante de estos establecimientos blanqueen a sus empleados.
- El Programa de simplificación registral establece un nuevo esquema de registración que propone un procedimiento único que facilita la inscripción de los trabajadores, la identificación de los empleadores y la fiscalización sobre el cumplimiento de la normativa vigente, allanando el camino para reducir el trabajo informal.
- La normativa establecida para las PyME (Ley Nº 25.877) prevé un descuento de sus contribuciones patronales a la seguridad social por el término de 12 meses, por cada trabajador que incorpore. La reducción consiste en una exención parcial de las contribuciones al sistema de la seguridad social, equivalente a un tercio de las contribuciones vigentes.

1.3.2. Trabajadores informales en unidades productivas informales

Se identifica un grupo de trabajadores que desempeña sus actividades en unidades productivas informales, es decir, al margen de toda normativa que regula su actividad. Este grupo representa la problemática más compleja porque involucra a distintos actores con características bien diferenciadas: se trata de asalariados y trabajadores independientes que ascienden al 44% del total del trabajo informal. Estos trabajadores se desempeñan en el sector informal de la economía que es, en términos generales, consecuencia del insuficiente desarrollo del sistema productivo. Para el tratamiento de este grupo el Estado Nacional desarrolla una serie de medidas que priorizan dos dimensiones: la inclusión social y el desarrollo productivo y regional. En este contexto, cobran sentido programas como el monotributo social, el Seguro de Capacitación y Empleo y los diversos planes de desarrollo económico que contemplan acciones de apoyo a emprendedores y empresas jóvenes, promoción de clusters y redes productivas con impacto en el desarrollo regional, agencias de desarrollo productivo, programas de crédito para MIPyMEs y otros que, en conjunto, tienden a orientar y apuntalar el desarrollo productivo y la generación de empleo de calidad.

1.3.3. Asalariados informales en hogares particulares

Un 18% del trabajo informal se concentra en hogares particulares, siendo en su mayoría mujeres dedicadas al servicio doméstico; el Estado Nacional impulsó medidas específicas que tienden a regularizar la situación laboral de las trabajadoras del servicio doméstico. Las mismas consisten en la posibilidad (por parte del empleador) de deducir del impuesto a las ganancias el salario y las cargas sociales correspondientes, la simplificación del sistema de registro y pago de aportes y el lanzamiento de una intensa campaña mediática con el objetivo de promover la importancia de la registración laboral. La información de AFIP indica que durante el año 2006 se formalizó la relación laboral de alrededor de 140 mil trabajadoras dedicadas al servicio doméstico.

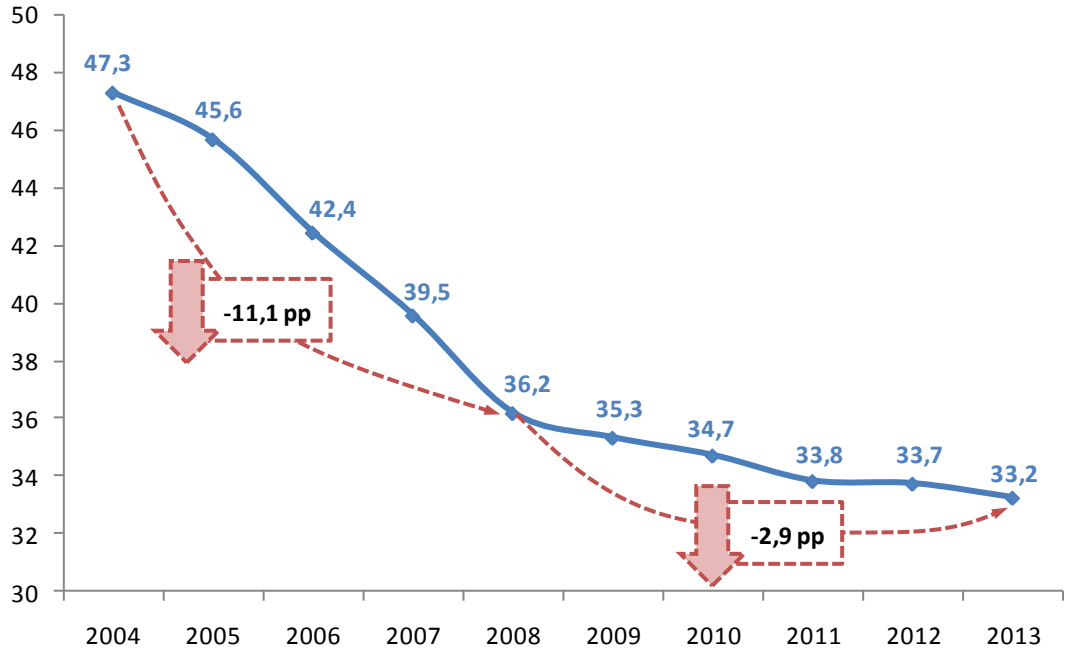
1.3.4. Resultados de las políticas públicas

Los resultados de las políticas implementadas para la reducción de la informalidad laboral se reflejan en la evolución del empleo asalariado formal (registrado) e informal (no registrado) que mide habitualmente la Encuesta Permanente de Hogares. Cabe destacar que estas dos son las únicas situaciones ocupacionales en relación a la informalidad laboral que la EPH cuantifica en forma constante.

La generación sostenida de empleo formal marca el cambio de tendencia en la historia reciente del mercado de trabajo argentino; cambio de vital importancia para revertir la expansión de la precariedad laboral ocurrida durante los últimos veinte años.

A partir del año 2003, en el marco de un patrón de crecimiento económico marcadamente diferenciado respecto del régimen anterior y junto con la aplicación de políticas específicas, se observa un cambio notable en la calidad del empleo generado.

Tasa de Empleo no Registrado. Total Aglomerados de la EPH. Asalariados de 18 años y más. En porcentaje



Fuente: Elaboración propia en base a EPH – INDEC.

1.3.5. Fuerza laboral en las pymes

En el sector de las empresas de menor tamaño, existe una falta de regulación que ha provocado una exclusión de este sector en el mercado a partir de las desiguales condiciones de competencia en que se encuentran frente al gran empresariado, lo que ha provocado una precarización del emprendimiento. Canelo, P. (2011)

Numerosos estudios a nivel latinoamericano plantean de manera sintética, que la calidad en el empleo en las Pymes se puede resumir en cinco características (Dieste, 1995, citado por Canelo, P, 2011):

- Remuneración: el nivel de salario de las Pymes es inferior al de las grandes empresas, además de que éste es marcadamente desigual entre un sector y otro de la economía, el género del trabajador y la ubicación geográfica de la empresa.
- Ventajas sociales. El acceso a la seguridad social, a que tienen derecho todos los trabajadores, no está garantizado en las Pymes, ya que un importante número de empresas evade casi totalmente las contribuciones en este rubro. Muchas veces se contrata personal sin registro en la seguridad social o éste se hace algún tiempo después de iniciada la relación laboral, lo que lleva a que

cuando la contingencia de riesgo sobreviene (desocupación total o parcial, enfermedad o accidente), la cobertura sea incompleta.

- Estabilidad en el empleo: el tipo y calidad del trabajo en las micro y pequeñas empresas generan una menor estabilidad en el empleo que, además, está ligado al índice de desaparición de las empresas recién creadas, a la rotación del personal por el bajo salario o al despido individual que el empleador puede realizar sin complicaciones, dada la ausencia o escasa presencia de sindicatos.
- Formación profesional: en las empresas grandes se verifica un poco más la intención de desarrollar profesionalmente a los empleados pero, una vez más, por las actividades que se realizan en las Pymes, generalmente no se da importancia al desarrollo profesional de los trabajadores.
- Ambiente de trabajo. En algunas Pymes existen condiciones de trabajo inadecuadas: jornadas laborales muy largas, infraestructura deficiente y mayor número de accidentes y enfermedades profesionales. La capacidad técnica y financiera de los patrones impide mejorar las condiciones de seguridad e higiene y estas situaciones deben ser aceptadas por los trabajadores porque la posibilidad de cambio es muy baja, al menos en el corto plazo.

1.3.6. Régimen especial de empleo para pymes

En relación a regímenes especiales de empleo para pymes, en el mes de marzo de 2014 el Poder Ejecutivo a través de la publicación del decreto 232/2014 puso en vigencia la reducción de hasta la mitad de las contribuciones patronales, en caso de la iniciación de una relación laboral o de la regularización de un vínculo preexistente.

A diferencia de años anteriores, la prórroga se limita "para aquellos empleadores comprendidos en el régimen de sustitución de aportes emergentes de Convenios de Corresponsabilidad Gremial suscriptos en el marco de la Ley Nº 26.377."

Recordemos que el artículo 16 de la Ley Nº 26.476 establece que, por el término de 24 meses contados a partir del mes de inicio de una nueva relación laboral, los empleadores gozarán, por dichas relaciones, de una reducción de sus contribuciones vigentes con destino a distintos subsistemas de la seguridad social.

El beneficio mencionado consiste en que durante los primeros 12 meses sólo se deberá ingresar el 50% de las citadas contribuciones, y por los segundos 12 meses se pagará el 75% de ellas, siempre y cuando el empleador mantenga la cantidad de trabajadores integrantes de su nómina.

La reducción de las contribuciones será sobre:

- Ley 24.241 SIJyP
- Ley 19.032 INSSJyP
- Ley 24.013 Fondo Nacional de Empleo
- Ley 24.714 Asignaciones Familiares
- Ley 25.191 RENATRE Trabajadores agrarios

No se encuentran comprendidas dentro de la reducción de contribuciones:

- Las destinadas a obras sociales
- Las cuotas destinadas a las Administradoras de Riesgos del Trabajo.

No corresponde cuando se ha producido la ruptura del contrato de trabajo y el mismo empleador reincorpora al trabajador en cuestión, dentro de los doce meses contados desde la extinción del contrato anterior.

El beneficio tampoco corresponderá cuando el nuevo dependiente sea contratado dentro del año contado a partir de la extinción sin causa de la relación laboral y haya estado comprendido en el régimen general de la seguridad social.

Los empleadores tampoco podrán gozar del beneficio cuando se constate personal no registrado por períodos anteriores a la fecha en que la ley tenga efecto o posteriores a dicha fecha y hasta dos años de finalizado el régimen de reducción de cargas. Así, para conservar el beneficio, las compañías no pueden disminuir la plantilla total de trabajadores hasta dos años después de la finalización del régimen de beneficios.

2. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo analizar:

- El nivel de trabajo informal en la Argentina.
- La relación entre género y trabajo informal en la Argentina.
- La relación entre el tamaño de la empresa y el trabajo informal, la intensidad de la relación laboral (es decir, ocupación plena, sobreocupación o subocupación) y la antigüedad del empleo.

3. METODOLOGÍA

El presente trabajo basa sus estimaciones en los microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares – EPH cuarto trimestre 2013, publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INDEC. La Encuesta Permanente de Hogares (EPH) constituye un programa nacional de producción sistemática y permanente de indicadores sociales, que permite conocer las características sociodemográficas y

económicas de la población. La información se releva a través de una muestra de tipo estratificado, con etapas múltiples de selección, según la cual se eligen en una etapa final hogares, encuestándose a todos sus integrantes.

Para las estimaciones se seleccionaron aquellos encuestados cuya respuesta en "estado ocupacional" fue "ocupado". Así como en "categoría ocupacional" respondieron ser obreros o empleados y trabajar en empresas privadas.

Para aproximar al concepto de "trabajo informal" se utilizó la pregunta de la EPH: "¿Por ese trabajo tiene descuento jubilatorio?", suponiendo entonces que quienes tienen descuento jubilatorio se encuentran registrados y quienes no lo tienen se encuentran en situación de informalidad laboral.

Se analizaron también las cuestiones de género, y a su vez la intensidad del trabajo, así como la antigüedad en el empleo en relación al tamaño de empresa en la que se encontraban ocupados.

Por otra parte, la variable tamaño de empresa fue definida según la definición del Banco Mundial que realiza la siguiente clasificación: empresas que poseen menos de 5 empleados (microempresas), entre 5-19 empleados (pequeña), 20-99 empleados (mediana), y más de 100 empleados (grandes), considerando la pregunta de la EPH donde se les pregunta a los encuestados la cantidad de empleados que tiene la empresa donde trabaja, cabe aclarar que fueron eliminados los valores missing que presentaba la variable.

Es importante mencionar que cuando definimos las empresas por tamaño no sabemos si estamos frente a empresas constituidas formalmente o informalmente

En el tratamiento estadístico de los datos se ha efectuado:

- Análisis descriptivo univariante según la naturaleza de cada variable.
- Tablas de contingencia, seleccionando las respectivas frecuencias.
- Contraste de hipótesis nula de independencia entre pares de atributos con el estadístico chi cuadrado de Pearson.

Para las estimaciones se utilizó el programa Stata 11.1.

4. RESULTADOS

En la Tabla 1, se puede observar que de los encuestados analizados (obreros o empleados que trabajan en empresas privadas) un 57,2% manifestó contar con aportes jubilatorios por su empleo.

Tabla 1 - ¿Tiene descuento jubilatorio por su empleo?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6947	57,2
No	5189	42,8
Total	**12136**	**100,0**

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH.

Al analizar la proporción de hombres y mujeres en relación a si cuentan con aportes jubilatorios, las diferencias originadas por el sexo de los encuestados resultan significativas (p-valor <0.01), de esta manera de los ocupados que tienen descuento jubilatorio por su empleo un 63,7% es hombre y sólo un 36,3% mujeres (Tabla 2).

Tabla 2 -Relación entre trabajo informal y sexo del encuestado

	¿Tiene aportes jubilatorios?		
Sexo	**Si**	**No**	**Sig.**
Varón	63,7	53,1	***
Mujer	36,3	46,9	
Total	**100,0**	**100,0**	

*** p-valor<0.01

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH.

Por otra parte, en la Tabla 3 se observa la relación entre trabajo informal y tamaño de la empresa, el porcentaje de ocupados que tiene aportes jubilatorios por su empleo crece significativamente a medida que el tamaño de la empresa donde trabaja es mayor (p-valor <0.01), de esta manera de quienes cuentan trabajan en microempresas un 28,6 % tiene aportes jubilatorios por su empleo, en el caso de las pequeñas empresas el porcentaje asciende a 60,5%, en las medianas a 84,1% y finalmente en las grandes a 93,2%.

Tabla 3 -Relación entre trabajo informal y tamaño de la empresa

	¿Tiene aportes jubilatorios?			
Tamaño de la empresa	**Si**	**No**	**Total**	**Sig.**
Microempresas	28,6	71,4	100,0	***
Pequeñas	60,5	39,5	100,0	
Medianas	84,1	15,9	100,0	
Grandes	93,2	6,8	100,0	

*** p-valor<0.01

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH.

Luego de aquellos que se encontraban empleados con aportes jubilatorios se analizó la intensidad de la relación laboral (Tabla 4) en este caso independientemente del

tamaño de la empresa la mayoría presenta ocupación plena, seguido de sobreocupación y por último subocupación horaria.

Tabla 4 - Intensidad de la relación laboral y tamaño de la empresa

Intensidad	Tamaño de la empresa				
	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes	Sig.
Subocupación horaria	8,6	3,8	2,8	2,2	***
Ocupación plena	52,5	51,3	53,5	55,7	
Sobreocupación horaria	38,9	44,9	43,7	42,1	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	

*** p-valor<0.01

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH.

Por último, de aquellos cuyo empleo les originaba aportes jubilatorios, se analizó la antigüedad en el empleo (Tabla 5), se presenta mayor antigüedad a mayor tamaño de la empresa, así por ejemplo el porcentaje de empleados que trabajaban en microempresas hacía más de 5 años es de 27,2%, en el caso de pequeñas cae a 5,8%, en el caso de medianas empresas asciende a 50,2% y en el caso de grandes empresas a 57,2%.

Tabla 5 - Antigüedad en el empleo y tamaño de la empresa

Intensidad	Tamaño de la empresa				
	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes	Sig.
Menos de un mes	6,0	5,1	2,3	1,3	***
1 a 3 meses	11,7	10,4	4,3	3,2	
Más de 3 a 6 meses	7,8	8,7	3,8	2,6	
Más de 6 a 12 meses	8,1	10,6	5,3	4,0	
Más de 1 a 5 años	37,5	59,2	34,0	31,6	
Más de 5 años	27,2	5,8	50,2	57,2	
Ns./Nr.	1,6	0,3	0,1	0,1	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	

*** p-valor<0.01

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH.

5. Conclusiones

El nivel de trabajo informal en la Argentina es cercano al 43%.

De los trabajadores informales, casi el 47% son mujeres y por consiguiente el 53% restante está representado por hombres. Con lo cual no se evidencia una marcada diferencia entre géneros al momento de analizar la relación de esta variable con el trabajo informal en Argentina.

Al analizar la relación entre tamaño de la empresa y trabajo informal, se observa que hay una fuerte disminución del trabajo informal a medida que aumenta el tamaño de la empresa.

En cuanto a la intensidad de la relación laboral, considerando a los empleados que tienen aportes jubilatorios, se observa que independientemente del tamaño de la empresa, la mayoría presenta ocupación plena, seguido de sobreocupación y por último subocupación horaria.

Por último, de aquellos cuyo empleo les originaba aportes jubilatorios, se analizó la antigüedad en el empleo, y los resultados arrojaron que se presenta mayor antigüedad a mayor tamaño de la empresa.

El efecto de las políticas públicas implementadas por el Estado Nacional en los últimos 10 años, permite observar un cambio notable en la calidad del empleo generado, habiendo descendido la cantidad de trabajadores informales en términos globales. Estas políticas, sin duda, han tenido un impacto favorable en las Pymes, que son quienes presentan mayores niveles de trabajo informal, permitiendo que este tipo de empresas puedan generar empleos en un marco de formalidad.

No obstante queda planteado para futuras investigaciones el hacer un análisis que no sólo profundice la temática, sino también que amplíe el horizonte temporal del análisis.

BIBLIOGRAFÍA

Cano : el caso de la industria valenciana del mueble" Cuadernos de Relaciones Laborales No 13. Madrid, pp 207-227.

Gómez Vélez, A, 2010). Calidad de vida laboral de los empleados temporales. Revistas Ciencias Estratégicas. Vol 18 Nro. 24, julio-diciembre 2010 pp225-236, Medellín Colombia.

Novick, M., Mazorra, X., & Schleser, D. (2008). Un nuevo esquema de políticas públicas para la reducción de la informalidad laboral. Aportes a una nueva visión de la informalidad laboral en la Argentina, 23.

Novick, M., Mazorra, X., & Schleser, D. (2007). Recuperando políticas públicas para enfrentar la informalidad laboral: el caso argentino 2003-2007. In Interregional Symposium on the Informal Economy, Ginebra, noviembre.

Canelo, P. (2011) Trabajo decente y PYMES. Dos años de derecha neoliberal en el gobierno, Revista laboral ICAL 41.

López Pérez, I. & Zubiri Rey J.(2012). Precariedad laboral de los jóvenes y segmentación por la edad en Rhône-Alpes. XIII Jornadas de Economía Crítica, "Los costes de la crisis, alternativas en construcción", Sevilla, 9-11 de febrero 2012.

Banco Mundial. (2007). Informalidad: escape y exclusión. Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y El Caribe.

Banco Mundial (2008). ARGENTINA Labor Market Study Informal Employment in Argentina: Causes and Consequences, March 27, 2008.

Ley 20.744

Zevallos Vallejos, E. G. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. Revista de la CEPAL.

Cubillo, J. (1997). La inteligencia empresarial en las pequeñas y medianas empresas competitivas de América Latina: algunas reflexiones. Ciência da Informação, 26(3).

Dapena, J. P., & Dapena, J. L. (2003). Sistemas de Información en Pymes y acceso al crédito en contextos de asimetría de información (No. 252). Serie Documentos de Trabajo, Universidad del CEMA: Área: negocios finanzas.

La informalidad laboral bajo la lupa UNA REALIDAD HETEROGENEA. Gacetilla de prensa del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Argentina.

Julio C. Neffa (Coordinador); Sebastián Alvarez Hayes; Agustina Battistuzzi; Eugenio Biaffore; Andrea Suarez Maestren (2008) "La informalidad, la precariedad laboral y el empleo no registrado en la provincia de Buenos Aires". 1a ed. - La Plata: Ministerio de Trabajo Provincia de Buenos Aires; Buenos Aires: Centro de Estudios e Investigaciones Laborales - CEIL-PIETTE, 2008. ISBN 978-987-24777-0-7.

La Informalidad Laboral en el Gran Buenos Aires. Una nueva mirada Resultados del Módulo de Informalidad de la EPH. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS), Banco Mundial, Indec.

TRAYECTORIAS DE TRANSICION E INSERCION LABORAL DE LOS GRADUADOS LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN, ORIENTACIÓN RECURSOS HUMANOS, EN LAS PYMES DE LA REGIÓN

Rábago, Carlos Daniel, Fariña, María Alejandra y Rubio María Agustina

cdrabago@yahoo.com.ar
mafarinia@hotmail.com
rubioagustina.ar@gmail.com

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires – Facultad de Ciencias Económicas.

MARCO CONCEPTUAL

En el marco de estudio de los individuos y las organizaciones, donde se dan múltiples relaciones e interdependencias y los alumnos comienzan sus primeras experiencias laborales , nos pareció interesante estudiar en el ámbito de nuestra Facultad de Ciencias Económicas las trayectorias de transición e inserción laboral en un universo acotado a los graduados Licenciados en Administración, orientación Recursos Humanos.

Veremos así, como se vinculan los mismos con las Pymes de la región, como acceden a su primer trabajo, como se desarrollan en las organizaciones y si hay una correlación entre los conocimientos brindados en esa Unidad Académica y las competencias necesarias para desarrollar su trabajo.

El objeto de estudio en curso trata entonces sobre las variables de análisis: trayectorias de transición e inserción en pymes - puestos de trabajo - formación académica.

Partimos así, analizando por un lado, los conceptos generales de la Sociedad del Conocimiento enunciada por Peter Drucker (en su libro “La era de la discontinuidad”, 1969, entre otros) y por otro, los conceptos de competencias mas recientes, infiriendo que los mayores avances en la productividad de las organizaciones se están dando por los individuos con las competencias necesarias y por la aplicación del conocimiento en ellas.

En la llamada “Sociedad del Conocimiento”, en la que, de acuerdo con Peter Drucker, el principal motor del desarrollo económico de organizaciones y naciones es la capacidad de producir y gestionar el saber, la Universidad asume un papel protagónico que le exige replantear sus relaciones con la sociedad. (Maritza Ruiz de Vargas, 2006)

De esta manera podremos analizar si los egresados de nuestra Facultad logran hacer efectiva la transición de sus estudios académicos al desempeño laboral en el área de conocimiento que han elegido vocacional y voluntariamente luego de completar el ciclo básico de la carrera, optando por una orientación, en este caso Recursos Humanos (hay 4 orientaciones mas que no se analizan por ahora), que consiste en ampliar la materia básica con otras dos materias, un seminario de aplicación práctica, y actividades de Libre Elección, donde además luego desarrollan su trabajo final de carrera para graduarse.

La metodología utilizada fue de tipo cualitativo y cuantitativo, encuestándose a todos los graduados (91 personas) de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNICEN, Licenciados en Administración, orientación Recursos Humanos desde el 2005 al 2013. De los mismos respondieron 72 personas, es decir aproximadamente el 80% de los mismos, considerando dicha cifra como importante y representativa del total.

Es necesario, desde la teoría, acotar un poco para este trabajo el concepto de formación académica y su aplicación profesional en las organizaciones, dado que existen muchas definiciones y conceptos al respecto.

“Sabemos que la formación académica universitaria responde a una demanda social, que debe brindar soluciones al resto de la comunidad a través del conocimiento organizado y científico.”(Foro Permanente para la Actualización del perfil del graduado en Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 2007).

Entendemos que la formación profesional (formación académica que incluye práctica profesional) debe ser aplicada a la acción en las organizaciones para poder ser útil y completa. En caso contrario solo estaríamos formando en las Universidades a personas con conocimientos teóricos, que pueden tener alguna correlación en la práctica en el pasado, pero que no interactúan en el presente para poder con creatividad e innovación, y voluntad poder resolver el futuro de las organizaciones, que es cada vez mas dinámico y cambiante.

Para ello es menester tener en cuenta el concepto de “competencia”, que se viene desarrollando timidamente en los años 90 y con un poco mas de fuerza en los últimos 15 años en el área. A modo de comprender de que estamos hablando podemos considerar la definición de Pareda (2001) referido al siguiente concepto de Competencia:

- Saber: como conjunto de conocimientos o “competencias duras”.

- Saber-hacer: capacidad de aplicar los conocimientos a la solución de situaciones concretas de trabajo, cada vez menos estructuradas.
- Saber-estar: asociado a las "competencias blandas"; relaciones interpersonales, capacidad para trabajar con otros, comunicar, liderar.
- Querer-hacer: en referencia a la responsabilidad, la iniciativa y el compromiso con el logro de objetivos.

Por otro lado, si tomamos el concepto de competencia según el Consejo Federal de Cultura y Educación. Argentina, competencia es:

"Un conjunto identificable y evaluable de conocimientos, actitudes, valores y habilidades relacionadas entre sí que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en el área ocupacional".[49]

Es sumamente importante la formación Universitaria en aspectos transversales, adhiriendo a la idea de enseñanza donde deben impartirse valores dependiendo del ámbito de desempeño de cada profesión.

En cuanto a las competencias específicas del área de Recursos Humanos, un grupo de investigación dirigido por el profesor David Ulrich de la Universidad de Michigan, lleva 20 años indagando cuales son las características de un buen profesional de Recursos Humanos.

Las 6 competencias que el autor mencionado identifica actualmente en el área de estudio son las siguientes:

- Credibilidad Personal
- Gestión del Talento y Diseño Organizativo
- Cultura
- Socio del Negocio: entender el negocio y el contexto general de la industria.
- Arquitecto de la Estrategia
- Ejecución Operativa

Ahora bien, esto no es todo, cabe hacer referencia, al nuevo paradigma que nos enfrentamos actualmente al hablar del ámbito de incumbencia de los egresados de las Facultades de Ciencias Económicas como lo es la Responsabilidad Social Empresaria.

49 Res. 55/96 Consejo Federal de Cultura y Educación Argentina

En este sentido, es menester citar las concepciones e ideas expuestas por Bernardo Klinksberg, pionero de la ética para el desarrollo, el capital social y la responsabilidad social empresaria.

"Las ideas predominantes sobre el rol de la empresa en la sociedad han cambiado aceleradamente en los último años. Durante décadas la visión con más preponderancia era la que sostenía que la única responsabilidad de la empresa privada era generar beneficios a sus dueños, y que sólo debíamos rendirles cuentas a ellos. En el siglo XXI fuerzas históricas emergentes exigen que las empresas vayan mucho más allá. Que produzcan una ruptura paradigmática con las visiones anteriores, y se transformen en la empresa con alta responsabilidad social empresaria. La RSE es una exigencia ética de la sociedad, pero al mismo tiempo es el modo en que la empresa pueda reciclarse para el siglo XXI."[50]

Como resultante, podemos concluir que se requiere de egresados con un enfoque con conciencia socialmente responsable, para lo cual hay que enseñar contenidos acorde a ello, y lo mejor es realizar tareas (acciones) donde los alumnos desarrollen esas competencias.

La sociedad civil abarca no sólo el vasto entramado asociativo de las organizaciones sin fines de lucro o no gubernamentales y las redes que estas integran, sino también el espacio económico a través de sus empresas.

Las organizaciones citadas por el autor, son sin lugar a duda, ámbitos posibles donde los egresados de carreras como Licenciatura en Administración podrán desempeñarse.

"En el siglo XXI fuerzas históricas emergentes exigen que las empresas vayan mucho más allá. Que produzcan una ruptura paradigmática con las visiones anteriores, y se transformen en la empresa con alta responsabilidad social empresaria. La RSE es una exigencia ética de la sociedad, pero al mismo tiempo es el modo en que la empresa pueda reciclarse para el siglo XXI."[51]

Lo dicho, deja a la luz, las exigencias en cuanto a los requerimientos del desempeño de los graduados en empresas que no cabe duda, requieren de los egresados un enfoque con conciencia socialmente responsable; por ello, la necesidad de hacer un análisis exhaustivo de la Responsabilidad Social Universitaria.

---

50 Libro: "Primero la Gente" ISBN: 978-950-9445-5 Autor: Bernardo Klinksberg
51 Libro: "Primero la Gente" ISBN: 978-950-9445-5 Autor: Bernardo Klinksberg

Lo expresado, da lugar a considerar lo que se define como Responsabilidad Social Universitaria. Es menester destacar la importancia que tiene para las universidades tanto el concepto teórico como práctico de lo que implica considerar un enfoque socialmente responsable.

"Las universidades son cada vez más conscientes de que su función no se puede realizar con calidad al margen de la responsabilidad social que, como instituciones, se les exige.Y no solo porque las universidades, tanto públicas como privadas, son posibles gracias a la financiación de la sociedad, a través del Estado o de sus estudiantes y sus familias, sino también porque la formación de los estudiantes que acogen les debe preparar para ejercer como profesionales en un contexto social, tecnológico y cultural cada vez más complejo. Un contexto en el que la sostenibilidad necesaria, a todos los niveles, solo será posible si los profesionales y los ciudadanos saben integrar adecuadamente la práctica profesional y el ejercicio de responsabilidad social."[52]

En este sentido, es importante destacar la importancia de ver a las universidades como organizaciones socialmente responsables, tanto en su rol de actor social como de agente formador.

Cabe citar lo que destaca Alberto Edgardo Barbieri, Vicerrector de la Universidad de Buenos Aires y Decanos de la Facultad de Ciencias Económicas en la revista FONRES , del mes de Febrero de 2014, "La universidad, como institución, no es ajena a las necesidades de la sociedad. El hombre está inmerso en la totalidad del cuerpo social y todo su universo es objeto de conocimiento."

Este concepto de responsabilidad social, cabe aclarar que se encuentra en pleno auge y por ello debe tenerse muy en cuenta para hacer su "correcta" interpretación.

Adhiriendo a las definiciones anteriores, es importante resaltar el rol de la universidad en el marco de responsabilidad social, considerando un enfoque formativo y profesional para el desarrollo sustentable y sostenible.

"Hoy la educación debe orientar todos sus esfuerzos para tratar de crear condiciones que permitan a las generaciones más jóvenes adquirir las competencias necesarias

52 Autores: Miquel Martínez, María nieves tapia, Concepción naval, laura Campo, antonio Madrid, Isabel Carrillo; Jaume Carbonell, Merche Ríos, Ulises Araújo, Valeria Arantes, Katharina Schlierf, Alejandra Boni, J. Félix lozano, Maribel de la Cerda, Xus Martín, Josep Maria Puig Colección educación universitaria Director: José Carreras Barnés Fecha: Junio 2010 http://elibros.octaedrotextos.com/pdf/110173Aprendizaje.pdf

para poder vivir de manera sostenible y sustentable tanto a nivel personal, como laboral y comunitario.

La universidad como institución social de referencia es, lo quiera o no el profesorado, un referente en la transmisión de los principios éticos de las profesiones y un lugar en el que se aprenden valores y contravalores."[53]

Es por todo ello la importancia de este estudio, dado que nos muestra si la formación es adecuada al medio, como ingresan los profesionales a las organizaciones, que métodos implementados por las Universidades pueden permitir un mejor acceso a la vida laboral, como se realiza el reclutamiento y la inserción de los jóvenes profesionales, entre otras cosas.

1. TRABAJO DE CAMPO

Como parte del trabajo de campo se llevó a cabo un relevamiento de información primaria mediante encuestas a un universo de 91 personas de las cuales 72 han contestado la misma. Ello constituye un alto grado de respuesta (aproximadamente 80%) de los graduados en Ciencias Económicas de la UNCPBA egresados desde el año 2005 al 2013, como así también una encuesta a una muestra de 50 empleadores (PYMES con mas de 10 empleados) de la zona de incumbencia de la FCE-UNICEN (Tandil, Azul, Olavarria, Necochea, Tres Arroyos, entre otros).

Para la elaboración del modelo de encuesta se contó con el asesoramiento de especialistas en estadística y los resultados obtenidos son observados mediante las técnicas de interpretaciones analíticas y análisis interpretativos (Arnal J. Et al, 1992) a fin de la elaboración del informe final sobre las trayectoria profesional de los graduados.

1.1. Resultados de la encuesta a graduados FCE-UNICEN

Las edades de los encuestados se constituyen de la siguiente forma, menos de 25 años un 17%; entre 25 y 35 años 79%, y entre 35 y 45 años el 3% restante.

En relación a los estudios alcanzados, el 90% poseía sólo estudios de grado y el 10% restante de post-grado.

53 Autores: Miquel Martínez, María nieves tapia, Concepción naval, laura Campo, antonio Madrid, Isabel Carrillo; Jaume Carbonell, Merche Ríos, Ulises Araújo, Valeria Arantes, Katharina Schlierf, Alejandra Boni, J. Félix lozano, Maribel de la Cerda, Xus Martín, Josep Maria Puig Colección educación universitaria director: José Carreras Barnés Fecha: Junio 2010 http://elibros.octaedrotextos.com/pdf/110173Aprendizaje.pdf

Un 76 % de los encuestados manifestaron haber trabajado previo a su graduación, de los cuales un 78% trabajo durante el ciclo profesional, mientras que solo el 13% lo hizo durante toda la carrera y el 9% en el ciclo básico.

La inserción laboral según lo expresado por los graduados la obtuvieron a partir de los siguientes medios de reclutamiento:

- 35% Por recomendación
- 19% portal de empleo de la universidad
- 12% Portales de búsqueda laboral
- 8% Consultoras de RRHH
- 8% Avisos en periódicos y ferias de empleo
- 18 % Otros.

El tiempo que tardaron en acceder al primer empleo, un 64 % tardó menos de seis meses, un 32% tardó entre 6 meses y 1 año, y solo el 4% más de un año.

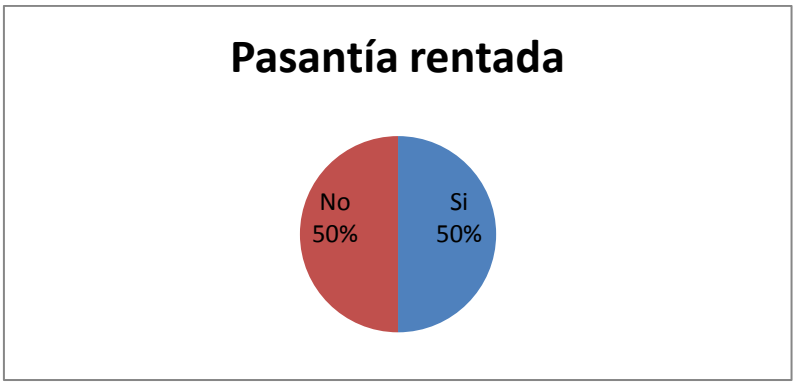
El ámbito de inserción laboral de los encuestados:

- 46% por el sector terciario
- 42% por el sector primario
- 8% por el sector cuaternario
- 4% por el secundario.

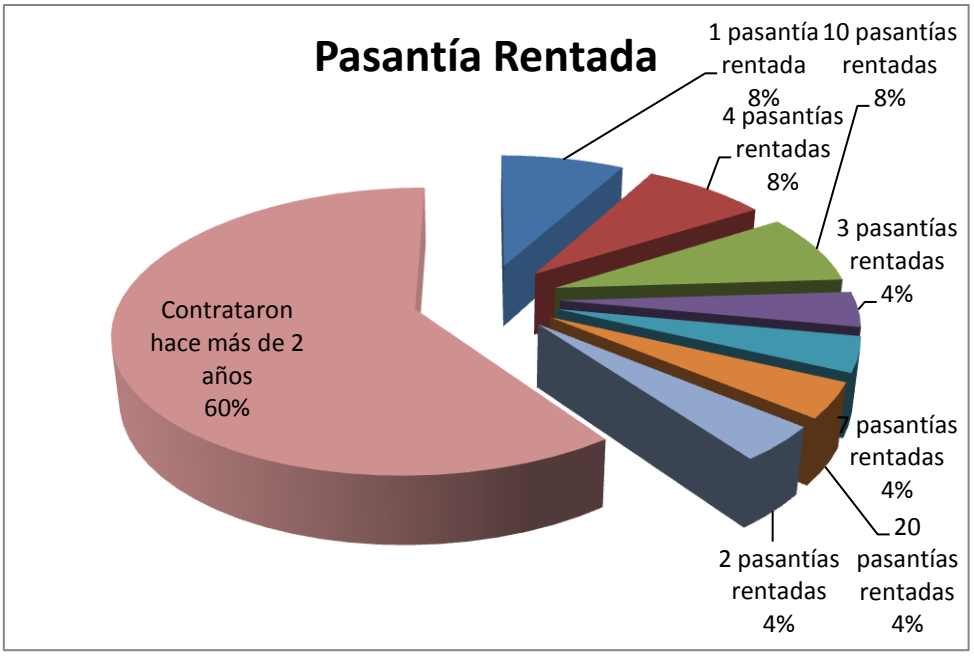
1.2. Resultados de las encuestas a empleadores

Se llevaron a cabo encuestas a 50 empleadores (con 10 o más empleados) de la zona de incumbencia de la FCE-UNICEN, arrojando los siguientes resultados, respecto a la inserción laboral de estudiantes avanzados y graduados:

1.3. Pasantía rentada

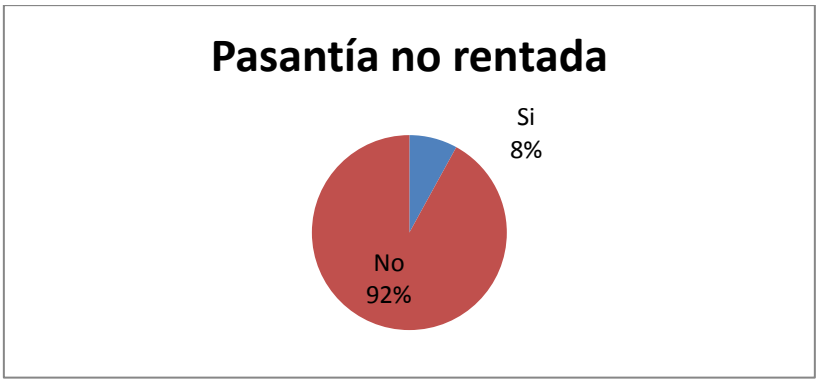


El 50% de los empleadores trabaja con pasantías rentadas, mientras que el otro 50% no lo hace.

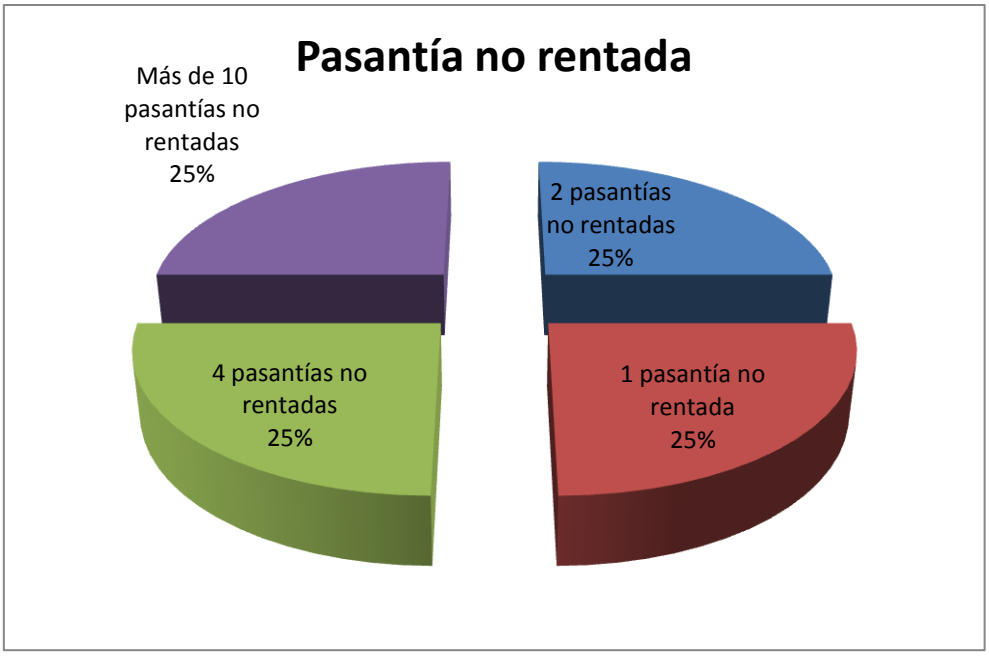


Del 50% de las empresas que sí han contratado Pasantías Rentadas, el 60% han contratado hace más de dos años, mientras que el 8% de las empresas ha contratado 1, otro 8% ha contratado 4, también un 8%, contrató 10 pasantías. Luego, un 4% de las empresas ha contratado 2, 3, 7 y 20 respectivamente.

1.4. Pasantía no rentada

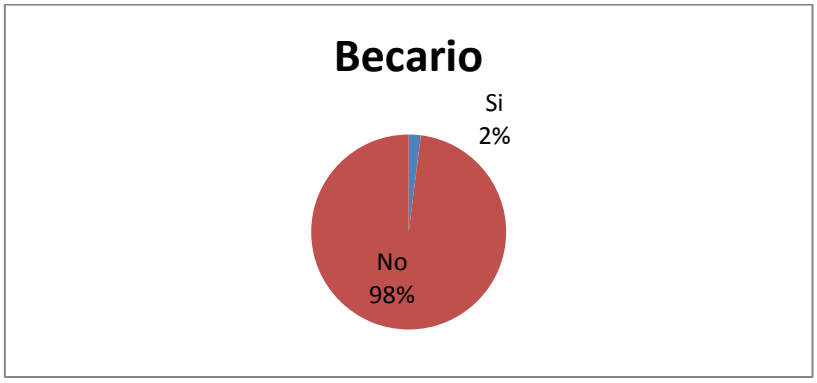


El 8% de los empleadores trabaja con pasantías no rentadas, mientras que el 92% no lo hace.

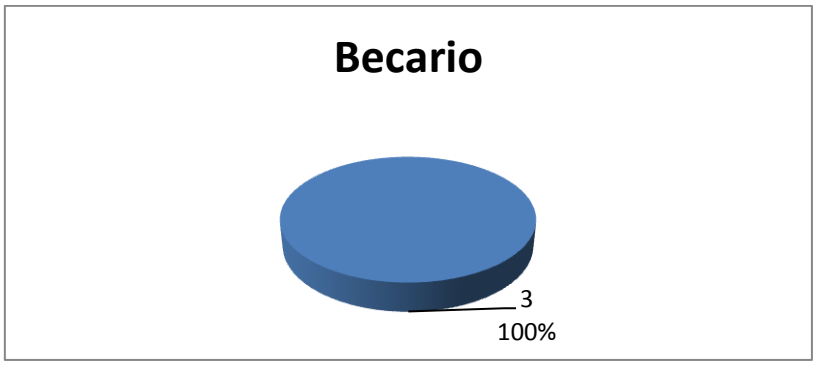


Del 8% de los empleadores que contrata pasantes no rentados, un 25% ha contratado 4 pasantes, otro 25% ha contratado 1 pasante, un 25% ha empleado más de 10 pasantes no rentados y por ultimo un 25% ha contratado 2 pasantes.

1.5. Becario

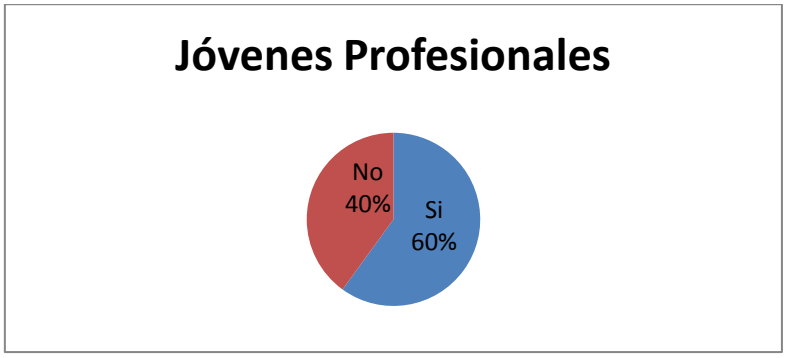


El 2% de los empleadores trabaja con becarios, mientras que el 98% no lo hace.

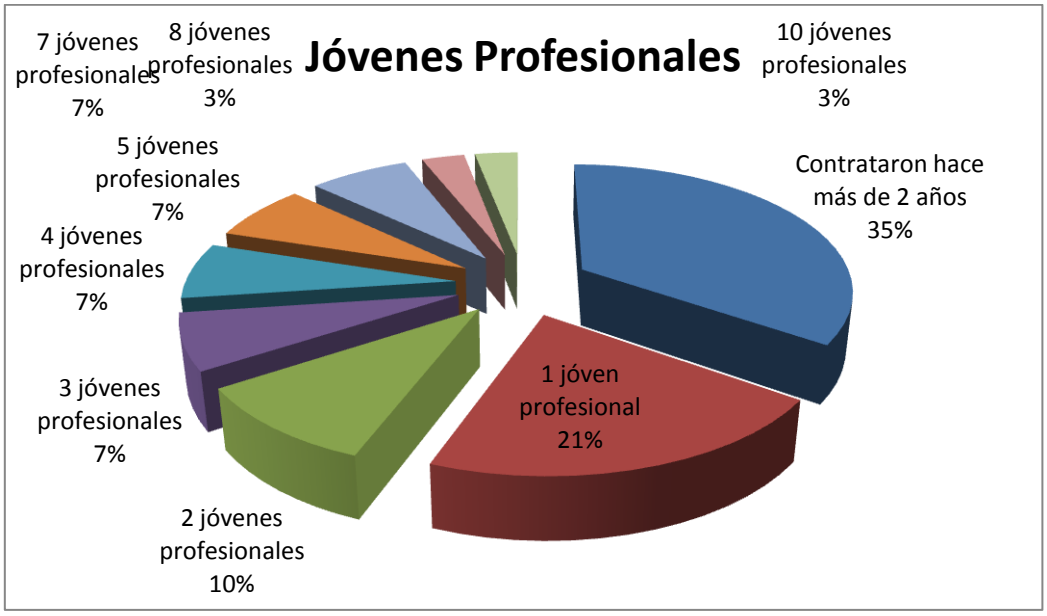


Del 2% de las empresas que han contratado becarios en los últimos dos años, el 100% ha empleado a 3 becarios.

1.6. Jóvenes profesionales



El 60% de los empleadores trabaja con jóvenes profesionales, mientras que el 40% no lo hace.



Del 60% de las empresas que trabajan en sus instituciones con jóvenes profesionales, el 21% emplea 1 joven profesional, el 35% ha contratado jóvenes profesionales hace ya más de 2 años, un 10% ha contratado a 2, un 7% ha contratado a 3, un 7% ha empleado a 4, un 7% trabaja con 5, un 3% ha contratado a 8 jóvenes profesionales, un 3% ha empleado a 10 y un 7 % ha seleccionado 7 jóvenes.

En cuanto a la lacalización de los puestos de trabajo:

- 56% situados en la localidad de Tandil
- 35% Provincia de Buenos Aires
- 9% Otras Provincias y/o exterior.

2. CONCLUSIONES

Este estudio nos muestra si la formación obtenida es adecuada al medio, como ingresan los profesionales a las organizaciones, que métodos implementados por las Universidades pueden permitir un mejor acceso a la vida laboral , como se realiza el reclutamiento y la inserción de los jóvenes profesionales, y como es el desarrollo de los mismos en las organizaciones, entre otras cosas.

Los resultados del trabajo de campo arrojan además que en el primer empleo de los graduados en Lic. en Administración (orientación Recursos Humanos), las principales áreas abordadas en la práctica se encuentran constituidas en primer lugar por Administración de personal, Comportamiento organizacional y Técnicas de Recursos Humanos, constituyendo las áreas menos abordadas en la práctica las Relaciones laborales y aspectos Estratégicos de Recursos Humanos.

Respecto de la situación laboral actual de los graduados, el 50% se encuentran desempeñando puestos laborales de jerarquía Junior pero existe un alto porcentaje de egresados desempeñando puestos Semi-senior y Superior en un 39% y 11% respectivamente.

Los resultados arrojan que el 25% de los encuestados con empleo lo hacen en un lugar de hasta 10 personas y en el otro extremo, un 33% de los encuestados se encuentran empleados en lugares de más de 90 personas.

La formación profesional debe ser aplicada a la acción en las organizaciones para poder ser útil y completa. En caso contrario solo estaríamos formando en las Universidades a personas con conocimientos teóricos, que pueden tener alguna correlación en la práctica en el pasado, pero que no interactúan en el presente para poder con creatividad e innovación, y voluntad poder resolver el futuro de las organizaciones, que es cada vez mas dinámico y cambiante.

Como resultante, podemos concluir que se requiere de egresados con un enfoque de competencias acordes a las que necesitan las organizaciones, para lo cual hay que estar atentos a lo que demanda el mercado laboral, y saber enseñar contenidos acorde a ello, y lo mejor es realizar tareas (acciones) donde los alumnos desarrollen esas competencias, considerando un enfoque formativo y profesional para el desarrollo sustentable y sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

Arnal, j; Del Rincón d; Latorre,a. (1992) : Investigación Educativa: Fundamentos y metodología; Labor Barcelona, España.

Boscherini, F; Yoguel, G. (2000) Aprendizaje y competencias como factores competitivos en el Nuevo escenario: algunas reflexiones desde la perspectiva de la empres,(2000) Centro Antares de Forli y Universidad Nacional de General Sarmiento, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Fernández Berdaguer, L. (2000). "Educación superior, los jóvenes y el trabajo". 3º Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Trabajo (ALAST) Buenos Aires.

Filmus, D.(1998) Las transformaciones educativas en Iberoamérica. Tres desafíos: Democracia, desarrollo e integración, Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) Troquel, Argentina.

Gallart, M. (Coor) (1995) La formación para el trabajo en el final de siglo: entre la reconversión productiva y la exclusión social. Educación y Trabajo Nº 4. Red Latinoameriana de Educación y Trabajo (CIID-CENEP)

Gallart, M. y Jacinto,C. (1995), Competencias laborales: tema clave en la articulación educación-trabajo, Boletín de la Red Latinoamericana de Educación y trabajo, CIID-CENEP, Año 6, Nro.2, Buenos Aires.

García Montalvo J., Peiró, J., Soro Bonmatí A. (2003) Capital humano. Observatorio de la inserción laboral de los jóvenes 1996-2002. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas –IVIE-, España, Fundación Bacaja. En versión digital: http://obrasocial.bancaja.es/#capital/observatorio.htm

Gómez, M. (2000) El mercado de trabajo para los universitarios egresados recientes. Universidad Nacional de Tres de Febrero. Colección Universidad y Sociedad.

Jacinto, C, (1996) Los jóvenes y el trabajo. De la inserción laboral a la transición larga y compleja, UBA, Argentina Buenos Aires.

Levy-Levoyer, C, (20.02), Gestión de las competencias Barcelona, Gestión 2000.

Monteiro Leite, E. (1996), El rescate de la calificación. Nuevas trayectorias

organizacionales: impactos sobre el trabajo y la calificación. Montevideo, CINTERFOR.

Novick, M, Bartolomés, M. Buceta y otros (1998) Nuevos puestos de trabajo y

competencias laborales, papeles de la Oficina Técnica Nº 6, Montevideo, Cinterfor/OIT.

Pareda, F. (2001) "Técnicas de gestión de recursos humanos por competencias".Madrid. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Pino Mejías. J. (2003). Estudio de la inserción laboral de los titulados en las

Universidades de Andalucía. KADMOS España.

Ruiz de Vargas, Maritza. Pisicología desde el Caribe N°17, Junio 2006. “Competencias laborales y la formación universitaria” ISSN 0123417X.

Samperi, R; Collado, C; Pilar Baptista, L (1991) “Metodología de la Investigación”. Mc Graw-Hill, México

Vidal García, J. (2003) Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios. (León) KADMOS España.

Zandomeni N, Rábago Carlos, Fariña Alejandra, Proyecto de Investigación FCE-UNICEN. 2012. El mercado laboral de graduados en Ciencias Económicas, Licenciados en Administración con orientación en Recursos Humanos, de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Proyecto N° 03/B146.

Zandomeni, N y Chignoli, S. (2008), Estudio de seguimiento de egresados. El caso de los recientes graduados de la FCE-UNL, Revista Ciencias Económicas, Año 6.

IMPACTO DE LA REFORMA LABORAL MEXICANA DE 2012 EN LAS PYMES DEL SECTOR SERVICIOS DE 2012-2014

Rosa María González López, Lilia Vázquez Martínez, Jorge Pérez Mejía, Pedro García Caudillo y Diana Romero Pérez

rossyadmon@gmail.com

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Facultad de Administración. Puebla, Puebla. México. Mayo de 2015.

RESUMEN

La situación laboral en México es una consecuencia de la puesta en marcha de la Reforma Laboral aprobada en 2012 y se releja de manera determinante en diferentes factores como la productividad y la competitividad de los trabajadores y de las empresas entre otros. Además, es un hecho que cada día el número de trabajadores que ganan menos va en aumento y la generación de fuentes de empleo en decremento.

- Por otro lado, según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación divulgados en el mes de marzo de 2015 la informalidad del comercio indica que el 58% de los mexicanos trabajan en la informalidad o están vinculados a dicho sector resultando que cerca de 31 millones de mexicanos no tengan prestaciones como la seguridad social, a pesar de tener una ocupación laboral y alrededor de 15 millones ni siquiera tienen un contrato que les garantice sus derechos laborales.
- En relación al crecimiento económico, uno de los principales objetivos de la política gubernamental es hacer de México un país más competitivo y generador de más y mejores empleos; que, para lograrlo se ha implementado la promoción de la actividad empresarial, el fomento al turismo y el fortalecimiento de la banca de desarrollo fundamentándose en la aprobación a la reforma de la Ley Federal del Trabajo de 2012.
- De tal forma que en esta investigación se analiza la situación laboral en México como resultado de la Reforma Laboral aprobada en 2012 para determinar su impacto en las Pymes y evitar así la no garantía de que los empleos generados sean mejores para los trabajadores en comparación con los ofertados antes de ese año con la aprobación de la Reforma Laboral.

1. MARCO CONCEPTUAL

El primer diseño de “contrato-marco laboral”, fue realizado en México y, se consideró como un modelo de regulación laboral a seguir en América Latina y se plasmó en el

artículo 123 de la Constitución Política Mexicana, que data desde inicios del año 1917; precepto que si bien ha sufrido ya 20 reformas en sus 90 años de vigencia, todavía no termina de adecuarse a esta época, de fronteras virtuales fruto de la firma de tratados comerciales, y de las nuevas formas en cuanto a relaciones laborales se refiere

De esta manera se insertaron los lineamientos básicos regulatorios en el ámbito del trabajo subordinado en la Constitución mexicana y permitió el surgimiento de 2 legislaciones para regular las relaciones laborales y la protección social: la Ley del Seguro Social en 1929 y la Ley Federal del Trabajo en 1931 y, que de acuerdo a lo publicado por el Dr. Ruiz Moreno (2008: 12) en la Revista Práctica Fiscal, Laboral y Legal-Empresarial el "Derecho del Trabajo se ha convertido en una elemental estrategia política, económica y social de todas las naciones del orbe, sin importar su tamaño, ideología o tendencias".

2. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en México se tiene el firme compromiso de lograr mejores niveles de bienestar social para los ciudadanos a través del incremento en la productividad, la competitividad de las empresas y la inversión en ciencia y tecnología. Sin embargo, en la economía del conocimiento y de las actividades productivas se basan la creación de bienes y servicios de alto valor agregado basado en conocimiento y cuyo funcionamiento se sustenta de manera predominante en la producción, distribución y uso intensivo del conocimiento y la información.

Con respecto a la situación de contratación con respecto a la oferta y demanda desde una perspectiva nacional Casandra Garrido Trejo (2011) indica que lo importante es la diferencia disponible entre cualidades y cantidades exigidas por la demanda, específicamente en las empresas e instituciones. En este marco, Acemoglu (1998y 2002), ha ejercido gran influencia en este tema y presenta un modelo que vincula los salarios a la oferta y demanda generados por la frontera de posibilidades tecnológicas, considerando dos tipos de contratación de los trabajadores que son sustitutos perfectos y de eso depende su salarios. Supone también que el mercado laboral es competitivo.

Javier Andrés (2014) refiere que los salarios dependen de características de las empresas que no forman parte de la utilidad de los trabajadores y después se continua con Jordi Jaumandreu (2011) quien describe las diferencias de los costos laborales y muestra un pequeño análisis de los sistema de los datos salariales de individuos y

empresas debido a que cada vez en los estudios de economía laboral empírica, estos arrojan invariablemente un resultado sorprendente y por ultimo Jürgen Weller con sus postulados refiere acerca de las tendencias del empleo en América latina y el caribe donde describe todas la reformas económicas aplicadas en la región y la evolución del empleo y sus características.

2.1. Preguntas

¿Cuál es el impacto de la Reforma a la legislación laboral de 2012 en los salarios mínimos percibidos en las contrataciones de manera eventual y definitiva en PYMES de servicios de 2012 a 2014?

¿De qué manera esta reforma de Ley influyó en las empresas del sector de PYMES de servicios con la modificación del tipo de contratación?

¿Entre los años 2012 y 2014 la población económicamente activa contratada por outsourcing, incrementaron su economía derivada del nivel de ingreso?

2.2. Objetivo

Analizar la situación laboral de las Pymes de servicios en México a partir de la Reforma a la Ley Federal del Trabajo aprobada en 2012 para determinar su impacto en el número de salarios mínimos percibidos con las contrataciones eventual y definitiva por outsourcing; sin considerar el porcentaje de empleos generados por la economía informal durante los años 2012 a 2014.

3. HIPÓTESIS

El bajo índice de empleos eventuales y definitivos por outsourcing y la disminución del número de salarios mínimos en las contrataciones en las Pymes de servicios de 2012 a 2014 son consecuencia directa de la reforma a la Ley Federal del Trabajo aprobada en 2012.

A partir de la aprobación de la reforma de 2012 a la Ley Federal del Trabajo, el número de salarios mínimos establecidos en las contrataciones de trabajadores fue menor al de años anteriores.

4. METODOLOGÍA

El presente es un estudio de caso sustentado en una investigación que mediante procesos cualitativos donde se analizó una situación real para responder al planteamiento del problema y probar las hipótesis. Por lo que, el artículo presenta un

análisis de la situación laboral en México a partir de la implementación de la Reforma Laboral aprobada en 2012 y sus implicaciones.

En particular se determinó el impacto y perspectiva de las Pymes de servicios con respecto al número de salarios percibidos por trabajador antes y después de la Reforma, así como el incremento o no del índice de empleos eventuales y definitivos; sin considerar el incremento de los empleos generados por la economía informal.

En este orden de ideas, el trabajo se sustenta en primera instancia en una investigación documental y posteriormente en una investigación de campo para obtener los resultados y experiencias propias a partir de la puesta en marcha de esta Reforma Laboral; es decir, se trata de la presentación de experiencia respondiendo al ¿Cómo? y ¿por qué?.

Se empleó un método inductivo que permitió llegar a los resultados del trabajo de campo y de la expertis de los investigadores a las conclusiones; mediante datos e información obtenidos por descripciones y análisis estadístico que señala que es una indagación empírica donde se investigó un hecho dentro de un contexto laboral.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con especialistas, mejorar el mercado laboral sigue siendo uno de los retos más apremiantes para el gobierno y el sector privado, ya no sólo no se crean los empleos necesarios, sino que son de baja calidad, con salarios bajos y, en muchas veces, poco acceso a la seguridad social.

Al modificarse las condiciones de Trabajo se permite la ampliación de tareas, el cambio de los días de descanso estipulados en los contratos laborales y de las horas de la jornada laboral ya que se pueden ajustar diariamente en función de las necesidades de la producción y no de cláusulas establecidas en común al momento de la contratación.

Si se considera que el freno para la economía en la actualidad es mayor y que la problemática para las empresas se incrementa se puede relacionar este fenómeno tanto a la reforma de la Ley Federal del Trabajo y al recorte presupuestal de 2015 en donde a la educación se le aplica un recorte del 34%, al desarrollo social el 60% y a salud el 6%.

En el país cada año se suma alrededor de 1 millón de personas que buscan una fuente de ingresos; sin embargo, pese a la reforma laboral, aún no se genera esta cantidad. Según la Secretaría del Trabajo, en el 2014 se crearon 714,526 empleos

formales, es decir, 72% de los requerimientos reales. El problema es que de esa cantidad, 25% fue eventual.

Con respecto al salario, la ley permite su fijación de manera unilateral por parte del patrón sin intervención sindical así como la fijación del monto de bonos, los pagos extraordinarios como incentivos y comisiones, cuya revisión en este último no es obligatoria.

Al mismo tiempo que desaparece el salario mínimo y se crea el salario fragmentado ya que se modifica el artículo 83 de la anterior Ley Federal del Trabajo, pagando ahora la remuneración de manera proporcional por el tiempo laborado con la base del salario mínimo. Por lo que, si se trabaja una hora diaria, se podrá pagar un octavo del salario mínimo. A una persona que labore 4 horas diarias, por ejemplo, se le pagaría apenas la mitad de un salario mínimo.

Y en consecuencia se incrementa la inestabilidad en el empleo, pues se modifica el artículo 39 de la ley laboral eliminando el texto que indica la vigencia de un contrato mientras subsista la materia de trabajo, al aprobarse la existencia de un contrato de trabajo que solo depende exclusivamente de la voluntad del patrón y no de la subsistencia de la materia de trabajo generando un incremento en los despidos injustificados.

De esta forma, se anula por completo la estabilidad en el empleo y se legaliza el libre despido sin costo para el patrón al permitirle crear contratos de: a) Prueba, b) Capacitación inicial y, c) Labores discontinúas (en este caso pueden ser de temporada o que no exijan la prestación de servicios durante toda la semana, el mes o el año). Permitiendo despidos sin indemnización.

En este caso, se permite el libre despido, liberando al patrón de entregar personalmente al trabajador el aviso de rescisión del contrato ya que la notificación podrá hacerse del conocimiento del empleado por correo certificado o por medio de la Junta de Conciliación y Arbitraje quién podrá comunicarlo por cualquier medio que estime conveniente.

A casi tres años de haberse aprobado la reforma laboral, no han generado los resultados que se esperaban, pues no hay un incremento sustancial en la productividad, ni en el incremento en las prestaciones de los trabajadores; por lo que, a corto plazo no hay una perspectiva que avizore mejoras en las condiciones laborales de los mexicanos.

En el país cada año se suma alrededor de 1 millón de personas que buscan una fuente de ingresos; sin embargo, pese a la reforma laboral, aún no se genera esta cantidad. Según la Secretaría del Trabajo, en el 2014 se crearon 714,526 empleos formales, es decir, 72% de los requerimientos reales. El problema es que de esa cantidad, 25% fue eventual.

El crecimiento económico presenta una modesta recuperación luego de dos años de debilidad cíclica, promediando un 1.4% y 2.1% en 2013 y 2014, respectivamente, aun así por debajo del crecimiento potencial (de 2.5%). El crecimiento estuvo encabezado por las exportaciones de manufactura, impulsadas en gran medida por el quinto año consecutivo de aumentos de dos dígitos en el sector automovilístico.

Los analistas mexicanos esperan que la actividad económica se acelere hasta 2017; el crecimiento del PIB se fortalecerá desde 2.9% en 2015 hasta 3.5% en 2017. El sólido crecimiento de Estados Unidos apuntalará un continuo y fuerte desempeño por parte de las exportaciones manufactureras que, se espera, derive en una recuperación gradual de la inversión y el consumo privados.

Por tanto, sin lugar a dudas no se puede hablar de innovación y progreso tecnológico, en el corto plazo si no se modifica la tendencia que inhibió el desarrollo de estas capacidades. Esto no es algo menor. Contrario a lo que algunos analistas habían especulado hoy la economía mexicana tiene una mayor dependencia de la evolución de la actividad industrial norteamericana.

6. CONCLUSIONES

Cierto es que la Reforma Laboral propuesta no resolverá todos los problemas de competitividad y mejoras laborales, pero sí es una de las medidas de política pública mexicana con mayor potencial para revertir su deterioro en un futuro inmediato, "aun cuando esta es joven".

Además, en su surgimiento la Reforma va encaminada al fortalecimiento de más y nuevos empleos, así como de los incentivos para que los trabajadores busquen niveles más altos de capacitación para que México cuente con una mano de obra más calificada, competitiva y mejor pagada.

En suma, la reforma laboral se aprobó con la firma idea de que ayudará a transformar al País, haciéndolo más competitivo, moderno y productivo; sin embargo, a más de dos años de la implementación de esta reforma de 2012 a la ley Federal del Trabajo aún no se han generado los beneficios esperados para los trabajadores como son el

incremento del número de salarios, mejores prestaciones laborales; generación de fuentes de trabajo y mejorar los sueldos pagados.

Durante el estudio, el efecto es contradictorio pues la reforma ha quedado en el papel de sólo liberar los tipos de contratación, reducir las obligaciones patronales, minimizar las cargas a las empresas por los juicios laborales y se da un bajo índice de empleos eventuales y definitivos por outsourcing; imponiendo dificultades en este tipo de contrataciones en las PYMES de servicios quienes son el objeto de estudio de este trabajo. Sustentando que el impacto de la Reforma a la legislación laboral de 2012 con respecto al número de salarios mínimos percibidos por las contrataciones de manera eventual y definitiva por outsourcing en las PYMES de servicios de 2012 a 2014, es negativo y se disminuyeron la prestaciones laborales otorgadas.

Con respecto al porcentaje de empleos generados entre los años 2012 y 2014 estos como se mencionó, no se incrementaron caso contrario con la economía informal que aun cuando no es caso de esta investigación, esta si se incrementó.

Con respecto al impulso de la productividad con beneficios compartidos para los trabajadores y las PYMES del sector servicios no se han propiciado las condiciones que estimulen el crecimiento económico y las inversiones, para generar más y nuevos empleos con ingresos superiores al número de salarios mínimos percibidos antes a 2012.

Este trabajo no pretende ser alarmista en este sentido con los primeros resultados obtenidos, se sugiere continuar con el seguimiento de los efectos e impactos de la reforma y el desempeño de México en el subíndice que califica el funcionamiento del sistema político para evitar que esta Ley favorezca prácticas anti-democráticas en el sistema político y que subsistan estructuras corporativistas que nada tienen que ver con el funcionamiento de un sistema político y económico moderno.

Concluyendo, el resultado de legalizar la subcontratación vía Outsourcing en las empresas generó que estas se liberaron de las obligaciones laborales, a partir de que los trabajadores contratados de esta manera trabajan para otra empresa y solo aportan la mano de obra, permitiendo posibles fraudes legales contra los trabajadores, suprimiendo la responsabilidad solidaria, escrita en el artículo 13 de la Ley Federal del Trabajo.

El uso de la subcontratación vía outsorcing de acuerdo a la Reforma de Ley se regula para reducir el costo de la fuerza de trabajo y al mismo tiempo para que los

trabajadores desempeñen el mismo rol pero con diferentes salarios y prestaciones; situación que no ocurre así en la mayoría de los casos.

Además, se deben tomar medidas de protección por medio de la contratación de servicios de suministro de personal con corporaciones serias y profesionales, y con la realización de revisiones periódicas de la subcontratación vía outsorcing para evitar en lo posible de las contingencias que pudieran derivarse de esta subcontratación de servicios de personal.

BIBLIOGRAFIA

Beccaria, L. (2007), La medición del ingreso para los estudios de Pobreza en América Latina: aspectos conceptuales y empíricos, CEPAL, Serie Estudios estadísticos y prospectivos No. 60, Santiago de Chile.

Boletín de Investigación de la Comisión de Desarrollo Seguridad Social – Sur. (Mayo, 2013: 5) Revista del Colegio de Contadores de México. (IMCP). México, D. F. No. 2

Cecchini, S. y Uthoff, A. (2008), Pobreza y empleo en América Latina: 1990-2005, Revista de la Cepal No. 94.

Dídimo Castillo y Adrián Sotelo, "América Latina: el outsourcing y la nueva precarización laboral", en: Esthela Gutiérrez, Dídimo Castillo y Adrián Sotelo (Coordinadores), Capital, trabajo y nueva organización obrera, UANL-Porrúa, México, 2012, pp. (en prensa).

Garrido Trejo, Casandra. (2011). Funcionalidad Técnica de la Educación y demanda de Profesionales. Consultado: 29/02/2015, desde http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?

Gómez Ceja, Guillermo, (2003) Metodología De Investigación Para Áreas Sociales: Guía Técnica Para Elaborar Trabajos De Investigación Documental y Conductas de Campo, Editorial Edico, México, Pp. 244.

Hernández Sampieri, Roberto. (2011) Metodología De La Investigación, 5ª Edición, Editorial McGraw Hill, México,Pp. 613.

Jiménez, Juan Pablo, Abril (2015), Desigualdad, Concentración del Ingreso y Tributación Sobre las Altas Rentas en América Latina. ISBN: 9789211218831, CEPAL.

Clemente Ruiz Durán, "México: las dimensiones de la flexiseguridad laboral", Serie Macroeconomía del Desarrollo, Santiago de Chile, CEPAL,2009 (inédito), citado por Jürgen Weller (editor), El nuevo escenario laboral latinoamericano. Regulación, protección y políticas activas en los mercados de trabajo, CEPAL-Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2009, p. 27).

Jürgen Weller, "Avances y retos para el perfeccionamiento de la institucionalidad laboral en América Latina", en: Jürgen Weller (editor), El nuevo escenario laboral latinoamericano. Regulación, protección y políticas activas en los mercados de trabajo, CEPAL-Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2009, p. 25. Para los antecedentes de la reforma laboral véase: María Luz Vega Ruiz, (editora), La reforma laboral en América Latina. Un análisis comparado, Oficina Internacional del Trabajo, OIT, Lima, 2001).

Ruiz Moreno, Ángel Guillermo. (2008). Revista Práctica Fiscal, Laboral y Legal-Empresarial.

Sotelo Valencia, Adrián, (2007). El mundo del trabajo en tensión. Flexibilidad laboral y fractura social en la década de 2000, coedición Plaza y Valdés-UNAM-FCPyS, México.

Vega Ruiz, María Luz. (2006). La reforma laboral en América Latina. Lima, Perú

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

Ley Federal del Trabajo (2012). Ultima reforma 2012. Diario Oficial de la Federación, 30 de noviembre del 2012. NU. CEPAL (2013). versión completa de dicha Iniciativa se encuentra en: http://es.scribd.com/doc/104880954/Ley Federal del Trabajo.

http://www.bidi.uam.mx/index.php?option-com_content&view-article&id-65:citar-recursos-normas-harvard&catid-38:como-citar-recursos&Itemid-65#12

http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/10/23/reforma-laboral-senado-mexico-trabajo

Herrera, Esther. (s.f). Outsourcing, nueva forma de relación laboral. Obtenida 4 de febrero de 2013, dehttp://www.administraciondenomina.mx/outsourcing-nueva-forma-de-relaci-n-laboral/

Reforma laboral: Outsourcing, al orden, (2012, 26 de septiembre). Excelsior. Consultado el 5 de febrero de 2013, de http://www.excelsior.com.mx/2012/09/26/nacional/860991

Secretaría de Trabajo y Previsión Social. (2012). Cuadro Comparativo LFT vs Reforma.pdf, p.5. Obtenido el 5 de febrero de 2012, de http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma_laboral/archivos/Cuadro%20comparativo%20LFT%20vs%20Reforma.pdf

Granados O. (2012, 7 de octubre). ¿Cómo me afecta la Reforma Laboral?. Animal Político. Obtenida el 5 de febrero de 2013, de http://www.animalpolitico.com/2012/10/como-me-afecta-la-reforma-laboral/

Moises Ibañez, O. (Enero 2009). Impacto Fiscal Del IETU En El Outsourcing En México. Consultado el 21 de septiembre de 2012, de http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/3962/1/IMPACTOFISCAL.pdf

http://www.pacarinadelsur.com/home/abordajes-y-contiendas/676-mexico-reforma-laboral-y-precariedad-social - Prohibida su reproducción sin citar el origen.

http://wwwisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/658.311-H558p/658.311-H558p-Capitulo%20I.pdf. Antonio Romero, J. (2008). Historia y definición de Outsourcing. Parte 1. Consultado el 12 febrero de 2013.

LOS PARQUES TECNOLÓGICOS COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA PÚBLICA. EL CASO DEL PARQUE TECNOLÓGICO LITORAL CENTRO

José Ignacio Diez y Yesica Soledad Dilernia

Doctor en Geografía y Lic. En Economía. Docente del Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur e Investigador del CONICET.
jdiez@uns.edu.ar.

Lic. En economía y Especialista en Gestión de la Tecnología y la Innovación. Personal administrativo de la Planta Piloto de Ingeniería Química (PLAPIQUI).
ydilernia@plapiqui.edu.ar

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el mundo viene siendo testigo de importantes cambios tecno-productivos que están alterando el funcionamiento del sistema capitalista.

La aparición del chip y del ordenador como factores claves del proceso de producción, la nueva flexibilidad de los procesos de trabajo y la emergencia de las tecnologías de la información y la comunicación, han alterado el patrón de acumulación en la economía global.

De acuerdo a Carlota Pérez (1996), la economía capitalista se encuentra en una fase producción de carácter postfordista, donde el conocimiento se transforma en un insumo fundamental de la actividad productiva.

Esta nueva forma de producir implica que la fuente fundamental de la productividad de la firma es el acervo de saberes: aquellos de carácter explícito o codificado, que pueden encontrarse en manuales y en el ámbito de la ciencia y de la técnica y los de carácter implícito, es decir aquellos que surge del propio proceso de trabajo, a través de la acumulación de habilidades.

En este contexto, de primacía de las ideas en las actividades productivas, los territorios buscan diseñar mecanismos para transformarse en verdaderas “usinas de pensamiento aplicado”, ya sea para captar capital o bien para generarlo desde cero, a partir de las competencias acumuladas por las empresas e instituciones locales.

Entre los instrumentos más utilizados para alcanzar este objetivo, se encuentran los parques o polos tecnológicos, que son iniciativas implementadas por las comunidades para ampliar la base económica de alta tecnología de una localidad o región.

Pensado como un instrumento de política pública, la conformación de tecnopolos presenta determinadas características que resulta importante remarcar.

En primer término, un parque tecnológico constituye en sí mismo una herramienta de marketing para promocionar la imagen de un territorio y posicionarlo como un ámbito privilegiado para el desarrollo de actividades productivas.

En segundo lugar, un parque tecnológico es una herramienta legal para favorecer una determinada lógica de producción, que supone la articulación público-privada (entre empresas y organizaciones científico-tecnológicas) donde es necesario regular las actividades de transferencia y es menester también establecer derechos de propiedad sobre los productos que surgen de estas relaciones.

En tercer término, un polo de estas características también permite la valorización del suelo, generando negocios de naturaleza inmobiliaria, asociados a la ampliación de servicios de infraestructura y a las mejoras edilicias y medioambientales que se derivan de su generación y puesta en marcha.

Finalmente, el tecnopolo es una forma de polarización existente al interior de un espacio más amplio. En este sentido, constituye una interfase entre relaciones productivas basadas en la proximidad y una perspectiva global más amplia que otorga estímulo para un desarrollo dinámico.

En términos estrictamente económicos, un parque de estas características constituye un intento de crear productos de base tecnológica mediante la minimización de los costos de transacción asociados a la colaboración de agentes económicos, que históricamente han contado con obstáculos para vincularse, motivo de restricciones idiosincráticas o institucionalizadas dadas.

El presente trabajo pretende analizar un caso específico de polo, este es el Parque Tecnológico del Litoral Centro (PTLC), que se encuentra radicado en la provincia de Santa Fe sobre la ruta Nacional 168.

1. ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se encuentra dividida en seis secciones. En la primera de ellas, se establece una definición de Parque Tecnológico, dado que se trata de un concepto que presenta cambios de interpretación según los tiempos, las condiciones culturales, políticas y socioeconómicas de los países.

En segundo lugar, se realiza una breve descripción del origen de los Parques Tecnológicos y sus principales características. Aquí se sintetizan en forma breve diferentes experiencias de polos provenientes de distintas partes del mundo, específicamente de Europa, Asia, y América Latina.

En tercer término, se analiza el caso particular del Parque Tecnológico del Litoral Centro. Sus rasgos fundamentales, la dinámica de los actores y su funcionamiento, a luz de lo sostenido por la teoría.

En este apartado también se describe la historia de su conformación, su forma organizativa y se ilustra con algunos números el impacto que la institución tiene sobre la economía local y regional.

En cuarto lugar, se genera un análisis FODA, para determinar las principales fortalezas y debilidades que presenta el PTLC como instrumento de política tecnológica. A partir de entrevistas, documentos y trabajos académicos realizados sobre la institución, se logran identificar estos elementos, que otorgan una verdadera dimensión de aquellas virtudes y restricciones vigentes en el accionar cotidiano de la organización.

En quinto termino se presenta un diagnostico de la performance del parque por parte de las empresas situadas en el. Específicamente se exhibe una valoración respecto a los servicios que la organización presta. El método utilizado para la recolección de esta información fue una encuesta desarrollada online a traves de una plataforma especializada en este tipo de servicios (VER ANEXO).[54]

Finalmente, se presentan las conclusiones de la investigación. En esta sección se recogen y sistematizan las evidencias y opiniones expresadas en los apartados anteriores, de forma tal de brindar un panorama general respecto a los principales desafíos que enfrenta el PTLC para seguir ejerciendo sus funciones en los años próximos.

2. MARCO TEÓRICO: DEFINICIÓN DE PARQUE TECNOLÓGICO

No existe en la literatura especializada una definición globalmente aceptada respecto a la noción de parques científico tecnológico. Esto se debe a que los parques han sido un espacio productivo, científico y técnico que ha mutado a lo largo de los años y que ha experimentado cambios de interpretación fruto de los tiempos, las condiciones culturales, políticas y socioeconómicas de los países.

[54] El sitio utilizado fue e-encuesta.com.

En este sentido, pueden encontrarse definiciones que resaltan en mayor o menor medida algún aspecto que consideran fundamental de este tipo de aglomeraciones: aquellas que exaltan la cuestión de la asociatividad, las que hacen hincapié en la transferencia de conocimiento y las más escépticas, que priorizan la cuestión relativa a la valorización del espacio urbano.

Finalmente, pueden encontrarse las que buscan abarcar al parque en su complejidad, destacando todos los aspectos que hacen de estos espacios un ámbito dinamizador de la actividad económica local u regional.

De acuerdo a Rodríguez Pose (2012), la mayoría de los académicos reconoce a los PCT como una iniciativa-generalmente pública-de creación de un área geográfica delimitada y destinada a favorecer el desarrollo y la aplicación de actividades científicas y tecnológicas.

Esta área tiene como fin promover y albergar instituciones de investigación y empresas intensivas en el uso y la generación de conocimiento, entre las que se estimula la producción y la transferencia.

Esta transferencia se da principalmente dentro del área del parque y en su entorno, pero también con instituciones de investigación y empresas localizadas fuera de él. Además, el estímulo para esta actividad ocurre mediante una gestión activa del área por parte de profesionales especializados, ofreciendo a centros de investigación y empresas servicios de alto valor añadido, así como espacio físico y servicios básicos. El objetivo último de toda esta actividad es la generación de crecimiento económico sostenible en el largo plazo dentro del territorio (Rodríguez-Pose, 2012).

En esta misma línea argumental, la APTE (1999) define a un Parque Científico y Tecnológico como un lugar dotado de servicios avanzados donde se ubican empresas, que tienen lazos formales u operacionales con una universidad, un centro de investigación o una institución de educación superior.

Desde el punto de vista de esta organización, el parque está diseñado para fomentar la creación de industrias basadas en el conocimiento y de empresas de alto valor añadido del sector terciario. Además, tiene un equipo de gestión que anima los fenómenos de transferencia de tecnología y la mejora de la competitividad de las empresas que allí se ubican.

Finalmente, para la International Asociation of Science Parks, un Parque Científico constituye una entidad gestionada por profesionales especializados, cuyo objetivo

fundamental es incrementar la riqueza de su comunidad, promoviendo la cultura de la innovación y la competitividad de las compañías e instituciones generadoras de saber instaladas en el parque o asociadas a él.

Con este propósito, la estructura estimula y gestiona el flujo de conocimiento y tecnología entre universidades, instituciones de investigación, empresas y mercados; impulsa la creación y el crecimiento de firmas innovadoras mediante mecanismos de incubación y de generación centrífuga (spin-off) y proporciona otros servicios de valor añadido así como espacio e instalaciones de gran calidad.

3. ANTECEDENTES

En las últimas décadas se han creado los Parques Científicos y Tecnológicos como una herramienta para difundir tecnología a partir del conocimiento.

El origen de los mismos se encuentra en Estados Unidos, creándose luego en Europa y posteriormente en el sudeste de Asia.

La primera experiencia de Parque Tecnológico a nivel mundial está asociada a Silicon Valley o Valle del Silicio[55].Este parque, desarrollado poco después del término de la segunda guerra mundial, está situado al sur de la bahía de San Francisco en California. Sus principales promotores fueron William Shockley y Frederick Terman (ambos miembros del cuerpo docente de la Universidad de Stanford). Allí se logro relación, cooperación y alianza para el desarrollo de tecnología entre distintos sectores de la sociedad: universidad, industria y gobierno.

El modelo denominado Triple Hélice de Etzkowitz y Leyersdorf (1966) establece que estas relaciones llevan a un proceso eficiente de coordinación que permite generar innovación. Precisamente a partir de estas relaciones generadas y de otros factores idiosincráticos y culturales, este tipo de emprendimiento alcanzo éxito.

Si bien, los distintos mundos: el científico, académico y empresarial no poseen los mismos intereses, en este espacio se generó una sinergía entre ellos cuyo objetivo fue transferir tecnología. Ocurrió que la universidad estaba interesada en el desarrollo económico, existía cooperación con empresas e implementación de otras en los establecimientos universitarios, la existencia de una demanda estimuló la innovación, la presencia de un mercado financiero hizo posible las negociaciones y además el rol del gobierno con implementacion de políticas, favoreció el desarrollo del parque.

[55]El nombre del parque se debe a que en sus inicios varias empresas de chips de silicio se asentaron ahí.

Dado su éxito, el modelo del parque de silicio se trasladó a distintos lugares del mundo, estableciéndose polos o parques en numerosos países, principalmente en economías desarrolladas.

Como se ha indicado, en distintas partes del mundo se ha querido reproducir el fenómeno pero, como los procesos fueron de tipo múltiples y específicos de un lugar, la adaptación del mismo a las distintas regiones se ha producido de forma parcial. En este sentido, Ondategui (2001) sostiene que:

"La experiencia del Silicon Valley en sus distintas manifestaciones ha dado lugar a la planificación de Parques Científicos y Tecnológico de diversa índole, que presentan cada uno particularidades específicas. Países, regiones, municipios, universidades, fundaciones y empresarios han intentado copiar los procesos que allí se produjeron, alcanzando todas diferentes resultados" (Ondategui, 2001:100).

3.1. Europa

En la década de los años ochenta, en Europa las universidades fueron quienes impulsaron la creación de parques, los cuales se estructuraron como sociedades anónimas. El objetivo de las casas de estudio era obtener una rentabilidad económica a partir de los conocimientos científicos. Específicamente, esta experiencia fue típica de países como Escocia, Holanda, Inglaterra y Suecia.

En Inglaterra, se crearon polos tecnológicos adyacentes a los campus universitarios, precisamente los de Cambridge y Herriot-Watt en Edimburgo.

Existen indicadores que dan cuenta del éxito obtenido por los mismos, como ser el aumento de inversiones, el incremento de empresas de base tecnológica, la mayor tasa de empleo y la generación de una fuerza de trabajo especializada.

En el año 1975 se funda el Parque Científico de Cambridge, el cual adquiere notoriedad diez años más tarde, a partir de un estudio denominado "el fenómeno de Cambridge". Este trabajo, además de establecer las características de la iniciativa, fue importante porque le dio relevancia a las actividades de alta tecnología.

Por su parte, Herriot-Watt en Edimburgo, también se caracterizó por contar con un importante patrimonio inmobiliario, que sirvió como un elemento extra de valorización para las empresas, además de la transferencia y la comercialización de tecnología.

Como un caso atípico al resto de los existentes en Europa, cabe mencionar el de Sophia Antípolis en Francia. Este parque se crea sin contar con una Universidad cercana y en un contexto de escasa actividad empresarial.

En la literatura especializada se establece que su éxito se genera a partir de su privilegiada situación geográfica y motivo de una exitosa estrategia pública que incentivo la radicación de empresas, en el marco de una política nacional de descentralización de la actividad económica y científica.

En términos generales, la misma consistía en incentivos para trasladar laboratorios, equipos, y personal de las universidades y otras instituciones de enseñanzas a regiones de la periferia. De esta manera, estas zonas se veían favorecidas con una oportunidad para el desarrollo tecnológico.

En el caso de Alemania, el gobierno fue también el actor más preponderante en el proceso de creación de parques científico-tecnológicos.

Entre los polos más importantes, se destaca el caso de Land, en la región de Baaden Wurtemberg. Esta región cuenta con una población superior a los diez millones de habitantes y representa el 17% del PIB total del país.

Además, dispone de una gran cantidad de institutos de enseñanza superior que están íntimamente ligados con el sector empresarial. A su vez, en Land predominan las empresas relacionadas con la fabricación de bienes de equipo y con el sector automovilístico.

La región de Baaden-Wurtemberg se caracteriza esencialmente por ser un territorio líder, que ha desarrollado una fuerte identidad propia fundamentada en un amplio entramado de grandes y pequeñas empresas en torno a los subsectores electrónico, de automoción y de ingeniería mecánica, que han permitido constituir un sector manufacturero muy dinámico y potente.

En una primera etapa, la actividad empresarial se sustentó en la iniciativa emprendida por varios inventores que a su vez ejercieron su labor como emprendedores, buscando una especialización fundamentada en los nuevos procesos de organización del trabajo.

Estos estuvieron acompañados por un elevado número de inversores pertenecientes a PYMEs, que también generaron una gran cantidad de ideas e innovaciones relevantes. La segunda etapa se articulo como respuesta a la demanda creciente de personal cualificado para las nuevas industrias; durante esta etapa se crearon algunas

de las universidades de mayor capacidad en el territorio. A su vez, el desarrollo del capital humano en la región vino acompañado de una demanda creciente de productos y servicios tecnológicos. Como un elemento diferencial propio del territorio, puede reconocerse la importante infraestructura de I+D con el que cuentan las empresas.

Baaden-Wurtemberg ostenta unas densas redes de actores que articulan el sistema regional de innovación. Entre estas redes destacan las de empresas vinculadas a los fuertes clusters industriales, ligadas a las escuelas técnicas y sobre todo, el desarrollo alcanzado por la Fundación Steinbeis para la promoción económica, que ha creado una empresa privada propia para la transferencia de tecnología.

Puede afirmarse que en Alemania se ha producido un cambio de paradigma en la política tecnológica y de innovación. Las fronteras clásicas entre la política tecnológica y la política estructural aplicada en las regiones han desaparecido y adquieren especial relevancia las acciones tanto del gobierno federal como de los estados.

La región desempeña un papel activo y poderoso en el diseño de las prioridades científicas y tecnológicas, a través de una política educativa cuyo diseño y gestión se encuentra transferido y es responsabilidad de los niveles inferiores del estado.

La política educativa se utiliza como un mecanismo para reforzar las relaciones entre la investigación académica y el tejido empresarial. La política de consenso entre el gobierno regional, las universidades y las escuelas técnicas permite desarrollar una estrategia política de largo plazo, creando las competencias científicas que requieren las nuevas áreas científicas y tecnológicas (CSIC-UPV 2003)[56].

Por otro lado, en España los parques fueron desarrollados a mediados de la década del ochenta en un contexto en el cual el sistema de innovación era débil, ya que las universidades no tenían interés por hacer trabajos en conjunto con el mundo empresarial y las empresas no veían en la innovación una herramienta de desarrollo. A lo largo de esta etapa, resulto primordial, el impulso político del estado para la creación de parques. Más tarde, en la segunda mitad de los noventa, las universidades comienzan a dar prioridad al desarrollo de parques científicos, apoyadas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, quien financio los proyectos.

[56]Consejo Superior de investigaciones Científicas – Universidad Politécnica de Valencia

Los parques tecnológicos más destacados son Valles en Barcelona; Bilbao; Valencia; Madrid-Tres Cantos.

El primer parque tecnológico español fue el de Zamudio (en Bizkaia) en 1985, primer nodo de la red de parques tecnológicos del país Vasco. Tres años más tarde, se crea el parque tecnológico de Málaga, sede corporativa de la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE).

3.2. Asia

En Asia, precisamente en Singapur se siguió el modelo de Silicon Valley con buenos resultados, ya que desde los años 80 existe un conglomerado de empresas de base tecnológica. En relación a esta cuestión, Ondategui (2001) manifiesta que:

"Durante los años 90 Singapur se destaca por su industria de alta tecnología (reparación de aviones, equipos electrónicos y servicios avanzados) que constituyen el 75% del PBI. Su puerto con excelentes instalaciones para el tráfico de contenedores, reexporta productos refinados del petróleo para los países del área y bienes de equipo para todo el mundo" (Ondategui, 2001:104)

Por su parte, Tsukuba Science City fue el primer parque construido en los años 80 en Japón. En 1960 se estableció la idea de crearlo, diez años más tarde comenzó su construcción y recién en 1980 comenzó a funcionar. Debido a esta cuestión, la literatura especializada sostiene que el desarrollo tecnológico ha sido una de las variables más significativas para explicar el crecimiento del país.

De este modo, se dieron en Japón las mejores condiciones posibles para el desarrollo económico. Entre 1953 y 1971 hubo un incremento sostenido del PBI cercano al 9% anual. Lo que permitió, básicamente una profunda transformación de su estructura económica y tecnológica.

3.3. América Latina

En la primera década del siglo XXI, se dio en América Latina el desarrollo e implementación de parques tecnológicos. Este proceso ocurrió más tarde que en los países desarrollados, debido a las particularidades propias del contexto latinoamericano, el cual difiere del de los países anteriormente mencionados. Según Carlos Botella e Ignacio Suárez (2012), la tardía difusión de la segunda revolución industrial en la región tuvo como consecuencia un atraso tecnológico respecto a las regiones más desarrolladas.

Se debe aclarar que los países subdesarrollados, presentan problemas estructurales. Algunos de ellos son recursos escasos, inflación, desempleo, debilidad en los marcos institucionales, inestabilidad política y económica, falta de inversiones extranjeras e infraestructura obsoleta. Estas condiciones provocan que en el sector de Innovación y Tecnología no se elaboren políticas consistentes que favorezcan la creación y desarrollo de parques tecnológicos. Respecto a esta cuestión, Rodríguez Pose (2012) sostiene que:

"Se puede decir que, aunque la participación del sector privado ha sido una constante en los PCT latinoamericanos, su papel ha sido de menor importancia en comparación con un porcentaje significativo de los parques europeos, y sobre todo, de los Estados Unidos, siendo su nivel de financiación privada muy escasa. La financiación de los PCT en América Latina ha sido mayoritariamente de carácter público, pero la falta de recursos ha hecho que una parte importante de los PCT identificados estén, o hayan estado durante años en fase de proyecto". (Rodríguez Pose, 2012:30)

Los inicios de este proceso datan de 1984, con la creación del Programa Brasileño de Parques Científicos. Se reconoce a Brasil como el país de América Latina con más desarrollo en esta temática.

A mediados de los años 1980, se intentan las primeras iniciativas, cuando no estaban dadas aún las condiciones suficientes y en medio de una crisis macroeconómica de importantes dimensiones.

En sus inicios las políticas aplicadas no eran de carácter científico tecnológico, sino industrial, por lo tanto eran escasos los parques donde existiese un alto contenido de I+D.

Más tarde, en la década de los noventa, comienza una política activa con respecto a la creación de parques con un perfil innovador, además de existir un mayor interés por el impacto de la ciencia y la tecnología en la economía, en todos los países de América Latina.

En Argentina las primeras iniciativas de esta naturaleza datan de la década de los 90, principalmente en Córdoba. En comparación a los parques brasileros, existe en nuestro país un número mucho menor y a su vez el tamaño y los servicios que los mismos prestan difieren. En este sentido, existen variaciones en el tamaño de las iniciativas, con respecto al número de empresas que engloba cada parque, en lo relativo al espacio físico y a la cantidad de empleados que genera cada emprendimiento.

4. PARQUE TECNOLÓGICO LITORAL CENTRO

4.1. Ubicación, historia de su creación y forma de organización

El Parque Tecnológico del Litoral Centro, se encuentra radicado en la Provincia de Santa Fe (Argentina), sobre la ruta Nacional 168.

El mismo está ubicado en una zona privilegiada, integrando el corredor Coquimbo - Puerto Alegre, en el centro de las vías de comunicación terrestres que unen el MERCOSUR. Este posicionamiento estratégico hace que el parque participe de un gran circuito comercial, tanto local como regional. A su vez, este polo tecnológico se encuentra a 2 kilómetros del centro de la ciudad de Santa Fé, a 5 kilómetros del aeropuerto, y a 2 km de la autopista que lleva a la ciudad de Buenos Aires. En este sentido, su ubicación posibilita que tanto empresarios como investigadores asociados a la institución tengan un rápido acceso a distintos centros, tanto financieros, educativos, como de consumo y recreación (Cellino, 2013).

La idea de crear el Parque Tecnológico del Litoral Centro (PTLC) se delinea en la década del noventa, con el objetivo de brindar una solución a las demandas del empresariado santafesino que buscaba aliarse al sector científico para responder a las exigencias productivas de un mercado cada vez más exigente. En un contexto de creciente incorporación de tecnología a los procesos productivos y de valor a la producción, la innovación se transforma en el factor productivo por excelencia, para lograr ser competitivo en el contexto de la globalización.

La viabilidad del proyecto tiene su fundamento en la experiencia favorable que poseían estos emprendimientos en Estados Unidos y Europa y en la existencia, a nivel local, de una alta proporción de investigadores por habitante.

Convencidos de las condiciones inmejorables que presentaba Santa Fe y la región para el logro de los objetivos planteados, el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) decidió crear el Parque Tecnológico del Litoral Centro (PTLC).

El proyecto no tardó en concretarse debido a que el organismo nacional ya poseía los terrenos para su emplazamiento. Los mismos habían sido donados por la Municipalidad al INTEC (Instituto de Desarrollo Tecnológico para la Industria Química)[57] en el año 1975. A su vez, ya se contaba con infraestructura edilicia, que

[57] Instituto de doble dependencia CONICET y Universidad Nacional del Litoral.

por aquel entonces, había comenzado a erigirse para albergar y aglutinar la oferta científica local.

En 2001 el CONICET impulsó y aprobó la constitución de una Sociedad Anónima encargada de administrar el área de incubación y los predios para radicación de Empresas del PTLC. Tomando como modelo la figura jurídica de los Parques Tecnológicos de Andalucía y Galicia, se decidió crear una Sociedad Anónima con Participación Estatal Mayoritaria (S.A.P.E.M.) en donde interviniesen de manera equilibrada los sectores científico, gubernamental y empresarial, concretando así el famoso triángulo de Sábato.

El Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), la Universidad Nacional del Litoral (UNL), el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, la Municipalidad de la ciudad de Santa Fe, la Confederación General Económica (CGE) y la Confederación General de la Industria (CGI) son los socios fundadores del Parque Tecnológico del Litoral Centro S.A.P.E.M.

Esta sociedad, que adquirió personería jurídica el 22 de agosto de 2002, incorporó dos años después un nuevo accionista: la Municipalidad de la ciudad de Paraná (Entre Ríos).

La forma jurídica de sociedad anónima con participación estatal mayoritaria, implica que el estado se reserva la mayoría accionaria, contando con un 51% de dicho capital.

Dentro del paquete accionario de la sociedad se reconocen tres tipos de acciones: las clase A, las clase B y las C. El total de acciones emitidas por la sociedad es de 12.000, encontrándose distribuidas de la siguiente forma: clase A: 4.080 acciones; clase B: 3096; clase C: 3096.

Las acciones clase A se encuentran en poder del sector científico-tecnológico. Originalmente se encontraban sólo en manos de la Universidad Nacional del Litoral, ya que el CONICET tenía prohibido por estatuto integrar Sociedad Anónimas, situación que se regularizó hace dos años a partir de un decreto emitido por el Poder Ejecutivo Nacional. Actualmente, el 34% del paquete accionario está en manos de estas dos entidades.

De acuerdo al estatuto de conformación de la sociedad, la presidencia de la entidad queda reservada exclusivamente un miembro de este grupo, el cual debe cumplir necesariamente con un doble requisito: ser profesor de la Universidad del Litoral y, simultáneamente, investigador del CONICET.

Las acciones clase B corresponden al sector gubernamental, integrado actualmente por el gobierno Provincial de Santa Fé, el del Municipio Homónimo y el de la Municipalidad de Paraná.

Por su parte, las acciones clase C son propiedad de las entidades gremiales empresarias: la Confederación General de la Industria y la Confederación General Económica. A su vez, el estatuto preveé que las firmas radicadas en el parque puedan acceder a estos papeles, una vez que inicien sus actividades productivas dentro del parque.

Tal y como sucede con este tipo de sociedades en cualquier parte del mundo, la misma consta de un directorio, integrado por 9 miembros. Este órgano de gobierno está conformado por tres representantes de los accionistas clase A (con sus respectivos suplentes), tres representantes del grupo clase B y tres dirigentes correspondientes al segmento clase C.

El Directorio constituye el máximo órgano de representación de la entidad y sólo se convoca ante situaciones extraordinarias, como por ejemplo la necesidad de una modificación del estatuto.

Para garantizar el normal funcionamiento del parque y el desenvolvimiento de todas sus actividades, la sociedad dispone de un comité ejecutivo, que es el encargado de garantizar la operatividad diaria.

Este comité ejecutivo está integrado por 5 miembros: un presidente primero; un vicepresidente; un vicepresidente segundo; un miembro nombrado por los accionistas clase A y un representante nombrado por los accionistas clase B.

Finalmente, la entidad cuenta también con un órgano fiscalizador, encargado de monitorear las finanzas de la organización y la transparencia en el ejercicio de sus funciones.

Está comisión también está conformada por representantes de todas los segmentos accionarios, cada miembro con su respectivo suplente.

5. PRINCIPALES ACTIVIDADES

Luego de haber logrado personería jurídica, a partir del año 2003, el PTLC intensifica notablemente sus actividades, conformando diferentes áreas de trabajo y esferas de actuación.

A la fecha, el PTLC lleva construidos 7500 m2 de edificios, destinados a laboratorios, oficinas, espacios comunes y otras obras de infraestructura. A su vez, se han generado dentro del parque un total de 315 puestos de trabajo, existen 47 emprendimientos que fueron atendidos por la organización y se han capacitado a un total de 1050 personas.

Además, el PTLC se ha transformado en un ente capaz de incentivar notablemente las exportaciones con alto valor agregado de la localidad de Santa Fé y su zona de influencia. De acuerdo a datos suministrados por la Provincia, el monto exportado por el Parque en el año 2010 ascendía a 42.499 millones de dólares, siendo el valor medio de exportación por tonelada de 1661,7 dólares, muy superior al promedio provincial.

A continuación, se detallan las principales acciones desarrollas por el Parque Científico Tecnológico Litoral Centro.

5.1. Dictado de cursos y actividades de difusión

Desde el año 2002, el PTLC realiza actividades formativas y de difusión tanto de sus acciones como de los alcances y objetivos que tienen los parques tecnológicos en el mundo. La mayoría de este tipo de iniciativas ha estado a cargo de su director, el Dr. Amadeo Cellino, que ha realizado conferencias y disertaciones sobre la temática en el país y en el extranjero.

A su vez, el PTLC ha generado un curso sobre emprendedorismo, que se dicta anualmente en la Facultad de Bioquímica de la Universidad Nacional del Litoral. Originariamente, el curso fue pensado para el personal docente de la Facultad, pero luego se abrió a toda la comunidad educativa y al público en general.

Motivo de este curso y a partir del año 2004, se generó posteriormente en forma conjunta con la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la Universidad Nacional del Litoral el Programa de Emprendedores.

Esta propuesta tiene como objetivo promover y apoyar toda idea o iniciativa emprendedora nacida de estudiantes o graduados que estimule el espíritu emprendedor en la región y aliente la creación de empresas de base tecnológica y productivas innovadoras, sobre todo entre los jóvenes.

En el marco de este programa se estableció una cátedra electiva que puede ser tomada por estudiantes de cualquier facultad y que se conformó en base a los

contenidos del curso de emprendedorismo, originalmente creado por integrantes del PTLC.

A su vez, el PTLC también ha colaborado con la Secretaría de Vinculación y Desarrollo Productivo de la UNL en la conformación de gabinetes de emprendedorismo, que funcionan en las distintas facultades, y que tienen como principal objetivo brindar un primer asesoramiento a todos los estudiantes que quieran iniciarse en la actividad empresarial.

Finalmente, este proyecto también cuenta con un página web, un blog, una página de Facebook, un programa de radio y organiza una serie de Jornadas Anuales para difundir ideas proyecto desarrolladas por los propios estudiantes. Hasta el año 2012, un total de 96 iniciativas contaron con el asesoramiento de dicho programa.

5.2. Incubación de Empresas

El parque presenta instalaciones que permiten que una empresa desarrolle todo el ciclo de negocio dentro de su espacio físico. Específicamente dentro de esta área de trabajo se pueden reconocer diferentes secciones, a saber: a) preincubación; b) incubación; c) pre radicación y d) radicación. Cualquier firma que entra en contacto con el PTLC puede incorporarse en cualquiera de las etapas enunciadas anteriormente, en función del grado de avance que tenga su idea de negocio o proyecto. A lo largo de todo el ciclo de vida del negocio, el PTLC se compromete a mantener una estricta confidencialidad sobre la actividad desarrollada por la firma y a trabajar en la protección de su proceso de know how.

La etapa de preincubación está reservada para aquellas personas físicas o sociedades que se encuentran en la fase inicial o de conformación del emprendimiento. Aquí se colabora con los entrepreneurs en el diseño y elaboración del plan de negocios: es decir la transformación de una idea en una alternativa productiva o de servicios.

El Sistema de Pre-Incubación del PTLC S.A.P.E.M. proporciona a los emprendedores puestos de trabajo provistos con computadoras conectadas a internet, equipamiento para el desarrollo de sus actividades (sala de reuniones multimedia, fotocopiadora. Fax e impresora), además de asesoramiento en las áreas tecnológica, de propiedad intelectual, jurídica, contable y financiera.

Actualmente el PTLC cuenta con dos ideas de negocios pre-incubadas, siendo la más importante una dedicada a la producción de biodisel a partir de microalgas oleginosas. A su vez, existen 5 pedidos de pre incubación que se encuentran en etapa de

evaluación y que corresponden a las siguientes ideas-negocio: 1°) Desarrollo de una vacuna de ADN contra el virus de la Anemia infecciosa Equina; 2°) Producción de bioetanol a partir de desechos industriales; 3°) Fabricación de una máquina hortícola multipropósito y Agroecológica; 4°) Prestación de un servicio de control y gestión de bebidas alcohólicas; 5°) Elaboración de un proceso de Embotellamiento para bebidas no gasificadas, que utiliza un sistema de máquinas expendedoras electrónicas.

Por su parte, la fase de incubación constituye un ambiente acondicionado para favorecer el surgimiento y maduración de las iniciativas empresariales.

La incubadora de empresas del PTLC brinda a cada firma en régimen de alquiler un espacio físico modular acorde a sus necesidades: laboratorios de 45 m2 con pileta de desagüe para líquidos especiales, suministro de gas, tres terminales de computación y doce tomas de red independientes para computación y gabinetes de 46 m2. Estos nuevos servicios se suman a los esenciales, ya suministrados en la etapa previa. De acuerdo a la normativa establecida por el parque, una empresa puede permanecer en la fase de incubación por un período de dos años, aunque existe la posibilidad de prórroga.

En este etapa de la cadena hay 12 firmas establecidas entre las que se destacan las siguientes: 1°) BIOPARX: especializada en fabricación de prótesis y ortesis; 2°) ASSO NETWORK SOLUTIONS: firma dedicada a la instalación, mantenimiento y soporte de redes de servicios informáticos; 3°) DINT S.A: empresa especializada en sistemas de monitoreo remoto para Detención Domiciliaria, Rastreo y Seguimiento; 4°) FICHEM. Fabricante de compuestos químicos para uso odontológico; 5°) PROTECH FARMA SA: dedicada a la producción de sustancias químicas medicinales y de uso botánico; 6°) LIPOMIZE SRL: dedicada a la fabricación de nano soluciones liposómicas para la industria farmacéutica, cosmeceútica y nutricional58. 7°) NOVARTEK: dedicada a la producción y comercialización de microcápsulas inyectables biocompatibles y bioasimilables que permiten la liberación sincronizada de hormonas inductoras de celo y ovulación.

En lo que respecta al Área de Pre- Radicación del PTLC, la misma se encuentra diseñada a imagen y semejanza del modelo europeo de contenedores de empresas y

[58] En el año 2012, la firma LIPOMIZE SRL obtuvo los siguientes reconocimientos: Subsidio Pre-semilla otorgado por la Fundación Argentina de Nanotecnología (FAN); Beca de Innovación Tecnológica otorgada por la Fundación Nuevo Banco de Santa Fé; Capital semilla otorgado por el Ministerio de Industria de la Nación; 1er Premio en el concurso “Una Apuesta al Tricentenario” organizado por la Bolsa de Comercio de Santa Fé; 1er Premio en el concurso “Emprendimientos Innovadores Banco Nación”organizado por la Fundación EMPRETEC; 1er Premio en el concurso “Jóvenes Emprendedores Santander Río”.

se creó para brindar a las firmas egresadas de la Incubadora la infraestructura elemental para que pudiesen iniciar la fase productiva.

Dentro de dichos módulos –de 100 metros cuadrados cada uno- los emprendedores pueden construir las dependencias (oficinas, laboratorios y/o vestuarios) inherentes a la actividad económica de la firma y a las necesidades funcionales del proyecto. También pueden edificar dependencias auxiliares fuera del contenedor, pero respetando las características constructivas fijadas por la S.A.P.E.M.

Al finalizar el período de pre-radicación, si la empresa demuestra que ha podido afianzarse técnica y económicamente y declara su necesidad de seguir vinculada al sector científico y tecnológico, podrá solicitar predios para radicarse definitivamente en el PTLC.

Hoy día se encuentran formando parte de la fase de pre-radicación dos firmas: HORIAN CARBONFE e INCUBATECH SA.

La primera de ellas se dedica a la fabricación y preparación de biofármacos, los cuales se mejoran a través de procesos de pegilación.

La segunda empresa en cambio, se encuentra especializada en la producción de compuestos activos para medicamentos biogenéricos desarrollados a través de biotecnología, entre los que se encuentran la hormona de crecimiento humana recombinante (rgh-somotropina) utilizada en diversas prácticas médicas.

Finalmente, el Área de Radicación Industrial es la última fase del modelo de desarrollo empresarial.

La misma consta de un predio de 14 hectáreas de campo propiedad del CONICET, que son administradas por el Parque Tecnológico Litoral Centro S.A.P.E.M. y otorgadas a las firmas mediante un contrato de "cesión de uso" por 30 años.

Al establecerse en este predio, las compañías obtienen beneficios impositivos, además de una serie de servicios que garantizan una adecuada preservación de las instalaciones construidas por la empresa: alambrado perimetral y seguridad privada, entre otros.

En este espacio, El PTLC se reserva el derecho de fijar normas de edificación, a fin de conservar el equilibrio entre naturaleza y arquitectura, mientras que las firmas se ven obligadas a invertir el 4% de sus utilidades en actividades de investigación y desarrollo.

Estas actividades de I+D deberán ser contratadas al PTLC, al CONICET o en su defecto a la Universidad Nacional del Litoral, siempre y cuando el servicio que puedan prestar las entidades sea acorde a las necesidades de la empresa y se preste a un precio razonable en relación al fijado por la competencia.

En esta sección del parque se encuentran actualmente establecidas tres empresas: ZELTEC, ZOOVET (PRODUCTOS VETERINARIOS SA) y CECOVI.

La firma ZELTEC es una empresa del grupo AMEGA BIOTERCH y constituye un spin off tecnológico de la Universidad Nacional del Litoral, realizado por Ricardo Kratje y Marina Etcheverrigaray, directores del Laboratorio de Cultivos Celulares de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas.

ZELTEC posee dentro del parque una planta industrial de tres pisos, con 1.700 m2 cada uno, dedicada a la producción de diversos fármacos, entre los que se destaca la eritropoyetina humana recombinante, una hormona necesaria para la producción de glóbulos rojos, que se suministra a los enfermos renales.

Produce hasta 1.000 gramos de eritropoyetina anuales, lo cual implica alrededor de 60 millones de dosis del medicamento de 2.000 unidades. Esto permite alcanzar un nivel de producción exportable que alcanza a toda Latinoamérica, Norte de África, Sudeste Asiático, Medio Oriente y Europa del Este.

La alta calificación de ZELTEK la coloca en el grupo de las cuatro empresas más fuertes del sector junto a otras de China, India y Corea. Con estas capacidades, la firma genera 80 puestos de trabajo para personal altamente calificado.

Por otro lado, ZOOVET (PRODUCTOS VETERINARIOS SA) se dedica a la fabricación de productos veterinarios, que cuentan con los más altos estándares de calidad en el mercado.

Estos productos se comercializan a través de una red de vendedores con flota de vehículos propia: los distintos bienes que fabrica la firma se venden en Santa Fé, Corrientes, Córdoba, Provincia de Buenos Aires y Mendoza. A su vez, a lo largo del año pasado, han hecho las primeras incursiones en el mercado internacional, colocando parte de su producción en países limítrofes como Paraguay y estableciendo posibles bocas de expendio en Uruguay, Bolivia y diversos países de Centro América.

Por último, CECOVI es una firma dedicada a la producción de elementos para la industria de la construcción. Esta firma es un spin off del Centro De Investigación y

Desarrollo para la Construcción y la Vivienda (Ce.Co.Vi) de la Universidad Tecnológica Nacional- Facultad Regional Santa Fe y consta de tres unidades de negocio.

La primera de ellas se dedica a la fabricación de ventanas de hormigón armado, la segunda está especializada en el diseño de techos prearmados tipo sándwich con relleno de telgopor y finalmente la última se aboca a desarrollar sistemas constructivos alternativos.

6. ANÁLISIS FODA

El enfoque FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta clásica del gerenciamiento moderno y apunta a evaluar la situación estratégica de una organización, con el propósito de definir cursos de acción. Dentro del enfoque FODA, pueden reconocerse dos tipos de análisis.

En primer lugar, se encuentra el análisis interno de la entidad. Este diagnóstico se basa en conocer las fortalezas con los que cuenta la organización para alcanzar el logro de objetivos y simultáneamente, descubrir sus limitaciones, es decir las restricciones propias que no le permitan alcanzar metas de una manera efectiva.

En segundo lugar, se recurre a hacer un análisis de contexto. Dentro de esta perspectiva, se identifican las circunstancias ventajosas que pueden favorecer el crecimiento y desarrollo de la organización (oportunidades) y también aquellas tendencias del entorno que pueden perjudicarla, constituyéndose estas últimas en amenazas.

A continuación, se presenta el análisis FODA realizado para el Parque Científico Tecnológico Litoral Centro. El mismo se construyó a partir de entrevistas realizadas a la autoridad máxima de dicho parque, en base a documentos emitidos por la propia entidad y en función de distintos trabajos académicos.

6.1. Fortalezas

Existencia de un ambiente acorde para el desarrollo de actividades innovadoras. El PTLC ha logrado conformar una atmósfera o clima de interacción entre empresarios, docentes e investigadores que promueve el surgimiento de actividades de innovación y facilita el desencadenamiento de nuevos negocios. El parque constituye un espacio organizado que integra la ciencia y la técnica, y la relaciona con el ámbito empresario, logrando que el conocimiento no sólo se genere sino que también se transfiera. En este sentido, las empresas y emprendedores del parque han logrado aprovechar las externalidades positivas que surgen de la participación en un espacio de esta

naturaleza, pudiendo incorporar estos elementos como parte de sus ventajas competitivas. Entre los espacios que promueven los procesos de interacción se destaca el comedor, ámbito que reúne y congrega a emprendedores e investigadores, facilitando el esparcimiento y generando momentos propicios para el surgimiento de ideas e intercambio de conocimientos (Cellino, 2013).

Ubicación geográfica del parque. Como se mencionó anteriormente, el PTLC está ubicado en una zona estratégica, integrando el corredor Coquimbo -Puerto Alegre, en el centro de las vías de comunicación terrestres que unen el MERCOSUR. Este posicionamiento estratégico hace que el parque participe de un gran circuito comercial, tanto local como regional. A su vez, este polo tecnológico se encuentra a 2 kilómetros del centro de la ciudad de Santa Fé, a 5 kilómetros del aeropuerto, y a 2 km de la autopista que lleva a la ciudad de Buenos Aires. En este sentido, su ubicación posibilita que empresarios e investigadores asociados a la institución tengan un rápido acceso a distintos centros, tanto financieros, educativos, como de consumo y recreación.

Trayectoria y prestigio. El PTLC constituye el primer polo tecnológico de nuestro país. Viene funcionando en forma ininterrumpida desde el año 2002 y varias de las empresas que se han radicado allí han alcanzado reconocimiento internacional, por la calidad de los bienes fabricados y el nivel de los recursos humanos involucrados en sus procesos productivos. En este sentido, el parque se ha transformado en un referente en materia de transferencia tecnológica y constituye una marca registrada para todo emprendedor que quiera iniciarse en el desarrollo de productos de base tecnológica. A su vez, el PTLC goza del apoyo de la Universidad Nacional del Litoral (UNL): una de las casas de estudio más destacadas de la República Argentina. Esta entidad es miembro fundador de la organización y varios de sus docentes e investigadores realizan actividades de asesoramiento y asistencia técnica dentro del parque. De acuerdo al criterio de indexación de publicaciones científicas SCOPUS, los trabajos científicos de la UNL son los más citados de nuestro país. A su vez, en el Ranking Mundial de Universidades-desarrollado por el grupo de Investigación Español Scimago- la Universidad Nacional del Litoral ocupa el puesto N° 874, el más alto alcanzado por una casa de estudios de Argentina. El índice desarrollado por el grupo Scimago destaca la cantidad de publicaciones generadas por cada universidad y el impacto que dichos trabajos tienen en la comunidad científica internacional.

Política de captación de recursos humanos. El PTLC, la Universidad Nacional del Litoral y el CONICET SANTA FE vienen desarrollando una política conjunta de

captación de recursos humanos altamente calificados, para potenciar la transferencia de tecnología y la actividad económica del parque. Esta política específica consiste en generar condiciones para la radicación de investigadores prestigiosos en el seno de la UNL y del CONICET, ofreciendo oportunidades para el crecimiento académico: esto incluye la posibilidad de dictar cursos de grado y postgrado, dirigir proyectos de investigación, formar becarios y tesistas.

Como contra partida, se exige al docente-investigador la prestación de servicios de consultoría técnica a spin off o empresas radicadas en el PTLC. A través de esta política, se logró la radicación de dos investigadores especializados en el área de biotecnología.

6.2. Debilidades

Falta de infraestructura. El PTLC dispone de distintas limitaciones en materia de infraestructura que pueden condicionar su performance a futuro. En primer término, se puede reconocer como un factor a destacar las restricciones edilicias. Hoy en día el polo necesita ampliar el área de incubación de empresas, que ha quedado chica en función de los requerimientos de ingreso al parque solicitados año a año[59.] Debido a la falta de presupuesto, las autoridades han tenido que optar entre ampliar la infraestructura destinada a satisfacer las necesidades de las empresas de biotecnología o desarrollar naves industriales para otras firmas. Esto derivo en que los emprendimientos del área de telecomunicaciones e informática no cuenten hoy en día con las instalaciones necesarias como para desarrollar adecuadamente sus actividades. A la falta de infraestructura física se suma la ausencia de rodados, que condicionan los desplazamientos del personal y de las autoridades hacia diversos destinos. De acuerdo a lo manifestado por los entrevistados, este último recurso es fundamental para el parque, ya que muchos de los fondos que consigue la organización se derivan de la actividad de lobby desarrollada ante diversas oficinas públicas (Nacionales, Provinciales y Municipales) y para efectuar adecuadamente esta función es necesario contar con movilidad.

Insuficiente Personal. El PTLC no cuenta con el personal administrativo suficiente como para desarrollar adecuadamente sus actividades. A su vez, numerosas personas vinculadas al parque y que desarrollan funciones allí, no reciben ningún tipo de

[59] De acuerdo a las estimaciones realizadas por las autoridades del parque, la incubadora de empresas debería contar hoy con 1200 m^2 de construcción y sin embargo la edificación disponible no alcanza a la mitad. Resulta necesario ampliar el área de pre radicación, en el que existen tan sólo cuatro contenedores.

remuneración por sus acciones o los sueldos que perciben son abonados por el CONICET o en su defecto por la UNL. Dentro del primer grupo se encuentran todos los directores, el Gerente General y los miembros del Comité Ejecutivo. En este caso, el hecho de que la actividad que desarrollan sea ad honorem en muchos casos condiciona su nivel de participación y su involucramiento en los procesos decisorios respecto al futuro próximo del parque. Dentro del segundo, pueden reconocerse al personal de administración y al coordinador técnico (ambos registrados como personal de CONICET) y a la responsable del área contable, dependiente de la UNL. La situación laboral poco transparente de estos últimos, puede generar dificultades legales a futuro en caso de surgir imprevistos como accidentes, lesiones, desafectaciones o renuncias.

Falta de un presupuesto propio acorde. Íntimamente relacionado con los dos puntos mencionados anteriormente, entre las principales restricciones mencionadas se encuentra la falta de presupuesto con el que cuenta la entidad. De acuerdo a lo manifestado por las autoridades del parque, del 100% de los ingresos que obtiene la institución en concepto de cánones, patentamientos, etc. Sólo un 30% pasan a su propiedad, ya que el 70% restante queda en propiedad de CONICET y no siempre esta institución asociada decide reinvertir estos recursos en el parque.

6.3. Oportunidades

Crecimiento económico de la región Central. A partir de la expansión de la producción sojera, las Provincias de Córdoba, Santa Fé y Entre Ríos han experimentado un notable crecimiento económico. Motivo de esta expansión de la economía regional, las ganancias extraordinarias producidas por el sector agropecuario buscan alternativas de inversión en sectores no tradicionales que sean serias y confiables y que garanticen tasas razonables de rentabilidad en el mediano y largo plazo. EL PTLC junto con otros actores económicos, deberá desarrollar mecanismos financieros que permitan canalizar esos ahorros en proyectos productivos de base tecnológica, facilitando la ampliación de la capacidad tecno productiva de dicho espacio.

Incremento del comercio entre países del MERCOSUR. En esta última década, la República Federativa de Brasil se ha transformado en la 6ta Economía Mundial, alcanzando un Producto Bruto Interno de 2.421.637 millones de dólares. A su vez, es el principal socio comercial de la Argentina, ya que nuestro país le vende productos por un monto de USS 18.567.091.064. Como se sostuvo anteriormente, el PTLC se encuentra radicado en el centro de las comunicaciones terrestres del MERCOSUR y varios de los productos que fabrica encuentran un mercado potencial en expansión en

este país vecino. A su vez, el ingreso de Brasil en los BRIC´s amplia aún más las oportunidades de negocios de la firmas del Parque, en la medida que se facilitan los vínculos comerciales con países como Rusia o China, que pueden ser demandantes de productos de las empresas radicadas (principalmente de aquellas que fabrican productos asociados a la bio o nano tecnología aplicable en la producción agrícola o en el sector de la salud).

Política de ciencia y tecnología que presenta el actual gobierno. Durante la gestión de Cristina Fernández de Kirchner la política de ciencia y tecnología en Argentina ha sido jerarquizada, a través de la conformación de un ministerio y la ampliación de los recursos para el desarrollo de diversas actividades. A su vez, el sector público se ha transformado en un demandante de productos industriales argentinos con alto valor agregado y componente tecnológico, asegurando el "arrastre" que todo emprendimiento de esta naturaleza necesita para poder posicionarse en el mercado. Este comportamiento virtuoso del Estado Nacional también se ha expandido hacia otras esferas gubernamentales, como las Provincias y los Municipios. En este sentido, el PTLC ha sido favorecido por la demanda de productos médicos realizada por el Gobierno de Santa Fé, quien solicitó la fabricación de suero para atender la picadura de escorpión y medicamentos para el tratamiento del mal de Chagas. De este modo, el estado provincial colabora con el sostenimiento de la actividad tecnológica desarrollada en el polo.

Convenios con empresas multinacionales en las áreas de biotecnología. El desarrollo de productos con alto contenido tecnológico en el área de biotecnología requiere de grandes inversiones y simultáneamente implica tener desarrollados canales de comercialización muy específicos para poder colocar la producción. La mayor parte de las empresas radicadas hoy en el parque no cuentan con estas dos herramientas claves para desarrollar su negocio y consideran que a través de acuerdos con empresas multinacionales podrán conseguir ambos objetivos: capitales para invertir y una demanda cautiva para sus bienes o servicios[60]. Actualmente existe diálogo con diversas empresas extranjeras qué están analizando la posibilidad de establecer convenios específicos con el parque y con firmas radicadas en él. Por supuesto, estos convenios deben ser firmados tratando de mantenerse en un plano de igualdad con las firmas multinacionales, para tratar de evitar acuerdos leoninos que perjudiquen los intereses del parque o de las empresas nacionales.

[60] Desde el año 2002 al 2011 fueron presentadas en la UNL 40 patentes en el área de biotecnología correspondiente a distintas empresas. Muchas de ellas todavía no hay podido transformarse en negocios por falta de financiamiento

6.4. Amenazas

Dificultades con la conectividad de la localidad. Si bien la ciudad de Santa Fé es una de las localidades del país que mejor infraestructura física posee, debido a su importante red eléctrica, de agua, gas y servicios cloacales, junto con su amplio espectro de calles y avenidas asfaltadas es menester destacar que presenta algunas deficiencias en materia de comunicación que fueron destacadas por los entrevistados. En este sentido, las personas consultadas sostuvieron que el aeropuerto de Arroyo Corto en Santa Fé no cuenta con la frecuencia de vuelos de cabotaje necesarios como para que emprendimientos como el PTLC puedan desarrollarse adecuadamente. Es necesario recordar que este tipo de iniciativas convoca un afluente significativo de hombres de negocios y funcionarios públicos, que deben contar con una frecuencia diaria de vuelos que les permitan transitar sin demoras la distancia entre la ciudad de Buenos Aires y la cabecera provincial. Hoy en día, además de la ausencia de frecuencias, se registran innumerables demoras y deficiencias en la prestación del servicio, que llevan a que muchos funcionarios y empresarios que visitan el parque termine optando por trasladarse en ómnibus, con la consecuente pérdida de tiempo y confort que esta medida implica. Desde el año 2011, existe un compromiso del Gobierno Nacional de transformar la aeroestación de Arroyo Corto en Aeropuerto Internacional, pero hasta la fecha no se han recibido los fondos necesarios para ampliar las pistas y desarrollar el balizamiento, requisitos fundamentales para que este cambio de categoría pueda concretarse.

Creación Excesiva de Parques. En los últimos años, a raíz del auge que existe respecto a la importancia de la innovación como motor del desarrollo económico, han surgido en el país numerosos parques y polos tecnológicos, algunos de los cuales carecen de los requisitos necesarios como para ser considerados entes de esta naturaleza. La excesiva proliferación de parques de baja actividad y con bajo impacto económico y social puede ser perjudicial para un ente como el PTLC, que se encuentra en proceso de crecimiento y consolidación. En términos generales, podrían existir al menos dos efectos negativos que afecten el funcionamiento del parque: en primer lugar, que el estado decida disminuir la inversión pública en estos espacios por la falta de resultados palpables e identificables en materia de innovación tecnológica. En segundo lugar, que se vea disminuida la inversión privada, por la desconfianza del sector respecto a la performance de estos espacios.

Marco institucional débil para el desenvolvimiento de la actividad. Argentina no tiene una trayectoria en el impulso de actividades de ciencia y tecnología que buscan

comercializarse en el mercado, esto ha derivado en la existencia de importantes vacíos legales, que complotan contra el normal desenvolvimiento de la actividad. Actualmente se han desarrollado importantes avances respecto a la legislación sobre patentamiento pero no existe aún un marco legal acorde en materia de distribución de regalías, es decir, la distribución de las ganancias que surgen a partir de la comercialización de productos basados en investigación y desarrollo, que surgen de actividades de cooperación entre actores públicos y privados.

Posible emigración de científicos. En Argentina, si bien los salarios que perciben los docentes universitarios e investigadores científicos son superiores a la media nacional, se encuentran muy rezagados en relación a lo que percibe una persona de la misma calificación por igual tarea en los países desarrollados o incluso en algunas naciones vecinas (medido en dólares). Si bien en los últimos años, el gobierno nacional jerarquizó la actividad docente universitaria y la investigación mejorando los salarios, lo cual generó una disminución en la fuga de cerebros, hoy en día el proceso inflacionario esta licuando las remuneraciones del sector. Claramente el PTLC resulta perjudicado por esta política, ya que el capital humano y el conocimiento son un insumo para el desarrollo de sus actividades. Hasta la fecha, el ente no ha sido perjudicado por esta cuestión, pero no descartan la posibilidad de que a futuro, algún investigador de su cuerpo permanente de prestadores de servicios emigre debido a un mejor sueldo o mejores condicionales laborales en otro país.

Problemas históricos en la conexión entre empresarios y hombres de ciencia. En nuestro país existe un problema histórico de desconexión entre la ciencia y la actividad empresarial. De acuerdo a la literatura, esto de se debe a diferencias en el comportamiento de ambos actores y a la existencia de distintas formas de trabajo, que son difíciles de compatibilizar. Respecto a las cuestiones de comportamiento, en primer término, se observa que los empresarios y los hombres de ciencia manejan tiempos diferentes: el empresario necesita soluciones inmediatas a los problemas tecnológicos, productivos y organizacionales de su firma mientras que, en la esfera de la ciencia las soluciones suelen alcanzarse luego de procesos de maduración. En segundo lugar, el empresario tiene como objetivo fundamental el lucro y la obtención de beneficios, mientras que en el ámbito de la ciencia el lucro está en un segundo plano y lo primordial es la obtención de reconocimiento y prestigio de carácter corporativo. En tercer término, en la esfera empresarial el status de empresario exitoso se alcanza en función de la cantidad y calidad de las empresas generadas, mientras que, en la academia el status es función de la cantidad de publicaciones científicas efectuadas. En cuanto a las formas de trabajo, en la esfera empresarial predomina el

trabajo por objetivos y la fijación de metas a cumplir en lapsos cortos de tiempo en un contexto de trabajo regulado mientras que, en la esfera científica, prima la libertad en la elección de los proyectos y los horarios laborales flexibles.

En el PTLC las autoridades realizan tareas de sensibilización para que ambos actores sean conscientes de estas diferentes metodologías de abordaje de los problemas y respeten los tiempos y la idiosincrasia de sus interlocutores, sin embargo, en numerosas ocasiones los vínculos entre empresarios e investigadores igualmente se desgastan, aunque nunca llevaron a que fracase un proyecto.

7. ANÁLISIS DE LA PERFORMANCE DEL PARQUE

7.1. Análisis y caracterización de las empresas encuestadas

Partiendo de una base de datos de 13 empresas otorgadas por las autoridades del PTLC[61], se obtuvo la respuesta positiva al formulario aplicado[62] de un total de seis firmas (PRODUCTOS VETERINARIOS SA, PUNTO SIM; SHIFT 4, BIOPARX; LIPOMIZE SRL, ASSO SRL)

El 83% de las empresas encuestadas se encuentra en la etapa de incubación, y una de ellas (Productos Veterinarios) en la etapa de radicación.

Con respecto a la situación jurídica de las firmas la misma es variada: dos son de carácter Unipersonal, dos Sociedades Anónimas y dos Sociedades de Responsabilidad Limitada. En el 80% de los casos las empresas no son de propiedad familiar y el 100% de los titulares son de nacionalidad Argentina, hijos de padre argentino.

A su vez, un 50% de los titulares de las firmas tiene algún tipo de relación con la Universidad Nacional del Litoral, ya sea como egresado o como docente de dicha casa de estudios.

En lo que respecta al rubro de incumbencia de las firmas, el 50% de las empresas analizadas tiene como actividad principal la informática y redes, el 30% se dedica a la elaboración de productos biomédicos, fármacos y veterinarios y el 20% restante a la fabricación de productos químicos.

[61] Resulto llamativo que habiendo declarado la existencia de un mayor número de firmas en el parque, las autoridades del PTLC sólo otorgarán la dirección de mail de sólo 13 firmas.
[62] Ver Anexo

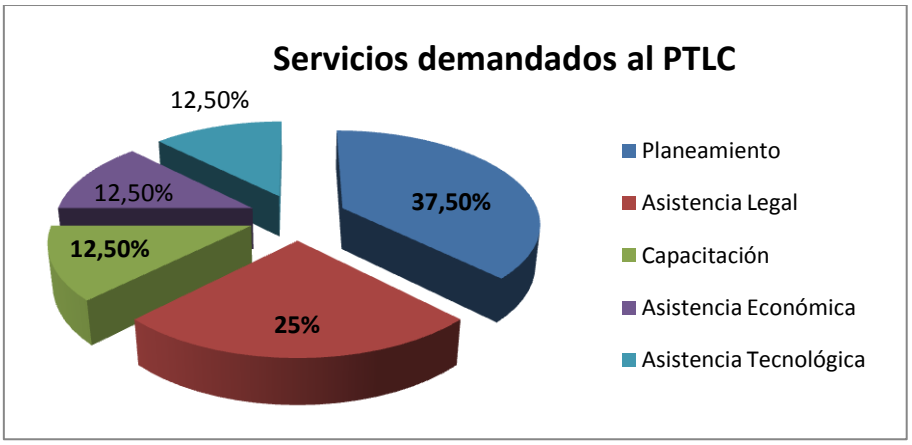
La empresa radicada (PRODUCTOS VETERINARIOS) es la que posee mayor cantidad de años de vida (quince) mientras que las firmas incubadas tienen un promedio de edad de seis.

En cuanto a la cantidad de mano de obra empleada, la firma Productos Veterinarios es la que posee mayor demanda de trabajo, con un total de 100 personas en relación de dependencia.

7.2. Percepción de las firmas con respecto a los servicios brindados por la organización

Los servicios demandados por las empresas fueron los siguientes: planeamiento, asistencia legal, capacitación, asistencia económica y tecnológica.

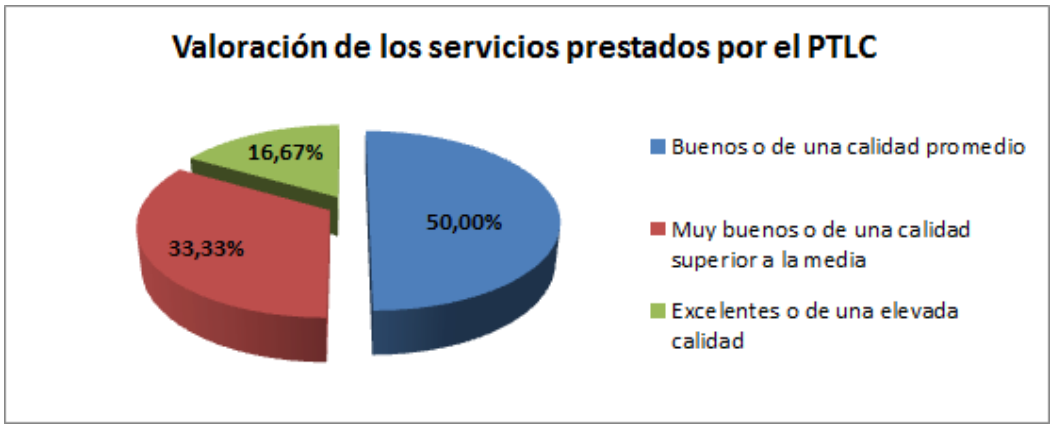
Al encontrarse en la etapa de incubación la mayoría de las empresas que contestaron la encuesta, se puedo observar que el servicio más demandado fue la asistencia en la elaboración del plan de negocios. En el caso particular de este tipo de firmas, debido a que no se encuentran todavía funcionando, la asistencia técnica ha sido muy limitada.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas

En segundo lugar en orden de importancia, entre los servicios demandados se encuentra asistencia legal (25%), seguido de capacitación (12.50%), asesoramiento económico (12.50%) y asistencia tecnológica (12.50%).

Por su parte, las firmas encuestadas se encuentran satisfechas con los servicios brindados por el parque, catalogándolos en todos los casos como buenos o superiores a la media.



Fuente: elaboración propia en base a encuestas

En relación a este punto, un 50% de las firmas encuestadas considero que los servicios que otorga la organización son buenos o de una calidad promedio, un 33.33% manifestó que son muy buenos o de una calidad superior a la media y un 16.67% sostuvo que son excelentes o de una elevada calidad.

Este dato habla bien de los recursos humanos con los que cuenta la organización, así también como del equipamiento técnico, que ha sido considerado como adecuado para el tipo de servicios que la organización presta.

En cuanto a la incidencia crítica que tienen los servicios solicitados respecto a la performance de las distintas empresas, una firma (PUNTO SIM sistemas integrados y móviles) considero que los servicios solicitados al PTLC han sido fundamentales para el desarrollo de su actividad. Por su parte, PRODUCTOS VETERINARIOS SA consideró que los servicios solicitados han sido muy relevantes para el negocio, mientras que LIPOMIZE SRL los considero sólo como relevantes para el normal desempeño de su actividad. Tres empresas (ASSO, BIOPARX y SHIFT 4) no emitieron ningún tipo de juicio respecto a esta cuestión.

Finalmente, todos los empresarios encuestados (100%) plantearon que recomendarían radicarse en el parque a colegas. Esta respuesta es importante para el desarrollo futuro de la organización, ya que la literatura especializada ha demostrado que los lazos de confianza entre empresarios constituyen un factor importante para la radicación de firmas en este tipo de espacios.

8. CONCLUSIONES

Como se sostuvo en la introducción del trabajo, en el contexto actual de la globalización se están generando cambios tecnológicos que alteran el funcionamiento del sistema capitalista.

Existe una nueva forma de producir bienes y servicios que tiene como factor clave el conocimiento.

Si bien, el conocimiento ha sido siempre un insumo de la economía, en los últimos años se transformó en un elemento fundamental de la actividad productiva. Las grandes economías captaron que debían realizar un cambio en la forma de fabricar bienes y servicios ya que el factor mencionado constituía un limitante para crecimiento. Por lo tanto, apostaron al desarrollo de nuevos sectores industriales intensivos en saberes tecnológicos y científicos: la industria del software, la biotecnología, la microelectrónica, entre otros.

A partir de esta premisa, se diseñaron numerosos mecanismos de política que buscan profundizar u optimizar el uso de este recurso escaso. Los parques tecnológicos, son un instrumento que permiten alcanzar dicho objetivo. Se debe aclarar que no existe en la literatura especializada una definición globalmente aceptada respecto a este concepto, ya que los parques o polos tecnológicos han sido espacios productivos, científicos y técnicos que ha mutado a lo largo de los años.

En este sentido, pueden encontrarse definiciones que resaltan en mayor o menor medida algún aspecto que consideran fundamental de este tipo de aglomeraciones: aquellas que exaltan la cuestión de la asociatividad, las que hacen hincapié en la transferencia de conocimiento y las más escépticas, que priorizan la cuestión relativa a la valorización del espacio urbano.

Finalmente, pueden encontrarse las que buscan abarcar al parque en su complejidad, destacando todos los aspectos que hacen de estos lugares un ámbito dinamizador de la actividad económica local u regional.

De acuerdo a Rodríguez Pose (2012), la mayoría de los académicos reconoce a los PCT como una iniciativa-generalmente pública de creación de un área geográfica delimitada y destinada a favorecer el desarrollo y la aplicación de actividades científicas y tecnológicas.

Esta área tiene como fin promover y albergar instituciones de investigación y empresas intensivas en el uso y la generación de conocimiento, entre las que se estimula la producción y la transferencia.

El origen de los mismos se encuentra en Estados Unidos, habiéndose extendido su aplicación a Europa y posteriormente al sudeste de Asia y a América Latina.

La primera experiencia de Parque Tecnológico a nivel mundial está asociada al Sillicon Valley o Valle del Silicio. Allí se logro relación, cooperación y alianza para el desarrollo de tecnología entre distintos sectores de la sociedad: universidad, industria y gobierno.

De acuerdo a Ondategui, la experiencia del Silicon Valley en sus distintas manifestaciones ha dado lugar a la planificación de Parques Científicos y Tecnológico de diversa índole, que presentan cada uno particularidades específicas. Países, regiones, municipios, universidades, fundaciones y empresarios han intentado copiar los procesos que allí se produjeron, alcanzando todos diferentes resultados.

En América Latina, la mayoría de este tipo de iniciativas no ha sido demasiado exitosa, ya que los países presentan problemas estructurales que condicionan su desarrollo. Algunos de ellos son recursos escasos, inflación, desempleo, debilidad en los marcos institucionales, inestabilidad política y económica, falta de inversiones extranjeras e infraestructura obsoleta. Estas limitantes provocan que en el campo de la Innovación y del desarrollo tecnológico no se elaboren políticas consistentes que favorezcan la creación y posterior consolidación de parques tecnológicos.

En Argentina, precisamente en Santa Fe, se encuentra el Parque Tecnológico del Litoral Centro, objeto de la presente investigación. Este parque tiene como principal objetivo la interacción entre el sector científico y empresarial para lograr como fin último la transferencia de tecnología a la sociedad. Se encarga de diversas funciones que abarcan desde transformar ideas en negocios hasta colaborar en el proceso de radicación de empresas. El proceso tiene cuatro etapas: pre incubación, incubación, pre radicación, radicación.

A través de un análisis FODA se propuso evaluar la situación estratégica del parque.

En primer lugar, un atributo importante es su trayectoria y prestigio. Es considerado el primer polo tecnológico del país. Su funcionamiento data del año 2002 y existen varias experiencias de empresas que se han radicado allí y han alcanzado reconocimiento internacional. Esto se debe a la calidad de los bienes fabricados y el nivel de los recursos humanos involucrados en sus procesos productivos.

A su vez, está ubicado en una zona estratégica, integrando el corredor Coquimbo - Puerto Alegre, en el centro de las vías de comunicación terrestres que unen el MERCOSUR. Este posicionamiento estratégico hace que el parque participe de un gran circuito comercial, tanto local como regional.

Actualmente, con el propósito de fortalecer su desarrollo y crecimiento, el parque promueve una política de captación de recursos humanos para potenciar la transferencia de tecnología y la actividad económica. Esta política la realiza junto a la Universidad Nacional del Litoral y el CONICET Santa Fe.

Otra característica favorable del PTLC es haber conformado un ambiente acorde para el desarrollo de actividades innovadoras. Se debe reconocer que ha logrado desarrollar una atmósfera o clima de interacción entre empresarios, docentes e investigadores que promueve el surgimiento de actividades de innovación y facilita el desenvolvimiento de nuevos negocios.

Por su parte, las externalidades positivas de su entorno, constituyen una fuente de crecimiento económico para la región central del país y pueden ser un elemento favorable para la consolidación del PTLC.

El PTLC dispone de ventajas competitivas capaces de atraer las ganancias extraordinarias que genera hoy día el sector agropecuario. En su seno existen empresas especializadas en sectores no tradicionales que son capaces de asegurar tasas razonables de rentabilidad en el mediano y largo plazo, superiores a las que se obtienen en cualquier otro tipo de actividad. Sin embargo, estas aún no encuentran el eco necesario en los mercados de capital.

EL PTLC junto con otros actores económicos, deberá desarrollar mecanismos financieros que permitan canalizar esos ahorros en proyectos de base tecnológica, facilitando la ampliación de la capacidad tecno productiva de dicho espacio.

A su vez, existe un incremento del comercio entre países del MERCOSUR, y el PTLC presenta una interesante oportunidad de expansión, al encontrarse radicado en el centro de las comunicaciones terrestres de ese mercado común.

Hoy en día varios de los productos que se fabrican en el parque cuentan con un mercado potencial de expansión en Brasil, situación que debe ser aprovechada por los actores que integran el parque con el propósito de poder consolidar la iniciativa.

Por otro lado, el gobierno nacional presenta políticas activas en materia de Ciencia y Tecnología, que pueden ser usufructuadas por las autoridades del polo para mejorar la infraestructura edilicia, comprar equipamiento o formar recursos humanos.

Durante la gestión de Cristina Fernández de Kirchner la política de ciencia y tecnología en Argentina ha sido jerarquizada, a través de la conformación de un ministerio y la ampliación de los recursos para el desarrollo de diversas actividades. A su vez, el

sector público se ha transformado en un demandante de productos industriales argentinos con alto valor agregado y componentes tecnológicos, asegurando el "arrastre" que todo emprendimiento de esta naturaleza necesita para poder posicionarse en el mercado.

El desarrollo de productos con alto contenido tecnológico en el área de biotecnología requiere de grandes inversiones y simultáneamente implica tener desarrollados canales de comercialización muy específicos para poder colocar la producción. Actualmente existe diálogo con diversas empresas extranjeras qué están analizando la posibilidad de establecer convenios específicos con el parque y con firmas radicadas en él.

Sin embargo, más allá de los atributos y potencialidades del parque, se debe aclarar que existen diversas cuestiones que pueden condicionar su desempeño futuro.

En primer lugar, se debe mencionar que el PTLC dispone de distintas limitaciones en materia de infraestructura, mayormente de naturaleza edilicia.

El polo necesita ampliar el área de incubación de empresas, que ha quedado chica en función de los requerimientos de ingreso solicitados año a año. Debido a la falta de presupuesto, las autoridades han tenido que optar entre ampliar la infraestructura destinada a satisfacer las necesidades de las empresas de biotecnología o desarrollar naves industriales para otras firmas.

En segundo lugar, no cuenta con el personal administrativo suficiente como para desarrollar adecuadamente sus actividades. Numerosas personas vinculadas al parque y que desarrollan funciones allí, no reciben ningún tipo de remuneración por sus acciones o los sueldos que perciben son abonados por el CONICET o en su defecto por la UNL

En tercer lugar, las dificultades con la conectividad de la localidad, influye en el desarrollo adecuado del PTLC. Por ejemplo el aeropuerto de Arroyo Corto en Santa Fé no cuenta con la frecuencia de vuelos de cabotaje necesarios. Además de la ausencia de frecuencias, se registran innumerables demoras y deficiencias en la prestación del servicio, que llevan a que muchos funcionarios y empresarios que visitan el parque termine optando por trasladarse en ómnibus, con la consecuente pérdida de tiempo y confort que esta medida implica.

A su vez, existen varias amenazas del entorno que las autoridades del PTLC deben considerar, si buscan que su organización alcance un futuro próspero.

En relación a esta cuestión, resulta menester mencionar el importante aumento de parques científicos y tecnológicos que se ha producido en Argentina en los últimos años.

Muchos de estos nuevos parques no constituyen ámbitos reales para el desarrollo de la ciencia y la tecnología, sino que son más bien cascaras vacías para la conformación de negocios poco transparentes con recursos públicos.

En este sentido, el PTLC deberá ser capaz de diferenciarse de estos espacios para poder captar inversiones reales que fortalezcan su desempeño y su imagen institucional.

Otro punto a considerar es que la Argentina no tiene una trayectoria en el impulso de actividades de ciencia y tecnología que busquen comercializarse en el mercado, esto ha derivado en la existencia de importantes vacíos legales, que complotan contra el normal desenvolvimiento de la actividad.

En relación a esta cuestión, las autoridades del PTLC deberán sensibilizar a funcionarios públicos, diputados y senadores para que trabajen en el diseño de un cuerpo legal acorde a las necesidades de las empresas de base tecnológica.

Además debe reconocerse como una cuestión importante a trabajar en materia de política institucional, la posible fuga de cerebros en el sistema científico tecnológico, a raíz del deterioro del salario real que registran los investigadores y científicos en nuestro país.

La imposibilidad de pagar salarios similares a los percibidos en los países desarrollados genera un drenaje de recursos humanos que afecta los resultados de la ciencia y la tecnología nacional y puede impactar en un futuro inmediato en la performance del parque.

Aquí nuevamente resultará crucial la tarea de alertar a los dirigentes políticos y funcionarios sobre esta cuestión y conformar consensos u alianzas dentro del sistema científico tecnológico, para elevar propuestas al ejecutivo nacional que amortiguen o morigeren esta cuestión.

A su vez, resulta necesario recordar que en nuestro país existe un problema histórico de desconexión entre la ciencia y la actividad empresarial, que complota contra la transferencia de tecnología y la conformación de espacios como el PTLC.

De acuerdo a la literatura, esto se debe a diferencias en el comportamiento de ambos actores y a la existencia de distintas formas de trabajo, que son difíciles de compatibilizar. En términos generales, Se observa que los empresarios y los hombres de ciencia manejan tiempos diferentes: el empresario necesita soluciones inmediatas a los problemas tecnológicos, productivos y organizacionales de su firma mientras que, en la esfera de la ciencia las soluciones suelen alcanzarse luego de procesos de maduración. Por otro lado, el empresario tiene como objetivo fundamental el lucro y la obtención de beneficios, mientras que en el ámbito de la ciencia la obtención de ganancias está en un segundo plano y lo primordial es el reconocimiento y prestigio de carácter corporativo.

Para trabajar este punto es prioritario la organización de espacios de reflexión conjunta entre ambos actores. Esta actividad puede reforzarse contratando personal especializado en las tareas de enlace y articulación de ambas esferas de actuación que, como se dijo anteriormente, presentan códigos y lenguajes diferentes.

Finalmente, es necesario destacar que, pese a las dificultades y amenazas observadas por las autoridades para el desempeño de la organización, la percepción que presentan los empresarios respecto a los servicios que el PTLC les presta, es en términos generales, muy buena.

En este sentido, todos los empresarios que contestaron la encuesta han solicitado al menos un servicio de asistencia a la entidad y en todos los casos lo han considerado como de calidad promedio o de una calidad superior a la media. Por su parte, también ha manifestado su vocación de recomendar el PTLC a otros empresarios, lo cual resulta auspicioso para una posible expansión a futuro de la organización y de las firmas radicadas en ella.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA PUERTAS, Jaime. “Polos y Parques científicos y tecnológicos. La integración Ciudad- Empresas-Investigación. El tecnoparque internacional de Panamá, el parque tecnológico de Campo Bom en Brasil, y el creciente camino del polo”. Experiencias de investigación, innovación y creatividad. Cap VI. pp 147-276.

BENKO, Georges B. “El impacto de los tecnopolos en el desarrollo regional: Una revisión crítica”. EURE. Pontificia Universidad Católica de Chile. Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales. Dic, 1998, Vol. 24, Nº 073.

BOTELLA, Carlos y SUÁREZ, Ignacio. “Innovación para el desarrollo en América Latina una aproximación desde la cooperación internacional”. Fundación Carolina CeALCI. Madrid, mayo 2012.

BUENO CAMPOS, Eduardo. “Los parques Científicos y Tecnológicos como espacios de encuentro multidisciplinar para la innovación” 2006.

CELLINO, Amadeo. “Dificultades para la formación de empresas de base tecnológica” conferencia dictada en el worshop de Política Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología (MINCyT): estudios de caso y experiencia en Argentina. Buenos Aires, 5, 6 y 7 de Octubre de 2011.

CELLINO, Amadeo. “Parques Científicos – Tecnológicos y el desarrollo regional. Ámbitos para la innovación y la inversión” conferencia dictada en el auditorio principal UAT CONICET Bahía Blanca. Bahía Blanca, 18 de Abril de 2012.

CERVERA JIMÉNEZ, José Antonio.”Ciencia, Innovación y Desarrollo Económico en Asia Oriental: lecciones para América Latina”2011, pp. 44-53

DIACONE, María Victoria “Situación de los Parques Tecnológicos en Argentina” Dirección General de Universidades e Investigación, Consejeria de educación. IMADE-CEIM 2003/04

GOMES, Éramos “Polos Tecnológicos y promoción del desarrollo: ¿hecho o artefacto?” Redes (Quilmes), 1999, Vol. VI nº 14, pp 177-216.

HEIJS Joost y BAUMERT Thomas “Política regional de I+D e Innovación en Alemania: lecciones para el caso Español.” Instituto de Análisis Industrial y Financiero, Universidad Complutense de Madrid., Documento del IAIF nº 63.

LINK, Albert y SCOTT, John “U. S. Science Parks: the Diffusion o fan Innovation and Its effects on the Academia missions of Universities”, Vol 21, 2003, pp 1323-1356

LUBIAS, Felipe Romera. “Los parques científicos y tecnológicos, sistemas virtuosos de innovación” Economía Industrial, 2003, vol. VI, nº 354, pp 85-102.

ONDATEGUI RUBIO, Julio Cesar “Parques científicos e innovación en España: quince años de experiencia” Economía Industrial, 2000, vol. IV, nº 346, pp 147-160.

ONDATEGUI RUBIO, Julio Cesar "Los parques científicos y tecnológicos en España: retos y oportunidades" Dirección General de Investigación de la comunidad de Madrid, Madrid, 2001.

ONDATEGUI RUBIO, Julio Cesar "Parques Científicos y Tecnológicos: los nuevos espacios productivos del futuro" Investigaciones Geográficas (Esp), Universidad de Alicante, España, 2001, Nº 25, pp 95-118.

ONDATEGUI RUBIO, Julio Cesar "Parques científicos y tecnológicos: de la planificación a la evaluación" Anales de geografía. IES Leonardo Da Vinci, Departamento de Geografía, Universidad de Salamanca, 2004 nº 24, pp 31-51.

PIÑON, Francisco. "Ciencia y tecnología en América Latina: Una posibilidad para el desarrollo". Temas de Iberoamérica, 2000, pp. 29-39

RODRÍGUEZ POSE, Andrés. "Los parques científicos y tecnológicos en América Latina. Un análisis de la situación actual" New York, BID, junio 2012.

ROURE, Joan, CONDOM, Pere y RUBIRALTA, Marius. Benchmarking sobre parques científicos. Montserrat Vendrell. Génova España, 2005.

THOMAS, Hernán. "Los estudios sociales de la tecnología en América Latina" Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador, ICONOS Revista de Ciencias Sociales, nº 37, QUITO, mayo 2010 pp 35-53.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL. "Comunicación para la construcción y el fortalecimiento de vínculos: estrategias de comunicación para la vinculación tecnológica de la UNL" en Gestión de la Comunicación: Aportes y Desafíos de la Vinculación Tecnológica. Santa Fe, Ediciones UNL, 2012.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL. "Gabinete para emprendedores: un espacio de incubación cercano a los estudiantes y docentes para promover emprendimientos" en Gestión de la Comunicación: Aportes y Desafíos de la Vinculación Tecnológica. Santa Fe, Ediciones UNL, 2012.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL. "Política y estrategias de promoción tecnológica: oferta de servicios a través de herramientas innovadoras y de fácil acceso para diversos actores del territorio" en Gestión de la Comunicación: Aportes y Desafíos de la Vinculación Tecnológica. Santa Fe, Ediciones UNL, 2012.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL. "Producciones comunicativas para el desarrollo emprendedor: fomento de la cultura emprendedora a través de la construcción de espacios de interacción" en Gestión de la Comunicación: Aportes y Desafíos de la Vinculación Tecnológica. Santa Fe, Ediciones UNL, 2012.

VACCAREZZA, Leonardo. "Ciencia, tecnología y Sociedad: El estado de la cuestión en América Latina" Revista IBEOAMERICANA de Educación - Ciencia, Tecnología y Sociedad ante la Educación.

Páginas web consultadas

www.santafeciudad.gov.ar/noticia/parque_tecnologico_litoral_centro_aqui_esta_clave_economia_futuro

www.ptlc.org.ar

www.unl.edu.ar/articles/view/parque_tecnologico_del_litoral_centro#.UYXCE0q23Fw

www.santafe-conicet.gov.ar/servicios/comunica/parque4.htm

www.youtube.com/watch?v=tXsJvSyA-PM

www.e-encuesta.com.

Entrevistas

Entrevista efectuada al Dr. Amadeo Cellino, Gerente General del Parque Científico Tecnológico Litoral Centro, realizada por el Dr. José Ignacio Diez. 18 de Abril de 2012.

DETERMINANTES DA AGLOMERAÇÃO ESPACIAL DA ATIVIDADE INDUSTRIAL NO ESTADO DE SÃO PAULO

André Leme da Silva Fleury Bonini

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
bonini.andre@gmail.com

RESUMO

A mundialização do capital e o processo da globalização são os grandes responsáveis pelo o aumento da competitividade. Se por um lado, as empresas buscam estrategicamente a melhor localização para otimizar os custos de produção e de distribuição, por outro, os governos locais competem entre si para criar a cesta de oportunidade mais adequada para postular a atração de novos negócios privados. Sob a visão da Nova Geografia Econômica (NGE), pesquisamos quais são as externalidades positivas, ou forças centrípetas, que levam à aglomeração das atividades, e as externalidades negativas, ou forças centrífugas, que levam a dispersão dos investimentos. Para este fim, apresentamos estimativas cross section avaliadas empiricamente através de diversas variáveis por meio de uma aplicação para as cidades e microrregiões paulistas no ano de 2010. Os principais resultados mostram que o número de indústrias do setor de transformação e a população com pelo menos o nível superior de graduação concluído, influenciam positivamente a aglomeração. Já quanto maior a distância da localidade até a capital, menores são as chances da ocorrência da aglomeração. A conclusão que chegamos é que ao nível municipal, a simples aglomeração de indústrias é condição suficiente para a atração de novas empresas e condiz com a teoria dos benefícios dos clusters proposta por Krugman (1997), ao passo que no nível microrregional demonstramos a relevância do capital humano qualificado como fator determinante na localização de indústrias, corroborando as ideias de Porter (1989). Sugerimos que os municípios agindo cooperativamente em suas microrregiões, podem apresentar melhor desempenho dos indicadores que determinam a formação do PIB industrial e desta forma se tornam mais atrativos ao investimento privado, contribuindo com um ambiente onde as empresas criam suas vantagens competitivas. Evidenciamos a necessidade de esforços para que municípios pensem em políticas públicas em conjunto com os governos da microrregião; e, com a ajuda estatal, consigam melhorar os indicadores apresentados, criando polos de desenvolvimento que ressoe em melhorias na qualidade de vida para a sociedade.

Palavras-chave: Desenvolvimento Econômico. Aglomeração Espacial. Competitividade Industrial

1. REFERENCIAL TEÓRICO E REVISÃO DA LITERATURA

Costa (2007) traçou um panorama evolutivo sobre a relação entre o desenvolvimento econômico endógeno e o espaço. Ele ressaltou que é um engano pensar que as atividades produtivas aglomeradas de pequenas e médias empresas é apenas um acontecimento recente. Para ele, tal fenômeno apareceu na última década do Século XIX em capítulos destinados ao estudo da organização industrial na obra Princípios de Economia de Alfred Marshall. Ainda apresentou resumidamente os quatro principais paradigmas analíticos das aglomerações produtivas: a teoria dos neoshcumpeterianos, a dos estudiosos dos Distritos Industriais Italianos, a da Nova Geografia Econômica de Paul Krugman e a da Escola de Harvard de Michael Porter.

A Nova Geografia Econômica (NGE) pode ser considerada um modelo de escolha racional aplicado ao espaço, cujas implicações possuem forte elo com as políticas públicas de desenvolvimento regional e de integração de regiões com o perfil de atividades econômicas complementares. A teoria interliga estratégias de transportes, inovação, emprego, educação, infraestrutura e tecnologia, com os custos de produção e distribuição no mercado consumidor.

Com advento da NGE, que dentre outros autores, teve como principal destaque Paul Krugman, um novo conceito foi inserido na Ciência Econômica, cujo principal mister visava explicar a localização da produção no espaço, ou seja, onde as coisas acontecem em relação a outro local. Krugman (1997) registrou que, apesar da concorrência, as forças da manufatura preferem permanecer juntas em clusters. Em sua teoria, o autor elencou como fatores alusivos à concentração geográfica, a questão das externalidades e sua interação com os principais fatores que contribuem na localização de empresas, quer sejam, retornos crescentes de escala, baixo custo de transportes e proximidade da demanda. Para exemplificar tais conceitos, citou sobre os benefícios dos spillovers63 tecnológicos e de conhecimentos entre firmas vizinhas, evidenciando que as estruturas apresentadas no Silicon Valley e Route 128 são dois cases de sucesso.

[63] *Spillover* pode ser considerado como transbordamento de conhecimento em determinada área, como é o caso da absorção do conhecimento por intermédio da proximidade de localização entre empresas, ao passo que gera contato face-a-face, interações e relacionamentos frequentes entre os empregados dessas empresas.

Krugman (2000) aprofunda a questão Centro-Periferia e a divisão dos meios de produção em cada uma destas regiões. Aborda sobre a mobilidade da força de trabalho e a força da manufatura na formação da aglomeração. Envolve o Sistema Espacial para responder a sua hipótese de ampliação do mercado potencial e de concorrência. Fujita, Krugman e Venables (2002) reforçaram os fenômenos de aglomeração, explicando como são criadas as formas de sustentação. Historicamente retrataram os estudos sobre a Economia Regional e sua derivação para a Nova Geografia Econômica. Testaram diversos modelos já criados até então e compararam os altos custos de uma metrópole congestionada com os custos de linkages[64.] Com este estudo, determinaram que há ocorrência de uma parábola invertida, quando se trata dos pontos positivos da aglomeração, ao passo que existem benefícios até a certo limite que maximiza a manutenção da estrutura e que após esse pico, iniciam-se as externalidades negativas como criminalidade, racionamento de água e congestionamentos, fatores que repelem qualquer iniciativa de novos negócios.

Head, Ries e Swenson (1994) pesquisaram os benefícios da aglomeração e os fatores de escolha da localização das empresas manufatureiras japonesas que empreenderam investimentos nos Estados Unidos e concluíram que há competição entre os governos locais para atrair investimentos, já que as forças do governo influenciam a posição geográfica das indústrias. Também demonstram que os investimentos japoneses são significadamente influenciados por investimentos japoneses que já se encontram implementados no mesmo setor. Argumentam que a combinação de economia de escala e custo moderado de transporte encoraja fornecedores a aglomerarem-se pertos uns dos outros, ou seja, o fator de atratividade da cidade é justamente a aglomeração, de modo que a atratividade do local depende, em alguns casos, apenas dos clusters ali instalados para ter sucesso no desenvolvimento. Ainda lembraram que desde a década de 1920, Marshall levantou três razões para a concentração espacial da indústria e que as mesmas são relevantes até os dias atuais, quer sejam: (i) pool de trabalhadores com habilidades especializadas; (ii) inputs e serviços especializados sendo desenvolvidos; (iii) Spillovers tecnológicos. Os autores explicaram sobre a forma de produção e o spillover tecnológico do cluster de alta tecnologia do Vale do Silício e do cluster high-fashion em Milão, na Itália. Por fim, admitiram que o grau da aglomeração industrial é um importante fator para decisão da localização de um novo investimento; e, que, por este motivo, empresas do mesmo setor podem e devem estar situadas na mesma

[64] Linkage pode ser considerado como as etapas dos processos de produção e de distribuição de uma indústria.

localidade, pois este tipo de proximidade entre empresas gera externalidades positivas pelos efeitos de aglomeração.

Para Amiti (1998), a NGE é a teoria que seleciona predicados sobre as características das indústrias e combina custos de transação com economia de escala para explicar a aglomeração de empresas em uma localidade. Segundo ela, a presença da economia de escala e o equilíbrio na combinação de custos dos backward[65] e de forward linkages66 encorajam empresa para se mudar para a localidade e cria-se possibilidade da formação de clusters. Amiti e Cameron (2004) explicaram que a teoria da NGE postula que as empresas se beneficiam quando estão perto de uma grande oferta de produtores intermediário de insumos, devido à redução dos custos de transporte e de acesso a uma grande variedade de produtos diferenciados, reduzindo os custos totais, aumentando os lucros, e, assim, atraindo mais firmas.

Amiti (2005) analisou os efeitos da liberalização das transações sobre a localização das manufaturas que são ligadas verticalmente e que diferem em intensidades de fatores. Utilizando a teoria da NGE, incorporou um modelo com ligações verticais que demonstrou que a redução dos custos comerciais pode levar a criação de forças que promovem a aglomeração. Os resultados encontrados têm implicações importantes, pois liberalização do comércio nem sempre precisa levar a um padrão de localização com indústria baseada unicamente na vantagem comparativa. A liberalização do comércio pode levar à convergência dos preços dos fatores ou à divergência, dependendo do local onde a aglomeração localiza. Uma vez que os custos do comércio caem para níveis muito baixos, a localização é baseada na vantagem comparativa. Amiti e Pissarides (2004) mostraram um modelo no contexto da NGE, que comprova que quando o trabalho é heterogêneo, a liberalização do comércio pode levar à aglomeração industrial, ou seja, a heterogeneidade de competências pode ser uma força para a atração da atividade econômica concentrada. Segundo os autores, a principal contribuição da pesquisa é que o modelo reflete que as empresas preferem entrar em um mercado que já tem um grande conjunto de trabalhadores e empresas, sendo certo que no mercado maior, eles podem escolher os colaboradores mais adequados, enquanto que no mercado menor eles podem ter que treinar seus próprios trabalhadores e confiar na sorte de encontrar um bom funcionário.

[65] backward linkags, pode ser traduzido com “etapas para trás”. É interpretado como as etapas do processo de produção, desde a aquisição de matéria prima até a produção do bem propriamente dita.

[66] forward linkag, pode ser traduzido como “etapas para frente”. É interpretado como as etapas do processo de distribuição do bem até o mercado consumidor.

Os ingredientes essenciais da NGE, que a distingue dos demais modelos que tentam explicar a geografia econômica são trazidos por Head e Mayer (2004b). Os autores elencaram cinco indicadores para esta categorização. Entre eles: (i) aumento de retorno de escala; (ii) competição imperfeita; (iii) custos de transação; (iv) localização endógena da empresa; e, (v) localização endógena da demanda.

Na visão de Oliveira et al. (2009), a NGE tenta explicar as diferenças de crescimento econômico de cidades através de decisões racionais de localização das atividades econômicas e das pessoas. Para estes autores, uma das principais contribuições da teoria é a de propor uma explicação para a existência de aglomerações e para a dificuldade de se atrair investimentos em termos de capital físico para locais mais remotos.

A mobilidade do capital e do trabalho, que mudam de uma localidade para outra a procura de maximização de suas preferências, foi o foco da pesquisa de Klink (2013), que ressaltou que tal fato amplia a competitividade entre as cidades e que por isso, todos necessitam entender que para a região crescer, os municípios precisam escolher concessões para que a competitividade gere desenvolvimento.

Head e Mayer (2011) forneceram evidências de que o acesso aos mercados, mensurada por meio de um Índice de Potencial de Mercado, é um fator importante no desenvolvimento e encontraram fortes evidências de que a geografia econômica dos países importa muito em suas trajetórias de renda per capita. Head e Mayer (2004) desenvolveram um modelo teórico de escolha da localização em concorrência imperfeita para formalizar a noção de que as empresas preferem se localizar onde os mercados já estão implementados. Usando uma amostra de empresas japonesas localizadas nos países europeus, eles demonstraram o potencial de mercado e as questões para escolha do local, mas não puderam explicar totalmente a tendência de empresas do mesmo setor a se aglomerar. Logo na introdução do trabalho, os autores apontaram um caso inusitado sobre o presidente da empresa automobilística Toyota, quando em dezembro de 1997 decidiu construir uma fábrica no norte da França, simplesmente pelo fato de querer construir uma planta onde já há existência de um mercado consumidor. Os resultados apontaram que a demanda é um ponto crucial na escolha do local. No caso daquele estudo, o aumento de 10% no mercado potencial, aumenta a chance de uma região ser escolhida por 3% a 11%, dependendo da especificação.

O artigo de Martin, Mayer e Mayneris (2011) analisou empiricamente uma política pública de promoção de clusters industriais na França. A interpretação dos resultados

revelou que a política era proteger algumas grandes empresas em declínio de certas regiões e apontou falhas aparentes no sentido propor melhorias no desempenho de empresas-alvo através de uma melhor cooperação e aumento da atratividade de clusters existente. Os autores explicitaram que a pesquisa pode ser interpretada como uma advertência aos decisores políticos, com a intenção de não comprometer grandes quantidades de dinheiro público com tal expediente. Martin, Mayer e Mayneris (2011b) analisaram empiricamente o efeito da aglomeração espacial de atividades sobre a produtividade ao nível da planta, usando dados concretos de indústrias francesas de 1996 a 2004. Os resultados mostram que as plantas francesas se beneficiam das economias de aglomeração.

Mayer, Mayneris e Py (2012), estudaram o impacto de um programa de zonas empresariais na França, as chamadas "Zonas Francas Urbaines" (ZFUs) que impactou positivamente na escolha de localização geográfica de empresas. Os resultados demonstraram que a política estabelecida foi bem qualificada e que o incentivo de taxas pode ser eficiente. Também foi possível encontrar que as áreas-alvos da política de atratividade estruturaram firmas pequenas. Isto significou que os benefícios potenciais do programa criaram empregos e que os novos estabelecimentos podem ser limitados, por fim, revelaram que a política não cria atividades econômicas por si só ao nível de município, pois, gera efeitos de deslocamento, nomeadamente através de deslocalização de empresas dentro dos municípios, ou seja, há uma mudança intramunicipal da atividade econômica.

Mayer, Mejean e Nefussi (2010) combinaram duas tradições na análise dos padrões de localização das empresas. Uma liderada por economistas comerciais que tentam entender por que as empresas investem no exterior, e outra liderada por economistas urbanos, que frequentemente usam padrões de opções interregionais ou intercidades para estimar economias de aglomeração. A pesquisa avaliou se as determinantes do investimento doméstico são as mesmas que para o investimento estrangeiro e chegou-se a conclusão de que as decisões de localização são positivamente influenciadas por mercado e fornecimento com acesso ao país. Outro fato relevante constatado pelos autores foi a existência de economias de aglomeração em Investimento Estrangeiro Direto, segundo o qual as empresas são mais propensas a investir em um país em que já houve a ocorrência de investimentos de empresas do mesmo setor. Além disso, demonstraram que a escolha de localização é também sensível a economias de aglomeração dentro de firmas, pois a probabilidade de investir em um determinado país aumenta com o desenvolvimento da rede da empresa no país.

Crozet, Mayer e Mucchielli (2004) estudaram os determinantes da escolha da localização dos investidores estrangeiros na França usando uma amostra de quase 4000 investimentos estrangeiros com mais de 10 anos e 92 localidades. No que diz respeito aos efeitos de aglomeração, encontraram uma evidência muito forte de repercussões positivas entre as empresas, e identificaram padrões de clustering, cuja existência e magnitude de aglomeração sugere que um aumento de 10% no número de concorrentes em um local pode aumentar em até 40% a probabilidade média de investir nesse local.

Glaeser (1994) relatou a formação do Silicon Valley e os benefícios que podem ser obtidos pela proximidade entre empresas do mesmo setor. Exemplificou que ideias surgem em conversa entre técnicos em bares e que este tipo de transmissão de conhecimento entre firmas agiliza o acesso às informações das últimas tecnologias, ou seja, proximidade espacial entre trabalhadores locais gera crescimento e a competitividade cria cadeia de conexões e promove incentivo a inovação. O autor enalteceu que escolas e indústrias são responsáveis por transformar as pessoas, pois criam habilidades específicas. Destacou que a conexão entre espaço e crescimento existe e que a alta urbanização gera maior mercado consumidor e menor custo de transportes intermediários. Ainda ressaltou que o progresso caminha junto com a tecnologia e a inovação, sem se esquecer do capital humano e da estabilidade do governo na elaboração de leis que garantam segurança jurídica das patentes. Elucida também que os governos precisam se firmar como verdadeiros empreendedores locais e que congestionamento e poluição são externalidades negativas.

Glaeser, Scheinkman e Shleifer (1995) tentaram explicar o crescimento econômico ao examinar relações entre características urbanas e crescimento das 203 maiores cidades americanas. Apresentaram uma rica abordagem histórica remontando as diversas obras que sustentam comprovações empíricas sobre o tema. Por fim, encontraram que o aumento da população e renda andam juntas e que algumas experiências de crescimento são explicadas por fatores geográficos, havendo forte evidência de que educação, investimentos físicos, estabilidade política e abertura comercial contribui com o crescimento. A conclusão a que chegam é que a variável chave para cidade se desenvolver é o nível de educação da população, pois o capital humano qualificado produz externalidades positivas e podem estar conectadas no crescimento, gerando spillovers de conhecimento. Desta forma, sugerem atenção ao elo entre escolaridade, emprego e renda nas cidades.

Ainda sobre os dados americanos, visando mensurar as causas da aglomeração das empresas de manufaturas dos Estados Unidos, Ellison, Glaeser e Kerr (2007) avaliaram 7.381 pares de indústrias e testaram para cada um deles as três teorias da aglomeração industrial proposta por Marshall na década de 1920. Após os testes, os autores concluíram que todas variáveis têm efeitos significativos tanto estatística quanto economicamente e que os custos de transporte para bens, pessoas e ideias parecem ser relevantes para a concentração espacial, o que de fato contribui com a teoria Marshalliana.

Mayer e Mucchielli (1999) escreveram sobre a localização das empresas multinacionais japonesas na Europa e dissertaram sobre o processo de decisão das empresas sobre como definem o local que irá investir. Deixaram claro que tal análise está intrinsecamente ligada a hierarquização geográfica e que a distância geográfica isola a empresa da concorrência. Por este motivo definiram que as determinantes da localização da empresa estrangeira dependem da demanda do mercado de bens; dos custos dos fatores de produção; do número de empresas locais e estrangeiras instaladas e, das políticas de atratividades locais. Concluíram sua pesquisa apontando que as diferenças salariais entre as 49 regiões européias e a diversidade setorial de empresas impactam fortemente a decisão de localização.

Marques (2001) realizou um estudo sobre a Nova Geografia Econômica na perspectiva de Krugman e aplicou uma pesquisa sobre as regiões européias. Logo no início de seu trabalho, faz uma importante distinção da NGE na visão de economistas e de geógrafos. Manteve ênfase à mobilidade dos fatores de produção e evidenciou que sempre que uma região acumular maior força de trabalho há migrações com destino à outra, originando convergência. Para este fim, utilizou uma metodologia em painel e não cross-section, pois possibilita maior número de observações. Dentre outras variáveis aplicadas ao modelo, utilizou dummy para Ciclos Econômicos e com isso foi possível relacionar que estes estão ligados a convergência e divergência. A conclusão a que chegou foi a de que forças de aglomeração se relacionam com as condições da demanda e que o processo de integração atua sobre a convergência regional essencialmente através da variação dos custos de transporte. Apontou relação negativa entre percentagem de mão de obra industrial e rácio salarial relativamente à região líder.

Por sua vez, Amiti (1998) mapeou a concentração geográfica à luz da experiência européia. Ela informou que a integração européia alterou o padrão de produção dos países e alguns deles se tornaram mais especializados em indústrias de manufatura e

uma grande proporção dessas indústrias se concentraram geograficamente. Em sua pesquisa, confirmou que o padrão de especialização e concentração geográfica nos países da União Europeia (EU) parece ser consistente com o que é previsto pelas novas teorias do comércio.

Baseada na análise do comércio internacional e na teoria da geografia econômica desenvolvida por Krugman e Venables (1995), Amiti e Cameron (2004) estimaram os benefícios de aglomeração que surgem a partir de ligações verticais entre empresas da Indonésia e identificaram que as localizações de fornecedores e da demanda dos consumidores finais são quantitativamente importante e altamente localizadas. As autoras concluíram sobre a necessidade da compreensão da extensão e da força das ligações espaciais na definição das políticas que procuram influenciar o desenvolvimento regional.

Disdier e Mayer (2004) investigaram as determinantes das escolhas de localização de empresas multinacionais francesas na Europa Oriental e Ocidental. A amostra, que inclui 1.843 escolhas de localização em 19 países de 1980 a 1999, encontrou diferenças importantes entre as duas regiões da Europa em relação a estes determinantes. Os efeitos de aglomeração constatados são menos fortes nos países da Europa Central e Oriental do que nos países da União Europeia. Os resultados apresentados confirmaram que as variáveis tradicionalmente incluídas nos trabalhos empíricos sobre escolha do local são relevantes para investidores franceses. Já os efeitos de tamanho de mercado e de aglomeração são fatores determinantes para um país atrair investimentos.

A localização do Investimento Estrangeiro Direto em Portugal foi o tema da pesquisa de Guimarães, Figueiredo e Woodward (2000). Eles apresentaram um estudou entre os 758 estabelecimentos que receberam capital estrangeiro. Também mapearam a distribuição espacial das plantas industriais produtivas. O resultado corroborou com as suposições que levantaram inicialmente de que os investidores estrangeiros podem ser atraídos para área onde já existem concentrações de empresas com capital externo. No país sob análise, a aglomeração foi uma das principais determinantes de novos investimentos estrangeiros, pois a presença de atividades de manufaturas atraiu empresas que possuem menos demandas para especialização de mão de obra especializada. Outro ponto destacado é que salário da manufatura e qualidade da força de trabalho são duas variáveis relevantes no modelo. Os autores encontraram evidencias dos fatores que influenciaram a direção de investimento estrangeiro, sendo certo que, além do fator da aglomeração, as distâncias maiores entre cidades

importantes implicam externalidades negativas e como sugestão é apontado o investimento em infraestrutura, para reduzir o tempo de viagem entre cidades e atrair investimento privado a novas localidades.

A aplicação empírica da NGE para a África do Sul foi o tema de Petersson (2002). Segundo ele, esta teoria foi altamente relevante para explicar o padrão de localização e concentração no país. Os indicadores como densidade populacional, grau de urbanização, renda per capita e desempenho do Índice de Desenvolvimento Humano, apresentaram forte significância. Sua conclusão foi a de que empresas se beneficiam pela proximidade de outras empresas que possam fornecer insumos e as quais possam ser seu próprio mercado consumidor.

Sobre a indústria manufatureira na China, Wen (2004) encontrou o padrão da concentração geográfica e inferiu que o governo daquele país atuou ativamente para fomentar zonas de especial interesse de crescimento, tornando a região costeira chinesa uma potencia para atrair investimento estrangeiro, bem como a promoção das exportações, pelo cômodo acesso ao litoral e aos principais portos com ligação direta a diversas partes do mundo.

Forlin e Rodrigues (2012) estudaram as finanças públicas e o crescimento econômico nos municípios paulistas, para este fim, testaram os municípios do Estado de São Paulo para o ano de 2000. Mostraram que a Nova Geografia Econômica é uma teoria que considera tanto o espaço, que influencia na localização das atividades, quanto às distâncias, que trazem efeitos nos custos de transportes de bens e serviços, tornando, assim, uma região mais atrativa. Os autores concluem que as ações do governo apresentam forte impacto sobre o crescimento econômico e por este motivo afirmam que possuem indiscutível papel no planejamento dos gastos públicos. Evidenciaram que a política fiscal adequada pode atrair investimentos para locais mais remotos, superando as forças de aglomeração, explicada pela NGE. Por fim, encontraram fortes evidencias de que a infraestrutura local é um forte determinante ao crescimento econômico.

Com o enfoque da Nova Geografia Econômica, Oliveira (2004) estudou o crescimento econômico das cidades nordestinas. A pesquisa apontou que as diferenças de riqueza entre cidades estão ligadas à aglomeração e que as cidades que mais cresceram foram devido aos fatores de atração, ou seja, das forças centrípetas ou externalidades positivas, como custos de transportes, retornos crescentes de escala nas atividades produtivas. Os resultados apresentados reforçaram o papel do capital humano e da urbanização na promoção de spillovers de conhecimento, que geram crescimento

econômico. O autor concluiu que cidades que mais cresceram foram as quais registraram melhor qualidade de vida, por outro lado, as cidades com maiores densidades demográficas e maior porcentagem de população de baixa renda foram as que menos cresceram no período. Revela que as cidades com maiores níveis de capital humano também possuem maiores salários e que as cidades menores cresceram a taxas maiores do que as maiores cidades. Por fim, o autor elaborou a teoria da existência de Edge Cities, que são cidades que possuem todos os atrativos coerentes para a localização de uma nova empresa, com proximidade de centros urbanos, mas sem os mesmos problemas apresentados pela metrópole.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

2.1. Hipóteses

A aglomeração industrial está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento econômico. Nesse sentido, entendemos que seu estudo representa grande importância tanto no cenário mundial quanto no local.

Há muitas variáveis que afetam a aglomeração industrial, como a eficácia da gestão municipal, os riscos de instabilidade política, o sistema legal, a compatibilidade cultural e tantos outros indicadores macroeconômicos. No entanto, o foco da presente pesquisa é comprovar quais as variáveis, cujo controle está próximo do âmbito municipal, que realmente são significativas para a aglomeração industrial e quais são esses impactos em relação ao PIB industrial. Assim, pretendemos construir um modelo voltado a guiar ou, ao menos, demonstrar uma direção rumo ao desenvolvimento.

As aglomerações causam grande impacto no desenvolvimento de cidades e regiões. No sentido de procurar o que fazer para estimulá-las, a presente pesquisa pretende responder quais as forças que determinam a formação da aglomeração industrial.

Para tanto, buscaremos respostas a três principais questionamentos, que agrupados sugerem apontar as variáveis chaves para o desenvolvimento municipal. Inicialmente pretendemos responder se as indústrias se localizam onde há maior mercado. Wen (2004) testou a mesma hipótese para as aglomerações chinesas e encontrou relação entre o tamanho do mercado e a aglomeração industrial. Testes realizados em Glaeser (1994) encontraram reflexos positivos entre urbanização e crescimento. Esperamos que seja comprovada a teoria de que a população afete positivamente a localização das indústria.

Outra pergunta que levantamos é se o capital humano qualificado impacta a localização de Indústrias. Sustentado em Porter (1989); Glaeser, Scheinkman e Shleifer (1995); e, Guimarães, Figueiredo e Woodward (2000), indústrias buscam na mão de obra qualificada, no aperfeiçoamento da tecnologia e na inovação, seu diferencial competitivo. Pretendemos comprovar que quanto mais pessoas com nível de educação superior completa seja realmente um dos embriões que norteiam a concentração industrial, afetando positivamente o PIB industrial.

A terceira e última hipótese busca afirmar que a concentração industrial é afetada positivamente pela presença do maior número de indústrias de transformação já instalada em dada localidade. Essa teoria, sustentada por Del Valle e Barroso (1999), implicam que o próprio aglomerado industrial é um atrativo para novas empresas e um impulsionador ao crescimento econômico.

2.2. Base de dados

A amostra de dados que usamos é referente aos municípios paulistas, para o ano de 2010. Optamos por esse período, pois são os dados públicos mais recentes à disposição na internet e também porque apresenta uniformidade sobre as informações referentes ao Estado de São Paulo.

Para dados de admissão na indústria de transformação, salários e cálculo do Quociente Locacional, utilizamos a base disponibilizada no Sistema Dardo-CAGED/RAIS, do Ministério de Trabalho e Emprego (MTE). Já para definirmos a distância de cada município até a capital do Estado, utilizamos o Portal das Cidades Paulistas. Para os dados de importação e exportação, utilizamos o site do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Todas as demais informações foram retiradas do site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os detalhes completos encontram-se no apêndice 2.

2.3. Modelo Empírico

A análise de regressão múltipla permite que muitos fatores observados afetem a variável dependente, que no caso em tela é o PIB Industrial, no entanto, não importa quantas variáveis explicativas são incluídas no modelo, pois, sempre haverá falta de fatores daqueles que são impossíveis de incluí-los, sendo certo que eles estão contidos, coletivamente, no termo de erro. Wooldridge (2010) ensina que um conjunto de dados em corte transversal consiste em uma amostra de indivíduos, tomada em um determinado ponto no tempo. Segundo este autor, a análise de regressão múltipla permite controlar explicitamente muitos fatores que, de maneira simultânea, afetam a

variável dependente. Para ele, isso é importante para testar teorias econômicas e para avaliar efeitos da política por se basear em dados não experimentais.

Alicerçado nas pesquisas de Wen (2004) e de Oliveira et al. (2009), utilizamos a análise de regressão linear multivariada, de corte transversal (cross section) referente ao ano de 2010 para os 645 municípios e para as 63 microrregiões do Estado de São Paulo. Seguimos o modelo de Wen (2004) com a utilização de algumas variáveis proposta pela autora chinesa. Nos apropriamos de sua ideia de que o PIB industrial, como variável dependente, é uma proxy da performance municipal neste setor e como tal, sugere a presença de aglomeração industrial na localidade.

Desta forma, na presente pesquisa, as estimativas buscam captar a relação entre o PIB Industrial e um conjunto de variáveis explicativas. O objetivo é tentar definir as determinantes da aglomeração industrial por meio da relação empregada de cada variável explicativa, analisando os efeitos de políticas públicas que envolvam a mudança dos valores de cada variável independente. Desejamos saber se, por exemplo, a distância de dado município até a capital ou o nível de educação da população, exercem efeitos significativos na formação do PIB Industrial.

A variável explicada é o Produto Interno Bruto Industrial (PIBIND), ou seja, é o valor Adicionado Bruto, a preços correntes pela Indústria. Com isso, esperamos que tal proxy reflita o nível de produção industrial, equiparada ao desempenho da região neste setor. Com a explicação dessa variável, pretendemos entender quais os fatores que determinam a aglomeração industrial.

Estudar as determinantes da aglomeração é interessante por que, a princípio, quanto mais desenvolvido é o município ou microrregião, maior será o seu PIB industrial, que é o motor para o crescimento econômico.

O modelo especificado segue a equação abaixo:

$$PIBIND_i = \beta_{0i} + \beta_1 N_i + \beta_2 EDU_i + \beta_3 NIND_i + \beta_4 DIST_i + \beta_5 ADMIND_i +$$

$$\beta_6 COMEX_i + \beta_7 PIBPC_i + \beta_8 QL_i + \beta_9 W + u$$

Em que:

PIBINDi = PIB Industrial da localidade i

(1) Ni = População residente na localidade i

(2) EDUi = População com nível superior de educação completa na localidade i

(3) NINDi = Número de empresas do setor de indústria de transformação (CNAE 2.0, Setor “C”) na localidade i

(4) DISTi = Distância da localidade i até a capital do Estado

(5) ADMINDi = População na localidade i admitida na indústria de transformação (CNAE 2.0, Setor “C”)

(6) COMEXi = Volume do fluxo de comércio exterior na localidade i (importação + exportação)

(7) PIBPCi = PIB per capita da localidade i

(8) QLi = Quociente Locacional da localidade i

(9) W = Salário médio na indústria de transformação na localidade i

u = Resíduo ou erro residual

i = Localidade do Estado de São Paulo (Município ou Microrregião)

3. RESULTADOS ECONOMÉTRICOS

Assim como Mayer e Mucchielli (1999), também realizamos a modelagem com dados do nível municipal e do nível microrregional. Os resultados econométricos, obtidos por intermédio do software Stata, estão separados nesses dois blocos distintos. No primeiro deles estão os resultados das regressões referentes aos 645 municípios. Já o segundo bloco de resultados, é originado das observações referentes às 63 microrregiões em que o IBGE divide o Estado de São Paulo.

Os relatórios estatísticos obtidos inicialmente dão conta da enorme disparidade encontrada nas observações dos municípios paulistas, onde constatamos a desigual distribuição espacial do PIB per capita, da população total e da área total de cada localidade, respectivamente.

Sobre a parte estatística, Bonini e D´Amato (1982) lecionam que desde que as observações sejam consideradas significativas para o universo amostral, deve-se então determinar a equação de regressão que permitirá fazer estimativas e previsões para a variável dependente, com base nos valores das independentes.

Realizamos os principais testes estatísticos com o objetivo de garantir a não violação aos pressupostos básicos das regressões. Segundo Gujarati (2006) a autocorrelação deve ser descarta, a priori, por se tratar de dados de um corte transversal. Sobre a

multicolinearidade, realizamos o teste do fator de inflação da variância (VIF) e analisamos a matriz de correlação entre as variáveis de todas as regressões. Para obter resultados mais robustos e controlar a heterocedasticidaede, optamos por utilizar o estimador de White para variâncias e covariâncias das regressões.

Encontramos no apêndice 1 os doze modelos propostos para identificar as determinantes da aglomeração espacial da atividade industrial no Estado de São Paulo. Visando maior organização na interpretação dos parâmetros, optamos por padronizar todas as observações, ou seja, dividimos cada uma delas pelo respectivo desvio-padrão da variável.

3.1. Análise das regressões para os municípios

Podemos asseverar que as variáveis de controle são altamente significativas para determinar a aglomeração industrial. Tanto população, quanto número de pessoas com nível superior de educação e número de indústrias instaladas impactam positivamente o PIB Industrial e sustentam que as hipóteses levantadas na seção 2.1, podem ser tidas como verdadeiras para o caso aplicado aos municípios paulistas.

Dentre todas as regressões analisadas, sugerimos o modelo 11, apresentado no quadro 1, como o mais adequado para estimar as determinantes da aglomeração espacial da atividade industrial, ao nível municipal.

O valor p do teste F costuma ser o primeiro resultado a ser analisado. Para que o modelo apresente evidências mínimas de que é útil para comprovar as hipóteses levantadas, o seu valor deve ser menor que 0,05, o que, no caso em tela ocorreu, aparentando que há fortes evidências de que pelo menos uma variável explicativa tem efeito significativo sobre a variável dependente. O alto coeficiente de determinação R^2 indica que aproximadamente 95,43% da variação do PIB Industrial pode ser explicado pelo conjunto das variáveis explicativas. Esse resultado aponta a forte relação entre as variáveis explicativas e a explicada.

Identificamos que todas as variáveis possuem VIF inferior que 1,45. Isto sugere dizer que as variáveis possuem baixa colinearidade e, portanto, não criam viés aos modelos. A baixa correlação apresentada na matriz de correlação é outro indício que garante a aceitação dos parâmetros da regressão. Tal modelo possui 645 observações.

Na análise do p-valor no teste de significância individual das variáveis explicativas, constatamos que nenhuma delas é não significativa estatisticamente e todas elas possuem nível de significância a 0,1%.

Quadro 1. Modelo (11) – Municípios Paulistas: Determinantes da aglomeração espacial da atividade industrial

```
Linear regression                                      Number of obs =     645
                                                       F(  5,   639) = 2240.31
                                                       Prob > F      =  0.0000
                                                       R-squared     =  0.9543
                                                       Root MSE      =  .21472

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
   PIBIND_SD |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
     NIND_SD |   .9545646   .0100457    95.02   0.000     .9348381    .9742911
     DIST_SD |  -.0331415   .0071413    -4.64   0.000    -.0471648   -.0191182
    PIBPC_SD |   .0765108   .0114869     6.66   0.000     .0539542    .0990674
       QL_SD |  -.0292621   .0071112    -4.11   0.000    -.0432262   -.0152979
        W_SD |   .0488963   .0151393     3.23   0.001     .0191675    .0786251
       _cons |  -.0782651   .0310894    -2.52   0.012    -.1393148   -.0172153
------------------------------------------------------------------------------

. vif

    Variable |       VIF       1/VIF
-------------+----------------------
        W_SD |      1.44    0.696280
     DIST_SD |      1.22    0.819384
    PIBPC_SD |      1.16    0.865546
       QL_SD |      1.14    0.874230
     NIND_SD |      1.03    0.972248
-------------+----------------------
    Mean VIF |      1.20

. correl NIND_SD  DIST_SD PIBPC_SD QL_SD W_SD
(obs=645)

             | NIND_SD  DIST_SD PIBPC_SD    QL_SD     W_SD
-------------+------------------------------------------------
     NIND_SD |  1.0000
     DIST_SD | -0.1339   1.0000
    PIBPC_SD |  0.0684  -0.1157   1.0000
       QL_SD |  0.0017  -0.1065   0.2490   1.0000
        W_SD |  0.1318  -0.4162   0.3314   0.3163   1.0000
```

3.2. Análise das regressões para as microrregiões

De acordo com os dados microrregionais do apêndice 1, os resultados das regressões dos modelos 9 a 12 expressam a relevância das variáveis de controle, bem como das demais variáveis selecionadas em tais regressões, pois em geral, notamos que as variáveis significativas estatisticamente possuem os sinais esperados e coadunam com a expectativa do modelo inicialmente proposto. Salientamos que para obter um modelo com baixa correlação entre as variáveis explicativas, optamos por gerar uma nova variável que a intitulamos “NEW”, cuja estrutura baseia-se no somatório das variáveis de controle, já padronizadas.

Encontramos no quadro 2, o modelo 10, que melhor reflete as determinantes da aglomeração espacial da atividade industrial, ao nível microrregional. Nele observamos que a regressão possui o valor p do teste F menor que 0,05. O alto

coeficiente de determinação “R²” indica que aproximadamente 98,21% da variação do PIB Industrial pode ser explicado pelo conjunto das variáveis explicativas. Na análise do p valor no teste de significância individual das cinco variáveis explicativas, constatamos que quatro variáveis possuem significância estatística ao nível de 0% a 5%.

Os resultados das regressões, contendo informações sobre as 63 microrregiões paulista, demonstraram que podemos aceitar as três hipóteses anteriormente comentadas, convergindo com as premissas inicialmente propostas.

Quadro 2. Modelo (10) – Microrregiões Paulistas: Determinantes da aglomeração espacial da atividade industrial

```
Linear regression                                      Number of obs =      63
                                                       F(  5,    57) =  990.45
                                                       Prob > F      =  0.0000
                                                       R-squared     =  0.9821
                                                       Root MSE      =  .13939

------------------------------------------------------------------------------
             |               Robust
 PIBIND_SDMR |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
    EDU_SDMR |   .9230735   .0160864    57.38   0.000      .890861     .955286
   DIST_SDMR |  -.0398606   .0166267    -2.40   0.020    -.0731549   -.0065663
  PIBPC_SDMR |   .0576571   .0248359     2.32   0.024     .0079241    .1073901
     QL_SDMR |   .0335592   .0163688     2.05   0.045     .0007812    .0663372
      W_SDMR |   .0645243   .0470185     1.37   0.175    -.0296287    .1586773
       _cons |  -.3228572   .1687661    -1.91   0.061    -.6608055    .0150912
------------------------------------------------------------------------------

. vif

    Variable |       VIF       1/VIF
-------------+----------------------
      W_SDMR |      2.98    0.335674
   DIST_SDMR |      1.89    0.529812
  PIBPC_SDMR |      1.74    0.574183
     QL_SDMR |      1.39    0.718996
    EDU_SDMR |      1.22    0.822500
-------------+----------------------
    Mean VIF |      1.84

. correl EDU_SDMR DIST_SDMR PIBPC_SDMR QL_SDMR W_SDMR
(obs=63)

             | EDU_SDMR DIST_S~R PIBPC_~R  QL_SDMR   W_SDMR
-------------+------------------------------------------------
    EDU_SDMR |   1.0000
   DIST_SDMR |  -0.2789   1.0000
  PIBPC_SDMR |   0.2332  -0.1968   1.0000
     QL_SDMR |   0.1963  -0.0950   0.4829   1.0000
      W_SDMR |   0.4198  -0.6423   0.5703   0.4092   1.0000
```

4. CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou evidenciar quais são as determinantes da aglomeração industrial no Estado de São Paulo e com isso, contribuir com a discussão a respeito da ocupação e expansão econômica dos 645 municípios e 63 microrregiões paulistas.

Inicialmente apresentamos os benefícios e desafios da competitividade entre governos locais, que além de ser um ponto estratégico de máxima importância para a

sustentabilidade do desenvolvimento endógeno, também é fator preponderante que impulsiona a decisão de localização de empresas e leva municípios a conquistar indicadores competitivos para concorrer com outras localidades. Explicamos, brevemente, os principais requisitos que empreendedores analisam antes da escolha da localidade para implementação de um novo negócio e as formas pelas quais os municípios usualmente utilizam para atrair tais investimentos. Ainda apontamos as principais características do Estado de São Paulo, que foi objeto de estudo desse trabalho.

O referencial teórico foi fundamental para o entendimento dos efeitos da aglomeração sobre a visão da Nova Geografia Econômica. Também destacamos os principais papers que estudaram os motivos da localização das indústrias em diversos países dos diferentes continentes. As vantagens competitivas das aglomerações e exemplos da ajuda estatal para formação de áreas especiais industrial na Europa, EUA, Japão e na China encerraram a revisão das literaturas.

Buscando uma explicação econômica racional sobre a concentração industrial no Estado de São Paulo, apresentamos as variáveis que eventualmente possuiriam efeitos sobre a aglomeração e sugerimos os sinais esperados para as estimações. Neste ponto destacamos as hipóteses que aparentavam ser estruturantes para a formatação da aglomeração industrial.

O principal resultado econométrico para o nível municipal, apontou que o número de indústrias já instaladas, a distância da localidade até a capital, o PIB per capita, o quociente locacional e os salários médios nas indústrias de transformação são importantes variáveis para determinar o nível da aglomeração industrial no Estado de São Paulo. Já para as observações microrregionais, a especificação do modelo econométrico que mais se adequou para sugerir as determinantes da aglomeração industrial destacou a relevância das seguintes variáveis: número de pessoas com nível superior completo, a distância da localidade até a capital, o PIB per capita e o quociente locacional.

Estas variáveis explicativas são fatores fundamentais à promoção do crescimento industrial das cidades e os resultados sugerem que as firmas se beneficiam por estarem localizadas próximas de empresas no mesmo setor e de setores da mesma cadeia produtiva, fato que permite redução de custo de produção, tanto com a aquisição de insumos quanto com os transportes dos produtos.

A configuração espacial da atividade econômica é complexa e pode ser entendida como o resultado de processos históricos e culturais. Por estes motivos, o passado e o presente das localidades devem ser respeitados. O crescimento econômico e o fomento da aglomeração industrial não é algo instantâneo e, por isso, é matéria secular de estudos em todo o mundo. Assim, sugerimos a cautela no uso dos resultados que apresentamos.

Concluímos que ao nível municipal, a simples aglomeração de indústrias é condição suficiente para a atração de novas empresas e condiz com a teoria da Nova Geografia Econômica e dos benefícios dos clusters propostas por Krugman (1997), ao passo que no nível micorregional demonstram a relevância do capital humano qualificado como fator determinante na localização de indústrias, corroborando com as ideias de Porter (1989).

Com a presente pesquisa ficou patente a necessidade de articulação entre os governos locais para a formatação de um planejamento territorial e industrial que vise reorganizar internamente as microrregiões. É necessária coordenação de políticas industriais, tecnológicas e de qualificação profissional, cuja aposta é que essas localidades sejam capazes de se conectar de forma virtuosa entre si e com os centros econômicos nacionais dominantes. Para que essas ações se realizem, há necessidade de apoio dos agentes públicos e privados, implantação de uma rede de serviços e instituições com vistas a dar suporte às atividades industriais, gerar sinergias entre as cadeias produtivas e reduzir a burocracia que emperra a competitividade empresarial.

É satisfatório sugerir um novo pensar no campo da cooperação entre os municípios, onde os componentes de uma microrregião devem pensar em grupo e não mais isoladamente. Governos das microrregiões possuem mais chances ao sucesso, quando pensam políticas públicas conjuntamente. Unidos devem encorajar a concentração industrial de forma cooperativa, convergindo os objetivos comuns de desenvolvimento com políticas regionais favoráveis a atração de investimentos privados.

A ideia central é atrair uma indústria-chave a um determinado município e transformá-la em líder do seu mercado, se possível, internacionalmente, e fazer dessa indústria a engrenagem que irá gerar o desenvolvimento da microrregião, não importando em qual município esta indústria irá se instalar, já que empresas desta cadeia produtiva e de cadeias auxiliares, inclusive de prestação de serviços, buscarão áreas na região

circunvizinha, como satélites orbitando o corpo celeste principal. Aproveitando o potencial que cada cidade possui de melhor.

Talvez este assunto esteja muito desconexo com a realidade da maioria dos governos municipais, que precisam abandonar a ilusão da possibilidade de auto-crescimento e aceitar a condição de que é necessário se integrar a municípios da região para enfrentar os desafios impostos pelo processo de globalização. Tem que ser criado um poder microrregional que trará maiores benefícios a todo o grupo. Municípios do interior têm que aproveitar suas potencialidades e se apropriarem do que Oliveira (2004) intitulou de Edge Cities.

Os projetos de desenvolvimento integrado podem estar ligados a algum tipo de vocação da região, como a existência de atividades típicas ou históricas, ou alguma atividade econômica criada pelo planejamento em virtude da vontade política das lideranças locais ou regionais. Ainda neste sentido, é importante ressaltar que cabe tanto ao município quanto a um grupo de uma mesma microrregião, lutar para abertura de novas empresas do setor da indústria de transformação e criar condições que amplie o número de formandos com nível superior, para que esses fatores sejam suficientemente eficientes em atrair novos players e com isso expandir a aglomeração e aumentar o PIB Industrial.

Assim, compete à administração pública municipal a criação de empreendimentos, como é o caso do Parque Tecnológico, que converge esforços do governo, de empresas e de universidades para geração de inovação e atração de indústrias em ambientes competitivos e cooperativos, sempre compreendendo que a dinâmica territorial tem que estar relacionada a processos de desenvolvimento econômico e social sustentável.

Entretanto entendemos as limitações dos municípios, que mesmo agindo em conjunto, ainda não possuem legitimação de fato e de direito para promover por si só a mudança estruturante que propomos. A força necessária para romper os inúmeros bloqueios e estabelecer uma aglomeração robusta e dinâmica espacialmente distribuída, advém do Estado. É pouco provável ou muito difícil que pequenos municípios de microrregiões isoladas, consigam acumular endogenamente recursos capazes de atrair novas empresas, sem a intervenção estatal.

Neste sentido, a exemplo do que explicou Cano (1981), Diniz (1993) e Pacheco (1996) para o período da industrialização paulista do século XIX, é possível tornar suas afirmativas muito atuais, ao passo que o Estado deve contribuir com o fomento de

novos negócios em localizações estratégicas para que, à medida que o mercado atinja a condição de centro dinâmico da economia, a própria expansão da indústria seja o principal atrativo para novos negócios, assim como foi a intervenção estatal no caso da China (Wen, 2004); das empresas japonesas localizadas no Estados Unidos (Head, Ries e Swenson, 1995) e no sucesso dos clusters franceses (Mayer, Mayneris e Py, 2012; Martin, Mayer e Mayneris, 2011).

Acreditamos que compete ao governo estadual paulista a coordenação de um plano regional, tendo o fomento do entorno favorável às indústrias como chave para promover e garantir o desenvolvimento econômico e social de longo prazo dos espaços territoriais. Este importante papel do Estado visaria apoiar e fomentar regiões estratégicas, mobilizando seus recursos e criando oportunidades para criar um ambiente de negócios competitivo, gerando benefícios ao setor público, privado e a toda sociedade.

O trabalho aqui apresentado está longe de dirimir as questões que permeiam as teorias sobre aglomeração industrial. O modelo apresentado é estático, limitando a análise, pois a metodologia de corte transversal demonstra apenas o impacto no nível, com dados contemporâneos, sem defasagens. Com vistas a lapidar os resultados das estimações das economias de aglomeração, sugerimos que em pesquisas futuras seja ampliado o período de análise, incluindo regressões em painel em um modelo dinâmico, capaz de captar as defasagens de um período para o outro. Ainda sugerimos novas pesquisas com diversos recortes populacionais e com a inserção de variáveis dotadas de informações de renda e inovação. Por fim, acreditamos que o mesmo modelo possa ser testado com dados advindos de municípios e regiões de países desenvolvidos. Desta forma, abre-se espaço para aquelas pesquisas que buscam melhor compreender, de forma comparativa, a evolução do crescimento econômico em diferentes espaços geográficos.

BIBLIOGRAFÍA

AMITI, M. New trade theories and industrial location in the EU: Uma pesquisa da evidência. Oxford University Press and Review of Economic Policy Limited. Vol. 14, n. 2, 1998.

_____. Location of vertically linked industries: agglomeration versus comparative advantage. European Economic Review 49, p. 809-832, 2005.

AMITI. M; CAMERON, L. Economic Geography and Wages: The Case of Indonesia. IMF Working Paper 04/79, may 2004.

AMITI. M; PISSARIDES, C. Trade and Industrial Location with Heterogeneous Labor. IMF Working Paper 04/103, june 2004.

AMSDEN, A. A ascensão do "resto": os desafios ao Ocidente de economias com industrialização tardia. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

BONINI, J.V.; D´AMATO, A. Estatística como fator na aprendizagem. São Paulo: Editor, 1982.

BUARQUE, S. C. Construindo o desenvolvimento local sustentável: Metodologia de planejamento. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

CANO, W. Raízes da concentração industrial em São Paulo. Ed. São Paulo: T.A. Queiroz, 1981.

CHANG, H. Chutando a escada: a estratégia do desenvolvimento em perspectiva histórica. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

COSTA, E.J. M. Políticas Públicas e o Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais em Regiões Periféricas. Tese Doutorado em Economia. Unicamp, 10 Ago 2007.

CROZET, M.; MAYER, T.; MUCCHIELLI, J. How do firms agglomerate? A study of FDI in France. Regional Science and Urban Economics 34 (2004) 27– 54

DEL VALLE, R. M.; BARROSO, I. C. Organización Industrial y territorio. Editorial Sintesis: Madrid, 1999.

DINIZ, C. C. Desenvolvimento Poligonal no Brasil: Nem desconcentração nem contínua polarização. Nova Economial Belo Horizontel v. 3 I n. I I sel. 1993.

DISDIER, A.; MAYER, T. How different is Eastern Europe? Structure and determinants of location choices by French firms in Eastern and Western Europe. Journal of Comparative Economics 32 (2004) 280–296.

DOMINGUES, E. P.; RUIZ, R. M. Aglomerações industriais e tecnológicas: origem do capital, inovação e localização. Economia e Sociedade, Campinas, v. 15, n. 3 (28), p. 515-543, dez. 2006. Disponível em: <www.eco.unicamp.br/docprod/downarq.php?id=621&tp=a?> . Acesso em 22/04/2014.

_____. Os desafios ao desenvolvimento regional brasileiro. Ciência e Cultura, v. 58, n. 1, p. 42-44, 2006. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252006000100017&script=sci_arttext>.

_____. Aglomerações Econômicas no Sul-Sudeste e no Nordeste Brasileiro: Estruturas, Escalas e Diferenciais. Est. Econ., v. 38, n. 4, p. 701-746, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ee/v38n4/v38n04a02.pdf >.

EDMISTON, K.; TURNBULL, G. K. Local government competition for economic development. Andrew Young School of Policy Studies at Georgia State University: Working paper, n. 03-07, 2003. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/228609854_Local_government_competition_for_economic_development >.

ELLISON, G.; GLAESER, E. L.; KERR, W. K. What causes industry agglomeration? Evidence from coagglomeration. National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper 13068, April 2007 . Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w13068>.

FORLIN, J. A.; RODRIGUES, R. V. Finanças públicas e crescimento econômico nos municípios paulistas. Revista Economia e Desenvolvimento, n. 4, vol, 2, p. 27-48, 2012

FUJITA, M.; KRUGMAN, P.; VENABLES, A. Economia Espacial: Urbanização, prosperidade econômica e desenvolvimento humano no mundo. São Paulo: Futura, 2002.

GLAESER, E. L. Economic Growth and Urban Density: A review essay. Working Paper in Economics E-94-7. The Hoover Institution Stanford Universitu, November, 1994.

GLAESER, E. L.; SCHEINKMAN, J. A.; SHLEIFER, A. Economic Growth in a cross-section of cities. NBER Working Paper Series. Working Paper No. 5013. National Bureau of Economic Research. Febrary, 1995.

GUIMARÃES, O.; FIGUEIREDO, O.; WOODWARD, D.. Agglomeration and the Location of Foreign Direct Investment in Portugal, Academic Press, 2000. Disponível em <http://www.fep.up.pt/docentes/pcosme/Artigos/18-JUE.pdf>.

GUJARATI, D. Econometria Básica. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

HEAD, K.; MAYER, T. Market potential and the location of japonese investment in the European Union. The Review of Economics and Statistics, November 2004, 86(4): 959–972

_____. The empirics of agglomeration and trade. Handbook of Regional and Urban Economics, Volume 4.p.2610-2669, 2004.

_____. Detection of local interaction from the spatial pattern of names in france. Journal of Regional Science, vol. 48, n. 1, 2008, p. 67-95

_____. Gravity, market potential and economic development. Journal of Economic Geography 11, 2011, pp. 281–294 .

HEAD, K.; RIES, J. R.; SWENSON, D. Agglomeration Benefits and location choice: Evidence from japonese manufacturing investment in the United States. NBER Working Paper Series. Working Paper No. 4767. National Bureau of Economic Research National Bureau of Economic Research, June 1994.

KLINK, J. Internacionalização e reestruturação da economia local: Uma análise teórica do incipiente sistema de governance regional no grande ABC paulista. Anais do Encontro Nacional da ANPUR. Porto Alegre. v. 8, 1999.

KRUGMAN, P. R. Geography and trade. Palotino: MIT Press, 1997.

_____. Where in the World Is the “New Economic Geography?”. In CLARK, Gordon L; FELDMAN, Maryann P.; GERTLER, Meric S. The Oxfor Handbook of Economic Geography. New York: Oxford Univesity Press, 2000.

KRUGMAN, P.; VENABLES, A. J. Globalization and the Inequality of Nations. Quarterly Journal of Economics, Vol. 110, pp. 857-880, 1995.

MARTIN, P.; MAYER, T.; MAYNERIS, F. Spatial concentration and plant-level productivity in France. Journal of Urban Economics 69 (2011) 182–195

MAYER, T.; MAYNERIS, F.; PY, L. The impact of urban enterprise zones on establishments´s location decisions: evidence from French ZFUS. Centre for Economic Policy Research, Discussion Paper No. 9074, August 2012.

MAYER, T.; MEJEAN, I.; NEFUSSI, B. The location of domestic and foreign production affiliates by French. multinational firms. Journal of Urban Economics 68 (2010) 115–128.

MAYER, T.; MUCCHIELLI, J. La localisation à l'étranger des entreprises multinationales. Une approche d'économie géographique hiérarchisée appliquée aux entreprise japonaises en Europe. In: Economie et statistique, N°326-327, 1999. pp. 159-176. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/estat_0336-1454_1999_num_326_1_6231>. Acesso em 18 de abril de 2014.

MARQUES, H. A nova geografia econômica na perspectiva de Krugman: uma aplicação às regiões europeias. Working papers Centro de Estudos da União Européia, n. 7, Universidade de Coimbra, 2001. Disponível em: <http://www4.fe.uc.pt/ceue/working_papers/ihelena.pdf>. Acesso em: 5 mai. 2014.

OLIVEIRA, C. Crescimento econômico das cidades nordestinas: um enfoque da Nova Geografia Econômica. Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza, v. 35, nº 3, jul-set.2004.

OLIVEIRA, C. et al. A. Política fiscal local e o seu papel no crescimento econômico: Uma evidencia empírica no Brasil. Revista ANPEC. V.10. n.1, p49-68, 2009. Disponível em: <ww.anpec.org.br/revista/vol10/vol10n1p49-68.pdf>

PACHECO, C. A. Desconcentração econômica e fragmentação da economia nacional. Economia e Sociedade, Campinas, (6): 113-40, jun. 1

PETERSSON, L. The New Economic Geography an Industrial Location in SADC. The South African Journal of Economics. Die Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Ekonomie. Vol. 70:8 December, 2002.

PORTER, M. A vantagem competitiva das nações. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

WEN, M. Relocation and agglomeration of Chinese industry. Journal of Development Economics 73 (2004) 329– 347.

WOOLDRIDGE. J. M. Introdução à Econometria: Uma abordagem moderna. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

APÊNDICE 4 – Variável dependente PIB Industrial: Municípios e Microrregiões paulistas

Variável	Modelo (1)		Modelo (2)		Modelo (3)		Modelo (4)	
	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião
N	.3999659 (0.045)	.0637612 (0.747)	.3895702 (0.057)	.0830594 (0.706)	.6449516 (0.001)	.4965788 (0.012)		
EDU	.3712876 (0.189)	.6578512 (0.019)	.2390629 (0.127)	.5974666 (0.001)			.6934604 (0.005)	.7228492 (0.004)
NIND	-.1855557 (0.498)	-.0540431 (0.855)			.0091398 (0.961)	.3076319 (0.098)	-.1654256 (0.560)	-.0714013 (0.810)
DIST	-.0026545 (0.645)	-.0191542 (0.113)	-.0033438 (0.577)	-.0186043 (0.134)	.0019875 (0.681)	-.0120932 (0.372)	-.009688 (0.060)	-.0197691 (0.111)
ADMIND	.2285955 (0.049)	.0634294 (0.347)	.1670979 (0.048)	.0462128 (0.423)	.1398934 (0.126)	-.1016082 (0.000)	.2816703 (0.011)	.0799398 (0.169)
COMEX	.2026901 (0.007)	.2669132 (0.000)	.2223414 (0.001)	.2710851 (0.000)	.223548 (0.003)	.2980949 (0.000)	.2081341 (0.006)	.266108 (0.000)
PIBPC	.0418575 (0.000)	.0281608 (0.160)	.0422359 (0.000)	.0293303 (0.140)	.0448605 (0.000)	.0420626 (0.071)	.0370295 (0.000)	.0264491 (0.133)
QL	-.0050059 (0.337)	.0398979 (0.052)	-.0048153 (0.401)	.0394177 (0.058)	-.0037945 (0.510)	.0438647 (0.057)	-.0083591 (0.109)	.0384666 (0.065)
W	.0018539 (0.709)	6.36e-06 (1.000)	.0029763 (0.580)	-.0008969 (0.960)	-.0007059 (0.900)	-.0264199 (0.164)	.0072018 (0.254)	.0041027 (0.794)
Const	-.0485603 (0.041)	-.1104392 (0.171)	-.0486626 (0.041)	-.1100108 (0.169)	-.060209 (0.005)	-.0786768 (0.338)	-.0311173 (0.127)	-.1157387 (0.138)
R^2	0.9864	0.9931	0.9862	0.9931	0.9859	0.9923	0.9857	0.9931
Mean VIF	80.17	131.64	50.76	68.11	32.04	30.14	45.28	55.78

Nota: p-value entre parênteses

Variável	Modelo (5)		Modelo (6)		Modelo (7)		Modelo (8)	
	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião
N	.6526304 (0.000)	.7980955 (0.000)						
EDU			.5677604 (0.000)	.6632689 (0.000)				
NIND					.6598857 (0.000)	.7422325 (0.000)		
DIST	.0021718 (0.624)	-.0106443 (0.410)	-.0101408 (0.069)	-.0192367 (0.125)	-.008357 (0.175)	-.0101362 (0.536)	.0205862 (0.007)	.0346057 (0.232)
ADMIND	.1422455 (0.079)	-.0710934 (0.106)	.2254559 (0.009)	.0620571 (0.020)	.0576559 (0.667)	-.0967807 (0.005)	.708482 (0.000)	.4706722 (0.002)
COMEX	.2225867 (0.001)	.2787657 (0.000)	.2255765 (0.001)	.2718567 (0.000)	.3045778 (0.000)	.3519133 (0.000)	.3062214 (0.000)	.5783899 (0.000)
PIBPC	.0449149 (0.000)	.0436349 (0.055)	.0374799 (0.000)	.0274025 (0.119)	.0372119 (0.000)	.0340658 (0.160)	.019809 (0.059)	-.0216368 (0.620)
QL	-.0037756 (0.504)	.0563258 (0.022)	-.0081108 (0.149)	.0371298 (0.091)	-.0117178 (0.083)	.0192838 (0.461)	-.0474586 (0.000)	-.0225247 (0.625)
W	-.0008659 (0.886)	-.048889 (0.020)	.008081 (0.207)	.0045953 (0.782)	.0100555 (0.124)	.0087079 (0.677)	-.0050358 (0.533)	-.0106315 (0.795)
Const	-.0605271 (0.001)	-.0419714 (0.615)	-.0316141 (0.126)	-.1174591 (0.137)	-.0349624 (0.113)	-.1297902 (0.170)	-.043312 (0.063)	-.0335932 (0.817)
R^2	0.9859	0.9913	0.9855	0.9931	0.9818	0.9901	0.9582	0.9511
Mean VIF	5.76	6.32	4.81	5.07	7.08	6.07	2.17	3.10

Nota: p-value entre parênteses

Variável	Modelo (9)		Modelo (10)		Modelo (11)		Modelo (12)	
	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião	Município	Microrregião
N	.9701718 (0.000)	.9512157 (0.000)						
EDU			.9612695 (0.000)	.9230735 (0.000)				
NIND					.9545646 (0.000)	.9179292 (0.000)		
CTRL							.9693668 (0.000)	
NEW								.9327214 (0.000)
DIST	-.0147605 (0.017)	-.014973 (0.369)	.0409821 (0.000)	-.0398606 (0.020)	-0.331415 (0.000)	-.0154137 (0.489)	-.0179402 (0.004)	
ADMIND								
COMEX								
PIBPC	.076406 (0.000)	.0714824 (0.004)	.0686795 (0.000)	.0576571 (0.024)	.0765108 (0.000)	.0680277 (0.014)	.0754315 (0.000)	.0611636 (0.007)
QL	-0.025374 (0.651)	.024751 (0.203)	.0005884 (0.922)	.0335592 (0.045)	-0.292621 (0.000)	-.0326567 (0.110)	-.0021788 (0.696)	.0046946 (0.763)
W	.0211183 (0.071)	.0133422 (0.802)	.037569 (0.003)	.0645243 (0.175)	.488963 (0.001)	.1084466 (0.090)	.0231233 (0.001)	.0797775 (0.072)
Const	-.0965366 (0.000)	-.2600508 (0.170)	.0480253 (0.095)	-.3228572 (0.061)	.0783651 (0.012)	-.4496764 (0.048)	-.090609 (0.001)	-.43900854 (0.003)
R^2	0.9710	0.9807	0.9645	0.9821	0.9543	0.9713	0.9709	0.9807
Vif	1.20	1.87	1.20	1.84	1.20	1.84	1.20	1.51

Nota: p-value entre parênteses

LAS EMPRESAS PYMES Y LOS DESAFÍOS PARA SU INTERNACIONALIZACIÓN. LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN EN ARGENTINA

Marta Bekerman, Marcelo Wiñazky y Nicolas Moncaut

Directora del CENES, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Investigadora Principal del CONICET. marbekerman@gmail.com.

Investigador del CENES, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. marcelow1@gmail.com.

Becario de investigación del CENES, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. nmoncaut@gmail.com.

INTRODUCCION

Las exportaciones argentinas están altamente concentradas en pocas empresas de gran tamaño. En efecto, las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) explican actualmente menos del 10% de las ventas externas totales, a pesar de representar más del 90% del número de firmas exportadoras.

En ese contexto, la internacionalización de lasPyMEs se presenta como un aspecto muy importante del desafío que enfrenta hoy la economía argentina para incrementar la competitividad y la inclusión social. Pero, ese desafío requiere superar las distintas trabas que dificultan su desempeño actual.

En este trabajo, se analizará un instrumento que puede cumplir un rol fundamental en el proceso de internacionalización de las empresas PyMEs. Se trata de los consorcios de exportación, en donde la Argentina cuenta con una experiencia destacada desde hace 17 años, cuyo conocimiento puede ser de mucha utilidad para otros países de América Latina.

Las conclusiones del trabajo plantean que los consorcios de exportación son una herramienta muy útil para aquellas empresas PyMEs que quieren expandir sus exportaciones. Pero, su impacto a nivel global es, todavía, limitado debido a la existencia de una serie de obstáculos que requieren la implementación de políticas públicas destinadas a su superación.

El documento se organiza de la siguiente manera: en la Sección 1, se presentan, como marco teórico, las principales fallas de mercado que encuentran las PyMEs para poder avanzar en su internacionalización, así como las posibles respuestas que

pueden brindar los consorcios. En la Seccion 2, se revisará la experiencia internacional, destacándolse los casos de Italia y España y también algunos países de América Latina. En la Sección 3, se analizará la experiencia argentina del último período, haciendo eje en un programa desarrollado por una iniciativa público-privada de fomento a los consorcios de exportación. En la Sección 4, se expondrán los resultados de una encuesta efectuada a 36 consorcios del país y, finalmente, en la Sección 5, se plantearán las conclusiones.

1. MARCO TEORICO

1.1. Principales dificultades que enfrentan las PyMEs para competir internacionalmente

Esas dificultades se vinculan con la existencia de una serie de fallas de mercado que se mencionan brevemente a continuación:

La presencia de economías de escala determina que las grandes empresas soporten menores costos unitarios por producto, lo cual las hace más competitivas frente a las PyMEs.

La presencia de una fuerte heterogeneidad tecnológica existente entre las firmas permite que aquellas que logren mayores avances en las técnicas de producción puedan disminuir costos, conquistar mercados y obtener ganancias extraordinarias. Nuevamente, son las empresas más grandes las que tienen la posibilidad de soportar los costos de la investigación y desarrollo y continuar con el avance de las tecnologías ya adquiridas.

Las asimetrías de información relevantes para el mercado determinan que los altos costos de acceder a información sobre potenciales compradores puede tornar no rentable la exportación para las PyMEs.

Las fallas en el mercado crediticio. Estas se relacionan con los mayores costos relativos que enfrentan los bancos y financieras en el proceso de búsqueda de información y evaluación de pequeños proyectos.

La existencia de fuertes costos de transacción,vinculados a la distancia, el embalaje y las tarifas sobre el comercio.

La incertidumbre ante la dificultad de conseguir proveedores confiables, la volatilidad de la demanda y el costo de mantener stocks puede ser minimizada por las empresas más grandes a través de la integración vertical. Mediante la gestión y planficacion

centralizada pueden reducir los costos de transacción, la incertidumbre y las fallas de coordinación.

También existen fallas del mercado vinculadas con la capacitación. Las empresas requieren personal capacitado para gestionar las exportaciones. Son las grandes las que están en mejores condiciones que las PyMEs para “internalizar” los beneficios de la capacitación.

1.2. Los consorcios como respuesta a las dificultades exportadoras de las PyMEs

Existen diversos mecanismos para sortear las dificultades antes mencionadas. En este trabajo, el enfoque estará puesto en los consorcios de exportación, como respuesta a las fallas de mercado citadas.

“Un consorcio de exportación es la alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y facilitar la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas. Se puede considerar que el consorcio de exportación es un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo entre empresas, que sirve para prestar servicios especializados con el propósito de facilitar el acceso a los mercados externos” (ONUDI, 2004).

Las empresas que integran los consorcios son independientes entre sí, conservan su autonomía jurídica y personalidad comercial, mantienen su estructura directiva, financiera y administrativa y no se contempla una fusión entre ellas, sino la participación en una nueva organización.

La conformación de un grupo o consorcio de exportación tiene una serie de ventajas para los integrantes del mismo y permite solventar, en cierta medida, las fallas de mercado expuestas más arriba.

En primer lugar, el agrupamiento de pequeños y medianos productores que tienen intenciones de exportar, pero que no logran competir con los precios internacionales, incrementa la escala de producción aprovechando los rendimientos crecientes.

A su vez, el consorcio permite despertar mayor interés en los potenciales compradores. Dado que en muchos casos los importadores están interesados en adquirir una variedad más amplia de productos, el grupo exportador tiene mayores posibilidades de sacar provecho de este interés al coordinar las ofertas individuales de sus integrantes.

En cuanto al desarrollo tecnológico, sería razonable pensar que, cuanto más sean los que soportan los costos de la innovación, los riesgos a asumir serán menores y los fondos totales destinados serán mayores, logrando así mejores resultados.

Con respecto a la información imperfecta, los socios del consorcio podrían compartir los gastos para acceder a nueva información sobre mercados de destino, reduciendo costos y tiempo. Otro beneficio de los consorcios es el hecho de compartir el costo de gerenciamiento en la figura del coordinador.

La idea de la reducción del costo medio también se aplica en el transporte. Muchas veces, los exportadores individuales no logran completar un contenedor y esto se traduce en mayores costos, ya que requieren de agentes intermediarios que unen pequeñas cargas hasta poder completarlo.

Otra de las ventajas que brindan los consorcios de exportación es la reducción del "costo de inexperiencia". La posibilidad de aprender en conjunto es uno de los aspectos más destacados que se logra a partir de la convivencia dentro del grupo exportador.

Más allá de todas estas ventajas, es preciso tener en cuenta el potencial incremento del poder negociador del grupo con sus proveedores. De esta manera, puede lograrse un mejor acceso a distintos servicios y a costos más competitivos.

2. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES EN MATERIA DE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN

Diversos países han implementado políticas públicas tendientes al desarrollo de los consorcios de exportación. Pero, sin duda, hay un caso muy destacado que es la de Italia, país precursor en la asociatividad y que más experiencia posee en materia de consorcios. Otro país que también merece señalarse es España, donde el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) dispone de una serie de políticas de apoyo y promoción para los consorcios.

Finalmente, en América Latina, si bien las experiencias son de una escala mucho más pequeña que en Italia y España, pueden citarse, además de la Argentina, las de Perú, Uruguay y Ecuador, países que han contado con el apoyo de la ONUDI para llevar a cabo esta tarea. A continuación, se exponen los casos mencionados.

2.1. Italia[67]

El modelo de asociatividad empresarial en Italia fue creciendo a pasos agigantados desde la década del ‘60 hasta la actualidad. Pero, el marco jurídico que apoyó los consorcios de exportación data de 1974, y estuvo vigente hasta la modificación realizada en el año 2012, a la que se hará referencia más adelante.

En Italia, los consorcios se clasifican de la siguiente forma:

Monoregionales[68]: son los consorcios que están formados por empresas que tienen su sede legal en una misma región y que pueden comprender hasta un 25% del total de las firmas con sede legal fuera de dicha región. El financiamiento de estos consorcios es llevado a cabo por la Administración Regional a la cual pertenecen.

Multiregionales: son los que están formados por empresas que tienen su sede legal en una o más regiones distintas por más de un 25% del total de las firmas asociadas. El financiamiento de estos consorcios es llevado a cabo por el Ministerio de Desarrollo Económico.

La fuerza de los consorcios de exportación italianos se puede comprobrar no solo por su número, sino también por la existencia de Federexport, que es la Federación que los agrupa. Esta Federación nació en 1974 y, actualmente, representa a 120 consorcios, sobre un total de 300 existentes en Italia, y alcanza a 4.500 empresas en todos los sectores comerciales, 1700 hoteles, 175 establecimientos termales y 250 agencias de viajes. Su sede central está en Roma y está organizada a través de 8 Federaciones regionales (Piamonte, Lombardia, Veneto, Toscana, Campania, Puglia, Calabria y Sicilia)[69]. El total de las exportaciones de las empresas participantes en esta Federación a través de sus consorcios, asciende a 14.500 millones de euros, que equivalen al 7 % de todas las exportaciones de Italia.

Las empresas que integran los consorcios han obtenido resultados sorprendentes si se considera que más del 80% de las empresas adherentes no tiene más de 50 empleados. El promedio de las exportaciones representa el 47% del total de la producción de dichas empresas.

Con relación a los servicios que Federexport brinda a sus asociados, la gran mayoría son gratuitos, entre los cuales se destacan: asesoramiento jurídico y fiscal, y la

[67] La sección que describe la experiencia de Italia fue realizada por Pablo Fernández Pira.
[68] El territorio italiano está dividido políticamente en 20 Regiones.
[69] Datos del Rapporto Federexport – Confindustria 2010.

asistencia en la presentación de solicitudes de financiamiento al Ministerio de Desarrollo Económico y a las Regiones.

Uno de los servicios más importantes es la representación de los intereses de los consorcios asociados en el ámbito de las instituciones europeas, italianas y regionales. En tal sentido, la Federación fue la precursora de la sanción de la Ley 83/1989, a través de la cual los consorcios obtuvieron financiamiento del gobierno de Italia. Además, presentó proyectos de ley para el mejoramiento de las actividades de los consorcios y propuestas de leyes en el ámbito del Parlamento Europeo y, al mismo tiempo, definió acuerdos con el Ministerio de Desarrollo Económico de Italia.

Además de coordinar las actividades de sus miembros, Federexport promociona en otros países el modelo basado en consorcios y promueve directamente las exportaciones de sus PyMEs participantes mediante delegaciones comerciales, estudios de mercado y conferencias.

Con respecto al marco regulatorio, cabe señalar que en el año 2012 se produjo una importante reforma, a partir de la creación de los actualmente vigentes "consorcios para la internacionalización" y la derogación de los consorcios de exportación. Entre las actividades de los consorcios para la internacionalización están comprendidas las actividades relativas a la importación de materias primas y de productos semielaborados, a la formación especializada para la internacionalización, a la calidad, a la tutela y a la innovación de los productos y servicios comercializados en los mercados externos, también a través de marcas colectivas. Estos consorcios podrán recibir subsidios, cumpliendo con ciertos requisitos[70], que cubrirán hasta el 50% de los gastos que hayan realizado para la ejecución de proyectos para la internacionalización[71.]

---

[70] Ente los requisitos que se incluyen, se debe prever un gasto admisible no inferior a 50.000 Euros ni superior a 400.000 Euros, y el consorcio debe incluir al menos cinco PyMEs provenientes de tres regiones italianas diversas, pertenecientes al mismo sector o al mismo subsector. Es posible prever la inclusión, a través de un contrato de red, de PyMEs no consorciadas, pero en número menor respecto al de las empresas consorciadas involucradas.

[71] En cuanto a las iniciativas financiables, estas incluyen: participación en ferias y salones internacionales; *show-rooms* temporarios; recibimiento de misiones comerciales inversas; *workshops* y/o seminarios en Italia y en el exterior con operadores extranjeros; actividades de formación especializadas en internacionalización; realización y registración de la marca del consorcio; folletería, catálogos, material informativo, publicidad en radio y televisión, en sitios de Internet o en revistas especializadas; gastos de viaje para un máximo de dos representantes del consorcio en ocasión de los eventos promocionales previstos en el proyecto; desarrollo del sitio web del consorcio en inglés y/o en el idioma del país objetivo del programa de internacionalización.

2.2. España

Las políticas de promoción de los consorcios en España es realizada por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). El objetivo de este programa es promover la agrupación de PyMEs para la comercialización y promoción conjunta de sus productos en el exterior.

Según su objetivo, los consorcios pueden ser de promoción, de ventas, de servicios post-venta o de compra. Según las características de sus miembros, pueden ser sectoriales o multisectoriales. Y, según la estrategia del consorcio, pueden ser: consorcio en origen, consorcio en destino (el consorcio crea una empresa en el exterior), consorcio con marca propia y consorcio con mantenimiento de marca.

El consorcio debe estar constituido por un mínimo de 4 empresas con producto o servicio propio y debe tener personería jurídica para poder recibir el apoyo del ICEX. Pero, en los últimos años, este organismo muestra una caída en la ayuda directa para la creación de consorcios, que coincide con un período de dificultades económicas para las empresas, las que pueden haber visto reducidos sus incentivos para exportar[72].

El porcentaje de ayuda durante 3 años para los consorcios es del 40% en materia de los denominados “conceptos apoyables”. Estos son: i) gastos de estructura: estudio de viabilidad, gastos de establecimiento y asesoramiento legal, gastos de personal, alquileres, servicios profesionales externos (jurídicos, contables, financieros, fiscales); ii) gastos de promoción en el exterior: investigación de mercados, material de promoción, publicidad, acciones promocionales/promociones punto de venta, patrocinios comerciales, relaciones públicas, ferias, viajes; iii) gastos de defensa jurídica de la marca y homologación: registro de patentes y marcas, defensa jurídica de la marca española, homologación de productos ante organismos oficiales [73].

2.3. Experiencias en Latinoamérica

En Perú, se inició en marzo de 2006 un proyecto para la promoción de consorcios de exportación que contó con el apoyo financiero de la Cooperación Italiana para el Desarrollo y se ejecutó bajo la dirección técnica de la Subdivisión de Política Industrial de la ONUDI. Esta institución colaboró con la contraparte oficial, el Ministerio de

[72] En efecto, el ICEX apoyó 45 consorcios de PyMEs en 2008, 36 en 2009 y, solo, 25 en 2010.
[73] La cuantía máxima son 180.000 euros por año por consorcio, durante un límite de tres años desde la fecha de constitución del consorcio, período en el que se persigue que, al menos, el 25% de estos consorcios permanezcan activos.

Producción, para forjar una alianza público-privada que involucró a una veintena de entidades locales de carácter público y privado.

Los recursos del proyecto de la ONUDI no se utilizaron para subsidiar los gastos de funcionamiento, sino para financiar a las PyMEs en su proceso de establecimiento y desarrollo de los consorcios y en la creación de capacidades nacionales, de forma que las instituciones públicas y privadas peruanas pudiesen promocionar por sí mismas los consorcios.

Los consorcios de exportación establecidos en Perú hasta 2012 fueron 28, pertenecientes a 8 regiones diferentes y a una importante variedad de sectores, que abarcan desde joyería hasta manufactura de equipos industriales y actividades turísticas.

En Uruguay, se viene implementando desde comienzos del año 2005, el Proyecto Fomento a la Actividad Empresarial Uruguaya, que también es financiado por la cooperación italiana y ejecutado por ONUDI. Tiene como contraparte nacional a la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (DINAPYME) del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM).

El programa está dirigido a mejorar la situación de las PyMEs con actual o potencial orientación exportadora propiciando, esencialmente, la constitución de consorcios exportadores y mejorando el funcionamiento de las instituciones gubernamentales responsables de impulsar la exportación de bienes manufactureros y servicios de turismo.

Dicha asistencia se dirige a respaldar la creación de consorcios de exportación en diferentes sectores, a entrenar promotores nacionales de consorcios en el sector público y privado, a promover un entorno institucional y de incentivos favorable a los consorcios y al intercambio de experiencias.

Se crearon 3 consorcios que están integrados por unas 30 empresas PyMEs: PHYTO URUGUAY (Plantas medicinales y aromáticas), CONAU (Consorcio de Autopartes del Uruguay) y Consorcio Integro (Software).

En Ecuador, el Programa Nacional de Consorcios de Exportación cuenta también con el apoyo del gobierno italiano y la ONUDI. El objetivo es promover la asociatividad de pequeños productores y artesanos con miras a incrementar su productividad y competitividad a través de la internacionalización de su oferta productiva. Los sectores

productivos a los que pertenecen los consorcios son: cosméticos, madera y muebles, cuero y calzado, textil y confecciones, artesanal, plástico, metalmecánico y alimentos.

3. LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN ARGENTINA

La evolución de los consorcios de exportación en Argentina puede dividirse en 3 etapas. La inicial se extiende desde 1968 hasta 1976, con la creación de las primeras experiencias en el país. La segunda etapa comprende el período 1984-1991 y tiene, como elemento más destacado, la sanción de la Ley N° 23.101 de Promoción de Exportaciones que preveía una serie importante de incentivos para el desarrollo de los consorcios de exportación. En esta etapa, se constituyeron 52 consorcios de exportación que no llegaron a alcanzar un gran desarrollo. Como fruto del atraso cambiario y las modificaciones del entorno macroeconómico de los ‘90, estos consorcios prácticamente desaparecieron en su totalidad.

La tercera etapa – que es sin dudas la más destacada – comienza a mediados de 1998, y se extiende hasta la actualidad. Durante esta etapa, se desarrolló una gran cantidad de consorcios en Argentina, integrados exclusivamente por PyMEs o microempresas. Más que con un cambio en el marco regulatorio su evolución estuvo relacionada con una iniciativa público-privada de fomento y apoyo a los consorcios de exportación. Se trata del programa liderado por la Fundación Exportar (organismo de promoción de exportaciones dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores) y la entonces Fundación BankBoston (luego Fundación Standard Bank y, actualmente, Fundación ICBC), perteneciente al banco privado – Industrial and Commercial Bank of China (Argentina) –). Debe resaltarse que este es el único programa en Argentina que se ha mantenido a lo largo del tiempo (en 2015 cumple 17 años) y que, a fines de 2014, contaba con 70 grupos exportadores integrados por 423 PyMEs.

Cabe destacar que, durante el período 2003-2008 (previo a la crisis internacional de 2009), las exportaciones de los grupos integrantes de este Programa se incrementaron 174%, cifra bastante superior al aumento de las ventas externas de las PyMEs manufactureras de todo el país, que habían registrado – en dicho período – un incremento de 106% (CERA, 2010).

Si bien distintos gobiernos provinciales y otras instituciones públicas y privadas impulsaron diferentes iniciativas tendientes a la formación de consorcios, la gran mayoría de ellas no tuvieron continuidad en el tiempo.[74]

3.1. Régimen legal

En Argentina, a diferencia de lo ocurrido en países como Italia y España, los consorcios se desarrollaron sin disponer de un marco regulatorio que los favoreciera. Fueron las propias empresas PyMEs, en un marco de competencia cada vez más intensa, las que tomaron la iniciativa de constituirlos para poder generar ventas externas y diversificar los riesgos que presenta el mercado local.

La Ley N° 26.005 de Consorcios de Cooperación del año 2004, determina la existencia de Consorcios de Cooperación, que poseen naturaleza contractual, por lo que no son personas jurídicas ni sujetos de derecho. Pueden inscribirse ante la Aduana para exportar los bienes y servicios de las empresas que lo integran, ya sea como consorcio propietario de la mercadería o por cuenta y orden de terceros, y hacer un solo permiso de embarque. Pero, una resolución de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) del año 2009 estableció la solidaridad de los partícipes consorciados en las obligaciones tributarias e infracciones aduaneras, lo que ha limitado la eficacia de los consorcios como herramienta para promover la exportación. Esta situación genera un vacío legal ya que prácticamente ninguna de las figuras jurídicas existentes resulta útil a los grupos exportadores que desean adquirir un status legal.

Por otro lado, hay dos aspectos que aún están pendientes: la personería jurídica de los consorcios y la exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para las compras efectuadas en el mercado interno destinadas a la exportación. Este última cuestión reviste particular importancia ya que en la Argentina, a diferencia de lo que sucede en otros países, los consorcios de exportación están obligados a pagar el IVA cuando adquieren bienes a sus empresas integrantes para destinarlos al mercado externo.

3.2. Consorcios formados bajo el Programa de Fundación Exportar–Fundación ICBC

[74] Durante el período 2010-2013, la Unión Industrial Argentina implementó un programa destinados a mejorar la competitividad de las PyMEs de América Latina que contó con fondos de la cooperación europea (Programa AL-INVEST IV “Internacionalización y Competitividad de las PyMEs del MERCOSUR, Chile y Venezuela para un Desarrollo Sustentable”). Este programa incluyó la creación de consorcios.

En la actualidad, el principal apoyo vigente para la formación de consorcios a nivel nacional son aquellos previstos en este Programa. Su aporte económico, destinado a cubrir los honorarios de los coordinadores[75] de los grupos, ha actuado como un incentivo para que las empresas integrantes decidieran comenzar a trabajar en conjunto.

La evolución de los consorcios, empresas integrantes y exportaciones del citado Programa pueden ser observados en la Tabla 1.

Tabla Nº 1: Consorcios exportadores del Programa Fundación Exportar - Fundación ICBC (1998-2014)

Año	Exportaciones (millones U$S)	Cantidad de grupos	Cantidad de empresas	Variación % Exportaciones	Variación % Grupos	Variación % Empresas
1998	3	3	30	-----	----	----
1999	16	7	65	433,3	133,3	116,6
2000	26	12	123	62,5	71,4	89,2
2001	41	25	214	57,7	108,3	73,9
2002	70	29	231	70,7	16	7,9
2003	61	34	260	-12,8	17,2	12,5
2004	100	37	288	63,9	8,8	10,7
2005	117	41	300	17	10,8	4,1
2006	156	49	354	33,3	19,5	18
2007	145	46	315	7	-6,1	-11
2008	167	50	337	15,1	8,7	6,9
2009	138	54	345	-17,3	8	2,3
2010	161	61	406	16,6	12,9	17,6
2011	207	61	396	28,5	0	-2,4
2012	197	56	339	-4,8	-8,2	-14,4
2013	211	64	391	7,1	14,3	15,3
2014	175	70	423	-17	9,4	8,2

Fuente: Elaboración propia con datos del Programa Fundación Exportar - Fundación ICBC

Con respecto a los grupos exportadores existentes a diciembre de 2014, el 77% de los mismos (54 grupos) se crearon a partir de 2010. Solo 7 grupos (10%) tienen más de 10 años de antigüedad y 9 grupos (13%) fueron creados entre 2006 y 2009.

Se observa, por otro lado, una alta tasa de desaparición de estos grupos. Entre 1998 y mediados de 2013 fueron creados 189, mientras que dejaron de funcionar 124 (casi el

[75]Este aporte cubre – en el primer semestre – el 100% de los honorarios del coordinador, luego – en el segundo semestre – el 75%, posteriormente el 50% y en el cuarto trimestre el 25%

doble de los que existen actualmente). Aquí cabe preguntarse por los motivos de la desaparición de estos grupos. Si bien, ciertos estudios mencionan que esto se debe a su "éxito" (actuaron como una "escuela de exportación" para sus integrantes, los que luego pudieron exportar por su cuenta), en la gran mayoría de los casos se disuelven porque han fracasado en el logro de sus objetivos. Y esto puede atribuirse a varios factores. Aquellos vinculados con la situación "macro", la caída en la competitividad del país, la situación del propio sector (poco dinámico) en el que actúa el grupo, la escasez de demanda en los mercados a los que se dirige el consorcio, la falta de un marco regulatorio adecuado en Argentina y la escasez de apoyos para la consolidación de los grupos exportadores.

Otras razones más específicas pueden vincularse con el hecho de que, al cabo de dos años, se extingue el apoyo brindado por el programa señalado. Esta situación está indicando una falta de sustentabilidad inicial muy importante, lo que puede estar vinculado con distintas cuestiones: una mala selección de sus miembros o del coordinador; una importante heterogeneidad del grupo; un exceso de individualismo en las empresas participantes, con productos con pocas posibilidades de exportarse.

Pero cabe señalar que este fenómeno se repite en otras experiencias internacionales relevadas, como es el caso de España donde, luego de los primeros años de su puesta en marcha, solo "sobreviviría" entre un 25 y un 30% de los consorcios creados.[76]

4. LA EXPERIENCIA DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN LA ARGENTINA

A los efectos de observar las características y experiencias de los consorcios de exportación en la Argentina, se realizó una encuesta a 36 consorcios que participan del Programa de la Fundación Exportar y la Fundación ICBC[77].

Se trata de una muestra significativa, ya que representaba– para 2012 – el 64% de los consorcios del Programa y alrededor de 40% del total de los consorcios existentes en el país[78].

4.1. Características de los consorcios de la muestra

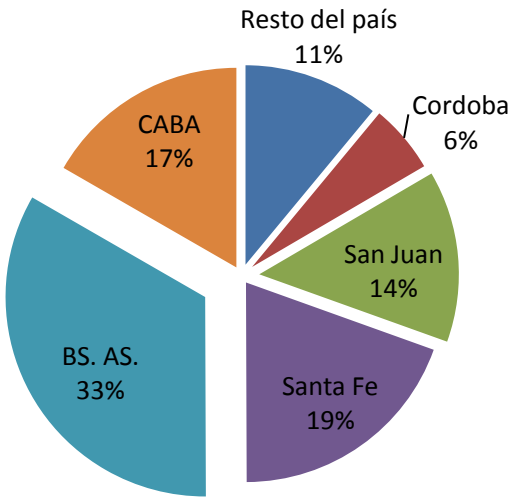
[76]Fundación Exportar y Fundación Standard Bank. 2009. Los Consorcios de Exportación. La experiencia latinoamericana y española. Buenos Aires: Libros de la Araucaria.

[77]Los autores agradecen a Elvio Baldinelli y a la Fundación ICBC por el apoyo otorgado para la realización de esta encuesta.

[78] El listado de consorcios que respondieron la encuesta puede verse en el Anexo.

El 69% de los consorcios de la muestra tienen una antigüedad mayor a dos años, lo que indica que han dejado de depender del financiamiento inicial previsto por el Programa. Su distribución geográfica (ver gráfico Nº 1) se concentra básicamente en cuatro distritos: la Ciudad de Buenos Aires, las Provincias de Buenos Aires, Santa Fe y San Juan (83% de los grupos encuestados).

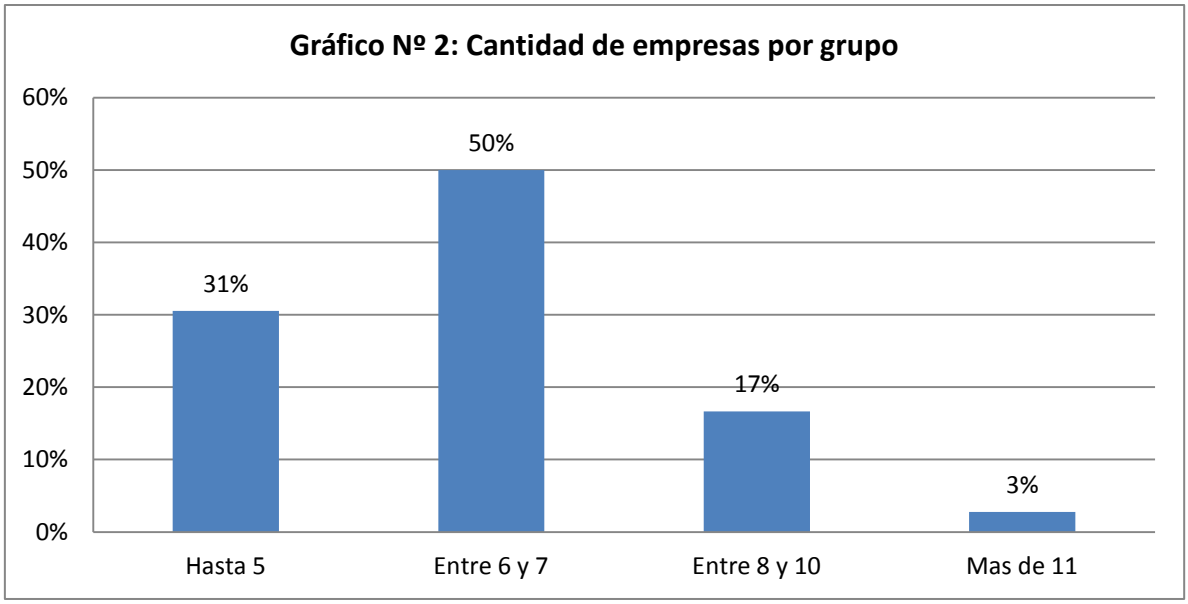
Gráfico Nº 1: Distribución geográfica de los consorcios de la muestra



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

La mayor parte (86%) no han adoptado ninguna forma jurídica. El resto ha optado por la figura de consorcio de cooperación (Ley N° 26.005).

La mayoría de los consorcios tiene entre 6 y 7 empresas (gráfico Nº 2) y todos presentan un carácter monosectorial, es decir que pertenecen al mismo sector de actividad.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

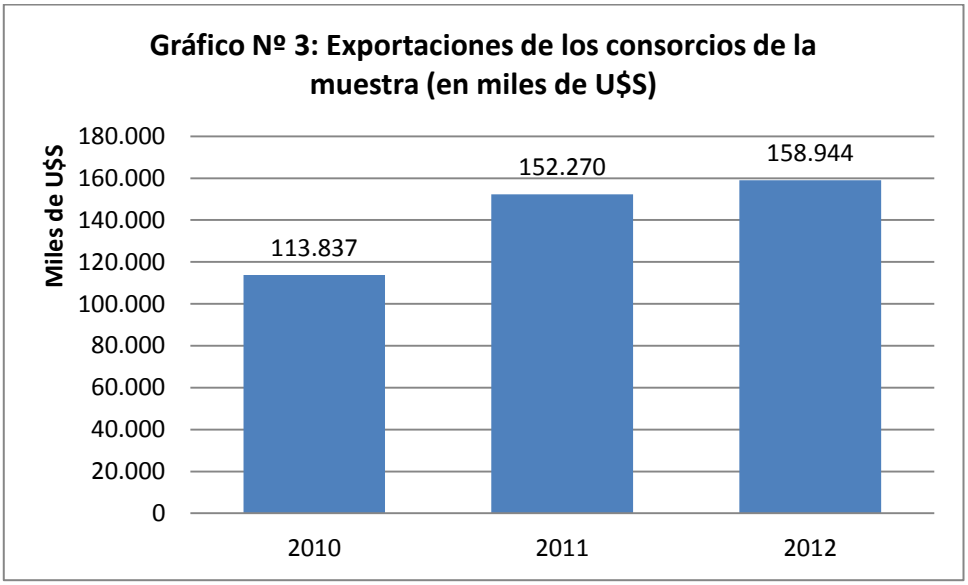
Con respecto a los sectores productivos, la mayoría de los consorcios de la muestra se dedican a la elaboración de productos alimenticios (33%), comprendiendo aquí diversos productos como vinos, frutas y hortalizas, miel, etc. Luego, se encuentra la producción de maquinarias e implementos agrícolas (12%). A estos sectores preponderantes, le siguen el de servicios (10%) y el de materiales eléctricos (7%) (ver Tabla Nº 2).

Tabla Nº 2: Ranking de sectores productivos según su participación en la muestra

Sector	Participación
Productos alimenticios	33%
Maquinaria e implementos agrícolas	12%
Servicios (software, turismo, otros.)	10%
Aparatos y equipamiento eléctrico	7%
Máquinas para la industria de la alimentación	5%
Manufacturas textiles	5%
Manufacturas de cuero	5%
Ferretería	5%
Producción y Posproducción de servicios Audiovisuales	2%
Muebles	2%
Materiales de construcción	2%
Juguetes	2%
Herrajes y Complementos	2%
Elementos de Proteccion Personal	2%
Biotecnologia	2%
Autopartes	2%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

Con respecto al desempeño exportador, se observa un crecimiento importante de las ventas externas entre el 2010 y el 2011 (33,7%), para luego reducir su ritmo y pasar a una tasa de 4,4% entre el 2011 y 2012 (ver gráficoNº 3).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

La importancia del Mercosur y Chile como destinos de las exportaciones se muestran en la tabla Nº 3. Se observa allí que el 64% de los consorcios encuestados ha realizado exportaciones a los países integrantes de esa región, seguidos como segundo destino por "Estados Unidos y Canadá" con el 36%.

Tabla Nº3: % de los consorcios de la muestra que destinan sus exportaciones a las regiones seleccionadas

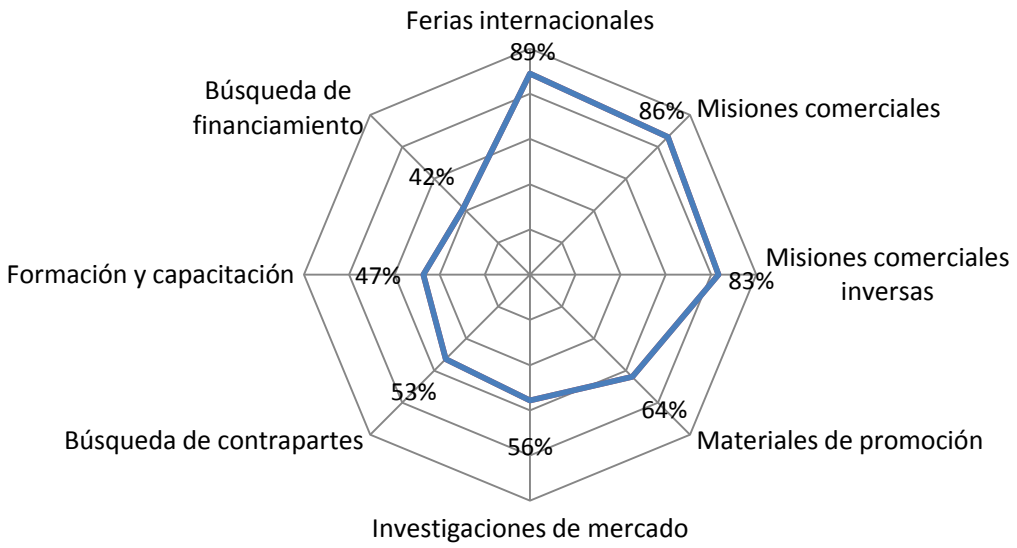
Destino	%
Mercosur + Chile	64%
Estados Unidos + Canadá	36%
Resto de América Latina y Caribe	31%
Unión Europea	31%
Resto de Europa	17%
Africa	17%
China	6%
Resto de Asia	3%
Oceanía	3%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

Con respecto a las actividades promocionales realizadas por los consorcios durante el año 2012, se destacan la participación en ferias internacionales, misiones comerciales

y misiones comerciales inversas (con 89%, 86% y 83% respectivamente) (ver gráfico Nº 4). Fueron menos frecuentes las actividades relacionadas con la capacitación y formación (47%), con la búsqueda de financiamiento (42%) y con el desarrollo de nuevos productos (14%).

Gráfico Nº 4: Actividades promocionales llevadas a cabo por los consorcios de la muestra (2012)

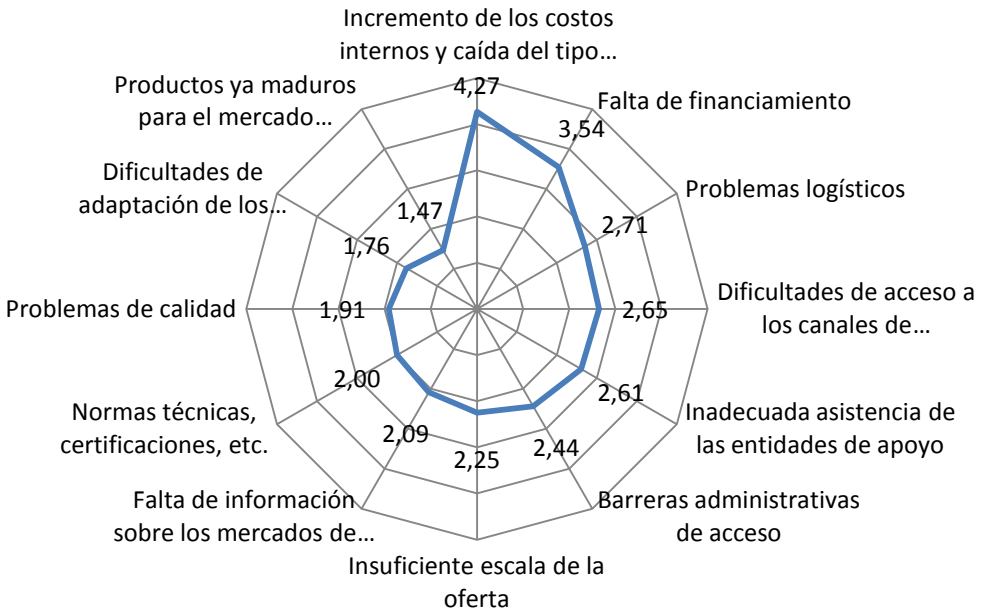


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

4.2. Principales obstáculos para la exportación y factores críticos para la competitividad

Los principales obstáculos para expandir las exportaciones que han sido señalados por los consorcios encuestados incluyen, como factor de mayor incidencia, el crecimiento de los costos internos y la apreciación real de la moneda argentina (ver gráfico Nº 5). Como segundo factor, se señaló la falta de financiamiento, a lo que se agregaron los problemas logísticos, las dificultades de acceso a los canales de distribución y las barreras administrativas de ingreso. Las fallas de información, las normas técnicas, los problemas de calidad y las dificultades de adaptación de los productos fueron señalados como obstáculos de menor relevancia.

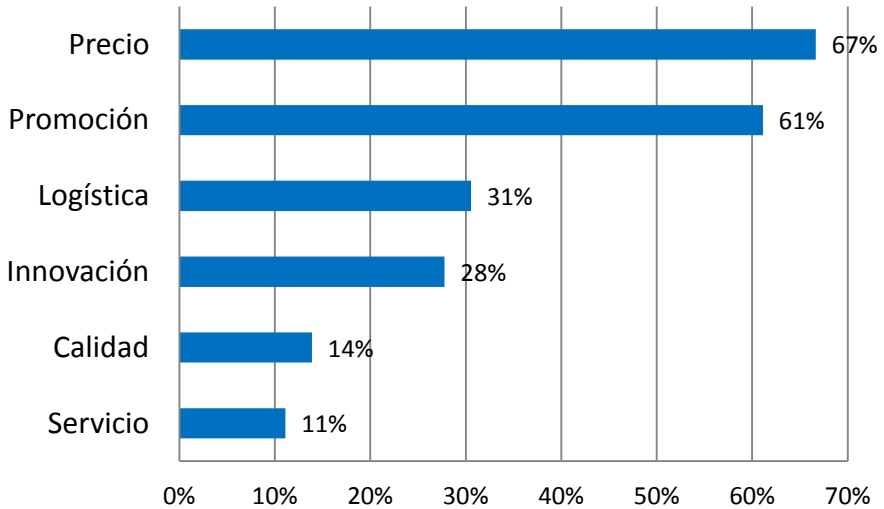
Gráfico Nº 5: Principales obstáculos para la exportación según los grupos encuestados
(1 = baja incidencia; 5 = alta incidencia)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

En cuanto a los factores críticos para la competitividad, los grupos encuestados han enfatizado la competencia via precios y la promoción, mientras que la innovación, la calidad y el servicio aparecen en un segundo plano (ver gráfico Nº 6).

Gráfico Nº 6: Factores críticos para ser más competitivos según los grupos de la muestra

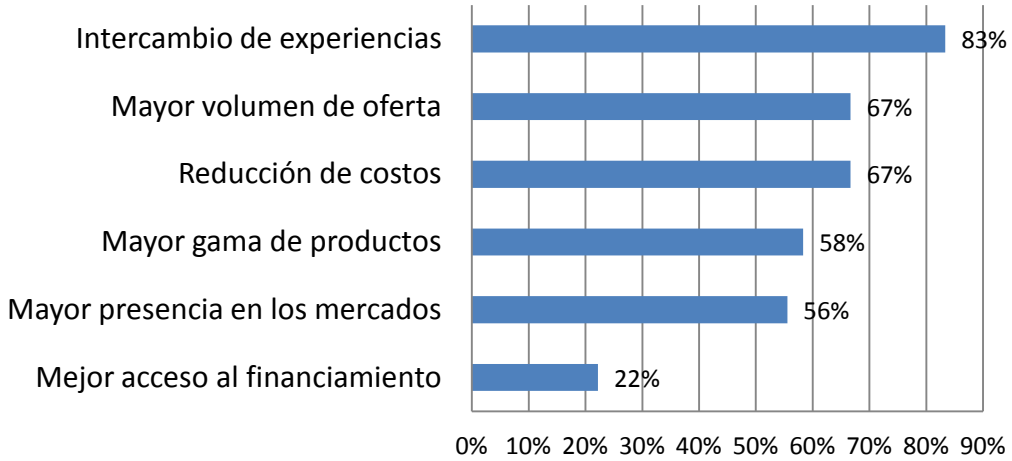


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

4.3. Ventajas de la asociatividad

Entre las ventajas derivadas de la asociatividad, se destacan el intercambio de experiencias (83%), poder ofrecer mayores volúmenes y gama de productos y la reducción de costos. A la vez, contemplan la posibilidad de aumentar la presencia en los mercados.

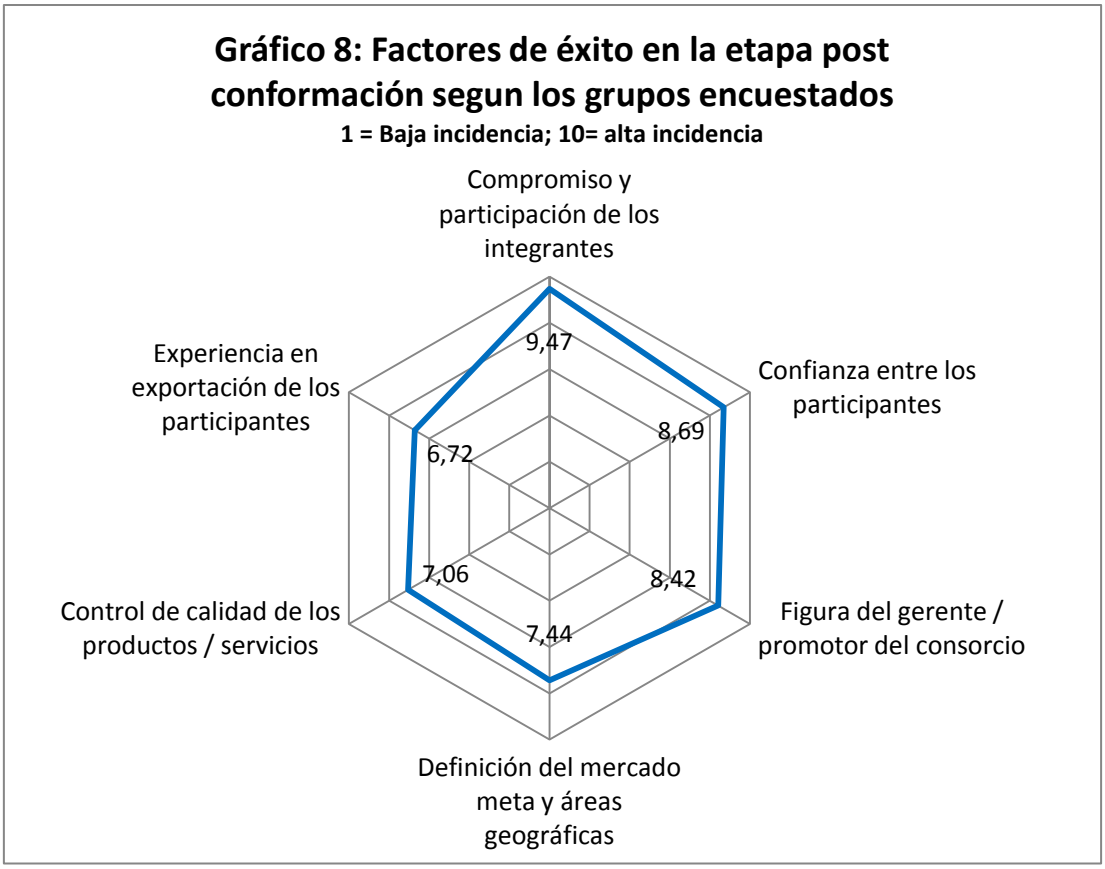
Gráfico Nº 7: Ventajas de la colaboración / asociatividad según los grupos de la muestra



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

4.4. Factores de éxito y fracaso inherentes a los consorcios

Entre los factores de éxito en la consolidación de los consorcios se destacó la importancia del compromiso de las empresas y la buena elección de las firmas integrantes (evitando marcadas diferencias en tamaño y experiencia exportadora y que no vendan productos que compitan entre sí) (ver gráfico Nº 8).

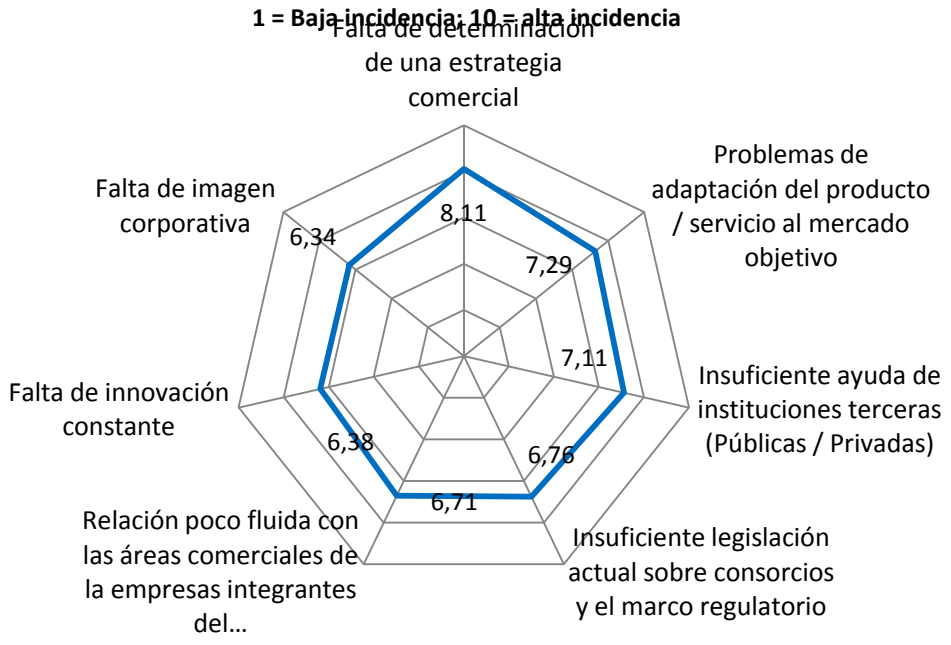


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

Entre los factores de fracaso, se planteó como principal problema la falta de determinación de una estrategia comercial. Tambien, se resaltó la poca adaptabilidad de los productos al mercado, una insuficiente ayuda de instituciones de apoyo y la existencia de un inadecuado marco regulatorio (ver gráfico Nº 9).

Gráfico 9: Factores de fracaso en la etapa post conformación según los grupos encuestados

1 = Baja incidencia; 10 = alta incidencia



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la muestra

5. CONCLUSIONES

Este trabajo se propuso analizar los principales problemas para la internacionalización que enfrentan las PyMEs en la Argentina; hasta qué punto la experiencia realizada en materia de consorcios de exportación puede brindar respuestas a los mismos, y cuáles son las principales limitaciones que aún persisten.

A tal efecto, se analizaron, por un lado, experiencias exitosas de otros naciones, como las de Italia y España y, en menor medida, las de ciertos países de América Latina y, por el otro, se consultó a consorcios de exportación de la Argentina para observar sus principales características y limitaciones.

La experiencia argentina fue analizada a lo largo de tres etapas, destacándose la última (1998-2014), como la más dinámica, dada la cantidad de consorcios que se crearon. Esto no puede ser atribuído a cambios importantes en el el marco regulatorio, que continúa mostrando fuertes limitaciones, sino al resultado de un programa conjunto desarrollado por la Fundación Exportar y la Fundación ICBC, que funciona desde hace 17 años, y que ha permitido la constitución de gran cantidad de consorcios, cuyas exportaciones se incrementaron en una cifra que supera a la de las PyMEs manufactureras de todo el país.

De una encuesta efectuada a 36 grupos exportadores promovidos por dicho Programa, se observa que los consorcios de exportación pueden ser una herramienta muy útil para aquellas empresas PyMEs que quieren comenzar a incursionar en el mercado internacional o expandir sus exportaciones.

Sin embargo, los consorcios encuestados plantearon la existencia de una serie de obstáculos para expandir sus ventas en el exterior. En especial, señalaron el crecimiento de los costos internos, a lo que se sumó (confirmando lo planteado en el marco teórico) una serie de limitaciones que incluyen la falta de financiamiento; la existencia de un inadecuado marco regulatorio; problemas de carácter logístico; dificultades de acceso a los canales de distribución; fallas de información, problemas con las normas técnicas y de calidad y las dificultades de adaptación de los productos.

Todos estos obstáculos hacen que persista una alta tasa de desaparición de estos grupos, lo que determina que el impacto a nivel global de los consorcios, como instrumento de internacionalización de las PyMEs, sea todavía limitado. Por lo tanto, para su expansión y consolidación se requiere un conjunto de políticas públicas, entre las que se incluyen las siguientes: la implementación de una legislación específica que contemple la personería jurídica de los consorcios y la exención del Impuesto al Valor Agregado para las compras efectuadas en el mercado interno y destinadas a la exportación; contar con planes de financiamiento y apoyo para actividades promocionales y para la certificación de productos; mejorar la competencia de los coordinadores, cuyo accionar es un factor clave para su desempeño; profundizar la coordinación de las acciones desarrolladas por los organismos de promoción públicos y privados; promover la cooperación entre consorcios del mismo o de distintos sectores para llevar a cabo actividades promocionales o de otro tipo; fomentar el intercambio de información y la difusión de las experiencias exitosas. El correcto diseño e implementación de estas políticas puede tener un impacto fundamental en el proceso de internacionalización de las PyMEs en la Argentina.

BIBLIOGRAFÍA

Baldinelli, Elvio. 2010. Los Consorcios de Exportación. Buenos Aires: Fundación Standard Bank.

Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA). 2010. Las PyMEx en el período 1999-2009. Respuesta ante la crisis. Buenos Aires.

Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC. 1997. PYME y el mercado mundial: un análisis de los obstáculos a la competitividad.

CEPAL, SEPYME, SELA y MYPES. 2004. Asociatividad, Cooperación Empresarial y Exportación PyME: Experiencias recientes en América Latina y Europa. Buenos Aires.

Clacheo, Norberto. 2008. Relevamiento (mapeo) de la situación de los consorcios de exportación en la República Argentina.Buenos Aires: ONUDI.

Fundación Exportar y Fundación Bank Boston. 2004. Los consorcios de exportación. La asociación de las pequeñas y medianas empresas como medio para lograr el aumento de las exportaciones argentinas. Buenos Aires.

Fundación Exportar y Fundación Standard Bank. 2009. Los Consorcios de Exportación. La experiencia latinoamericana y española. Buenos Aires: Libros de la Araucaria.

Jacobsohn, Gabriel Hernan. 1999. La Internacionalización de las PyMEs argentinas en un contexto de globalización: los consorcios de exportación.Buenos Aires: Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Capital Federal.

Krugman, Paul, Maurice Obstfeld&Yago Moreno.1999. Economía internacional: teoría y política. México: McGraw-Hill.

Minervini, Nicola. 2012Manual del exportador. La Ingeniería de la Exportación: Herramientas para actuar con éxito en los mercados internacionales.México: Mc Graw-Hill.

ONUDI. 2004. Desarrollo de Conglomerados y Redes de PyME: Guía de los Consorcios de Exportación. Viena.

Perego, Luis Héctor. 2003. Competitividad a partir de los agrupamientos industriales: un modelo integrado y replicable de clusters productivos. Eumed.net.

Ullmann Romero, Roberto. 1999. PyMEs. Formas asociativas de comercialización y exportación. Buenos Aires: Depalma.

EL CONSORCIO EXPORTADOR GIAPE. LA EXPERIENCIA DE INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES

Lic. Marcelo Wiñazky

Economista y profesor universitario. Coordinador del Grupo Exportador GIAPE desde su creación en el año 2000.

INTRODUCCION

Las exportaciones argentinas están concentradas en pocas empresas de gran tamaño. En efecto, las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) explican actualmente menos del 10% de las ventas externas totales, a pesar de representar más del 90% del número de firmas exportadoras.

En este sentido, los consorcios de exportación son una herramienta muy útil para aquellas empresas PyMEs que quieren expandir sus ventas externas. Su impacto a nivel global es, todavía, limitado debido a la existencia de una serie de obstáculos que requieren la implementación de políticas públicas destinadas a su superación. Sin embargo, existen experiencias interesantes en Argentina que demuestran la importancia que la asociatividad exportadora tiene para las empresas pequeñas y medianas que quieren ingresar en nuevos mercados e incrementar sus exportaciones.

Una de esas experiencias es la que se analizará en este trabajo. Se trata del Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos (GIAPE), consorcio exportador que funciona desde el año 2000 en el marco del Programa de Grupos Exportadores que auspician la Fundación Exportar de la Cancillería y la Fundación ICBC. Vale destacar que este es el consorcio más antiguo que integra dicho Programa.

El documento se organiza de la siguiente manera: en la Sección 1, se presentan, como marco teórico, las principales fallas de mercado que encuentran las PyMEs para poder avanzar en su internacionalización, así como las posibles respuestas que pueden brindar los consorcios. En la Seccion 2, se describirá el Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos (GIAPE), sus empresas, las actividades realizadas, sus dificultades y obstáculos junto con las formas en que éstos fueron superados y los resultados obtenidos. En la Sección 3, se explicitará la vinculación del consorcio con actores externos y se identificarán las lecciones de la experiencia que resulten más relevantes para las políticas vinculadas a los consorcios de exportación. Finalmente, en la Sección 4, se expondrán las conclusiones.

1. MARCO TEORICO

1.1. Principales dificultades que enfrentan las PyMEs para competir internacionalmente

Esas dificultades se vinculan con la existencia de una serie de fallas de mercado que se mencionan brevemente a continuación:

La presencia de economías de escala determina que las grandes empresas soporten menores costos unitarios por producto, lo cual las hace más competitivas frente a las PyMEs.

La presencia de una fuerte heterogeneidad tecnológica existente entre las firmas permite que aquellas que logren mayores avances en las técnicas de producción puedan disminuir costos, conquistar mercados y obtener ganancias extraordinarias. Nuevamente, son las empresas más grandes las que tienen la posibilidad de soportar los costos de la investigación y desarrollo y continuar con el avance de las tecnologías ya adquiridas.

Las asimetrías de información relevantes para el mercado determinan que los altos costos de acceder a información sobre potenciales compradores puede tornar no rentable la exportación para las PyMEs.

Las fallas en el mercado crediticio. Estas se relacionan con los mayores costos relativos que enfrentan los bancos y financieras en el proceso de búsqueda de información y evaluación de pequeños proyectos.

La existencia de fuertes costos de transacción,vinculados a la distancia, el embalaje y las tarifas sobre el comercio.

La incertidumbre ante la dificultad de conseguir proveedores confiables, la volatilidad de la demanda y el costo de mantener stocks puede ser minimizada por las empresas más grandes a través de la integración vertical. Mediante la gestión y planficacion centralizada pueden reducir los costos de transacción, la incertidumbre y las fallas de coordinación.

También existen fallas del mercado vinculadas con la capacitación. Las empresas requieren personal capacitado para gestionar las exportaciones. Son las grandes las que están en mejores condiciones que las PyMEs para “internalizar” los beneficios de la capacitación.

1.2. Los consorcios como respuesta a las dificultades exportadoras de las PyMEs

Existen diversos mecanismos para sortear las dificultades antes mencionadas. En este trabajo, el enfoque estará puesto en los consorcios de exportación, como respuesta a las fallas de mercado citadas.

“Un consorcio de exportación es la alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y facilitar la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas. Se puede considerar que el consorcio de exportación es un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo entre empresas, que sirve para prestar servicios especializados con el propósito de facilitar el acceso a los mercados externos” (ONUDI, 2004).

Las empresas que integran los consorcios son independientes entre sí, conservan su autonomía jurídica y personalidad comercial, mantienen su estructura directiva, financiera y administrativa y no se contempla una fusión entre ellas, sino la participación en una nueva organización.

La conformación de un grupo o consorcio de exportación tiene una serie de ventajas para los integrantes del mismo y permite solventar, en cierta medida, las fallas de mercado expuestas más arriba.

En primer lugar, el agrupamiento de pequeños y medianos productores que tienen intenciones de exportar, pero que no logran competir con los precios internacionales, incrementa la escala de producción aprovechando los rendimientos crecientes.

A su vez, el consorcio permite despertar mayor interés en los potenciales compradores. Dado que en muchos casos los importadores están interesados en adquirir una variedad más amplia de productos, el grupo exportador tiene mayores posibilidades de sacar provecho de este interés al coordinar las ofertas individuales de sus integrantes.

En cuanto al desarrollo tecnológico, sería razonable pensar que, cuanto más sean los que soportan los costos de la innovación, los riesgos a asumir serán menores y los fondos totales destinados serán mayores, logrando así mejores resultados.

Con respecto a la información imperfecta, los socios del consorcio podrían compartir los gastos para acceder a nueva información sobre mercados de destino, reduciendo costos y tiempo. Otro beneficio de los consorcios es el hecho de compartir el costo de gerenciamiento en la figura del coordinador.

La idea de la reducción del costo medio también se aplica en el transporte. Muchas veces, los exportadores individuales no logran completar un contenedor y esto se traduce en mayores costos, ya que requieren de agentes intermediarios que unen pequeñas cargas hasta poder completarlo.

Otra de las ventajas que brindan los consorcios de exportación es la reducción del "costo de inexperiencia". La posibilidad de aprender en conjunto es uno de los aspectos más destacados que se logra a partir de la convivencia dentro del grupo exportador.

Más allá de todas estas ventajas, es preciso tener en cuenta el potencial incremento del poder negociador del grupo con sus proveedores. De esta manera, puede lograrse un mejor acceso a distintos servicios y a costos más competitivos.

2. EL GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELECTRICOS (GIAPE)

2.1. Descripción del Grupo

El Grupo Exportador GIAPE (Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos) funciona desde julio de 2000 en el marco del Programa de Consorcios llevado a cabo de manera conjunta entre la Fundación Exportar y la Fundación ICBC (previamente Fundación Bank Boston y luego Fundación Standard Bank). En diciembre de 2014, este Programa contaba con 70 grupos exportadores, integrados por 423 empresas PyMEs.

GIAPE es el consorcio más antiguo que integra dicho Programa y cuenta con 9 empresas.

Las empresas de GIAPE fabrican materiales eléctricos y luminarias cuya relación precio-calidad y plazos de entrega les han proporcionado una posición de liderazgo en el mercado argentino y en el exterior. Esto está avalado por las exportaciones que las empresas del Grupo realizan, actualmente, a 28 países de los cinco continentes.

Hay 4 empresas del Grupo que están ubicadas en la Ciudad de Buenos Aires y 5 en la Provincia de Buenos Aires.

Los integrantes del Grupo no compiten entre sí y tienen una línea diferenciada de materiales eléctricos de baja tensión y de iluminación. En este sentido, hay dos canales bien diferenciados: el de electricidad y el de luminarias.

Las empresas de GIAPE cuentan con las normas de producto (IRAM, IEC, INMETRO, INN, etc.) y de calidad (ISO 9001) que exigen los mercados mundiales.

Asimismo, el Grupo GIAPE obtuvo en dos oportunidades el Premio Exportar en la Categoría "Asociatividad para la Exportación". El mismo fue otorgado por la Fundación Exportar en 2002 y en 2013. Además, en 2007, fue distinguido con una mención en la categoría "Consorcios de Exportación" por parte del Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires.

Lo que el Grupo hace en conjunto es la promoción de sus productos en el exterior. En este sentido, participa en ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales y eventos de lanzamiento de productos. Con respecto a las ventas, cada empresa comercializa sus productos en forma individual.

2.2. Composición societaria del Grupo

A diferencia de otros Grupos, GIAPE ha mantenido una "estructura societaria" muy estable con 9 miembros. Prácticamente, no ha habido cambios de empresas y existe un núcleo de firmas que son los miembros fundadores del Grupo.

El conocimiento y la confianza que esto genera, redunda en un adecuado funcionamiento.

Asimismo, el coordinador es el mismo desde el comienzo, lo que permite que tenga un muy buen conocimiento de las empresas y sus productos, pudiéndolas representar en evento del país y el exterior, como ferias, misiones comerciales y rondas de negocios.

2.2.1. Listado de empresas y productos de GIAPE

ASANNO ARGENTINA S.A. (www.asanno.com)

Canalizaciones de PVC, Chapa galvanizada y Aluminio. Cajas y Gabinetes plásticos, metálicos, livianos y estancos. Línea de Llaves y tomas. Sistemas de Bajo piso.

CEDAM S.A. (www.cedam.com.ar)

Nueva línea CEDASEG NOTOX Cables eléctricos de alta seguridad, Cables Libres de Halógenos Resistentes al fuego, Cables Preensamblados de Aluminio aislados en XLPE para baja tensión.

FERROLUX Iluminación (www.ferrolux.com.ar)

Iluminación para interior y exterior: Spots, arañas, apliques, faroles, lámparas para hogar y oficina, Partes de metal para artefactos de iluminación y partes de vidrio.

INDUSTRIAS WAMCO S.A.I.C. (www.wamco.com.ar)

Iluminación de emergencia, Equipo autónomo permanente para agregar a luminaria, Señalizador de emergencia, Balastos e ignitores para lámparas a descarga.

LCT S.R.L. (www.lct.com.ar)

Terminales y conectores en cobre y aluminio en sus diferentes modelos, Terminales de potencia, Morsetería, Herramientas para compresión de terminales y corte de conductores.

MOVILUX S.A. (www.movilux.com.ar)

Rieles para iluminación, Spots para lámparas halógenas, Empotrables para lámparas halógenas, Mercurio Halogenado, Fluorescente compacta, Plafones para aplicar.

RBC-SITEL S.R.L. (www.rbcsitel.com)

Fotocontroles, Detectores de movimiento, Reguladores de ventiladores, Dimmers, Protectores de tensión, Temporizadores de luz.

TECNO-INDUSIL S.A. (www.tecno-indusil.com)

Cables eléctricos especiales para alta y baja temperatura, aislados en caucho, silicona, hilado fibra de vidrio y fibra aramida, teflón, Cables compensados para termocuplas.

VIYILANT S.R.L. (www.viyilant.com.ar)

Controles de Nivel de líquidos, Cintas Pasacables, Sondas Pasacables Industriales.

2.3. Perfil de las empresas que son potenciales clientes del Grupo

- Distribuidores de materiales eléctricos.
- Distribuidores de iluminación/luminarias.
- Fábricas de iluminación.
- Grandes superficies tipo "homecenters".
- Empresas constructoras y estudios de arquitectura.
- Empresas de distribución de energía (privadas, estatales, cooperativas, etc.).

- Fabricantes de electrodomésticos, de resistencias eléctricas, termocuplas, etc.
- Distribuidores y fabricantes de bombas de agua.
- Distribuidores de productos relacionados con el cableado estructurado.

2.4. Apertura de Nuevos Mercados

A lo largo de 15 años de trabajo, GIAPE logró la apertura de distintos mercados en Latinoamérica, Europa, África, Asia y Oceanía. Actualmente, el Grupo vende en todos los países de América Latina, en algunos del Caribe y Europa (España, Italia), en Sudáfrica, en Estados Unidos y en ciertos países de Medio Oriente (Emiratos Árabes Unidos, Israel, etc.) y de Oceanía (Australia).

2.5. Exportaciones

Las exportaciones del Grupo han venido creciendo en los últimos años, más allá de algunas bajas puntuales que se ha registrado. Las cifras son las siguientes:

2000: U$S 524.000

2001: U$S 474.000

2002: U$S 448.000

2003: U$S 947.000

2004: U$S 1,67 millones

2005: U$S 2,1 millones

2006: U$S 3,1 millones

2007: U$S 4,1 millones

2008: U$S 3,97 millones

2009: U$S 3,37 millones

2010: U$S 4,70 millones

2011: U$S 5,90 millones

2012: U$S 5,40 millones

2013: U$S 5,43 millones

2014: U$S 4,21 millones

2.6. Actividades de GIAPE en el exterior

Las empresas integrantes de GIAPE incursionan en los mercados externos, mediante la participación en exposiciones, ruedas de negocios, misiones comerciales y eventos de presentación de productos.

2.6.1. Ferias

Desde su creación, el Grupo participó en gran cantidad de ferias internacionales, tanto en el exterior como en nuestro país. Dichas exposiciones son las siguientes:

i) FEICON (San Pablo, Brasil, Abril de 2001).

ii) BIEL (Buenos Aires, Septiembre de 2001).

iii) MATELEC (Madrid, España, Octubre de 2002).

iv) EXPOFERRETERA (Guadalajara, México, Septiembre de 2003).

v) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2003).

vi) EXPOELECTRICA (México D.F., Julio de 2004).

vii) MATELEC (Madrid, España, Octubre de 2004).

viii) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2005).

ix) MATELEC (Madrid, España, Octubre de 2006).

x) EXPOCRUZ (Santa Cruz de la Sierra, Septiembre de 2007).

xi) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2007).

xii) LIGHT & BUILDING (Frankfurt, Abril de 2008).

xiii) MATELEC (Madrid, España, Octubre de 2008).

xiv) MIDDLE EAST ELECTRICITY (Dubai, Febrero de 2009).

xv) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2009).

xvi) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2011).

xvii) LIGHT & BUILDING (Frankfurt, Abril de 2012).

xviii) BIEL (Buenos Aires, Noviembre de 2013).

xix) MIDDLE EAST ELECTRICITY (Dubai, Febrero de 2014).

2.6.2. Misiones comerciales

GIAPE ha llevado a cabo diversas misiones comerciales desde julio de 2000, fecha de constitución del Grupo. En este sentido, se han visitado todos los países latinoamericanos, Sudáfrica, algunos de los países de Europa Occidental y de Medio Oriente. En algunos casos, los mercados fueron visitados en varias oportunidades por las empresas del Grupo.

Entre los países y regiones visitados, pueden mencionarse:

- América del Sur.
- Centroamérica.
- Caribe.
- México.
- Sudáfrica.
- España.
- Italia.
- Alemania.
- Medio Oriente

2.6.3. Eventos de presentación de productos

GIAPE ha incursionado en una modalidad que no es común para las empresas o consorcios argentinos. Al respecto, ha realizado 8 eventos de presentación de productos tipo show-room en el exterior.

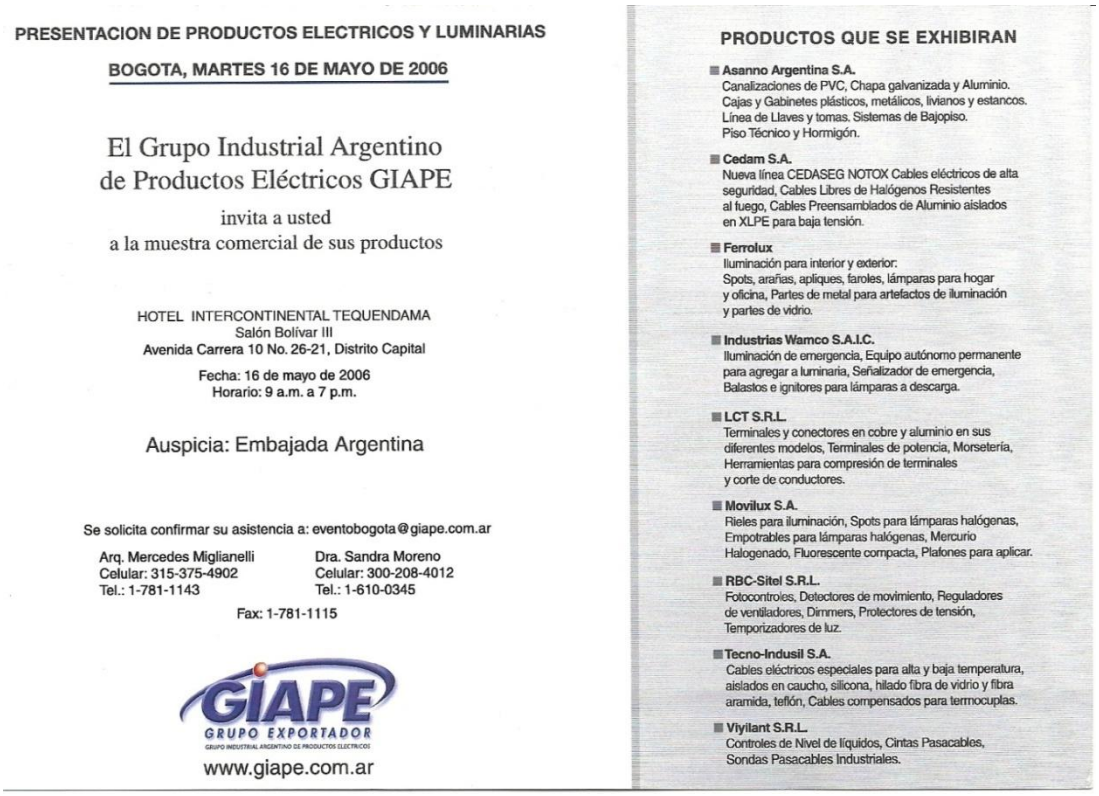
Este tipo de evento es realizado en el salón de algún hotel reconocido o en el ámbito de la Residencia de la Embajada Argentina en ese país. Previamente, el Grupo contrata en cada mercado a la empresa que se encarga de organizar el evento. Esta empresa es la que invita a todas las firmas que GIAPE quiere convocar.

Esta modalidad permite entrevistar a un número importante de empresas en el transcurso de un solo día de evento. En líneas generales, han concurrido entre 40 y 50 empresas a cada uno de los eventos realizados. Los resultados han sido muy positivos.

Los eventos realizados son los siguientes:

- Santiago de Chile, diciembre de 2003.
- Lima, Perú, mayo de 2004.
- Bogotá, Colombia, mayo de 2006.
- Quito, Ecuador, septiembre de 2006.
- Caracas, Venezuela, junio de 2007.
- Bogotá, Colombia, junio de 2008.
- Curitiba, Brasil, septiembre de 2010.
- Lima, Perú, agosto de 2011.

A continuación, puede observarse el modelo de invitación utilizado para el evento realizado en Bogotá en el año 2006.



PRESENTACION DE PRODUCTOS ELECTRICOS Y LUMINARIAS

BOGOTA, MARTES 16 DE MAYO DE 2006

El Grupo Industrial Argentino
de Productos Eléctricos GIAPE
invita a usted
a la muestra comercial de sus productos

HOTEL INTERCONTINENTAL TEQUENDAMA
Salón Bolívar III
Avenida Carrera 10 No. 26-21, Distrito Capital

Fecha: 16 de mayo de 2006
Horario: 9 a.m. a 7 p.m.

Auspicia: Embajada Argentina

Se solicita confirmar su asistencia a: eventobogota@giape.com.ar

Arq. Mercedes Miglianelli
Celular: 315-375-4902
Tel.: 1-781-1143

Dra. Sandra Moreno
Celular: 300-208-4012
Tel.: 1-610-0345

Fax: 1-781-1115

GIAPE
GRUPO EXPORTADOR
GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELECTRICOS
www.giape.com.ar

PRODUCTOS QUE SE EXHIBIRAN

Asanno Argentina S.A.
Canalizaciones de PVC, Chapa galvanizada y Aluminio. Cajas y Gabinetes plásticos, metálicos, livianos y estancos. Línea de Llaves y tomas. Sistemas de Bajopiso. Piso Técnico y Hormigón.

Cedam S.A.
Nueva línea CEDASEG NOTOX Cables eléctricos de alta seguridad, Cables Libres de Halógenos Resistentes al fuego, Cables Preensamblados de Aluminio aislados en XLPE para baja tensión.

Ferrolux
Iluminación para interior y exterior: Spots, arañas, apliques, faroles, lámparas para hogar y oficina, Partes de metal para artefactos de iluminación y partes de vidrio.

Industrias Wamco S.A.I.C.
Iluminación de emergencia, Equipo autónomo permanente para agregar a luminaria, Señalizador de emergencia, Balastos e ignitores para lámparas a descarga.

LCT S.R.L.
Terminales y conectores en cobre y aluminio en sus diferentes modelos, Terminales de potencia, Morsetería, Herramientas para compresión de terminales y corte de conductores.

Movilux S.A.
Rieles para iluminación, Spots para lámparas halógenas, Empotrables para lámparas halógenas, Mercurio Halogenado, Fluorescente compacta, Plafones para aplicar.

RBC-Sitel S.R.L.
Fotocontroles, Detectores de movimiento, Reguladores de ventiladores, Dimmers, Protectores de tensión, Temporizadores de luz.

Tecno-Indusil S.A.
Cables eléctricos especiales para alta y baja temperatura, aislados en caucho, silicona, hilado fibra de vidrio y fibra aramida, teflón, Cables compensados para termocuplas.

Viyilant S.R.L.
Controles de Nivel de líquidos, Cintas Pasacables, Sondas Pasacables Industriales.

2.7. Obstáculos

Los obstáculos que el Grupo ha encontrado en 15 años de trabajo en los mercados externos tienen que ver con las dificultades normales con las que se enfrentan todas las empresas PyMEs argentinas que – siendo fabricantes de productos industriales – desean incursionar en otros mercados.

Estas dificultades tienen que ver con la necesidad de contar con la certificación de ciertas normas de producto (las que en general son diferentes para cada país), con el seguimiento de los potenciales clientes, con la permanencia en las tareas de

promoción comercial y con la continuidad en el negocio. Asimismo, en los últimos años también debe mencionarse que se ha perdido la ventaja cambiaria que se había generado con la devaluación de 2002, por lo que la dificultad en materia de precios es creciente.

Al respecto, algunos (no todos) de estos obstáculos se suplieron (a veces, parcialmente) mediante:

- La certificación de normas de calidad (ISO 9001:2008) y de algunas normas de producto (para Colombia y Brasil, por ejemplo), además de las de conformidad, como la CE.
- El seguimiento permanente de los contactos generados.
- La continuidad y el esfuerzo en las tareas de promoción comercial, como la presencia asidua en ferias, la realización de misiones comerciales en forma recurrente, la visita permanente a los clientes.
- El hecho de contar con un departamento de comercio exterior en cada empresa, el que se encarga del seguimiento de sus contactos y clientes.
- El hecho de brindar un servicio de excelencia para poder compensar el alza de costos ("precios más caros"). Este consiste en el despacho rápido de productos, en otorgar financiamiento, en realizar adaptaciones de producto y de packaging, en la personalización de productos y packaging, en la realización de charlas técnicas, en el envío de catálogos y en el apoyo en materia promocional tanto on line como off line.

3. VINCULACION CON ACTORES EXTERNOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Como fuera mencionado, GIAPE integra, desde el año 2000, el Programa de Consorcios de la Fundación Exportar y Fundación ICBC.

Además de tener vinculación con este Programa, GIAPE ha participado en dos ediciones del Programa de Apoyo a Consorcios del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; también se ha sumado a misiones comerciales organizadas por la Cancillería Argentina y el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires; y ha sido parte de pabellones argentinos en ferias del exterior que ha montado la Fundación Exportar. También, se ha solicitado en varias ocasiones – a través de la Fundación Exportar – la realización de agendas de negocios en el exterior.

Asimismo, las empresas del Grupo han participado de programas que financian actividades de las PyMEs como el PACC, FONTAR, etc.

En todos los casos, las experiencias han sido muy provechosas y han permitido incrementar las exportaciones de las empresas del Grupo.

Finalmente, es importante destacar las lecciones aprendidas. A partir de la experiencia de GIAPE, pueden mencionarse los siguientes factores que contribuyen al éxito de un consorcio y su permanencia en el tiempo:

- Adecuada selección de empresas.
- Debe brindar beneficios reales y potenciales a sus participantes.
- Los integrantes tienen que compartir un conjunto de valores comunes.
- Debe haber compromiso con la asociatividad.
- Tiene que haber flexibilidad.
- El consorcio tiene que tener un carácter estratégico y se debe plantear un horizonte de mediano-largo plazo.
- Deben renovarse constantemente las expectativas.
- Tiene que haber objetivos claros, precisos y realistas que permitan determinar el plan de actividades.
- Debe respetarse la disciplina interna.
- Se tiene que concebir al consorcio como una herramienta para el desarrollo y el crecimiento de la empresa y no para “salvarse” en el corto plazo.
- Debe apuntarse a un mismo segmento de mercado y dirigirse a canales de distribución parecidos.

4. CONCLUSIONES

Más allá de la experiencia del Consorcio Exportador GIAPE, y a partir de otros trabajos sobre grupos exportadores, pueden señalarse algunos obstáculos para ingresar en los mercados externos e incrementar las exportaciones. Entre ellos se destacan: el aumento de los costos internos; la falta de financiamiento; la existencia de un inadecuado marco regulatorio; problemas de carácter logístico; dificultades de acceso a los canales de distribución; fallas de información, problemas con las normas técnicas y de calidad y dificultades en materia de adaptación de los productos.

Todos estos obstáculos hacen que persista una alta tasa de desaparición de estos grupos, lo que determina que el impacto a nivel global de los consorcios, como instrumento de internacionalización de las PyMEs, sea todavía limitado. Sin embargo, hay casos de éxito que se mantienen en el tiempo y que sirven para reafirmar la validez de esta herramienta. Es aquí que la experiencia de GIAPE resulta interesante ser relevada.

En efecto, es importante destacar que todas las empresas del Grupo realizan exportaciones no tradicionales, con un importante valor agregado. Además, todas las firmas están exportando, situación que no acontecía en el año 2000, fecha en la que GIAPE comenzó sus actividades.

Asimismo, vale destacar que es el grupo más antiguo del Programa de Consorcios de las Fundaciones Exportar e ICBC; tiene una estructura societaria estable; un adecuado funcionamiento interno; el coordinador es el mismo desde su inicio y vende sus productos en 28 países de 5 continentes (América, Europa, África, Oceanía y Asia).

En el caso de GIAPE, se presentan una serie de indicadores que permitirían catalogarlo como exitoso. Entre ellos, pueden mencionarse:

- Incremento de las exportaciones.
- Diversificación de mercados.
- Ingreso en mercados lejanos o complejos.
- Apertura de nuevos mercados.
- Mayor experiencia de las empresas.
- Continuidad en las exportaciones.
- Baja de costos.
- Baja rotación de sus integrantes.
- Permanencia en el tiempo.
- Expectativas renovadas permanentemente.

Esta perfomance ha sido posible a lo largo de 15 años de trabajo por el gran esfuerzo asociativo de las empresas que componen el Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos.

FORMACIÓN DE CONSULTORES PARA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN PYMES METALÚRGICAS Y METALMECÁNICAS DE TANDIL

G. Wyngaard(i), A. López(i), E. Martínez(i), M. Campanaro(ii), E. Bender(ii) y M.A. Rubio(ii)

(i)INTI Mar del Plata, (ii)INTI Unidad de Extensión Tandil
wyngaard@inti.gob.ar

RESUMEN

A partir de un relevamiento de 30 pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil realizado en el año 2013 por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) se desprende que la situación competitiva de las mismas presenta limitaciones en materia de calidad, formación del personal y gestión de procesos productivos y de negocios.

En las pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil, las restricciones identificadas tienen como causas principales el bajo nivel de formación de los empresarios y la ausencia de profesionales a nivel local dedicados a brindar asesoramiento y apoyo a las pymes para mejorar su eficiencia productiva.

Para contribuir a la resolución de estas problemáticas se formuló un proyecto conjunto entre el INTI, la Cámara Empresaria de Tandil, la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Tandil (APYMET) y el Municipio de Tandil, que involucra el diagnóstico y asistencia técnica de seis pymes de los sectores metalúrgico y metalmecánico y la formación de dos profesionales locales para atender futuras demandas.

El proceso de asistencia técnica comprende la aplicación de Tecnologías de Gestión de la Producción (TGP), un conjunto de técnicas y herramientas destinadas a optimizar los procesos productivos y mejorar la productividad y la eficiencia en las empresas.

Algunas de las mejoras obtenidas en las pymes asesoradas comprenden: optimización de la distribución en planta, mejora en las condiciones de orden y limpieza, implementación de sistemas para gestionar el inventario y/o programar la producción, estudio de métodos y tiempos, entre otras.

Además, gracias a la capacitación de nuevos consultores, el medio productivo local contará con recursos locales formados para atender sus demandas en cuanto a mejora de la productividad y extender el asesoramiento técnico a nuevas pymes,

tomando como modelo el trabajo realizado en las seis empresas beneficiarias del proyecto.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. La industria metalmecánica en Tandil

La cadena metalmecánica comprende un conjunto de actividades manufactureras que utilizan entre sus insumos productos de la siderurgia y/o sus derivados. Forman parte de esta cadena todas aquellas industrias manufactureras dedicadas a la fabricación (matricería, fundición, mecanizado), ensamble, reparación y transformación del metal, cuyo rango de especialización va desde el diseño, ingeniería y desarrollo de equipos industriales, hasta el área de servicios (montajes industriales, mantenimiento de plantas, instalaciones eléctricas).

En 1918 surgió la industria metalúrgica en Tandil, de la mano de Francisco, José y Donato Bariffi, que posteriormente fundaron BIMA (Bariffi Industria Metalúrgica Argentina). En 1920 comenzaron a fundir las primeras cocinas, incorporando más adelante otros tipos de productos como los repuestos para maquinaria agrícola. En 1943 se fabrican las primeras tapas de cilindro, siendo la primera fundición del país que alcanza los niveles de calidad exigidos. En 1948 abre Metalúrgica Tandil, donde llegaron a trabajar unas 2.000 personas hacia la segunda mitad de la década de 1960. A partir de entonces, la época fue sumamente propicia para la actividad por lo cual surgieron numerosas fundiciones y talleres pequeños y medianos que ocuparon mano de obra en forma considerable y proveyeron no solamente a la propia Metalúrgica Tandil sino a fábricas y representantes empresarios del país y del extranjero, tal es el caso de Metán, Tandilfer, Tandilmat, Buxton, Talleres Tandil, Fundalum, Ronicevi, entre otros.

Este crecimiento llegó hasta fines de los años ochenta y el comienzo de la convertibilidad. Las pequeñas y medianas empresas del sector metalmecánico reaccionaron muy lentamente a los cambios macroeconómicos, cerrando muchas de ellas. En lo que respecta al cambio tecnológico y la innovación, se puede establecer que las pequeñas y medianas empresas fueron avanzando de diferentes maneras según las percepciones de los empresarios locales. De esta forma, estos se dividieron entre los que optaron por una competitividad basada en invertir en conocimientos, tecnologías e intangibles y otro sector empresarial que optó por iniciar una “estrategia defensiva” de reducción de costos y disponer de cambios no radicales o meramente incrementales o ligeramente adaptativos. Generándose así, diferencias notorias y considerables entre ambos grupos.

1.2. Situación actual del sector

A partir de los datos extraídos de la encuesta que desde hace algunos años realizan el Municipio de Tandil y la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Tandil (APYMET), el sector metalmecánico de Tandil comprende cerca de 130 empresas que ocupan el 70% del empleo sobre el total de la industria. En el 50% de ellas trabajan entre 2 y 5 personas, el 34% entre 6 y 40 y sólo el 3% tiene entre 41 y 200 personas. La mayor parte de ellas son proveedoras del sector automotriz (principalmente mercado de reposición) y agropecuario (maquinaria agrícola principalmente), por lo tanto su situación productiva está fuertemente ligada a la realidad de estos sectores. La mayor parte de ellas vende en el mercado interno aunque son proveedoras de empresas exportadoras, sólo el 10% exporta directamente sus productos.

En el año 2013, personal de los Centros INTI Mar del Plata e INTI Mecánica y del INTI Unidad de Extensión (UE) Tandil realizó un relevamiento de 30 pymes metalúrgicas y metalmecánicas de esta ciudad. Durante el mismo se realizaron visitas a cada una de las empresas para llevar a cabo entrevistas a sus representantes, recorrer las instalaciones productivas y así observar sus condiciones operativas.

El relevamiento se realizó teniendo en cuenta un subconjunto de empresas relacionadas con los sectores autopartistas y agropartistas, principalmente. Esta decisión se tomó en conjunto con las Cámaras gremiales empresariales de Tandil, con el objetivo de poder conocer sus capacidades, sus fortalezas y sus debilidades, a la hora de poder diversificar su producción para dar respuestas a demandas de otros sectores productivos (agropecuario, minero, ferroviario, petróleo) y en su potencial participación en los programas de sustitución de importaciones.

Se relevaron 14 empresas de fundición (seis de las cuales cuentan también con procesos de mecanizado) y 16 empresas agrupadas en el rubro mecanizado (comprendiendo tornería, mecanizado, matricería y equipos) de la ciudad de Tandil de entre 2 y 186 empleados, tal como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1: cantidad y número de empleados de las empresas relevadas.

	Cantidad de empresas	Número máximo de empleados	Número mínimo de empleados	Promedio de empleados
Fundición	14	186	2	36
Mecanizado	16	39	2	16
TOTAL	30	186	2	24

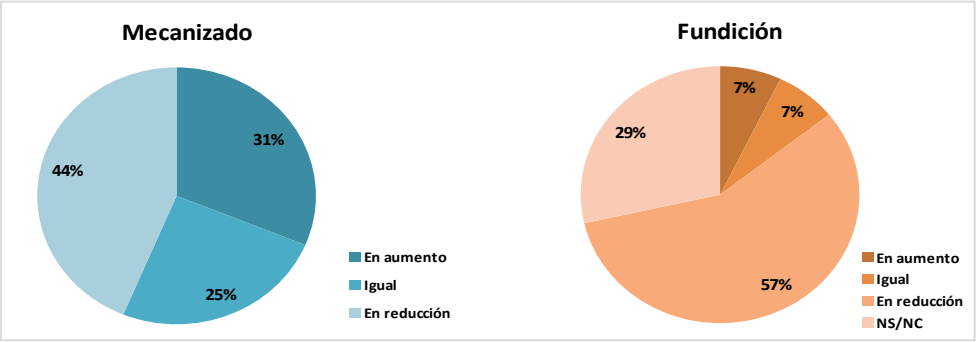
A partir de la información recabada se realizó una evaluación preliminar de cada organización para detectar cuáles son los aspectos de la gestión empresarial en los cuales se presentan las mayores ineficiencias. La situación de cada empresa se analizó para cada una de las siguientes áreas de gestión: Administración y Dirección; Calidad; Costos; Estructura organizacional; Finanzas; Gestión de stock; Marketing y ventas; Orden y limpieza; Producción; Recursos humanos; Seguridad e higiene y Tecnología e infraestructura.

1.3. Principales problemas detectados

Mercado en disminución

El 50% de las empresas (compuesto por un 44% de las empresas de mecanizado y un 57% de las de fundición) manifestó que la tendencia de los niveles de ventas de los últimos tres años se encuentra en disminución, tal como se observa en el Gráfico 1. Las causas que contribuyen a la pérdida de competitividad y el consiguiente descenso en los niveles de ventas obedecen principalmente a aspectos coyunturales y también, en menor medida, a factores internos de la empresa.

Gráfico 1: Evolución del negocio (tendencia en los últimos tres años)



El descenso en los niveles de ventas se evidencia claramente al analizar el porcentaje de utilización de la capacidad instalada por parte de las empresas visitadas. La capacidad ociosa promedio resultó del 45% (40% en las empresas de mecanizado y 51% en las de fundición).

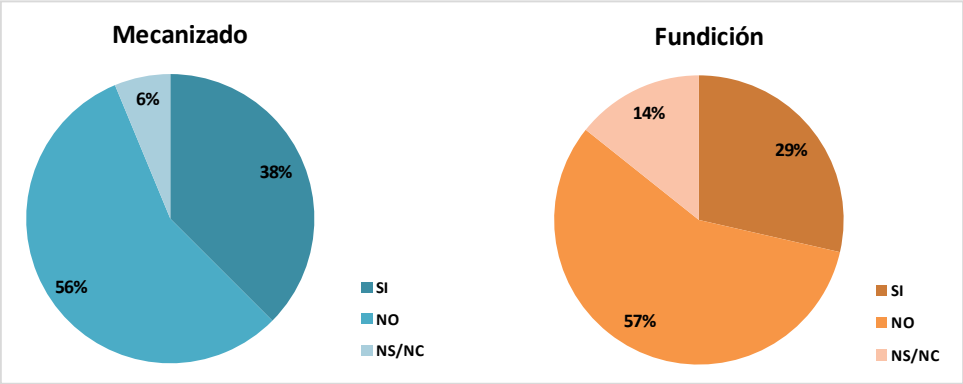
Falta de planificación estratégica

La falta de planificación estratégica es un problema común en las pymes, ya que éstas en general se forman a partir de pequeños emprendimientos personales que crecen de manera no planificada y que cuentan con directivos con gran conocimiento técnico pero escaso nivel de formación en gestión empresarial.

Esta situación lleva a que en estas empresas no exista una visión a futuro y a que no se definan objetivos (o que éstos no estén claramente establecidos) ni se monitoree su cumplimiento, imposibilitando conocer la evolución del negocio y generando que las decisiones deban ser tomadas en base a la intuición y no a partir de información objetiva.

Durante el relevamiento realizado se detectó que el 56% de las empresas de mecanizado y el 57% de las empresas de fundición no cuentan con una planificación estratégica definida, según se observa en el Gráfico 2. Estos porcentajes representan a las empresas de menor estructura organizacional y/o a aquellas que no cuentan con sistemas de gestión implementados.

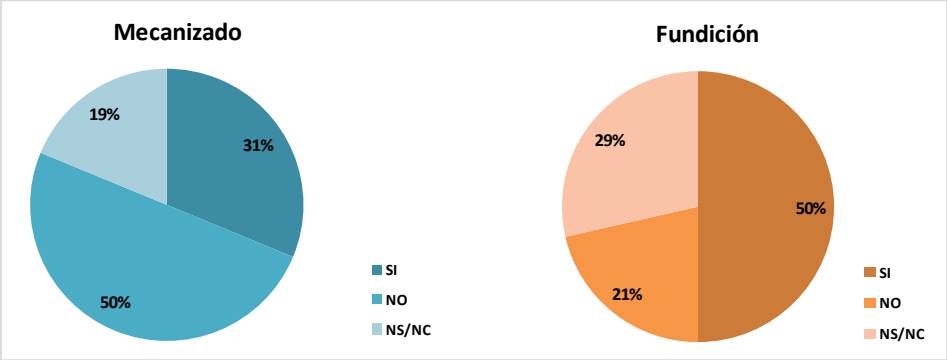
Gráfico 2: Planificación estratégica en las empresas.



Bajo nivel tecnológico

El 40% de estas empresas manifestó tener falencias en cuanto al nivel de tecnología que utilizan. En las empresas de fundición este porcentaje alcanza el 50%, mientras que en las de mecanizado llega al 31%, como se aprecia en el Gráfico 3.

Gráfico 3: Falencias en el nivel de tecnología utilizado.



En el caso de las fundiciones, el bajo nivel tecnológico del equipamiento en ocasiones determina la calidad del producto final, y más específicamente influye negativamente sobre el aspecto o presentación del mismo, lo cual representa una desventaja a la hora de competir en el mercado (principalmente en el externo).

En las empresas de mecanizado, la adquisición de nueva tecnología en equipamiento, (por ejemplo centros de mecanizado más rápidos) permitiría reducir los tiempos de producción, y por consiguiente los plazos de entrega ofrecidos a los clientes, y mejorar la calidad de las piezas mecanizadas.

El 67% de las empresas (compuesto por un 63% de las empresas de mecanizado y un 71% de las de fundición) están interesadas en adquirir maquinaria o equipamiento. Sin embargo, debe analizarse si una inversión en equipamiento se traduciría en una mejora de las condiciones competitivas y en un incremento en los niveles de ventas, de otro modo, la adquisición de nuevos equipos contribuiría a incrementar aún más la capacidad ociosa de las empresas.

Falta de mantenimiento

En la mayoría de las empresas de fundición el equipamiento es antiguo y por lo tanto el mantenimiento de los mismos resulta un aspecto crítico. En el 43% de estas empresas, el mantenimiento es efectuado a rotura y sólo en el 43% se cuenta con planes preventivos de mantenimiento para algunos de los equipos críticos.

En cuanto a las empresas de mecanizado, el 75% cuenta con planes de mantenimiento preventivo para los equipos críticos pero, sin embargo, el 38% continúa trabajando a rotura al menos en equipos de menor importancia.

Problemas de calidad

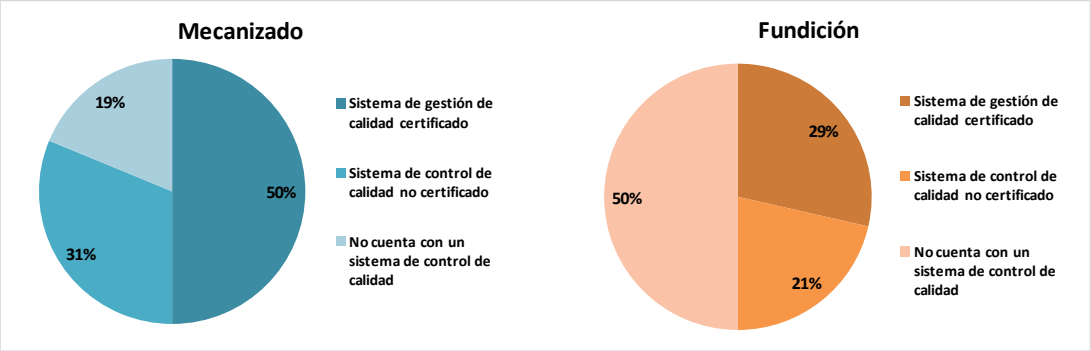
El 53% de las empresas relevadas reconoce a la calidad como una ventaja competitiva y sólo el 13% como una desventaja frente a otras empresas. Sin embargo, el hecho de que el producto final cumpla con los requisitos exigidos por el cliente y sea competitivo en cuanto a prestaciones, no implica que no existan problemas de calidad dentro de la empresa.

Ejemplos de problemas internos de calidad son la aparición de productos defectuosos o la necesidad de reprocesos. Además de la pérdida de tiempo y materiales, estos implican la necesidad de procesos que no agregan valor, el aumento de los costos y la disminución de la productividad. Otras de las consecuencias pueden ser la necesidad de contar con stock de seguridad o de aumentar los lotes de producción para poder cumplir con los compromisos pactados con los clientes. El stock excesivo genera, a su vez, costos de almacenamiento y seguros y representa capital inmovilizado, mientras que la sobreproducción puede derivar en el aumento de los plazos de entrega debido a la fabricación de productos que no han sido solicitados por clientes puntuales.

El porcentaje de productos defectuosos promedio en las empresas de fundición es del 5,1% llegando, en algunas de éstas, al 15%. Por otro lado, sólo el 50% cuenta con sistemas de control de calidad formalmente establecidos y el 29% con sistemas de gestión de la calidad certificados. El resto de las empresas realiza controles informales, tanto durante el proceso como en el producto final, sin registros ni indicadores que permitan contar con información para un posterior análisis de causas y toma de decisiones. Por este motivo, los porcentajes de defectos informados en estas empresas se basan en estimaciones y en la intuición de los empresarios y empleados entrevistados.

En el caso de las empresas de mecanizado, el porcentaje promedio de productos defectuosos es del 1%, lo cual se debe a que el 81% cuenta con sistemas de control de calidad implementados y el 50% con sistemas de gestión de la calidad certificados (ver Gráfico 4).

Gráfico 4: Sistemas de control y gestión de la calidad.



Incumplimiento del plazo de entrega

Junto con la calidad y el precio de venta, el plazo de entrega representa una de las tres principales ventajas competitivas de toda empresa y no sólo influye sobre la satisfacción del cliente, sino que también repercute en las finanzas.

El 25% de las empresas de mecanizado y el 7% de las de fundición reconocen al plazo de entrega como un problema de competitividad, mientras que el 19% y el 14% respectivamente lo consideran como una ventaja frente a la competencia.

En las empresas relevadas, el porcentaje promedio de cumplimiento del plazo de entrega es del 86%, compuesto por un 89% en las empresas de mecanizado y un 80% en las empresas de fundición. En la mayor parte de los casos, la información brindada fue estimada por los entrevistados por no contarse con registros o indicadores que la respalden.

Si se considera que el 30% de las empresas manifestó tener problemas financieros, la reducción del plazo de entrega representa un factor de importancia para revertirlos ya que permitiría acortar el ciclo comprendido entre la compra de la materia prima y el pago del producto terminado por parte del cliente.

Costos elevados

El 71% de las empresas de fundición y el 63% de las empresas de mecanizado mencionaron al costo como uno de los principales problemas de competitividad. El aumento de los mismos y los bajos precios de mercado generan que los márgenes de utilidad se reduzcan, especialmente en aquellas empresas exportadoras.

Sólo el 10% de las empresas reconoce el precio de venta como un factor de diferenciación en el mercado.

Malas condiciones de orden, limpieza y seguridad

Sólo el 21% de las empresas de fundición relevadas manifestó estar trabajando en buenas condiciones de orden y limpieza. Esto se verificó al recorrer los espacios productivos durante las visitas de relevamiento, donde además se observaron falencias en cuanto las condiciones de seguridad e higiene en las que estas empresas operan. Algunos de los aspectos comunes a resaltar son: iluminación insuficiente, partículas en suspensión en el aire, vías de circulación obstruidas, falta o inadecuada conservación de elementos de protección personal para los operarios, falta de señalización y falta o inadecuado sistema de seguridad en máquinas

El tipo de proceso y la tecnología utilizada por las empresas de fundición contribuyen a que las buenas condiciones de orden, limpieza y seguridad sean difíciles de alcanzar, sin embargo, en todos los casos la situación es mejorable.

En el caso de las empresas de mecanizado, los procesos son en general más limpios por lo cual las condiciones de orden, limpieza, seguridad e higiene son más fácilmente alcanzables. En el 69% de éstas se verificaron buenas condiciones de trabajo.

2. OBJETIVOS

A partir de las problemáticas identificadas en el relevamiento, el INTI propuso distintas líneas de acción tendientes a dar respuesta a las necesidades identificadas en las pymes metalúrgicas y metalmecánicas locales.

Como primera acción, se formuló un proyecto conjunto entre el INTI Mar del Plata, el INTI UE Tandil, la Cámara Empresaria de Tandil, la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Tandil (APYMET) y el Municipio de Tandil, cuyos objetivos son:

- Mejorar la eficiencia productiva de las pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil mediante la implementación de Tecnologías de Gestión de la Producción (TGP).
- Formar un equipo de consultores locales especializados en TGP para atender las demandas de las pymes de la región.

3. METODOLOGÍA

3.1. Sobre las TGP

Las tecnologías de gestión son herramientas que ayudan a mejorar la productividad de las empresas mediante la mejora de la organización y el uso eficiente de los recursos disponibles.

Mediante su implementación, se espera que las empresas reduzcan costos, mejoren los niveles de eficiencia productiva e incrementen la rentabilidad.

Algunas de las temáticas más abordadas en los programas de asistencia son:

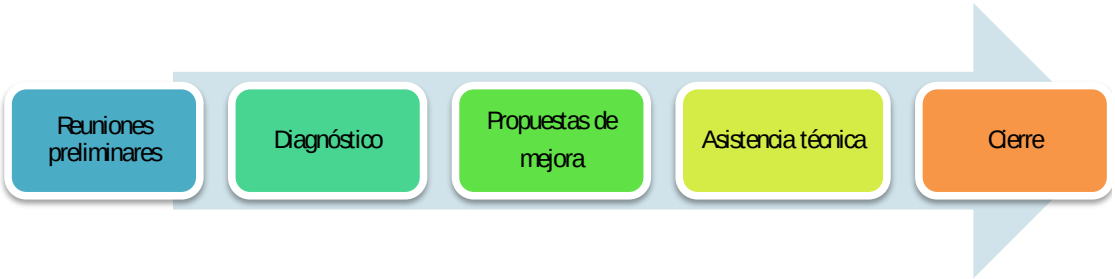
- Método 5S: técnica de origen japonés destinada a mejorar las condiciones de organización, orden y limpieza en el lugar de trabajo, creando condiciones ambientales propicias para elevar la productividad, fomentar el trabajo en equipo y la mejora continua.
- Control de ubicación: técnica que permite reducir los tiempos de búsqueda y optimizar el uso del espacio físico.
- Kaizen: implementación de la mejora continua en todos los ámbitos de la empresa.
- Rápida respuesta a punto (SMED): técnica destinada a reducir los tiempos de cambio del producto a fabricar con el objetivo de flexibilizar la producción, reduciendo los lotes de producción y los niveles de stock.
- Producción de flujo: técnica mediante la cual se reducen los niveles de stock y se acortan los tiempos de producción. Sincronización y balanceo de línea. Nivelación de la producción.
- Programación y Control de Producción: herramienta para determinar el tipo y cantidad de producto a fabricar, establecer cuándo se debe fabricar y organizar la producción para satisfacer la demanda controlando demoras, suavizando la carga de producción, minimizando los tiempos y los costos de fabricación.
- Estudio de Métodos y Tiempos: medición de tiempos y análisis de las operaciones para mejorar el aprovechamiento de los recursos materiales y de las horas de trabajo del personal.
- Distribución en planta (layout): diseño de nuevas plantas industriales y mejoramiento de la distribución en las plantas existentes.
- Mantenimiento Productivo Total: herramienta destinada a maximizar la eficiencia del equipamiento.
- Calidad: orientación de las acciones de la organización hacia la satisfacción de los clientes. Cuantificación de defectos y análisis de causas. Minimización de scrap, retrabajos y reclamos de clientes.
- Recursos Humanos: análisis de las capacidades del personal y de su polifuncionalidad. Evaluación del clima laboral y de las necesidades de capacitación. Resolución de conflictos, re definición de puestos y funciones.

- Gestión de costos, administración y finanzas: análisis de la estructura de costos de los productos para la toma de decisiones, reducción de costos. Análisis marginal, evaluación de proyectos. Control de gestión.
- Higiene y Seguridad: capacitación para la prevención de riesgos de accidentes y enfermedades profesionales. Concientización para la utilización de elementos de protección personal.
- Planificación estratégica: definición de misión, visión y valores de la organización. Fijación de objetivos y estrategias. Indicadores.

3.2. Metodología de intervención en pymes

La asistencia técnica en TGP consta de cinco etapas, según se observa en el Gráfico 5. El objetivo de la misma es transferir a la empresa los conocimientos necesarios para resolver sus problemas mediante un proceso de consultoría, en el que los asesores facilitan a la empresa las herramientas necesarias para lograrlo. De este modo, se evita la dependencia con el consultor y se logra que la empresa pueda continuar efectuando mejoras cuando éste abandona la empresa, una vez finalizado el período de asesoramiento.

Gráfico 5: Etapas de la asistencia técnica en TGP.



A continuación se describen las etapas involucradas en los procesos de asistencia técnica en TGP:

Reuniones preliminares: constituyen la fase inicial en todo proceso de asistencia técnica. Mientras se realizan, el asesor y el empresario pyme tratan de aprender lo más posible el uno del otro, examinan y definen la el alcance de la tarea asignada y el enfoque que se ha de adoptar. En caso de acordar el inicio del asesoramiento, se entrega a la empresa una encuesta previa con el objetivo de relevar información básica de la empresa y adaptar el diagnóstico a las características de la misma.

Diagnóstico: es la etapa durante la cual se toma contacto directo con la realidad de la empresa y se releva toda la información necesaria, enfocándose en cuatro áreas: producción, administración y finanzas, mercado y ventas y recursos humanos. En base

a los resultados de esta evaluación se realiza un informe de diagnóstico incluyendo las oportunidades de mejora detectadas.

Propuestas de mejora: en base a los puntos críticos detectados, se diseña una estrategia para abordar los problemas y oportunidades y se definen las metas a alcanzar.

Asistencia técnica (implementación): en esta etapa se realizan visitas periódicas a la empresa con el objetivo de guiar y asistir a los responsables de la misma en la implementación de las propuestas, de manera que puedan cumplirse los objetivos fijados.

Cierre: al finalizar el proceso de asistencia técnica, se entrega un informe final en el que se contrastan los resultados obtenidos con las metas definidas en la etapa de propuestas de mejora y se recomiendan acciones futuras para dar continuidad al proceso de mejora.

3.3. Funcionamiento de la Red INTI de Mejora de la Productividad Industrial

El INTI cuenta con un grupo de centros que componen la Red INTI de Mejora de la Productividad Industrial, a través de la cual se generan proyectos conjuntos, a nivel regional, nacional e internacional, destinados a brindar capacitación y asistencia técnica a pymes bajo la metodología antes descripta, y a difundir las TGP.

Los centros que integran la Red INTI de Mejora de la Productividad Industrial son:

- INTI-Extensión y desarrollo
- INTI-Rosario
- INTI-Córdoba
- INTI-Rafaela
- INTI-Entre Ríos
- INTI-Neuquén
- INTI-Mar del Plata
- INTI-Chubut
- INTI-Villa Regina
- INTI-San Luis
- INTI-Mendoza
- INTI-Cueros
- INTI-Madera y Muebles
- INTI-Jujuy

Cada centro se ocupa de dar respuesta a las necesidades de las pymes de su región, por lo cual, uno de los principales objetivos de la Red, consiste en expandirse territorialmente formando nuevos grupos de trabajo en centros que no cuenten con capacidad para brindar asistencia a pymes.

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

El proyecto fue generado conjuntamente entre el INTI Mar del Plata, el INTI UE Tandil, la Cámara Empresaria de Tandil, la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Tandil (APYMET) y el Municipio de Tandil para dar respuesta a las necesidades identificadas luego del relevamiento sectorial realizado. La financiación del mismo estuvo a cargo del INTI, el Municipio de Tandil y las empresas beneficiarias del proyecto.

A efectos de mejorar las capacidades productivas y el desarrollo competitivo de las pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil, el proyecto se enfoca en las siguientes acciones:

Transferir conocimiento a las empresas acerca de las mejores prácticas de producción y gestión de negocios mediante la asistencia técnica en TGP in situ llevada adelante por profesionales calificados del INTI Mar del Plata, quienes liderarán un equipo conformado con dos profesionales locales de la Unidad de Extensión INTI Tandil, quienes actuarán como facilitadores.

Formar a los profesionales locales mediante capacitación teórica y práctica profesional supervisada por expertos del INTI Mar del Plata, para asistir técnicamente a pymes en la implementación de herramientas de mejora de la productividad.

Los beneficiarios directos del proyecto son seis pymes metalúrgicas/metalmecánicas de Tandil, seleccionadas en base a un diagnóstico previo realizado por los profesionales del INTI Mar del Plata y los facilitadores locales.

Las restantes pymes de la región podrán utilizar la red de relaciones con las empresas beneficiarias para capitalizar los conocimientos y resultados obtenidos con el proyecto, contar localmente con recursos humanos formados en el asesoramiento en TGP, y participar de seminarios abiertos que se llevarán a cabo en el marco del presente proyecto.

4.1. Actividades

El proyecto tiene una duración de 12 meses, de los cuales 10 están destinados a asistencia técnica en TGP a las empresas beneficiarias. En la Tabla 2 se presenta el cronograma de actividades planteado y a continuación se describen cada una de las mismas.

Tabla 2: Cronograma de ejecución del proyecto

	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Capacitación de facilitadores locales	■											
Seminario de apertura		■										
Diagnóstico y Selección de empresas		■										
Asistencia técnica			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Capacitación abierta			■		■		■		■		■	
Cierre												■

Capacitación inicial de los facilitadores

Dos becarios del INTI UE Tandil fueron capacitados por especialistas del INTI con el objetivo de transferir la metodología y los criterios de trabajo a ser aplicados para la mejora competitiva de las pymes participantes del proyecto.

La capacitación tuvo una duración de un mes y se desarrolló en el INTI Parque Tecnológico Miguelete, San Martín, Buenos Aires.

La misma tuvo una modalidad teórico práctica e incluyó el abordaje de temas tales como Recursos Humanos, Costos y Finanzas, Marketing, Calidad, Producción, Mantenimiento, Mejora continua, Diagnóstico empresarial, entre otros. Además, como parte de la capacitación se realizaron visitas a empresas modelo tales como Honda y Toyota y se llevó a cabo una práctica de diagnóstico en una pyme.

Seminario de sensibilización

El objetivo de esta actividad es dar a conocer el proyecto entre las pymes metalúrgicas y metalmecánicas de Tandil y difundir la aplicación de las TGP como herramienta para la resolución de los problemas identificados durante el relevamiento sectorial efectuado. El seminario contó con la participación de empresarios de pymes locales convocados por las cámaras participantes del proyecto y por el Municipio de Tandil.

La actividad estuvo a cargo de dos especialistas del INTI Mar del Plata y de un empresario local que recibió asistencia técnica en TGP por parte del INTI, quien compartió su experiencia y las mejoras obtenidas. Durante el encuentro se expuso el objetivo del proyecto, la metodología de trabajo y se presentaron casos de éxito en experiencias similares.

Finalizado el seminario, se seleccionaron 6 pymes que resultaron interesadas en participar del proyecto.

Diagnóstico

Dos especialistas del INTI Mar del Plata junto con los dos becarios de la UE Tandil realizaron visitas a las pymes beneficiarias con el fin de elaborar un diagnóstico del estado de situación de la empresa en términos productivos y de gestión del negocio. El diagnóstico se enfocó en cuatro áreas: Producción; Administración y Finanzas; Mercado y ventas; RRHH. En base a los resultados de esta evaluación se realizó un informe de diagnóstico, incluyendo las oportunidades de mejora detectadas y el plan de trabajo propuesto, que fue entregado a cada empresario en una visita de devolución.

Asistencia técnica

Una vez consensuados con las seis pymes los temas de trabajo, las actividades a realizar y los plazos de ejecución, los especialistas del INTI Mar del Plata y los becarios de la UE Tandil comenzaron a realizar visitas se asistencia técnica a efectos de realizar la implementación de los planes de mejora formulados.

Los equipos en cada pyme quedaron conformados por un tutor del INTI Mar del Plata, un facilitador líder del proyecto, un facilitador asistente (ambos becarios de la UE Tandil) y responsables definidos por cada empresa.

Los facilitadores realizaban las visitas semanalmente, mientras que los tutores lo hacían de manera mensual con el fin de realizar el seguimiento de las actividades planteadas y la planificación de próximas acciones.

Esta etapa tiene una duración de diez meses y actualmente se está promediando el séptimo mes de asesoramiento.

Capacitaciones abiertas

Paralelamente con la asistencia técnica a empresas, el proyecto prevé el dictado de cinco capacitaciones abiertas sobre TGP destinadas a pymes, dictadas por especialistas del INTI Mar del Plata.

Los temas definidos para cada una son: Método 5S, Kaizen (mejora continua aplicada a pymes), Planificación Estratégica, Liderazgo y trabajo en equipo, Costos.

Cierre

Finalizado el período de asistencia técnica, el INTI entregará un informe final a cada una de las seis empresas contemplando las mejoras alcanzadas, una evaluación del cumplimiento de los objetivos planteados y las recomendaciones futuras.

También se realizará un seminario de cierre en el que se presentarán públicamente los resultados del proyecto y las pymes asesoradas presentarán los resultados obtenidos y compartirán la experiencia con otras empresas.

5. RESULTADOS

Características de las empresas beneficiarias del proyecto[79]

Empresa 1:

Rubro / Actividad:	Fundición de Aceros
Año de fundación:	1974
Cantidad de trabajadores:	34
Mercado y ventas	85% mercado nacional; 15% Mercado externo

Empresa 2:

Rubro / Actividad:	Fundición de fundición de hierro
Año de fundación:	1976
Cantidad de trabajadores:	40
Mercado y ventas:	80% Mercado nacional; 20% Mercado externo

Empresa 3:

Rubro / Actividad:	Fabricación de calefactores
Año de fundación:	1983
Cantidad de trabajadores:	21
Mercado y ventas:	100% Mercado nacional

[79] No se incluirá la razón social de las empresas por política de confidencialidad del INTI

Empresa 4:

Rubro / Actividad:	Fabricación de herramientas metálicas.
Año de fundación:	2006
Cantidad de trabajadores:	6
Mercado y ventas:	100% Mercado nacional

Empresa 5:

Rubro/Actividad:	Fabricación de moldes, matrices y herramentales
Año de fundación:	1968
Cantidad de trabajadores:	16
Mercado y ventas:	100% Mercado Nacional

Empresa 6:

Rubro/Actividad:	Servicios de mecanizado y reparaciones.
Año de fundación:	2006
Cantidad de trabajadores:	2
Mercado y ventas:	100% Mercado Nacional

5.1. Resultados del diagnóstico

En la Tabla 3, se presentan los resultados obtenidos por área en cada una de las pymes participantes del proyecto en una escala de 0 a 5. A continuación, los Gráficos 6 a 11 permiten identificar visualmente las áreas que presentan mayores debilidades en cada empresa.

Tabla 3: Resultados del diagnóstico.

Ítem evaluado	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6
Estructura organizacional	3	4	3	1	3	3
Administración	2,8	3	2	1,3	4	2
Finanzas	3,2	3	1	2	3	2
Costos	3,4	3	1	4,7	3,5	2
Mercado y ventas	3	1	2	3	2,5	4
Recursos humanos	4	4	3	5	4	3
Tecnología e infraestructura	3,2	3,5	3	2,6	4	4
Producción	3,1	4	3	2,8	3	4
Calidad	3,9	4	3	1,6	2,5	3
Gestión de stock	2,6	3	2	2,6	2	2
Seguridad e higiene	3	2	3	2,3	4	3
Orden y limpieza	3,5	1,5	2	4	1	3

Gráfico 6: Gráfico radar Empresa 1

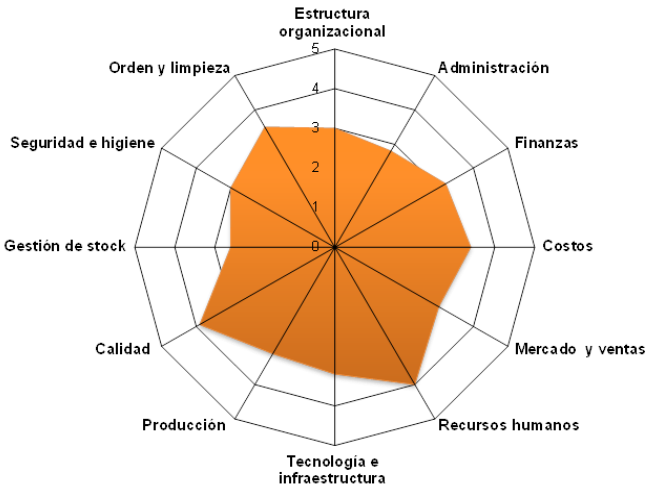


Gráfico 7: Gráfico radar Empresa 2

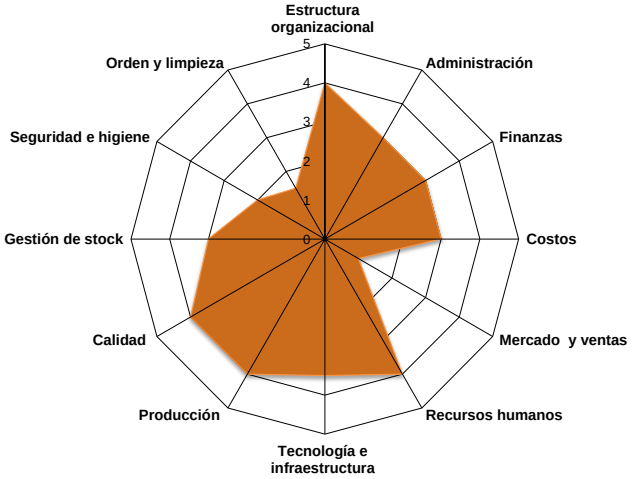


Gráfico 8: Gráfico radar Empresa 3

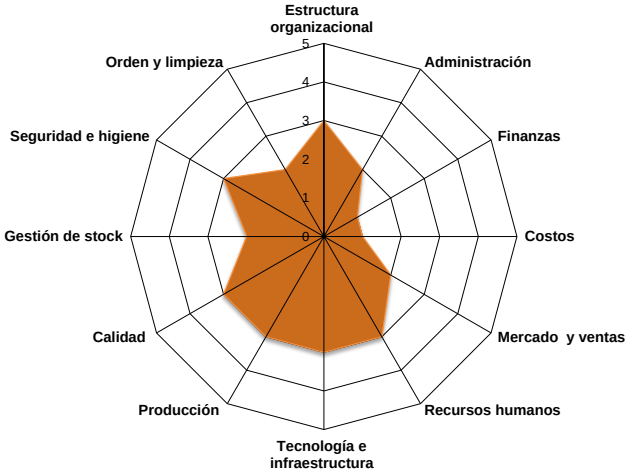


Gráfico 9: Gráfico radar Empresa 4

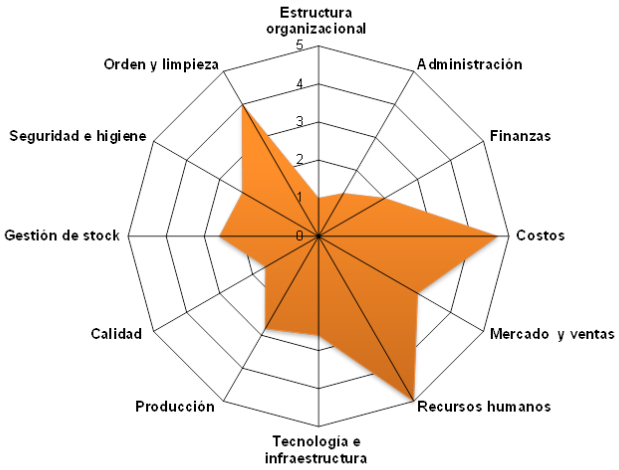


Gráfico 10: Gráfico radar Empresa 5

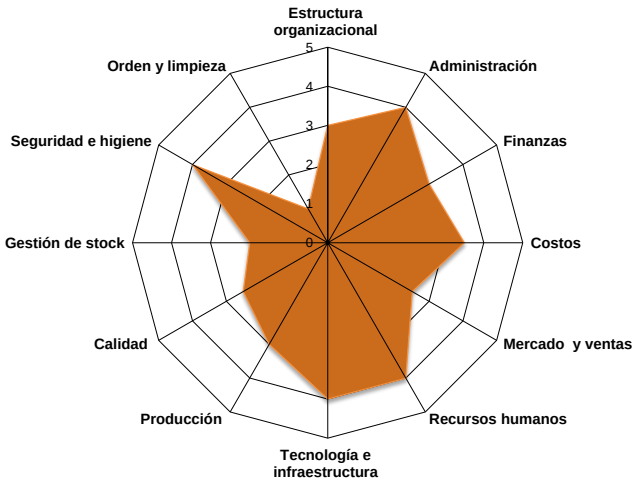
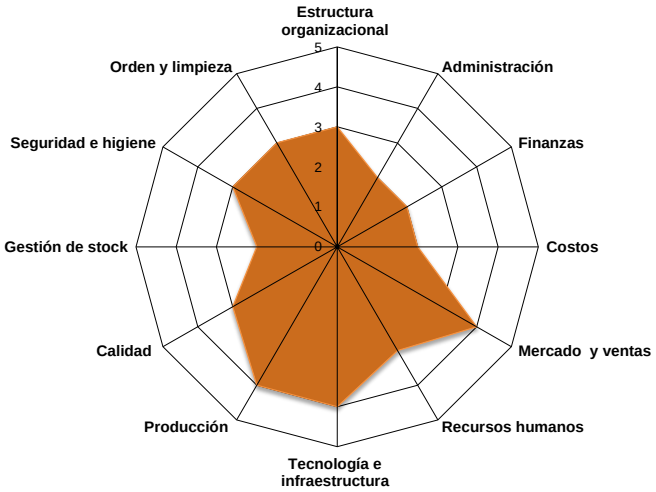


Gráfico 11: Gráfico radar Empresa 6



5.2. Resultados de la asistencia técnica

A partir de las oportunidades de mejora detectadas en los diagnósticos, se elaboró para cada empresa un plan de acción.

A continuación se resume el plan de acción para cada una de las empresas detallando las actividades a llevar a cabo. También se muestra el grado de avance hasta la fecha en cada uno de los temas trabajados teniendo en cuenta que el proyecto se encuentra en el tercer bimestre de implementación.

EMPRESA 1

Tema	Propuesta	Estado de avance
Estudio de Lay out	Selección de procesos de análisis: Fabricación de piezas A y B mediante shellmoulding	100%
	Análisis de la distribución actual en planta de máquinas, equipos, puntos de almacenamientos y puestos de trabajos	100%
	Análisis y registro de los trasportes actuales para la pieza A	100%
	Análisis y registro de los trasportes actuales para la pieza B	100%
	Confección de propuesta de mejora, rediseño de la estructura y circulación	100%
	Análisis de impacto de las alternativas propuestas y selección de una	100%
	Implementación de la propuesta seleccionada	100%
		100%
Estudio de tiempos productivos	Selección de procesos de análisis: Fabricación de piezas A y B mediante shellmoulding	100%
	Relevamiento del proceso de fabricación de la pieza A	100%
	Relevamiento del proceso de fabricación de la pieza B	100%
	Toma de tiempos de las operaciones para la fabricación de la pieza A	100%
	Toma de tiempos de las operaciones para la fabricación de la pieza B	100%
	Programación de operaciones, confecciónde cursograma analítico para la pieza A y B	100%
	Análisis de resultados	100%
		100%
Implementación de grupos Kaizen de trabajo	Capacitación genral sobre Kaizen y su metodologìa de trabajo	100%
	Conformación de un equipo de mejora continúa	0%
	Definición del problema	0%
	Análisis de causas	0%
	Propuesta de mejora	0%
	Implementación de la mejora	0%
	Control y seguimiento de la mejora	0%
	Establecimiento de una metodología de trabajo para replicar en otras áreas	0%
		13%

Resumen	Tema	Grado de avance
EMPRESA 1	Estudio de Lay out	100%
	Estudio de tiempos productivos	100%
	Implementación de grupos Kaizen de trabajo	13%
	TOTAL	**70,83%**

EMPRESA 2

Tema	Propuesta	Estado de avance
Sistema de información de producción	Análisis de la situación actual	100%
	Relevamiento de stocks intermedios y tiempos medios de estadía	100%
	Establecimiento de sistema con registros de entradas y salidas	100%
	Implementación del sistema para conocer el stock	100%
	Relevamiento de la necesidad actual de reportes provenientes de producción	100%
	Desarrollo de sistema para la generación de dichos reportes	100%
	Implementación	100%
	Seguimiento y evaluación	30%
		93%
Análisis de transporte y puntos de almacenamiento	Selección del producto analizar según el impacto en las ventas	100%
	Análisis de los moviminetos y almacenamientos actuales para el producto en análisis	100%
	Propuestas de mejora en medios de almacenamiento y transporte	100%
	Implementación	0%
	Control y seguimiento	0%
		70%
Informatización de registros de calidad	Análisis de la situación actual: relevamiento de los registros actuales llevados en papel	100%
	Desarrollo de registros informáticos de inspección final	100%
	Desarrollo de generación informática de reportes e indicadores de calidad	50%
	Implentación	0%
	Control y seguimiento	0%
		0%
		0%
		0%
		55%

Resumen	Tema	Grado de avance
EMPRESA 2	Sistema de información de producción	93%
	Análisis de transporte y puntos de almacenamiento	70%
	Informatización de registros de calidad	55%
	TOTAL	**77,75%**

EMPRESA 3

Tema	Propuesta	Estado de avance
Control de la producción	Relevamiento de productos, flujos productivos, operaciones y tiempos.	100%
	Confección de partes diarios de producción y sistema de carga y registro.	100%
	Implamentación	30%
	Control y seguimiento	0%
		83%
Análisis del sistema de costos	Análisis del sistema de costos actual	100%
	Propuesta de estructura de costos	100%
	Implementación de registros	100%
	Seguimiento y evaluación de resultados	0%
		90%
Mantenimiento	Relevamiento de lasituación actual	70%
	Definición del programa de mantenimiento: procedimientos, instructivos, registros e indicadores.	0%
	Implementación del programa	0%
		23%

Resumen	Herramienta	Grado de avance
EMPRESA 3	Control de la producción	83%
	Análisis del sistema de costos	90%
	Mantenimiento	23%
	TOTAL	**65,44%**

EMPRESA 4

Tema	Propuesta	Estado de avance
Programa 5 S	Capacitación en el programa al personal	100%
	Aplicación de las tres primeras	60%
	Implementacion de planilla de seguimiento y control en todos los sectores	0%
	Control y seguimiento	60%
		54%
Gestión de liquidación, stock y planificación de la producción	Relevamiento de situación actual	100%
	Elaboración de planillas de liquidación	100%
	Elaboración planillas de gestión de stock	70%
	Elaboración planillas de producción	100%
	Implementación y seguimiento	30%
		86%
Control de producción	Relevamiento de situación actual	100%
	Confección de sistema de carga y registro de cada uno de las operaciónes involucradas en la producción	60%
	Implamentación	0%
	Control y seguimiento	0%
		54%

Resumen	Herramienta	Grado de avance
EMPRESA 4	Programa 5 S	54%
	Gestión de liquidación, stock y planificación de la producción	86%
	Control de producción	54%
	TOTAL	**66,90%**

EMPRESA 5

Tema	Propuesta	Estado de avance
Programa 5S	Capacitación en el programa al personal	100%
	Aplicación de las tres primeras eses en sector CNC	98%
	Aplicación de las tres primeras eses en sector MADERA	70%
	Aplicación de las tres primeras eses en sector AJUSTE	20%
	Implementacion de planilla de seguimiento y control en todos los sectores	40%
	Control y seguimiento	50%
		67%
Análisis del área de ingeniería y desarrollo	Análisis del procedimiento actual	100%
	Propuestas de mejora	100%
	Implementación de las mejoras	100%
	Seguimiento y evaluación de resultados	100%
		100%
Control de stock	Relevamiento de situacion actual en la gestión de stock de insertos y fresas	100%
	Elaboracion de planilla para gestión de stock de insertos y fresas	100%
	Implementación de planillas de gestión de stock	100%
	Seguimiento y evaluacion de resultados	100%
		100%

Resumen	Tema	Grado de avance
EMPRESA 5	Programa 5S	67%
	Análisis del área de ingeniería y desarrollo	100%
	Control de stock	100%
	TOTAL	**76,69%**

EMPRESA 6		
Tema	Propuesta	Estado de avance
Layout	Relevamiento de situación actual	100%
	Definición de requisitos y restricciones del nuevo layout	100%
	Cálculo de requerimientos de espacio	100%
	Propuestas de layout	100%
	Implementación	30%
		86%
Gestión de costos	Estimación del costo de la hora de fábrica	50%
	Confección de planilla para presupuestar	100%
	Diseño de un sistema de control de costos	100%
	Adecuación de registros de producción utilizados por el sistema	100%
	Implementación y seguimiento	50%
		80%
Registro de ventas y cobranza	Diseño de registro de ventas	100%
	Diseño de registro de cobranzas	80%
	Confección de informes y reportes automatizados	0%
	Implementación y seguimiento	0%
		45%
Resumen	Herramienta	Grado de avance
EMPRESA 6	Layout	86%
	Gestión de costos	80%
	Registro de ventas y cobranza	45%
	TOTAL	**70,33%**

Hasta la fecha se han realizado 141 asistencias en el marco del proyecto, con un promedio de 23 asistencias por empresa y con una frecuencia semanal de visitas. En la mayoría de los casos, los planes de trabajo se fueron modificando en función de las necesidades de las empresas y las herramientas fueron adaptándose a la realidad de cada una.

Como se muestra en los cuadros anteriores, en todas las empresas el grado de avance de los planes de trabajo es mayor al 60%. También se puede destacar que desde que se comenzó con el proyecto hubo continuidad en las actividades en todos los casos.

5.3. Resultados de las capacitaciones

Hasta el momento se han realizado tres de las cinco capacitaciones previstas en el proyecto, correspondientes a: Método 5S, Kaizen (mejora continua), Planificación estratégica.

De las mismas participaron un total de 107 personas pertenecientes a pymes, instituciones educativas y otras organizaciones, por lo que representan un espacio, no sólo de capacitación, sino también de intercambio entre empresas y organizaciones públicas y privadas.

6. CONCLUSIONES

Las seis pymes beneficiarias han obtenido mejoras en sus procesos productivos y han formado parte de su personal en la aplicación de TGP de modo que, finalizado el proyecto, podrán continuar implementando mejoras a partir de las herramientas transferidas. Las contrapartes han sido operarios, mandos medios y directivos, dependiendo del tema de trabajo y de la estructura de cada organización, siendo estos actores claves para el éxito en la implementación de las mejoras propuestas. Si bien se evidencian resultados positivos en el desarrollo y ejecución de los planes de trabajo, las principales dificultades se perciben en la etapa de implementación y mantenimiento de las herramientas como resultado de la resistencia al cambio.

La visión y el compromiso de los directivos de las empresas como aspecto influyente en la cultura organizacional fueron de vital importancia para el desarrollo del proyecto, como así también la implementación por medio de cambios graduales y continuos, fundamentados en la filosofía de la mejora continua.

Las técnicas transferidas, si bien son ampliamente aplicadas en grandes empresas, están poco difundidas entre las pymes, por lo cual es necesario continuar sensibilizando y capacitando a los empresarios sobre la utilidad y la importancia de su implementación.

Los consultores capacitados durante el desarrollo del proyecto continuarán formando parte del equipo del INTI UE Tandil, motivo por el cual las pymes de esta ciudad contarán con profesionales formados en la implementación de TGP, capaces de dar respuesta a futuras demandas, extendiendo la cantidad de empresas beneficiadas por el proyecto. Dado que las TGP son aplicables en empresas de cualquier sector industrial, en el futuro, pymes de otros sectores podrán también recibir asistencia para mejorar sus procesos productivos y su gestión, lo cual representa otro importante logro. En ese sentido, este proyecto es una acción más del INTI para fortalecer el entramado productivo regional, promoviendo la mejora competitiva de las pymes.

Finalmente, el apoyo de actores clave de la comunidad como el municipio y las cámaras empresarias, fueron importantes a la hora de iniciar las relaciones con las empresas, brindando su aval en la convocatoria inicial y en el dictado de

capacitaciones; demostrándose de este modo la importancia de la articulación público privada, para implementar acciones que fortalezcan a las pymes.

BIBLIOGRAFÍA

Imai, Masaaki (1989) KAIZEN: The Key to Japan' s Competitive Success. Kaizen Institute Ltd.

Likej, J. K., Meier, P. D. (2008). El talento de Toyota. Mc Graw Hill Education.

Shingo, Shingeo (1989). A study of the Toyota production system from an industrial engineering viewpoint. Japan Management association.

Prat Bartés, A. (1998). Control y mejora de la calidad. Edicions UPC.

Chase, R. B., Jacobs, F. R., Aquilano N. J. (2009). Administración de operaciones. Mc Graw Hill Education.

DESARROLLO COMERCIAL DE LA OLIVICULTURA DEL SUDOESTE BONAERENSE – CONSORCIO REGIONAL EXPORTADOR

Picardi Marta Susana y González Germán

spicardi@criba.edu.ar
ghgonza@uns.edu.ar
IIESS (CONICET – UNS)
Departamento de Economía
Observatorio de Políticas Públicas para la Agroindustria y el Desarrollo
Universidad Nacional del Sur

RESUMEN

Como resultado de una línea de investigación del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur - IIESS (CONICET – UNS) y del Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur (UNS) surge la posibilidad de presentar al Concurso Nacional de Proyectos de Vinculación y Transferencia del Ministerio de Educación – línea Manuel Belgrano de Asistencia Exportadora, una propuesta para el fortalecimiento comercial del cluster olivícola del Sudoeste Bonaerense (SOB).

El objetivo era, a partir de los resultados de estudios previos, transferir conocimientos a los actores del sector para inducir la conformación de un consorcio que les permitiera exportar en forma directa por el puerto de Ingeniero White. Sin embargo, a partir del diagnóstico participativo que se realiza en el 1º Encuentro de Olivicultores del SOB en el que participan también instituciones nacionales, provinciales y locales, se reestructuran algunas acciones y se incorporan al equipo inicial (Departamento de Economía de la UNS y de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Departamento de Ingeniería Química de la UNS y Planta Piloto de Ingeniería Química de la UNS y la Universidad Provincial del Sudoeste – UPSO), al Departamento de Agronomía de la UNS debido a que hubo demanda de apoyo también en la fase productiva primaria[80].

Sumado a ello, dado el objetivo del proyecto, se logra la participación de PROARGEX (Programa Nacional de Promoción de Alimentos para Exportación), del Registro Nacional de Identificación Geográfica de la Dirección de Alimentos, ambos del Ministerio de Agricultura (MINAGRI), y de la Fundación Exportar de la Cancillería Argentina. Se realizan seis encuentros de vinculación, capacitación y transferencia, y muchas actividades conjuntas que inducen a una valorización del sector en el territorio

[80] Universidad convocante la UNS, directora Mg. Susana Picardi – co director Dr. Germán González ambos del IIESS y del Departamento de Economía de la UNS. Universidades invitadas: Universidad Nacional de Mar del Plata – Grupo Economía Agraria del Departamento de Economía, Directora responsable Mg. Elsa Rodríguez y la Universidad Provincial del Sudoeste, Directora responsable la Dra. Adriana Pezzutti.

y lo más importante, su visibilización a nivel nacional (la zona no estaba reconocida como productora de aceite de oliva extra virgen y de excelente calidad).

No se cumplió hasta ahora con la formación de un consorcio exportador porque el contexto macroeconómico y la estructura local de empresas PYMES tornan a la exportación no rentable en este momento, pero se crea una red que trasciende a la región y relaciones que sin duda han fortalecido al sector.

Uno de los mayores logros es que las fincas y las instituciones del territorio se vincularon y están cooperando y compitiendo[81].

1. INTRODUCCION

La Argentina tiene ventajas comparativas en la producción de aceite de oliva y el contexto internacional visto más allá de la coyuntura actual es favorable. Entre las regiones productoras, el Sudoeste Bonaerense (SOB) se destaca por la calidad del aceite obtenido a pesar de ser un actor muy pequeño en el contexto olivícola nacional. Se trata de un territorio en donde han avanzado nuevos negocios (viñedos, olivares, alcaparras, entre otros), hay éxodo de jóvenes y el clima es adverso para las actividades agrícolas tradicionales, sumado a problemas de conservación del suelo por un manejo incorrecto de prácticas culturales.

En el año 2005 se observa un importante dinamismo en el sector y en el Departamento de Economía se conforma un grupo interdisciplinario que comienza a trabajar en el diagnóstico y en la evaluación del potencial de la región. El objetivo general del proyecto era determinar si la actividad olivícola podía considerarse una industria motriz que genere encadenamientos que induzcan a la inversión y provoque impactos positivos sobre el bienestar general del Sudoeste Bonaerense (zona marginal reconocida incluso por la Ley provincial 13647 que la crea por decreto reglamentario 2585/07)[82].

[81] Ejemplos de ello son: participación en concursos con sus aceites y difusión de los premios que obtienen por el canal de comunicación que creamos a partir de la primer reunión en marzo de 2014 (directorio de direcciones de Emails que se actualiza en forma permanente, compiten en la mejora continua de sus ofertas de servicios de agroturismo, sus envases y etiquetas y por sobre todo en la calidad de su producto, cooperan en compras conjuntas, pago de técnicos, interconsultas técnicas, formación de dos cooperativas (Dorrego y Cabildo), compiten también creando un concurso para premiar al mejor aceite de Dorrego organizado por la Dirección de Producción del Municipio, entre muchos otros.

[82] **ARTICULO 2.-** El Plan creado por la presente Ley tendrá por objeto el desarrollo integral de su área de ejecución, entendiéndose por tal a la Región conformada por los Partidos de Adolfo Alsina, Saavedra, Púan, Tornquist, Coronel Rosales, Coronel Dorrego, Bahía Blanca, Villarino, Patagones, las Circunscripciones II, III, X, V, VI de Guaminí, las Circunscripciones XI, V, XV, VI, XIII, VII, VIII, XIV, XII, de Coronel Suárez, y las Circunscripciones X, XI, XII, VIII, IX, VII, IV, V,

En sucesivos trabajos se estudió y analizó la situación del micro cluster en evolución y la rentabilidad de la producción de aceite de oliva virgen extra para diferentes alternativas del negocio (producción y venta de las aceitunas a las almazaras, producción de aceitunas y contratos fason de extracción de aceite y fraccionamiento, producción de aceitunas y elaboración de aceite con planta propia, venta granel para exportación o fraccionado al mercado interno).

Este proceso de reconocimiento de la potencialidad del SOB como productor de aceite de oliva virgen extra (AOVE) y de la competitividad del AOVE argentino en el mercado mundial posibilitó organizar una propuesta interuniversitaria, interdisciplinaria e interinstitucional (Universidades, Cámara de Olivicultores Sur Oliva, Municipio de Coronel Dorrego, Municipio de Púan, fincas del SOB) en un momento en el cual la recuperación de la política como herramienta de transformación social y del Estado como campo de disputa, es una conquista de la última década en la Argentina, e impone un nuevo rol a institutos de ciencia y técnica a los cuales se reclama la construcción de acciones que respondan a las necesidades de los territorios. Esto implica comprender los procesos y las transformaciones de los espacios rurales en articulación con los objetivos de competitividad, sustentabilidad ambiental y equidad con el fin de mejorar el bienestar (INTA, 2014).

De allí que el plan de trabajo se sustentó en el fortalecimiento del sector, fundamentalmente en el desarrollo de un pensamiento estratégico a mediano y largo plazo, a través de actividades conjuntas y decisiones colectivas (olivicultores, instituciones de apoyo, organismos públicos y proveedores de servicios de apoyo) con el fin de pensar el futuro y prepararse para aprovechar las oportunidades y enfrentar mejor las dificultades. Sin embargo, el objetivo específico inicial fue propiciar la creación de un consorcio exportador.

---

de Coronel Pringles, según los límites prescriptos en el Anexo I de la presente norma. Incluyese en las disposiciones del presente artículo al área bajo jurisdicción de la Corporación de Fomento del Valle del Río Colorado.

ARTICULO 3.- Diferenciase a la Región definida en el artículo anterior, a los fines del diseño de las políticas públicas, de los restantes partidos que integran la Provincia de Buenos Aires, atento sus características edafo-climáticas y productivas. A tales efectos, considérase a dicha Región como de naturaleza Subhúmeda seca, Semiárida y Arida. La Autoridad de Aplicación podrá establecer, por vía reglamentaria, la sub regionalización de la Región y la aplicación de políticas específicas para cada sub región.

2. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO METODOLÓGICO

El desarrollo de los territorios es un proceso dinámico, complejo y conflictivo que no puede lograrse solo con la competitividad de los sistemas de producción. Probablemente por eso en los últimos 10 años los gobiernos nacionales, provinciales y locales comenzaron a considerar seriamente los conceptos de asociatividad, clusters y agrupamiento empresarial a través de programas que trataron de impulsar el desarrollo del tejido productivo en los espacios rurales.

La política nacional de apoyo a las PyMES tuvo como expectativa que los clusters pudieran estimular el aprendizaje y la acción colectiva entre empresas y por eso en lugar de brindar beneficios o subsidios individuales, se puso énfasis en financiar los costos de interconexión entre las entidades, impulsando la realización de actividades conjuntas y poniendo en marcha el concepto de competitividad sistémica. Arteche et al. (2013) considera que la ausencia de un entorno eficaz restringe la capacidad de las empresas para lograr una competitividad genuina y se distingue porque incorpora la dimensión política en la creación de competitividad. Para optimizar la eficiencia en los niveles macro, meso y micro, son decisivas la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar la capacidad creativa de la sociedad (Picardi y Tedesco, 2009).

Por otro lado y con el fin de avanzar en este marco teórico metodológico se propone en el proyecto el concepto de "estrategia conjunta de posicionamiento" en contraposición a la estrategia empresarial particular. La principal diferencia es que mientras ésta implica un esfuerzo planificado individual, la estrategia conjunta es definida por los esfuerzos empresariales conscientes, las políticas gubernamentales y el ambiente (económico, político, social) y por consiguiente, contiene factores exógenos a las empresas. Por eso, el desempeño comercial resulta ser una consecuencia de la diferencia en los perfiles competitivos y de la estrategia conjunta de posicionamiento de la oferta nacional.

3. BREVE DESCRIPCION DEL PROYECTO

El Sudoeste Bonaerense (SOB) tiene que potenciar su desarrollo y una alternativa es fortalecer sistemas productivos locales que tengan características de industria motriz de forma tal que aseguren a priori derrames sobre la estructura económica regional, con señales claras de efectos sobre la dinámica de los negocios en el territorio, que generen a mediano y largo plazo un aumento del bienestar general.

Una de las industrias en crecimiento es la olivicultura.

Esta actividad cuasi tradicional en la zona, de acuerdo a lo ya vislumbrado por la Ley Nacional Nº 11.643 del año 1932 de Promoción de la Olivicultura y la Ley Provincial Nº 4.304 del año 1935 por la cual la provincia adhiere a ésta, está desde fines de los años 90 y principios de este siglo mostrando un avance importante que llamó la atención y por ello fue objeto de seguimiento y evaluación desde el año 2006 por un grupo de investigadores de la UNS financiados por la Secretaría General de Ciencia y Tecnología (PGI 24/E068 trianual 2007 - 2010) con continuidad permanente hasta diciembre de 2012 (PGI TIR - Proyectos de Investigación de Temas de Interés Regional - 24/TE 07). De los trabajos realizados se evidencia que en pocos años la producción regional podría superar la demanda por parte del mercado local y nacional, razón por la cual, para que no se frene su crecimiento sería necesario ir planificando su organización para enfrentar los desafíos de penetrar y posicionarse en nuevos destinos. Según un pre diagnóstico de la competitividad del aceite de oliva argentino se ve que estarían dadas las condiciones como para consolidar ventas de la región y posicionarla con adecuado desempeño en actividades de exportación. Para ello es necesario planificar y evaluar estrategias alternativas de la logística del negocio y de la organización empresarial que minimice riesgos y maximice rentabilidad.

En la región hay actualmente aproximadamente 2.500 hectáreas plantadas con olivares para aceite, de las cuales 1800 son propiedad de tres empresas y el resto son fincas micro y pequeñas que no tienen acceso por sí solas a un plan de crecimiento sustentable y orientado a la exportación como el que se proponía desarrollar en este proyecto y que por eso es avalado por la Cámara de Olivicultores Sur Oliva, productores, municipios y organismos públicos vinculados al desarrollo local.

4. BENEFICIARIOS

Las PyMES olivícolas del SOB serían la población objetivo en la que se apoya la estrategia del proyecto pero en realidad se mejoraría la situación de bienestar en el territorio ya que los ingresos del sector se gastan y/o invierten en la región. Esta es justamente la particularidad de las empresas de este tipo y generan además, en el mediano y largo plazo un derrame sobre el territorio a partir de las demandas de insumos y servicios propias de la actividad.

5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Encuentros[83], informes técnicos (fueron enviados por mail a todos los participantes de los encuentros)[84], visitas a fincas, participación de las empresas en ferias y concursos, inicio de la gestión de denominación de origen como aceites de calidad diferenciada, dos empresas exponen en la Feria Internacional de Jaén 2015 patrocinadas por PROARGEX y nuestro proyecto, y al menos una empresa inicia los trámites para registrarse como exportadora. Además, en las últimas "Fiesta Provincial del Olivo" 2013, 2014[85] y 2015, que se realiza en la ciudad de Coronel Dorrego - capital provincial del olivo, fuimos invitados para dar charlas en el acto de apertura. Asimismo, junto con una de las fincas del partido de Bahía Blanca se organizó la cosecha de un olivo que está en un paseo público en la ciudad de Bahía Blanca y el procesamiento de las aceitunas y degustación del aceite como una actividad más de difusión, capacitación y puesta en valor de la actividad y del aceite del SOB.

[83] Se realizaron cinco "Encuentros de olivicultores del SOB" considerando el primero en el que se hizo el diagnostico, y el ultimo que sería la 6° reunión del año en la que se presentaron los resultados de todo lo realizado desde el inicio del proyecto. Luego de cada Encuentro se envió a los participantes por mail los power point que se usaban en las exposiciones.
Además, en el último encuentro se firmó un Convenio Marco entre la UNS y la Cámara de Olivicultores con el fin de poder iniciar en el año 2015 la firma de proyectos específicos entre los Departamentos y las instituciones y/o empresas que surgen como resultado de las acciones que se están realizando en el marco del proyecto.

[84] INFORME TECNICO N° 1: precios del aceite de oliva (evolución de largo plazo – tendencias), Jorgelina Locatelli, Susana Picardi y Germán González - 25 de Abril 2014
INFORME TECNICO N° 2: evolución en los ultimos años de las exportaciones mundiales, la participación del aceite de oliva argentino, un ejercicio sobre el potencial productivo del SOB y un anticipo del estudio de los precios minoristas en la ciudad de Bahía Blanca., Germán González, Gonzalo Ramírez Muños de Toro, Juan Uriarte y Susana Picardi, 29 de Mayo de 2014
INFORME TECNICO N° 3: valor agregado al producto por medio de una certificación llamada Denominación de Origen (DO) y, calidad del aceite de oliva del SOB y sus características diferenciales que podrían permitir obtener la DO, Dras. Amalia Carelli y Liliana Ceci (PLAPIQUI - UNS) , Sr. Mauricio Pascual (estudiante de Licenciatura en Economía) , Mg. Susana Picardi (Departamento de Economía – IIESS/CONICET), julio 2014.

INFORME TECNICO N° 4: análisis del perfil de los consumidores de aceite de oliva en los mercados internacionales, Mg. Elsa Rodríguez, Lics. Beatriz Lupin y Graciela Franco de la UNMdel P, septiembre 2014.
INFORME TECNICO N° 5: Formas Asociativas para Grupo Exportador, Cra. Eugenia Bonotti y Lic. Jose Passeri (asesores externos) y Mg. Susana Picardi (Departamento de Economía, UNS – IIESS), noviembre 2014.
INFORME TECNICO N° 6: Denominación de Origen Protegida, Susana Picardi y Mauricio Pascual, febrero de 2015.

[85] Se presentan los objetivos y acciones planificadas en el marco del proyecto y los resultados del diagnóstico de expectativas realizado en el 1º Encuentro.

También, como se mencionó, se realizó un estudio completo de la competitividad del aceite de oliva virgen argentino en el mercado mundial[86] (González, Picardi y Valls, 2015) y se caracterizó el tipo de producto requerido en los destinos que a criterio del equipo de investigación son los más interesantes a capturar.

Del informe final del análisis de las preferencias de los consumidores en distintos países que fueron seleccionados por ser considerados grandes consumidores en el mercado mundial – Estados Unidos y Brasil- , y por las buenas perspectivas de crecimiento que presentan otros países con cercanía geográfica como Colombia, Paraguay, Uruguay y Ecuador debido a los cambios alimentarios y estilos de vida de sus consumidores con mayores niveles de ingreso, realizado por el equipo de especialistas de la Universidad Nacional de Mar del Plata (Rodríguez E., Lupín B. y Franco G), surgen las siguientes recomendaciones:

- Las actitudes y comportamientos del consumidor varían significativamente entre países y entre segmentos de consumidores dentro de distintas regiones en cada país. Los productores de aceite de oliva deben adecuar el producto -tipo de aceite, color, sabor, envase, etiquetado, promoción, entre otras variables- a las circunstancias específicas de cada mercado objetivo.
- En la selección de posibles destinos, se debe tener presente que el consumo de aceite de oliva está aumentando en muchos países que no son productores o que mantienen un nivel de producción inferior al potencial de crecimiento de la demanda. Y ese incremento, se debe, precisamente, a las ventajas saludables que se derivan de su ingesta (Mili, 2004 -Moral Pajares et al., 2012)
- A modo de síntesis, respecto a los países analizados, es posible señalar la importancia de ofrecer un producto gourmet, claramente diferenciado, para los consumidores estadounidenses; una creciente preferencia por aceites de oliva de mejor calidad para el mercado brasileño, debido al ascenso económico en algunos estratos de la población y, finalmente, para Colombia, Uruguay, Paraguay y Ecuador, la relevancia del “precio” como variable clave en la elección del producto. Destacándose, en el caso ecuatoriano, la importancia del aceite de oliva como insumo de la industria de conserva. Un punto que abarca a todos, es la necesidad de informar y educar al consumidor acerca de

[86] Si bien el aceite de oliva argentino ha mostrado un mejor desempeño en el grupo de economías con mercados más grandes (EEUU y Brasil), estos no han sido los de mayor dinamismo ni los de crecimiento más estable.

los tipos de aceite de oliva y sus cualidades sensoriales / organolépticas, culinarias y médicas.

Paralelamente a las actividades antes mencionadas se realizan análisis físico – químicos y sensoriales de los aceites y se valida la existencia de una calidad de producto diferenciada comparada con los de otras zonas productoras y también se realizan pruebas de optimización de procesos de extracción de aceite.

Por último y ya en el marco de un proyecto Manuel Belgrano II (2015 – 2016) se están elaborando los resultados de una encuesta realizada en la ciudad de Bahía Blanca para indagar sobre el grado de conocimiento de la industria y del producto que tiene la población de la región. También se va a realizar un censo con la colaboración de los municipios de la zona para hacer el relevamiento, se rastreó y sintetizó la historia de la industria en la Argentina y en la región y se va a crear y transferir a la Cámara de Olivicultores Sur Oliva una página web para que el sector pueda darle continuidad a las acciones iniciadas por proyecto.

6. RESULTADOS

Se está en proceso de patrimonialización del recurso en el territorio y se está logrando hacerlo visible a nivel nacional.

Se inicia proceso de gestión y diseño de una marca colectiva regional ya que por cuestiones de restricción en la Ley Nacional no es posible acceder a una IG/DO (Indicación Geográfica/Denominación de Origen) (Schiavone, Champredonde, 2008).

Se espera dilucidar en el relevamiento para el censo de las fincas y almazaras del SOB el estado operativo actual real de todos los olivares debido a que el contexto macroeconómico adverso que ha generado la pérdida de rentabilidad en las ventas al mercado externo ha inducido la baja en el aprovechamiento pleno de la capacidad productiva regional y ha frenado el potencial interés por la creación del consorcio exportador.

7. PRINCIPALES LECCIONES

Vinculación y transferencia con impacto se logra solo si la Universidad hace desarrollos de interés para el sector y además devolución de resultados.

Hay que aprovechar las sinergias de los planes, programas y proyectos de los múltiples organismos públicos que tienen objetivos similares y armar redes de trabajo conjunto.

Las denominaciones de origen para productos diferenciados están solo reglamentadas para casos de sistemas productivos localizados con prácticas culturales transmitidas de generación en generación. Hay alternativamente otras formas de certificación de calidad diferenciada por factores territoriales y posibilidad de acceso a colaboración por parte de programas del gobierno nacional (marcas colectivas) que permiten igualmente la acción conjunta del posicionamiento en el mercado de una marca regional.

8. ASPECTOS INNOVADORES

La red o más bien el entramado de relaciones que fue surgiendo casi espontáneamente intra UNS (interdepartamental), interuniversitaria (UNMdelP, UPSO y también la Universidad Católica de Cuyo - San Juan – con su panel de expertos del COI en análisis sensoriales), productores, instituciones públicas del territorio (Intendentes, Oficinas de Desarrollo y Secretarios/Directores de Producción, Cámara Sur Oliva) pero también de la provincia (Coordinador del Plan de Desarrollo del Sudoeste Bonaerense) y de la nación (PROARGEX, Fundación Exportar de Cancillería Argentina, Registro Nacional de Indicaciones Geográficas del MINAGRI, INTA con el modulo nacional de patrimonialización de los recursos territoriales y las Experimentales de Barrow, Bordenave, Bahía Blanca y Azcasubi) todos aportando a la diversidad de necesidades que van surgiendo a medida que se va desarrollando el proyecto.

Se generaron vínculos directos, los olivicultores se relacionaron entre sí, se incrementaron acciones conjuntas, pero también empezaron a realizar consultas directamente a las instituciones inducidos e impulsados por el proyecto.

BIBLIOGRAFIA

ARTECHE, M; SANTUCCI, M; WELSH, S. V. (2013). Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. Estudios Gerenciales.

BOSTAL F., OBIOL L., FUERTES M.E Y PICARDI M.S. (2009), La olivicultura: alternativa de diversificación para el sudoeste bonaerense, XL Reunión anual de la Asociación Argentina de Economía agraria, CD - ISSN 1666-0285, Libro de Resúmenes y www.aaea.org.ar, Bahía Blanca.

COI, Consejo Olivícola Internacional. En web: www.internationaloliveoil.org.

DAY, J. A. (2013) "Una Argentina competitiva, productiva y federal: actualidades y desafíos en la cadena olivícola de Argentina". Documento de Trabajo, Buenos Aires, año 19, Issue 128, dic. 2013.

ESSER, K. et al. (1996), Competitividad Sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política, Revista de la CEPAL Nº 59, Agosto de 1996.

GONZALEZ, G. H. (2009) “Ganancias de competitividad: un enfoque agregado y de largo plazo”. Análisis Económico, México DF (México), XXIV, 57, 81-104.

GONZALEZ, G.H., VALLS, L. y PICARDI, M.S. (2013) "Desempeño competitivo argentino reciente en el mercado internacional de aceite de oliva" Revista de Economía Agrícola, San Pablo (Brasil), v. 60, n. 1, p. 41-51, Ene-Jun.

GONZALEZ, G.H., PICARDI, M.S. y VALLS, L. (2015) "Mercados, desempeño comercial y capacidad para competir del aceite de oliva virgen argentino", Revista Galega de Economía, Santiago de Compostela (España), v. 24, n. 3, en prensa.

INTA (2014), Programa Nacional para el desarrollo y la sustentabilidad de los territorios, Documento base y estructura organizativa, INTA ediciones, Buenois Aires.

ITC, International Trade Centre, Trade Map. Recuperado de http://www.trademap.org/Index.aspx.

LUPÍN, B.; RODRÍGUEZ, E. M. & GONZÁLEZ, J. (2013): “Evaluación de las preferencias de atributos aplicando Choice Modelling”. XLIV Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria, Ciudad de San Juan-Provincia de San Juan, República Argentina, octubre 2013.

MACHO MURO, J. (2004): “Estudio de mercado del aceite de oliva en Uruguay”. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Montevideo-Uruguay.

MILI, S. (2004): “Prospects for olive oil marketing in non-traditional markets”. AIEA2 International Conference Sustainable Development and Globalisation of Agri-Food Market, Laval University, Québec-Canada, 23-24.

MORAL PAJARES, E.; LANZAS MOLINA, J. R. & CUADROS SOLAS, P. J. (2012): "Adaptación de las exportaciones españolas de aceite de oliva a la demanda mundial". Boletín Económico ICE, Nº 3.027, junio 2012, 23-34.

PICARDI, M.S., GONZALEZ, G.H., VALLS, L. (2015) "Aceite de Oliva: El mercado mundial y el desempeño comercial de la Argentina". Revista Agroalimentaria, Mérida (Venezuela), aceptado, en edición.

PICARDI, M.S., OBIOL L. y otros (2014), Aceite de oliva argentino. Competitividad, rentabilidad, impacto ambiental, y un nuevo actor: El sudoeste bonaerense. EDIUNS - ISBN 978-987-1907-64-9 (201 páginas).

PICARDI, M.S., TEDESCO, L. (2009) "Desarrollo, políticas públicas y clusters: el caso de la agroindustria en la Argentina" AAEA. ISSN 1666-0285. En web: www.aaea.org.ar

PICARDI M.S., OBIOL L. (2011), Desarrollo Territorial Sostenible - El caso de la olivicultura - Un estudio para la región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires – Argentina, revista Trayectorias, Año 13, número 32, enero-junio 2011, pag. 94- 117 - Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Nuevo León, Mexico – ISSN 2007 – 1205.

PICARDI M.S., OBIOL L,, BOSTAL F. (2011), La olivicultura: Una actividad innovadora en el sudoeste bonaerense – Mesa temática: Agricultura familiar sostenible frente a la globalización de espacios rurales del VII Seminario Internacional de Desarrollo Rural: Mundos rurales y transformaciones globales, 12 al 15 de abril de 2011, Pontificia Universidad Javeriana - ISBN del CD 978-958-716-447-3 – Bogotá, Colombia.

PICARDI M.S:, BOSTAL F., OBIOL L, FUERTES E.(2010), Desarrollo Territorial rural y la producción de aceitunas para aceite en la región sudoeste bonaerense, XLI Reunión Anual de Economía Agraria, XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VII del Mercosur, 6 al 8 de octubre, San Luis

SCHIAVONE E., CHAMPREDONDE M. (2008), Estado actual y evoluciones posibles del marco legal Argentino concerniente a la valorización de alimentos con Identidad Territorial. Aportes para un proceso de mejoramiento. IV COLOQUIO INTERNACIONAL de la RED SIAL: ALFATER, Argentina - Mar del Plata.

TEDESCO L. Y PICARDI M.S. (2010), Microcluster olivícola en el Sudoeste Bonaerense: Desarrollo Territorial Rural, II Congreso Internacional de Desarrollo Local y I Jornadas Nacionales en Ciencias Sociales y Desarrollo Rural – Universidad Nacional de La Matanza, 14 al 17 de junio, Buenos Aires. CD ROM ISBN 978-987-1635-13-9

ACEITE DE OLIVA DEL SUDOESTE BONAERENSE: INCONSISTENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y SU EFECTO SOBRE EL POTENCIAL REGIONAL EXPORTADOR[87]

Picardi Marta Susana – González Germán –Tedesco Lorena

spicardi@criba.edu.ar - ghgonza@uns.edu.ar – ltedesco@criba.edu.ar

IIESS (CONICET – UNS) - Departamento de Economía (UNS)

Observatorio de Políticas Públicas para la Agroindustria y el Desarrollo (UNS)

RESUMEN

El gobierno argentino, al igual que sus pares en la mayoría de Latinoamérica, implementó programas de soporte para las PYMES con el objeto de impulsar el agregado de valor en origen, el desarrollo territorial, el fortalecimiento de los clusters, el fomento de la competitividad y en particular a los productos exportables con valor agregado. Sin embargo, el contexto macroeconómico nacional presenta inconsistencias con esas medidas, particularmente el atraso cambiario que dificulta las exportaciones y es relevante para el caso que se presenta en este trabajo.

En el Sudoeste Bonaerense (SOB) hay un sector olivícola productor de un aceite de oliva con características diferenciales respecto del de otras zonas productoras de la Argentina. Se trata de PYMES con un potencial productivo que podría abastecer el consumo nacional total, razón por la cual se debería ir generando un proceso de aprendizaje para operar en lo posible como un consorcio regional exportador, aprovechando además su cercanía a dos posibles puertos (Buenos Aires o Ingeniero White), respecto de sus competidores en el país.

En el trabajo se demuestra que el aceite de oliva argentino ha tenido un buen desempeño comercial en el mercado mundial, que los productores del SOB son capaces de hacer rentable su negocio, pero que la estrategia de exportación en este momento tiene un resultado económico negativo para el tipo de empresas que ellos

[87] Este trabajo se enmarca dentro del proyecto "Desarrollo comercial del aceite de oliva del Sudoeste Bonaerense - Potencial Regional Exportador", financiado con fondos de la 2da. Convocatoria de Proyectos de Asistencia Exportadora "Manuel Belgrano", Programa Universidad y Trabajo Argentino en el Mundo, Secretaría de Políticas Universitarias, Ministerio de Educación, Argentina. (Código de proyecto: 30-75-025) y del proyecto SECTOR AGROPECUARIO Y DESARROLLO – TEORIAS, POLITICAS Y ESTRATEGIAS EN ARGENTINA Y BRASIL, PGI (2011 – 2014) Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNS – Código 24/E086.

tienen. Asimismo se evidencia en el trabajo que existen economías de escala que determinan un tamaño mínimo de superficie a plantar y que el mercado regional y fundamentalmente el turismo (ya que la zona tiene dos grandes atractivos como son Monte Hermoso y Sierra de la Ventana, sumado al paso de los turistas en tránsito que demandan productos regionales en puestos de venta en la ruta), es el que sostiene actualmente el negocio con una rentabilidad aceptable.

Para el análisis de rentabilidad se utiliza la metodología clásica de evaluación de proyectos de inversión y para el análisis del desempeño comercial del aceite de oliva argentino la matriz de competitividad de la de CEPAL (1995).

INTRODUCCION

En el Sudoeste Bonaerense (SOB) hay un sector olivícola productor de aceite de oliva con características diferenciales respecto del de otras zonas productoras de la Argentina. Se trata de PYMES con un potencial productivo que podría abastecer el consumo nacional total, razón por la cual se debería ir generando un proceso de aprendizaje para operar en lo posible como un consorcio regional exportador, pudiéndose además mejorar su cometitividad relativa por su cercanía a dos los posibles puertos de salida (Buenos Aires o Ingeniero White) y su valor FOB diferencial por su reconocida calidad particular tanto físico – química como organoléptica..

El gobierno nacional ha implementado una amplia batería de programas de soporte para las PYMES, el agregado de valor en los productos del agro, a los proyectos de desarrollo territorial y en particular a los productos exportables con valor agregado en origen. Sin embargo, el contexto macroeconómico nacional presenta inconsistencias para que dichos esfuerzos - vertidos en financiamiento para el desarrollo de proyectos con los fines antes mencionados - logren el impacto deseado. No siempre se pueden cumplir los objetivos, sobre todo, en los direccionados a la promoción de exportaciones aunque tengan otros beneficios para los actores involucrados.

El objetivo del trabajo es demostrar que los productores del SOB son capaces de hacer rentable su negocio, pero que la estrategia de exportación en este momento tiene un resultado económico negativo debido al tipo de empresas que ellos tienen. Así mismo se evidencia que existen economías de escala que determinan un tamaño mínimo y que la demanda cautiva regional es fundamentalmente dependiente del turismo (Sierra de la Ventana, Monte Hermoso y flujo de transito al Sur: Madryn, San Martín de los Andes y Bariloche).

Por otra parte, se muestra también que el aceite de oliva argentino ha tenido un buen desempeño comercial en el mercado mundial (período analizado 2001 – 2013) pero que la estrategia gubernamental para las PYMES del SOB no es muy clara ya que, a pesar de los programas de asistencia exportadora, el tipo de cambio inhibe la acción.

Otro objetivo es ver las economías de escala que se dan en esta actividad y que se genera al aumentar el tamaño de la empresa (has. plantadas con olivos) ya que las mismas permiten disminuir el costo unitario de producción al prorratear los costos fijos entre una mayor cantidad producida.

Para el análisis de rentabilidad de la producción en el SOB se utiliza la metodología clásica de evaluación de proyectos de inversión y para evaluar competitividad del aceite de oliva en el mercado mundial se utilizan distintos indicadores clásicos para analizar el desempeño y la metodología de CEPAL (1995) para estudiar la competitividad.

Primero se presenta el desempeño agregado y luego el comportamiento micro para concluir sobre el margen existente para mejorar el desempeño competitivo a partir de decisiones micro, y políticas que apunten a los niveles meso y macro.

MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

En la mayoría de los países de Latinoamérica, y en particular en los últimos 10 años, los gobiernos nacionales, provinciales y locales insertaron con más fuerza los conceptos de asociatividad, clusters y agrupamiento empresarial a través de programas que trataron de impulsar el desarrollo del tejido productivo de los territorios y así favorecer la competitividad, innovación, gestión del conocimiento y el desarrollo regional. La línea política de apoyo a las PyMES tuvo como expectativa que los clusters pudieran estimular el aprendizaje y la acción colectiva entre empresas. Así, en lugar de brindar beneficios o subsidios individuales, cubren los costos de interconexión entre las entidades, impulsando la realización de actividades conjuntas y poniendo en marcha el concepto de competitividad sistémica (Arteche et al., 2013).

Según Esser et al. (1996) la competitividad sistémica es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema: a) nivel macro; caracterizado por el conjunto de políticas que ejercen presiones e imponen restricciones o generan oportunidades sobre las empresas (sin que las políticas macro

subordinen a las sectoriales)[88], b) nivel meso; relacionado con el Estado y los actores sociales que desarrollan acciones de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; c) nivel meta; conformado por patrones básicos de organización jurídica, política y económica, capacidad social de organización e integración y potencial de los actores para la integración estratégica, y d) nivel micro; correspondiente a las empresas y está caracterizado por su eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción.

Este enfoque considera que la ausencia de un entorno eficaz restringe la capacidad de las empresas para lograr una competitividad genuina y se distingue porque incorpora la dimensión política en la creación de competitividad. Subraya la importancia de la investigación de nuevos patrones de gestión en diferentes áreas de política, como la política de estructuras industriales y la política tecnológica. Para optimizar la eficiencia en los niveles macro, meso y micro, son decisivas la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar la capacidad creativa de la sociedad (Picardi y Tedesco, 2009).

En ese marco, cuando se define un producto o sector económico con una cierta dinámica particular en el territorio, se hace un diagnóstico que posibilite determinar la real situación de los diferentes actores de la cadena y se caracteriza (Picardi, Obiol, Bostal, 2011; Bostal, Obiol, Fuertes, Picardi, 2009). Luego, si el objetivo es fortalecerlo, es necesario asegurarse de que sea competitivo. Ello implica un estudio del desempeño comercial (para evaluar indirectamente la capacidad para competir) y de eficiencia o rentabilidad del negocio para evaluar la sustentabilidad social – económica y ambiental del sector que es el motorizador del cluster. Por último, se implementa una estrategia inductora para que exporten.

Hay varias razones que justifican el comercio internacional. En general se sustentan en la pre-existencia de diferentes patrones de especialización productiva apoyados en la diferencia en la dotación de recursos, calidades de éstos o ventajas de localización. Estas ventajas no son estáticas y, en cierto grado, pueden ser respaldadas mediante un marco institucional que ofrezca los incentivos correctos y permita alcanzar economías de escala.

[88] Para ampliar el tema ver: Giordano Delgado, Nelson; *"As relaciones entre a macroeconomia e a política agrícola. Provocacoes para un debate interrumpido",* en Estudos Sociedade e Agricultura, 13 de octubre de 1999, pp. 173-180.

Independientemente de la canasta de bienes producidos, los diferentes perfiles productivos de los países se ponen a prueba en la arena comercial (mercado interno, internacional o en ambos). En concordancia con González (2009), la competitividad se interpreta como la capacidad de competir de una empresa, sector o nación y se define como un perfil de características (productividad -y, por ende, precio de oferta-, calidad y capacidad de abastecimiento) que se tiene para introducir un producto, resistir la competencia e incrementar la cuota de mercado. El desempeño comercial es, por lo tanto, el resultado del enfrentamiento de las capacidades para competir, propia y ajenas. Es decir que observando la evolución del desempeño comercial se puede evaluar indirectamente la capacidad para competir (González, Picardi y Valls, 2015: 1).

Siguiendo el enfoque propuesto de competitividad y, en sintonía con el concepto de Esser, el estudio de la competitividad a partir del análisis del desempeño comercial resulta incompleto debido a que existen elementos que definen al ambiente económico en el que se desenvuelven las empresas y que exceden su capacidad de gobierno. Sin embargo, su evaluación permite visualizar rápidamente si existe un problema de competitividad y fundamentar la investigación sobre el margen existente para mejorarla.

Para avanzar en tal evaluación se propone aquí el concepto de "estrategia conjunta de posicionamiento" en contraposición a la estrategia empresarial particular. La principal diferencia es que mientras ésta implica un esfuerzo planificado individual, aquella es definida por los esfuerzos empresariales conscientes, políticas gubernamentales y consecuencia del ambiente (económico, político, social), y, por consiguiente, contiene factores exógenos a las empresas. En términos semánticos, el desempeño comercial resulta ser una consecuencia de la diferencia en los perfiles competitivos y, en nuestro enfoque, ésta resulta, en lo que refiere a la oferta doméstica, de la estrategia conjunta de posicionamiento.

Por ello, y con el fin de analizar la situación del aceite de oliva argentino en el comercio mundial y caracterizar la estrategia conjunta de posicionamiento, se hace en primer lugar un estudio del desempeño comercial mediante una batería de indicadores usualmente utilizados en la literatura especializada. El estudio se concentra en el denominado aceite de oliva virgen porque es hacia el cual la Argentina orienta su estrategia comercial.

Para el análisis de la competitividad se usa la metodología de CEPAL (1995), que se sustenta en la dinámica de dos indicadores: la participación de mercado en cada mercado específico y la participación del producto en el total de importaciones de cada uno de ellos[89]. Mientras que la consideración de las variaciones anuales del primer indicador permite obtener una idea de la capacidad para competir, las variaciones anuales del segundo indicador muestra la dinámica de cada mercado. A partir de la comparación entre las tasas de variación de los indicadores y un valor crítico[90], la matriz ofrece la caracterización de cuatro situaciones diferentes: alta (baja) competitividad en mercados con mayor dinamismo, alta (baja) competitividad en mercados con menos dinamismo.

Seguidamente se avanza en la situación actual de los productores individuales y las posibilidades de mejorar el perfil competitivo a nivel micro.

La evaluación de un proyecto de inversión pretende investigar si es posible realizar una actividad y/o satisfacer una necesidad en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa (Baca Urbina, 2010).

Lo realmente decisivo es poder plantear premisas y supuestos válidos que deben surgir de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios. La correcta valoración de los beneficios y costos esperados permitirá definir de manera satisfactoria si el proyecto es eficiente en base a las condiciones del mercado en el cual se insertará (Sapag Chain, 2015).

El marco teórico y la metodología que se utiliza se basa en el Análisis Económico de Proyectos -Análisis Costo Beneficio Privado- que consiste en determinar los flujos de beneficios y costos asociados a inversiones en un horizonte de tiempo determinado y aplicar los criterios que se han desarrollado como indicadores de rentabilidad (Valor Actual Neto (VAN) y/o Tasa Interna de Retorno (TIR)).

Al analizar un proyecto aparecen diferentes cantidades de dinero localizadas en diferentes momentos en el tiempo - ya sean costos ó beneficios-. Mediante la actualización, el análisis costo beneficio hace converger dichas partidas a un mismo momento en el tiempo, para poder hacer la comparación pertinente de los costos y

[89] En lugar de las importaciones totales se utilizaron las importaciones totales de aceites y grasas. Para mayores notas técnicas dirigirse a Picardi, González y Valls (2015).
[90] El valor crítico para cada indicador se computa utilizando los datos correspondientes a la oferta y demanda mundiales.

beneficios y estimar así la rentabilidad. Cuando se busca hacer converger dinero del presente al futuro, se utiliza una tasa de interés; pero cuando se desea hacer converger dinero del futuro al presente -ó momento cero- se utiliza una tasa de descuento, y estos flujos se llamarán flujos descontados. Sumar los flujos descontados y restar la inversión equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en un momento ó tiempo cero. Para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado que el VAN sea mayor que cero o bien que la TIR sea mayor al costo de oportunidad del capital que tiene el empresario. El costo de oportunidad del capital es el rendimiento que podría conseguir en la mejor alternativa de colocación de su dinero que tiene quien está demando la evaluación, considerando inversiones de similar riesgo.

Por lo anterior y dado que en el Sudoeste Bonaerense en los últimos años la olivicultura ha tenido un admirable impulso, transformándose en una alternativa productiva atractiva, se hará la evaluación teniendo en cuenta un caso. Con ese fin, la metodología exige hacer primero el estudio de mercado, luego un estudio técnico y por último de factibilidad económica o rentabilidad esperada. Se concluye el estudio con un análisis de sensibilidad que permita definir las variables críticas en la determinación de la rentabilidad del negocio.

Dado que en trabajos anteriores ya se evaluaron distintas alternativas (año 2009 finca de 10 hectáreas, caso 2013 finca de 50 hectáreas con y sin almazara propia y 2015 rentabilidad por hectárea aplicando hipótesis conservadora y venta en el mercado regional)[91], en esta oportunidad se introduce la novedad de computar eficiencia/rentabilidad considerando las economías de escala que se han ido descubriendo y la posibilidad de exportar un especiality que tiene un canal comercial diversificado (venta a granel en octobins o fraccionado en diversidad de envases).

DESEMPEÑO COMERCIAL DEL ACEITE DE OLIVA ARGENTINO

A continuación se caracteriza a los operadores del mercado mundial de aceite de oliva virgen agrupándolos en cuatro conjuntos de acuerdo a sus volúmenes de producción y

[91] Presentadas en la charla técnica en la 7° Fiesta Provincial del Olivo en la ciudad de Coronel Dorrego (abril 2015).

de consumo[92]. En este trabajo y con fines prácticos se procede de la siguiente manera:

1) se divide al área mediterránea en dos conjuntos de países productores/consumidores utilizando como criterio el volumen producido. En ambos conjuntos la participación de cada economía en la oferta supera a su participación en el consumo mundial (salvo Marruecos en el primer grupo y Líbano en el segundo – según datos campaña 2012/3): En el grupo I se ubica a los productores/consumidores que superan el 2% en ambos rubros, mientras que en el grupo II a los productores que, estando por debajo de ese valor, superan el 0,5% en la producción y el 0,4% en el consumo. En este último grupo, fueron incorporados Argentina, Chile y Australia debido a que cumplen con la restricción impuesta.

2) Con fines prácticos se divide al resto (mercado secundario) en dos conjuntos. Como característica común presentan que el aporte grupal al consumo mundial es mayor que el aporte grupal al producto mundial, identificándoselos como consumidores netos:

En el grupo III fueron ubicados Estados Unidos de América y Brasil con una participación en el consumo global que alcanza el 9% y el 2,4% respectivamente, superando el límite inferior que caracteriza al grupo I del área mediterránea (esto es 2%). El grupo IV incluye tanto a economías cuya participación en el consumo global se aproxima al 2% (Japón, China, Canadá) y a economías que se encuentran bajo la denominación de OCP y OCNP[93] que individualmente apenas superan el 0%.

En la figura 2 se muestra el agrupamiento y se incluye la participación en el consumo mundial (ubicado en la parte superior) y participación en el producto mundial (ubicado en la parte inferior) de cada grupo, mientras que el ordenamiento interno se hace en función del volumen producido (I y II) y del volumen consumido (III y IV).

El área mediterránea (Unión Europea, Túnez, Turquía, Siria, Marruecos, Argelia, Jordán, Israel, Egipto, Palestina, Libia, Líbano y Albania.) lidera la oferta global superando el 96% de la producción mundial (en toneladas) y el 75% del consumo total.

La Unión Europea por si sola representa más del 60% de la producción y del 50% del consumo mundial, A pesar de la disparidad dentro del grupo, y debido a la capacidad

[92] Esta clasificación difiere de la realizada por el Consejo Oleico Internacional (COI). El COI presenta tres grandes grupos: el grupo A compuesto por productores principalmente exportadores, el grupo B corresponde a productores principalmente importadores, y el grupo C importadores sin producción (http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures).

[93] OCP y OCNP hacen referencia a Otros Consumidores Productores y Otros Consumidores No Productores, respectivamente.

productiva y el reconocimiento mundial de la calidad de sus productos, y por el lugar que ocupa el aceite de oliva en sus canastas de consumo, los incluidos en este área se diferencian aún más del resto de países productores y consumidores.

Mientras que los grupos I y II representan el mercado principal o dominante, existe un mercado secundario compuesto por economías de diferente capacidad de absorción del producto.

<u>Figura 2:</u> Agrupamiento de los operadores del mercado mundial de aceite de oliva virgen

I	%Cons	72,2	**II**	%Cons	5,4
	%Prod	92,1		%Prod	6,4
	Unión Europea			Jordán	Chile
	Túnez			Israel	Líbano
	Turquía			Argentina	Albania
	Siria			Egipto	Australia
	Marruecos			Palestina	
	Argelia			Libia	
III	%Cons	12,0	**IV**	%Cons	10,4
	%Prod	0,2		%Prod	1,4
	Estados Unidos			Japón	Chipre
	Brasil			China	Croacia
				Canadá	Iraq
				Rusia	Taiwán
				Arabia Saudita	Noruega
				México	Montenegro
				Suiza	OCP
				Irán	OCNP

Fuente: González, Picardi y Valls (2015) con datos del Consejo Oleico Internacional, COI.

Varias de ellas son economías de ingresos per cápita medio y alto, que se encuentran experimentando un cambio significativo en sus dietas con la incorporación creciente del aceite de oliva. A esas se suman otras economías consumidoras (productoras y no productoras) que por su extensión (población, PIB), particularidades (hábitos predominantes de consumo, PIB per cápita) y dinámica (evolución de las anteriores

características respecto al mercado global) resultan poco interesantes en momentos en los que el mercado global se encuentra en condiciones normales[94].

La producción y el comercio global responden a lo que sucede en el mercado dominante (I y II). Sucesivamente se han visto vaivenes en la oferta y en la demanda en el mercado global, inducidos por el comportamiento de la producción y el consumo europeos. Por otro lado, según se observa en el comportamiento de los datos históricos, es factible que los países productores no europeos del grupo I y los del grupo II -como es el caso de Argentina- respondan fundamentalmente a los incentivos equilibrando el mercado internacional. En el grupo II, incluso, se observan dificultades para mantener una cuota estable en los mercados abastecidos. La explicación a esa situación se debiera buscar en todos los niveles que definen la competitividad en términos de Esser y las condiciones de entrada a los mercados abastecidos.

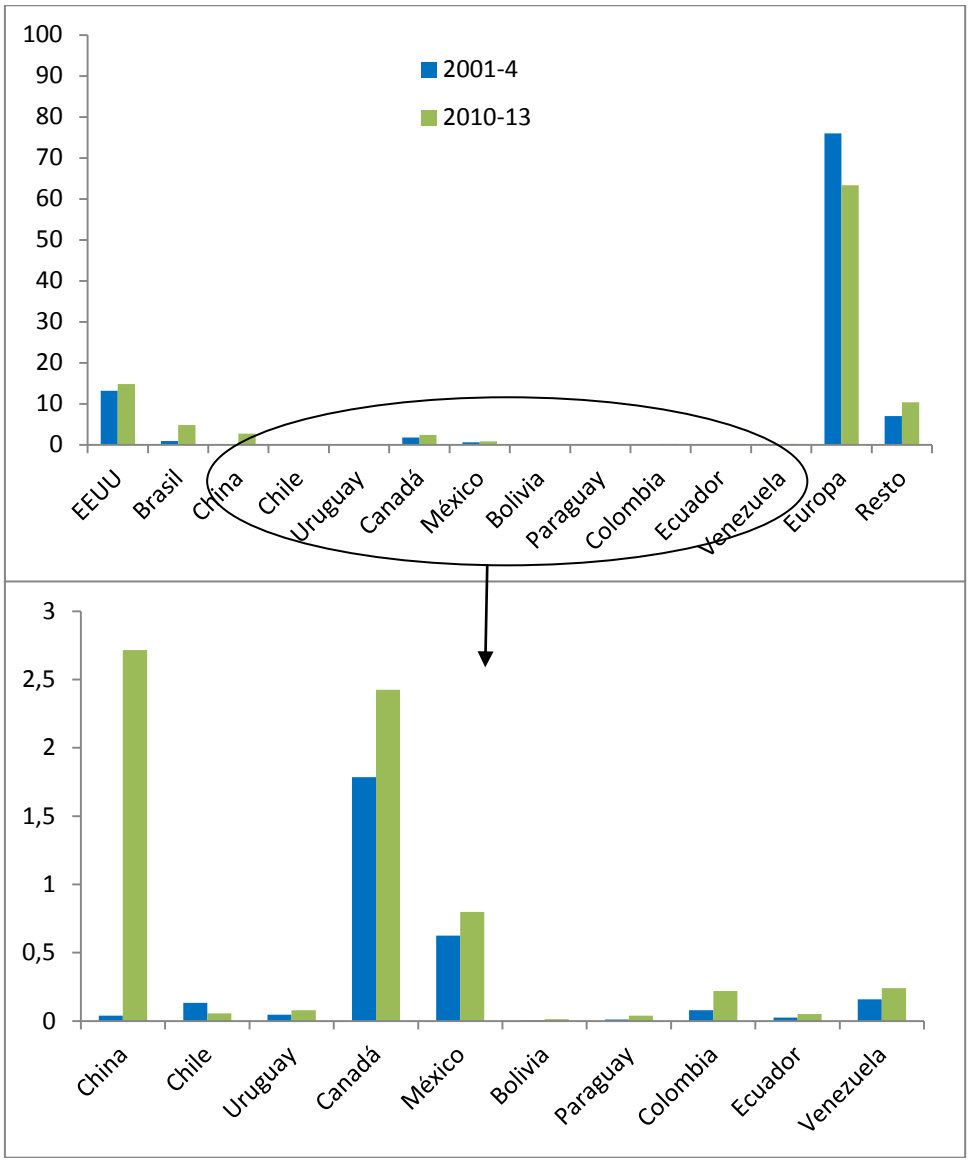
Ante la imposibilidad de competir en el principal mercado o al menos poseer una cuota estable debido a la política de sostén (principalmente en Europa) y diferencias en la experiencia acumulada y volumen de producción, la calidad del producto y ubicación, entre otros factores, los países del grupo III y IV representan el destino razonable de las exportaciones de los países productores agrupados en el grupo II. Sin embargo, en estos mercados los productores del grupo I no están excluidos de la oferta, por lo que -alcanzado cierto nivel de calidad del producto y eficiencia en la producción- las condiciones de entrada ganan preponderancia, fundamentalmente acuerdos de reducción arancelaria u otro tipo de ventaja que reduzcan los costos asociados a las transacciones comerciales y permitan competir frente al productor mediterráneo (González, Picardi y Valls, 2015).

Visto lo anterior, a continuación se realiza una evaluación de la situación de la Argentina durante el período 2001 – 2013[95]. En la Figura 3 se presenta la evolución de la relevancia de los mercados abastecidos por Argentina en el mercado internacional. Se observa claramente la preponderancia internacional del mercado europeo aunque decreciente en términos relativos, y la importancia creciente de los Estados Unidos de América y Brasil, es decir el grupo III perteneciente al mercado secundario.

[94] Se entiende por un año normal a aquel en que no ha ocurrido ni incrementos ni descensos excepcionales en la oferta disponible ni en la demanda del producto.

[95] A partir de este momento y por cuestiones de disponibilidad de datos, se toman valores monetarios en lugar de toneladas e importaciones en lugar de consumo (International Trade Centre/ Trade Map)

Figura 3: Participación de cada país en las importaciones mundiales totales (%) Período 2001-13 / Valor promedio del indicador por subperíodo



Fuente: Elaboración propia con datos del *International Trade Centre*, *Trade Map*

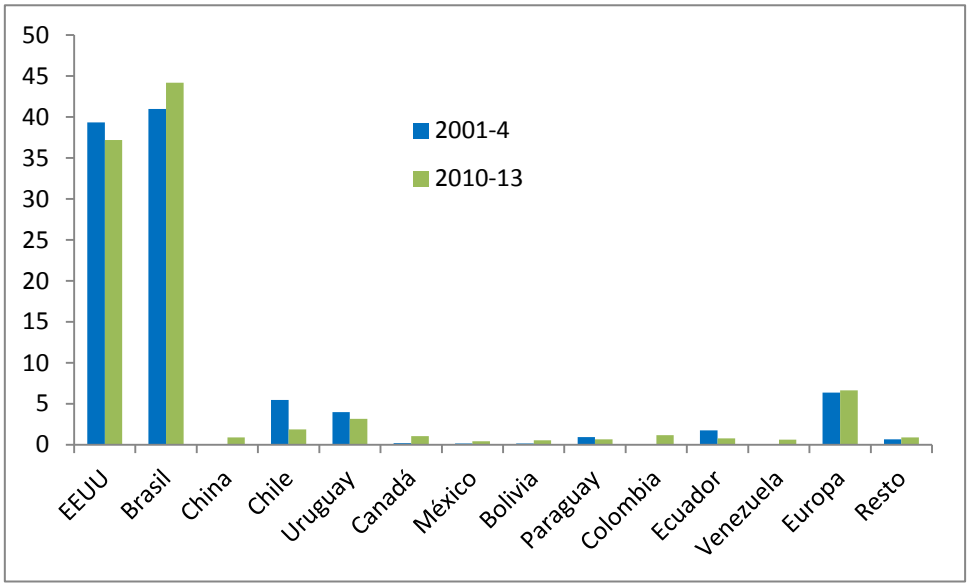
En la Figura 3 se hace evidente la notable diferencia en cuanto a su participación en la demanda internacional de los países del grupo IV. Puede observarse también el efecto producido por el cambio en la dieta con la incorporación creciente del aceite de oliva en mercados significativos, fundamentalmente China aunque también Colombia96. En cambio, se ve la contracción de la demanda chilena por la significativa sustitución de importaciones por producción local.

[96] Varios destinos del aceite de oliva argentino fueron agrupados bajo el nombre Resto. Si bien, entre ellos aparecen compradores relevantes a nivel global, la demanda de productos argentinos ha sido tan reducida que se ha preferido apartarlos del análisis. De todas formas, las conclusiones a las que se llegarán respecto al grupo de mercados representados en (ii) también pueden extenderse a aquellos.

En la Figura 4 se muestra el grado de concentración de la oferta argentina. Son varias las observaciones que pueden realizarse a partir de estos datos. La primera es que la oferta argentina ha logrado introducirse en mercados muy diferentes en cuanto al grado de exigencia de calidad, desde países con tradición en el cultivo de olivos y producción de aceite (i.e. Europa) hasta países en los que solo recientemente este producto ha comenzado a tener cierta relevancia en la dieta alimenticia (i.e. China, Paraguay, Bolivia). Segunda, son los mercados más exigentes los que más han acaparado la atención de los productores argentinos (i.e. Estados Unidos, Brasil, Europa). Tercera, las economías que comprenden el grupo IV han representado en conjunto alrededor del 10% de las exportaciones argentinas de aceite de oliva virgen, un guarismo aproximado a lo que ha representado el mercado europeo, por lo que el grupo III ha sido el destino dominante.

Figura 4: Concentración de la oferta argentina según destino

Exportaciones (valor) argentinas a cada mercado como % de exportaciones totales (valor) argentinas - (valor promedio por período)

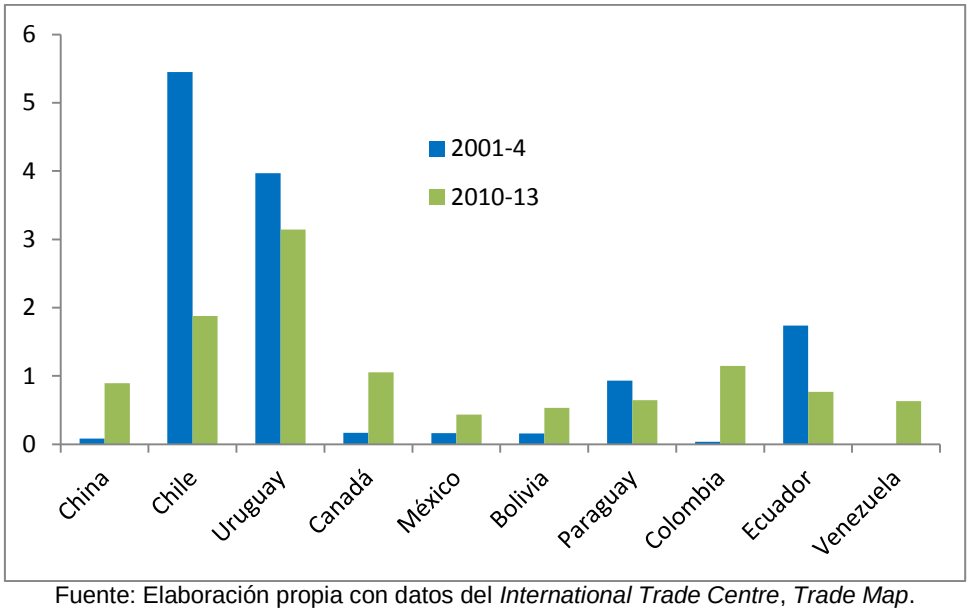


Fuente: Elaboración propia con datos del *International Trade Centre*, *Trade Map*.

En la Figura 5 se muestra la situación en el grupo IV y puede observarse cierto redireccionamiento en el flujo del comercio. Hay una reducción relativa en el volumen exportado a Chile, Uruguay, Paraguay y Ecuador compensada por un aumento relativo en las ventas a Colombia, Venezuela, Bolivia y China. Los movimientos con sentido contrario más significativos son Chile por los negativos, y Colombia y China por los positivos. Sin embargo, estos resultados no implican necesariamente tendencias.

Figura 5: Relevancia de las exportaciones al grupo IV realizadas por la Argentina

Período 2001-13 / Exportaciones (valor) argentinas a cada mercado como % de exportaciones totales (valor) argentina / Valor promedio del indicador por subperíodo



Fuente: Elaboración propia con datos del *International Trade Centre*, *Trade Map*.

La descripción anterior del desempeño exportador argentino no es suficiente para valorar la estrategia conjunta de posicionamiento en el mercado internacional. En un primer paso, se requiere observar y comparar el comportamiento grupal de los mercados abastecidos con el fin de apreciar los patrones de crecimiento en términos conjuntos, y luego observar la dinámica de cada uno en particular. El siguiente paso implica analizar la capacidad para competir del aceite argentino en cada uno de esos mercados y por ultimo confrontar ambos aspectos. Esto permite inferir si el producto ha sido destinado a los mercados más dinámicos y si esos mercados coinciden con aquellos en los que se ha demostrado ser más competitivo. La mejora en el desempeño comercial es siempre bienvenida por sus efectos en el mercado de divisas. Sin embargo, la mejora en un mercado estancado tiene un costo de oportunidad que se mide en pérdidas de crecimiento potencial de las exportaciones (González, Picardi y Valls, 2015).

Si se presta a tención a la evolución de las importaciones totales de aceite de oliva de los grupos III y IV, y a sus importaciones desde la Argentina, se ve claramente que el mercado internacional se ha expandido entre 2001 y 2013, y que la expansión de las colocaciones externas argentinas fueron significativamente superiores al comportamiento general. Esto significa que ha aumentado la participación argentina en el mercado secundario (suma de III y IV).

La segunda característica es que las importaciones del grupo IV experimentaron un crecimiento mayor al crecimiento de las importaciones del grupo III, incorporando más evidencias respecto al cambio en la dieta en mercados no tradicionales. Mientras que en 2013 el grupo III multiplicó por 4,5 el valor de sus importaciones totales respecto a 2001, el grupo IV lo hizo por 8,2. [97]

Tercero, se observa que el desempeño argentino fue significativamente superior en las ventas al grupo III respecto al IV. Mientras que en el primer caso se multiplicaron por 20,6, en el segundo (grupo IV) lo hicieron por 13,7. Las razones de este comportamiento asimétrico pueden ser múltiples: dinámica particular de cada mercado, acuerdos o restricciones comerciales, preferencias por aceite de orígenes tradicionales en los mercados de nuevos consumidores, disponibilidad de información respecto al origen o al destino, entre otras. En definitiva, si bien el grupo IV incrementó en mayor medida su demanda mundial respecto al grupo III, el aceite de origen argentino experimentó un crecimiento menor en IV que en III.

Finalmente, si bien el aceite de oliva argentino ha mostrado un mejor desempeño en el grupo de economías con mercados más grandes (Brasil y USA), este no ha sido el de mayor dinamismo ni el de crecimiento más estable.

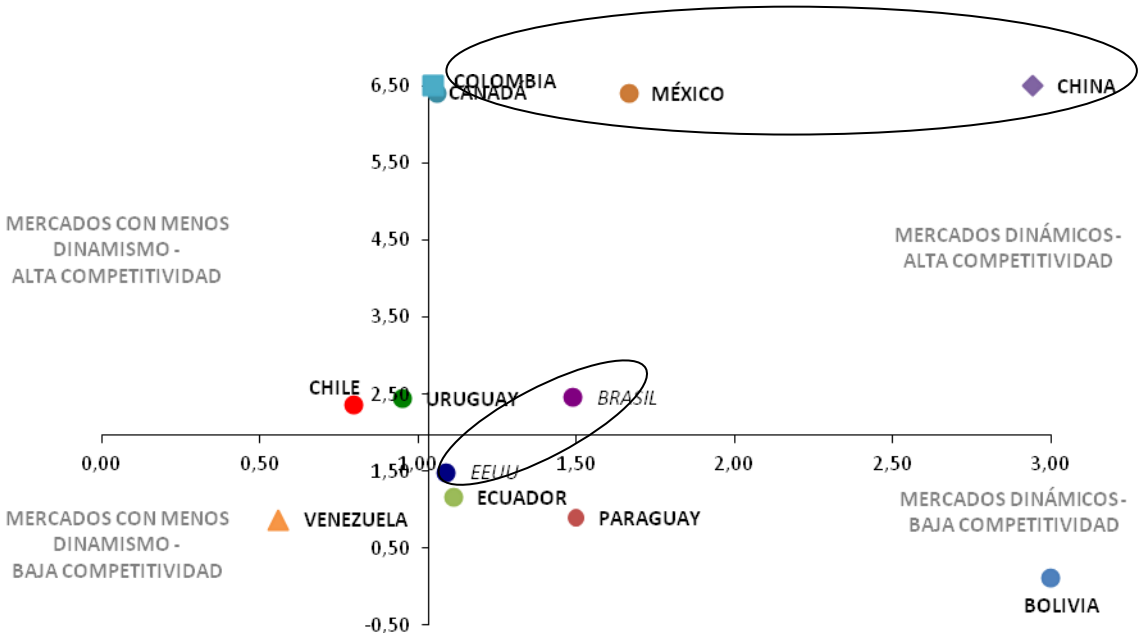
A continuación se realiza el análisis de la competitividad que como se dijo antes realiza en base a la metodología de CEPAL (1995), que se sustenta en la dinámica de dos indicadores: la participación de mercado en cada mercado específico (PM) y la participación del producto en el total de importaciones de cada uno de ellos (PS)[98].

En Figura 6 se presenta la matriz correspondiente al período 2001-4 en la que se ve un fuerte posicionamiento en mercados dinámicos. Salvo Chile, Venezuela y Uruguay, el resto de los mercados del grupo III y del IV se expandieron. La Argentina incrementó su cuota en algunos de los más dinámicos del grupo IV como México y China y también en Brasil, aunque obtuvo un resultado adverso en Estados Unidos y otras economías del grupo IV como Bolivia, Paraguay.

[97] Si bien parte de ese crecimiento puede deberse a disparidades en los incrementos de precios, si se parte del supuesto que no existe o es leve la discriminación de precios en el mercado internacional, la relación entre ambas curvas no depende crucialmente de aquellos. Si bien es un resultado preliminar, utilizando los datos disponibles en TradeMap (Internacional Trade Centre) se ha podido verificar que efectivamente la discriminación de precios es inexistente en el caso argentino.

[98] En lugar de las importaciones totales se utilizaron las importaciones totales de aceites y grasas. Para mayores notas técnicas dirigirse a Picardi, González y Valls (2015).

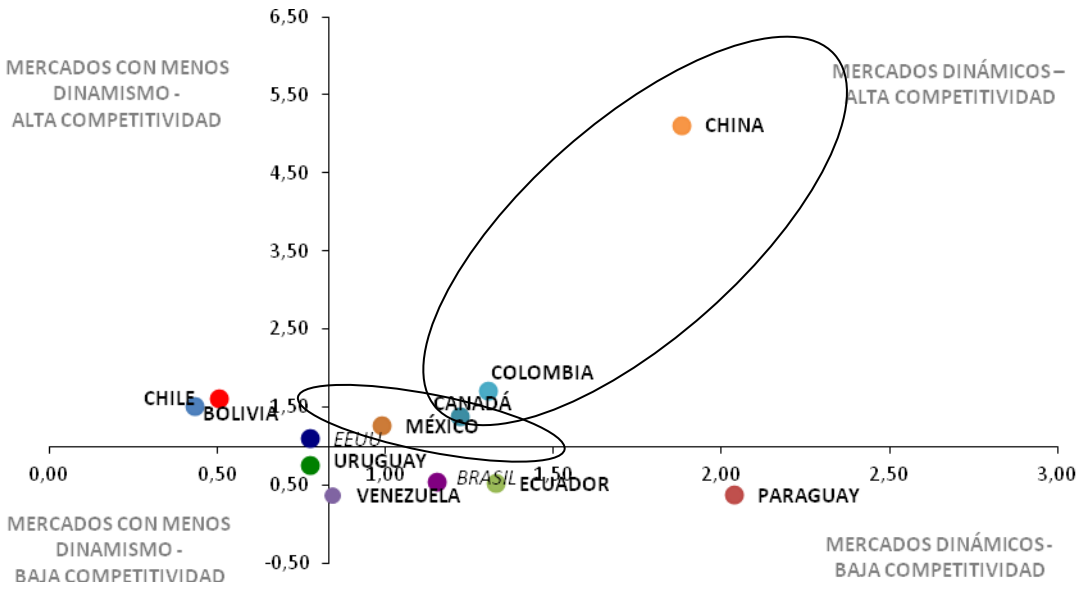
Figura 6: Matriz 2001-2004



Fuente: Elaboración propia con datos del *International Trade Centre*, *Trade Map*
Nota: Los valores de PM del grupo B fueron saturados en 6.50 para lo descriptivo del gráfico. Eje vertical corresponde a las Tasas de variación de los indicadores de participación de mercado y el horizontal mide dinamismo

El período 2010 – 2013 (Figura 7) se presentó con cambios sustanciales en los mercados abastecidos. La Argentina se mantuvo competitiva en mercados de relevancia por su permanente crecimiento (Canadá, México y Colombia) pero la performance en el grupo III fue desalentadora. Mientras que se ganó mercado en una economía estadounidense con falta de dinamismo, se perdió participación en la demanda brasilera en expansión.

Figura 7 - Matriz de competitividad 2010-2013



Fuente: Elaboración propia con datos del International Trade Centre, Trade Map.
Nota: Tasas de variación de los indicadores de participación de mercado (eje vertical) y dinamismo (eje horizontal)

Para concluir con esta parte del trabajo, podemos afirmar que el aceite de oliva argentino ha logrado posicionarse en el mercado internacional. El fuerte crecimiento de sus exportaciones y de su cuota de mercado entre 2001 y 2013 son pruebas suficientes que corroboran esa afirmación. Sin embargo, su suerte aparece atada al comportamiento del mercado internacional y no ha logrado estabilizar su posición en ninguno de los mercados nacionales. Mientras que el primer aspecto hace referencia a la relevancia del empuje de la demanda, el segundo alude a problemas de competitividad. A priori y en base a los datos evaluados hasta el momento, pareciera ser que si todo permanece igual (ceteris paribus) la mejor estrategia para los productores del SOB podría ser orientarse a conocer mejor los mercados del grupo IV. Productores argentinos de otras regiones se encuentran bien posicionados en el mercado de Estados Unidos y podría ser más difícil competir con ellos.[99]

EFICIENCIA EN LA ASIGNACION DE RECURSOS (rentabilidad de la producción)

Las PYMES del SOB tienen un aceite extra virgen de muy buena calidad de acuerdo al resultado de los análisis físico-químicos y sensoriales que les habilita a exportar a un

[99] Para una descripción acabada de los mercados particulares, solicitar informe de Rodríguez E., Lupín B. y Franco G. (2015) ya que debido a la restricción en el límite máximo de hojas no es posible incluir las conclusiones fundamentales de dicho análisis.

FOB superior al promedio. Sin embargo, el mercado cautivo local y el turístico les marca la estrategia comercial porque el FOB por tonelada a granel es la mitad del precio que ellos logran y aunque deben agregar los costos de fraccionamiento, aun hay una brecha o contribución marginal muy superior.

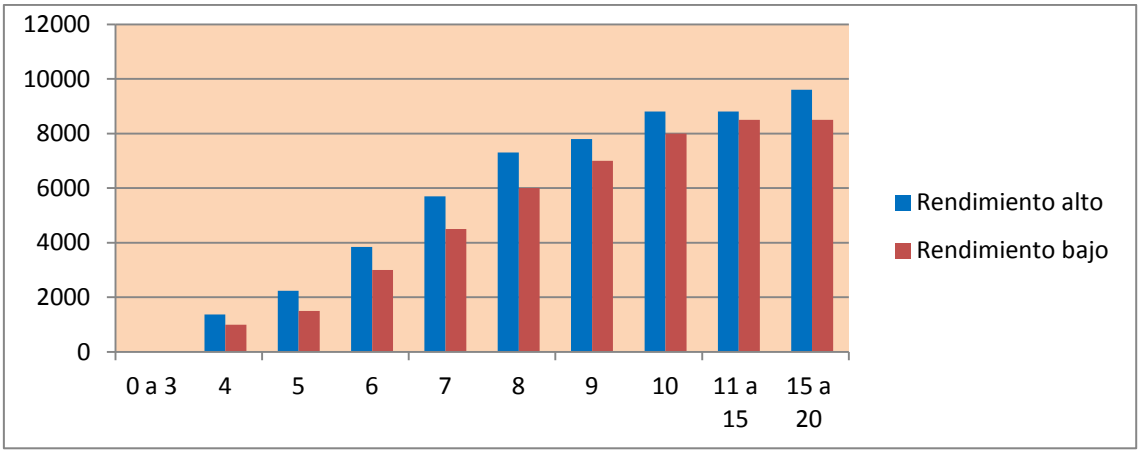
El plan de negocios que se evalúa es para una empresa con 10 y otra con 20 hectáreas de olivos destinados a la producción de aceitunas para aceite, con 405 plantas por hectárea (nuevo marco de plantación semi-intensivo). La variedad de aceituna es la Arbequina por su probada adaptabilidad al suelo y al clima del SOB, que se destinará a la producción de aceite por contrato fasón para su venta a granel o fraccionado.

La empresa es monotributista en la categoría más alta (L) debiendo abonar $ 3180 mensuales ($38160 anuales) y paga el 3.5% de Impuesto a los Ingresos Brutos. El costo de la hectárea es de 2000 dólares y el tipo de cambio considerado es de 9.4 $/U$S (valor a agosto 2015), que es el que los actores del sector utilizan para hacer las transacciones vinculadas a valores en divisa extranjera.

Para los rendimientos anuales se observa una gran variabilidad en la zona como resultado de la forma de manejo, razón por la cual se va a trabajar con dos alternativas. La hipótesis de mínima implica baja incorporación de tecnología (resultado de la coyuntura económica que determina una rentabilidad baja como para afrontar costos operativos altos frente a la incertidumbre del contexto económico). Por otro lado, se dispone de una serie de rendimientos estimados más optimistas consensuados oportunamente con los actores del propio sector.

En cuanto al rendimiento en aceite que se obtiene en la zona es en general del 15% (7 toneladas de aceituna para obtener una tonelada de aceite, aunque se ha verificado que en almazara con proceso optimizado, control de grado de humedad por lote e índice de madurez de la aceituna se puede llegar a obtener entre un 18/20%) (Figura 8).

Figura 8: Rendimientos por hectárea/años en kilos de aceituna por año productivo



Fuente: Elaboración propia con valores concertados por productores

Los costos de preparación de suelo y de plantación incluyen como la marcación del terreno, control de hormigas, aplicación de herbicidas, pasada de rastra y subsolador, hoyado, aporcado, plantín, tutor, mano de obra, flete y control de liebres que totalizan $ 60 por planta (405 plantas por ha., o sea $24.300). Hay que considerar además que del 1º al 4º año se debe hacer una reposición del 10% por la mortandad de las plantas que a un costo de $20 el plantín implica $800. Estos costos no tienen economías de escala, dado que son directamente proporcionales a la cantidad de hectáreas plantadas.

El mantenimiento del lote en condiciones de limpieza aceptables para la cosecha requiere de 2 pasadas de rastra por año que forman parte del costo de mantenimiento anual.

Además, en la región la actividad se desarrolla con riego por goteo para lo cual se considera el costo de una perforación en suelo franco arenoso, de 40 metros de profundidad y a ello se suma el costo de la bomba de 1.5 HP para el caso de una finca de 10 has. El valor de esta inversión puesta en funcionamiento es de $25.000, mientras que en el caso de un olivar de 20 has. la potencia de la bomba es suficiente sólo que debe utilizar dos circuitos y por lo tanto el costo en energía es mayor .

El costo de la energía se consideró de $800 anuales por hectárea en los primeros años, ya que el riego es necesario sólo durante 12 semanas por año, y luego se fue incrementando en función de las necesidades de las plantas dada por la masa foliar. El mismo varía según la empresa proveedora de energía (Bahía Blanca, Coronel Rosales, etc.) por lo que se tomó un promedio de lo informado por los productores de

la zona. Este costo no tiene economías de escala por incrementarse en la misma proporción que la variación de las hectáreas. El riego es complementario a las precipitaciones y se hace un control de humedad en el suelo en forma periódica para definir la necesidad específica[100].

El costo del tendido de cañerías es de $11000 por ha en cuanto a materiales y de $ 7000 de mano de obra. Ello totaliza una inversión de $ 18.000 por ha. Esta inversión se calcula que tiene un 10% de economías de escala por lo que en el caso de las 10 has es de $ 180.000 y en el caso de 20 has. es de $324.000[101].

También se incluye la compra de equipamiento básico(tractor Zanello usado por $170.000; desmalezadora por $ 25.000; y un carro por $3.000) que sí presentan economías de escala en su compra, no así en su costo operativo y de mantenimiento.

Dentro de los costos de producción se incluye la fertilización que no presenta economías de escala, al igual que el costo de poda por ser directamente proporcionales a la producción. Lo mismo ocurre con el mantenimiento del monte mediante herbicidas y el tratamiento fitosanitario para prevenir enfermedades. En el caso que se presenta tampoco hay economías de escala en los costos de cosecha ya que se supone que se realiza en forma manual y contratando personal especializado. El costo en la reciente cosecha (abril – junio) fue de 2,5$ por kilo de aceituna cosechada.

Se considera una vida útil de 20 años y un valor residual por valor de mercado de un olivar en la zona (correctamente mantenido y en producción) de aproximadamente U$$20.000 la ha.

Además se considera que un empleado permanente podría atender tanto 10 como 20 has. con un costo de $ 132.000 anuales (según sueldo pagado en la zona). En este ítem hay claramente una significativamente economía de escala al igual que en el caso de la inversión en la bomba de riego si es que las características del suelo y la distribución de la superficie de la finca lo permite. Este empleado permanente capacitado, podría cumplir con las tareas de mantenimiento y poda del olivar, en

[100]El costo de mantenimiento del sistema de riego según los asesores técnicos es poco significativo por lo que se sugirió no incluirlo en el flujo, por lo que se dificulta su estimación ya que depende de la cantidad de bocas que se puedan haber roto o tapado, el grado de salinidad del agua, etc., pero con filtros y químicos muy básicos se soluciona fácilmente el problema. Se deja de lado, obviamente, roturas aleatorias de algún componente del sistema, sobre todo de las electroválvulas.

[101] En la zona se cobra un 10% menos en concepto de materiales y mano de obra en la instalación de riego por cada 10 has. incrementales.

función de poder hacer una planificación estratégica de las labores correspondientes y se contratará sólo jornaleros para la cosecha.

Un 90% de las empresas de la zona utilizan cosecha totalmente manual, sólo las empresas más grandes hacen combinación mecánica con manual, lo que significa una disminución muy impotante en este ítem de costos. Pero dado que el objetivo de este trabajo es medir la rentabilidad de la pymes de asume que la cosecha será íntegramente manual.

Los insumos y costos necesarios para la actividad se fijan en cada alternativa evaluada según las prácticas de manejo típicas de la zona, que se han definido junto con técnicos y empresarios y que no presentan economías de escala al menos en los tamaños de fincas que se han definido como casos de estudio en este trabajo.

Con estos datos (valores a agosto del año 2015), se evalúan 4 escenarios posibles para una supuesta venta de aceite para exportación en el caso de la formación de un consorcio que saca sus conteiners por el puerto de Ingeniero White., de las cuales se consideran la venta a granel y fraccionada, y a su vez dos tamaños de explotación (10 y 20 has.) para ver el impacto de las economías de escala resultantes de aumentar el tamaño de las plantaciones. Se considera un precio FOB de U$S 3500 por tonelada cuando se vende a granel, de los cuales se deducen los costos de exportación (770 U$S), con lo cual el precio que llega al productor es de 2730 U$S. En cambio, si la venta es fraccionada, el precio FOB neto de gastos de exportación que reciben los productores es de $ 59.60 por litro fraccionado y considerando un dólar de $ 9.40[102].

La otra alternativa pasa por vender el aceite fraccionado en el mercado interno a un precio promedio (entre las diferentes presentaciones) de $80 el litro.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los productores mediterráneos europeos tienen altos niveles de productividad, ventajas gubernamentales y una marca consolidada, cantidad y calidad garantizadas, y proximidad a los principales mercados. Ello limita notablemente las posibilidades de competir de los productores no mediterráneos. A pesar de ello, el aceite argentino se consume en todos los mercados. Argentina exporta al mercado mediterráneo, fundamentalmente cubriendo desequilibrios transitorios, a Estados Unidos y Brasil

[102]Datos estimados por la contadora Eugenia Bonotti y el Licenciado José Passeri en el marco del proyecto Manuel Belgrano II "Aceite de oliva del SOB-Potencial regional exportador" (mimeo presentado en el 2º encuentro 3/7/2015 UNS-Bahía Blanca)

favorecido por un bajo nivel de protección y al MERCOSUR y otras economías latinoamericanas por ventajas de localización y acuerdos de facilitación del comercio. Canadá y China, junto con otras economías con participaciones menores, completan el espectro de mercados a los que llega el producto argentino.

Los mercados de mayor relevancia estratégica para la Argentina son el grupo III y el grupo IV. El primero por su magnitud e ingreso per cápita, el segundo por su dinamismo actual y el crecimiento potencial del consumo per cápita. Las importaciones de este último grupo (IV) han crecido más fuerte que las del grupo III durante el período considerado. En cambio, las importaciones con origen argentino han tenido mayor crecimiento en el grupo III. Es decir que la Argentina parece haber estado ganando posiciones en mercados importantes pero maduros y, por consiguiente, con expansión más lenta.

De todas formas, es en el grupo IV donde se disputa con otros oferentes una cuota considerable de mercado (Ecuador, Paraguay, Bolivia, Uruguay, Chile) a pesar de que actualmente las compras a la Argentina son notablemente inferior. El crecimiento en las importaciones del grupo IV se ha sostenido a pesar de la crisis internacional mientras que en el grupo III fue errático.

La competencia que enfrenta en ambos mercados es principalmente por parte del grupo I, aunque Chile se ha introducido exitosamente en el lote de principales exportadores mundiales. Este país fue un mercado relevante para la colocación del aceite argentino durante los años 1990 y principios de los años 2000, y ha pasado a ser un competidor directo en los últimos 15 años. Específicamente, Argentina compite con Portugal, España y Chile por el mercado brasilero, y con Italia, España, Túnez, Grecia y Chile por el de Estados Unidos. En el grupo IV compite con Italia, España y Chile, a los que se suma Grecia entre los principales exportadores a China[103].

El grupo importadores que hemos clasificado como el III ha mostrado ser dinámico (salvo Estados Unidos en el tramo postcrisis 2008) pero la Argentina ha evidenciado problemas para estabilizar, al menos, su cuota en estos destinos. Esto se ve claramente en la descomposición realizada al crecimiento de las exportaciones presentada en González, Valls y Picardi (2014) y González, Picardi y Valls (2015). La magnitud de la demanda brasilera y el crecimiento que ha experimentado impulsaron las ventas argentinas que se favorecieron por la proximidad y condiciones de acceso.

[103] Para una descripción acabada de los mercados particulares, solicitar informe de Rodríguez, Lupín y Franco (2015).

Sin embargo, la pérdida de cuota de mercado en Brasil a partir de 2005 ha sido significativa, principalmente en el período 2010-13, y su costo en términos de crecimiento perdido ha sido elevado.

Por su parte, el grupo de destinos potenciales IV no es uniforme. En algunos casos no ha habido un comportamiento estable. En líneas generales se ha mostrado dinámico, salvo Chile, y Argentina ha podido tomar posición en los mercados más interesantes (Canadá, México, Colombia, China).

El desempeño comercial del aceite de oliva argentino depende, en cierta medida de decisiones que debe tomar el productor. Sin embargo, la dinámica de los mercados, el tipo de cambio y los precios internacionales escapan a sus posibilidades de intervención, al mismo tiempo que definen su entorno económico e influyen en el proceso de toma de decisiones. En definitiva, la calidad de la información sobre estos y otros aspectos condiciona la calidad de las decisiones tomadas, y éstas determinan en gran parte, los resultados obtenidos.

Las PYMES del SOB tienen un aceite extra virgen de muy buena calidad de acuerdo al resultado de los análisis físico - químicos y sensoriales que les habilita a exportar y a un FOB superior al promedio. Sin embargo, el mercado cautivo local y el turístico les marca la estrategia comercial porque el FOB por tonelada a granel es muy inferior al precio que se vende en el mercado interno local y aunque deben agregar los costos de fraccionamiento, aun hay una brecha o contribución marginal muy superior.

Sin embargo, a futuro, la expectativa de vender a terceros mercados es realmente un desafío que esperan poder enfrentar y no lo hacen hoy porque simplemente pierden rentabilidad.

En el análisis de casos planteados en las alternativas de exportación a granel, la rentabilidad dio negativa en todos los casos (rendimientos altos y bajos para 10 y 20 has.), lo que indica que ni las economías resultantes del aumento en el tamaño de la finca y el mejor aprovechamiento de la bomba, la perforación y el equipamiento, del empleado permanente y el ahorro del 10% en el tendido de los caños de riego, pueden revertir la TIR negativa.

En cambio, si la exportación es fraccionada, la TIR resultante de considerar altos rendimientos (hipótesis optimista) y 10 has. da negativa, en tanto si se consideran 20 has, la misma es de 4.49% (Anexo 1). En este caso, las economías de escala juegan

un rol determinante en el aumento de la rentabilidad[104], marcando un tamaño mínimo de empresa rentable bajo los supuestos del plan de negocio que se diseña como caso de estudio o representativo de la PYME en el territorio.

De cualquier manera, queda demostrado que la alternativa de vender en el mercado interno es la mejor, ya que la rentabilidad es en el caso más optimista (20 has., 18% de rendimiento en aceite, rendimientos optimistas en la producción de aceitunas por ha. y venta fraccionada en el mercado regional) de 15.50% (Anexo 2). Ello podría explicarse, en parte porque si bien hay programas que apoyan financiera y técnicamente a las pymes para exportar con valor agregado (Programa de Calidad de Alimento Argentino - PROCAL, Programas de la Fundación Exportar, Promoción de alimentos argentinos para exportación - PROARGEX, Programas de Asistencia Exportadora del Ministerio de Educación - línea Manuel Belgrano/proyectos de asistencia exportadora, marca Alimentos Argentinos, entre otros), hay factores macroeconómicos que impiden lograr plenamente el objetivo y necesidad de una rentabilidad mínima aceptable. El principal es el atraso cambiario, es decir, un valor nominal del dólar bajo en relación al valor del peso, que el gobierno mantiene con el fin de lograr una cierta estabilidad de precios internos, que en realidad no consigue porque la inflación sigue y por lo tanto el tipo de cambio real continúa deteriorándose.

La figura 9 permite observar cómo la competitividad del tipo de cambio multilateral se terminó evaporando.

[104] Por una cuestión de espacio limitado, al final se presentan sólo los FNC de las dos mejores alternativas de inversión (exportación, fraccionado, rendimientos altos y 20 has.) y (mercado interno, fraccionado, rendimientos altos y 20 has.).

A ello se suma la imposibilidad de importar libremente insumos y bienes de capital necesarios para producir, además el aceite de oliva es uno más de los productos en los que tenemos ventajas comparativas (aunque momentáneamente se cayeron las ventajas competitivas) que paga retenciones, aunque su alícuota es sólo del 5% ya que se trata de un producto con valor agregado y no es un commodity.

Por otra parte, la devaluación de Brasil, nuestro principal socio en el Mercosur, afecta negativamente porque encarece nuestras exportaciones, siendo un cliente importante.

Se suma a lo anterior una gran complicación con las exigencias del Ministerio de Trabajo respecto al personal jornalero que es uno de los principales costos del sector y, lo lento y traumático de los trámites fiscales y legales para tener a las empresas en condiciones formales.

ANEXO 1

CASO: 20 HECTÁREAS, VENTA FRACCIONADA AL MERCADO EXTERNO, ALTOS RENDIMIENTOS

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10 al 15	año 16 al 19	año 20
INVERSION	1409000												
Plantación y riego	835000												
Tierra	376000												
equipamiento	198000												
INGRESOS VENTA ACEITE					293947	480614	826056	1222992	1566288	1673568	1888128	2059776	2059776
neto de IIBB y monotributo	0	0	0	0	245499	425633	758984	1142027	1473308	1576833	1783884	1949524	5709524
COSTO OPERATIVO ANUAL	0	204398	208414	213666	438389	575810	846727	1154425	1410825	1503822	1666894	1792936	1911266
Reposición plantas		16200	16200	16200	16200								
Empleado permanente		143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000
Costo mantenimiento olivar		45198	49214	54466	65250	81800	99058	115284	119600	133820	139340	139340	69670
costo gas oil cosecha					1644	2688	4620	6840	8760	9360	10560	11520	11520
COSTO COSECHA					68500	112000	192500	285000	365000	390000	440000	480000	480000
COSTO EXTRACCION FASON					57540	94080	161700	239400	306600	327600	369600	403200	403200
COSTO FRACCIONAMIENTO					73980	120960	207900	307800	394200	421200	475200	518400	518400
COSTO COMERCIALIZACION					12275	21282	37949	57101	73665	78842	89194	97476	285476
FNC en $$$	-1409000	-204398	-208414	-213666	-192890	-150177	-87743	-12398	62483	73011	116989	156588	3798258
RENDIENTO SOBRE INVERSIÓN (TIR)	4,49%	20 años											
valor residual = $ 3.760.000													

ANEXO 2

CASO: 20 HECTÁREAS, VENTA FRACCIONADA AL MERCADO INTERNO, ALTOS RENDIMIENTOS

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10 al 15	año 16 al 19	año 20
INVERSION	1409000												
Plantación y riego	835000												
Tierra	376000												
equipamiento	198000												
INGRESOS VENTA ACEITE					394560	645120	1108800	1641600	2102400	2246400	2534400	2764800	2764800
neto de IIBB y monotributo	0	0	0	0	342590	584381	1031832	1545984	1990656	2129616	2407536	2629872	6389872
COSTO OPERATIVO ANUAL	0	204398	208414	213666	433380	567619	832650	1133583	1384133	1475301	1634717	1757834	1876164
Reposición plantas		16200	16200	16200	16200								
Empleado permamente		143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000	143000
Costo mantenimiento olivar		45198	49214	54466	65250	81800	99058	115284	119600	133820	139340	139340	69670
costo gas oil cosecha					1644	2688	4620	6840	8760	9360	10560	11520	11520
COSTO COSECHA					68500	112000	192500	285000	365000	390000	440000	480000	480000
COSTO EXTRACCION FASON					57540	94080	161700	239400	306600	327600	369600	403200	403200
COSTO FRACCIONAMIENTO					64116	104832	180180	266760	341640	365040	411840	449280	449280
COSTO COMERCIALIZACION					17130	29219	51592	77299	99533	106481	120377	131494	319494
FNC en $$$	-1409000	-204398	-208414	-213666	-90789	16762	199182	412401	606523	654315	772819	872038	4513708
RENDIENTO SOBRE INVERSIÓN (TIR)	15,50%	20 años											
valor residual = $ 3.760.000													

BIBLIOGRAFIA

ARTECHE, M; SANTUCCI, M; WELSH, S. V. (2013). Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. Estudios Gerenciales.

BACA URBINA, G. (2010). Evaluación de Proyectos. 6º Edición. Ed. Mc GrawHill.

BOSTAL F., OBIOL L., FUERTES M.E Y PICARDI M.S. (2009), La olivicultura: alternativa de diversificación para el sudoeste bonaerense, XL Reunión anual de la Asociación Argentina de Economía agraria, CD - ISSN 1666-0285, Libro de Resúmenes y www.aaea.org.ar, Bahía Blanca.

CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (1995) “Análisis de la Competitividad de las Naciones (CAN)”. Programa computacional para evaluar y describir el medio competitivo internacional. Santiago (Chile).

COI, Consejo Olivícola Internacional. En web: www.internationaloliveoil.org.

DAY, J. A. (2013) "Una Argentina competitiva, productiva y federal: actualidades y desafíos en la cadena olivícola de Argentina". Documento de Trabajo, Buenos Aires, año 19, Issue 128, dic. 2013.

CASTILLO, P. R. (2013) "El complejo olivícola argentino: principales tendencias para el aceite de oliva y aceituna de mesa" En: Jornadas interdisciplinarias de Estudios Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Anales, Buenos Aires.

GONZALEZ, G. H. (2009) “Ganancias de competitividad: un enfoque agregado y de largo plazo”. Análisis Económico, México DF (México), XXIV, 57, 81-104.

GONZALEZ, G.H., VALLS, L. y PICARDI, M.S. (2013) "Desempeño competitivo argentino reciente en el mercado internacional de aceite de oliva" Revista de Economía Agrícola, San Pablo (Brasil), v. 60, n. 1, p. 41-51, Ene-Jun.

GONZALEZ, G.H., PICARDI, M.S. y VALLS, L. (2015) "Mercados, desempeño comercial y capacidad para competir del aceite de oliva virgen argentino", Revista Galega de Economía, Santiago de Compostela (España), v. 24, n. 3, en prensa.

ESSER, K. et al. (1996), Competitividad Sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política, Revista de la CEPAL Nº 59, Agosto de 1996.

ITC, International Trade Centre, Trade Map. Recuperado de http://www.trademap.org/Index.aspx.

PICARDI, M.S., GONZALEZ, G.H., VALLS, L. (2015) "Aceite de Oliva: El mercado mundial y el desempeño comercial de la Argentina". Revista Agroalimentaria, Mérida (Venezuela), aceptado, en edición.

PICARDI, M.S., OBIOL L. y otros (2014), Aceite de oliva argentino. Competitividad, rentabilidad, impacto ambiental, y un nuevo actor: El sudoeste bonaerense. EDIUNS - ISBN 978-987-1907-64-9 (201 páginas).

PICARDI, M.S., TEDESCO, L. (2009) "Desarrollo, políticas públicas y clusters: el caso de la agroindustria en la Argentina" AAEA. ISSN 1666-0285. En web: www.aaea.org.ar

PICARDI M.S., OBIOL L. (2011), Desarrollo Territorial Sostenible - El caso de la olivicultura - Un estudio para la región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires – Argentina, revista Trayectorias, Año 13, número 32, enero-junio 2011, pag. 94- 117 - Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Nuevo León, Mexico – ISSN 2007 – 1205.

PICARDI M.S., OBIOL L,, BOSTAL F. (2011), La olivicultura: Una actividad innovadora en el sudoeste bonaerense – Mesa temática: Agricultura familiar sostenible frente a la globalización de espacios rurales del VII Seminario Internacional de Desarrollo Rural: Mundos rurales y transformaciones globales, 12 al 15 de abril de 2011, Pontificia Universidad Javeriana - ISBN del CD 978-958-716-447-3 – Bogotá, Colombia.

PICARDI M.S:, BOSTAL F., OBIOL L, FUERTES E.(2010), Desarrollo Territorial rural y la producción de aceitunas para aceite en la región sudoeste bonaerense, XLI Reunión Anual de Economía Agraria, XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VII del Mercosur, 6 al 8 de octubre, San Luis

SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. (2015). Preparación y Evaluación de Proyectos, 5º Edición, Ed. Mc GrawHill.

TEDESCO L. Y PICARDI M.S. (2010), Microcluster olivícola en el Sudoeste Bonaerense: Desarrollo Territorial Rural, II Congreso Internacional de Desarrollo Local y I Jornadas Nacionales en Ciencias Sociales y Desarrollo Rural – Universidad Nacional de La Matanza, 14 al 17 de junio, Buenos Aires. CD ROM ISBN 978-987-1635-13-9

MATRIZ INDUSTRIAL LOCAL. CASO DE ESTUDIO: EL TRÉBOL, SANTA FE[105]

Grandinetti Rita María, Ferrero O. Guillermo, Viadana Claudia Alejandra y Añaños María Celina

Centro de Investigaciones en Políticas Públicas y Sociedad (CIPPS) - Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales - Universidad Nacional de Rosario.
ritagrandinetti@gmail.com

Centro de Investigaciones en Políticas Públicas y Sociedad (CIPPS) - Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales - Universidad Nacional de Rosario.
gferrrero@gmail.com

Centro de Investigaciones en Políticas Públicas y Sociedad (CIPPS) - Facultad de Ciencias Económicas y Estadística - Universidad Nacional de Rosario.
alejandraviadana@gmail.com

Centro de Investigaciones en Políticas Públicas y Sociedad (CIPPS) - Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales - Universidad Nacional de Rosario.
ananosmariacelina@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Problemática

La información a escala local (comunas; aglomerados; municipio y áreas menores en su interior), de buena calidad, oportuna y capaz de dar cuenta de procesos complejos y dinámicos en distintos planos de la realidad, entre ellos el socio económico, constituye un insumo indispensable para la toma de decisiones y la proyección de acciones en distintas escalas temporales.

Se puede constatar que hay una demanda creciente de la misma ante el desafío que deriva de la reestructuración tecnológica y organizativa que propone la globalización de los mercados, la cual condiciona de manera transversal a todas las actividades productivas. Esto constituye un profundo proceso de cambio que torna indispensable adquirir eficiencia y competitividad empresarial, si bien los ritmos, la amplitud y secuencia temporal en que son advertidos los mismos por las empresas, son distintos y con efectos diferenciados según las capacidades y los mecanismos establecidos en cada territorio (Alburquerque y Dini, 2008).

Por otra parte, esta demanda se liga también a los procesos de descentralización del estado mediante los cuales los gobiernos municipales deben asumir nuevas responsabilidades, desarrollar políticas específicas e integradas, en el marco de una

[105] El trabajo es financiado por la 1ra convocatoria de proyectos de la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la Universidad Nacional de Rosario, 2014.

nueva lógica de la gestión con objetivos a mediano y largo plazo. Sin embargo, como se reconoce en el Plan Estratégico Territorial Avance II: Argentina Urbana (PET, 2011), al momento de tratar de trabajar desde esa lógica se enfrentan grandes carencias de información.

Por lo tanto la disponibilidad de información a nivel local constituye un componente fundamental para el desarrollo socio-productivo y para generar condiciones que permitan responder a los desafíos señalados.

1.2. La experiencia

La experiencia que traemos a este encuentro es sobre la ciudad de El Trébol y es un paso en la dirección de producir ese tipo de información, en nuestro caso focalizada en la estructura industrial.

Hay dos antecedentes importantes sobre el conocimiento de la situación industrial de El Trébol y la región. El primero es el Censo Nacional Económico (INDEC, 2005), el cual aporta información referida al año 2003[106]. El censo se llevó adelante en dos etapas. En la primera se hizo un relevamiento de las totalidad de los locales industriales recabando información sobre la rama de actividad, la razón social, personal ocupado, dirección y CUIT. En la segunda etapa se hizo un relevamiento por encuesta a una muestra extraída de la primera etapa y con el fin de elaborar una matriz de insumo producto. Este censo aporta algunos datos básicos sobre El Trébol que se presentan más adelante.

El segundo antecedente es el relevamiento del 2009 llevado adelante por el Observatorio PyME Regional Provincia de Santa Fe (Donato, 2010). Este relevamiento se llevó adelante totalmente por muestra y los resultados se presentan a nivel de departamento, lo cual es importante al momento de contextualizar a El Trébol en la región.

Tomando en cuenta estos dos antecedentes, estimamos que nuestro trabajo sobre El Trébol es relevante en la medida que aportará información actualizada sobre su estructura industrial a algo más de diez años del último relevamiento oficial. Al mismo tiempo, será una información focalizada al conocimiento de las características de empresas consideradas PyMES, en línea con lo realizado por el Observatorio PyME en 2009.

[106] De acuerdo al Sistema Estadístico Nacional, los censos industriales se realizan cada diez años por lo que, dando continuidad a la serie, el siguiente debería haberse hecho en 2013. Por el momento y de acuerdo a la información disponible, este calendario no se ha cumplido.

1.3. Breve presentación de la ciudad de El Trébol y su estructura industrial en 2003

La ciudad de El Trébol se encuentra dentro del departamento San Martín, provincia de Santa Fe. Cuenta con una importante logística de comunicaciones y está situada a 179 Km. de la ciudad de Santa Fe, a 430 km. de la Capital Federal, a 150 km. de la ciudad de Rosario y a 300 km. de la Ciudad de Córdoba. En cuanto a las vías del Mercosur, se encuentra bien posicionada en particular respecto al Corredor Bioceánico que une Porto Alegre en el Atlántico con Valparaíso en el Pacíficos. Se extiende sobre 345 Km2 y fue fundada a fines del siglo XIX (15 de enero de 1890), cuando se estableció el "Ramal a Las Yerbas" del Ferrocarril Central Argentino, sección Las Rosas - El Trébol. Posteriormente dio su nombre a la comuna creada en 1894, por decreto provincial, dentro de la cual se incorporaron a dos pueblos contiguos: Pueblo Passo (1889) y Tais (1892). El Trébol alcanza el rango de ciudad en el año 1984, por ley provincial.

De acuerdo al segundo censo nacional de 1895, el distrito tenía 3636 pobladores (3.303 rurales y 333 en el casco urbano), y su población se fue constituyendo con grandes aportes de inmigrantes europeos de diversas proveniencias (italianos, españoles, franceses, alemanes, suizos, yugoslavos, rusos). Algo más de un siglo más tarde, contaba con 10.506 habitantes (censo 2001). Pero la distribución rural-urbano había cambiado radicalmente, pasando a representar ahora la parte urbana casi el 95 % del total, contra algo menos del 10 % en 1895.

El Trébol ocupa el segundo lugar en cuanto al total de población del departamento San Martín, correspondiendo el primer lugar a San Jorge. El crecimiento intercensal 2001-2010, muestra que tuvo la mayor variación relativa (INDEC-IPEC), con un incremento del 9,7 %, casi tres puntos más que San Jorge, lo cual indica una dinámica demográfica superior al resto, alimentada según percepciones a corroborar con datos aún no disponibles, por aportes migratorios internos de la provincia de Santa Fe, de población de bajos recursos económicos.

1.4. La estructura productiva según ramas de actividad, en base al Censo Nacional Económico 2004/2005

La ciudad de El Trébol tiene un conjunto de rasgos que hacen de su desarrollo industrial un caso importante en la región. Ella tiene un lugar destacado a nivel nacional en la industria metalmecánica y específicamente en la producción de equipos de ordeñe, con una experiencia también importante en exportación.

De acuerdo a los datos del Censo Económico 2004/ 2005, se registraron en el año 2003 en el El Trébol un total de 345 locales, 1.299 puestos de trabajos ocupados y un valor total de la producción, a valores del productor (VP), de $59.577.000. De los locales estrictamente industriales se relevaron un total de 42 locales, que se distribuyen de la siguiente manera, según la división del ClaNae CNE 2004/05, por división: 10 locales en la División 15 (Elaboración De Productos Alimenticios y Bebidas); 6 locales en la División 25 (Fabricación de Productos de Caucho y Plástico); 11 locales en la División 28 (Fabricación De Productos Elaborados De Metal, Excepto Maquinaria y Equipo); 15 locales en la División 29 (Fabricación De Maquinaria y Equipo N.C.P).

Estas cuatro divisiones son las que representan la actividad industrial de la ciudad. Entre ellas, hay que destacar la División 29, Fabricación de Maquinaria y Equipo, la cual ella sola representa un total de 407 empleados, o sea el 31% del total de puestos y un Valor total de la Producción a V. P. de $21.732.000, o sea el 36, 47 % del total de la misma, mientras que las tres divisiones restantes se distribuyen en alrededor de $ 2.000.000 cada una.

Por otra parte, la división Fabricación de Maquinaria y Equipo en El Trébol representa el 80% del total de industrias en ese rubro que se localizan en la República Argentina.

En síntesis, son estas características de la estructura industrial de El Trébol las que sustentan la gran pertinencia de producir datos locales y que estos sean un instrumento de importancia al momento de la toma de decisiones por parte de los empresarios del sector. Es decir, si la estructura industrial estuviera formada por una gran cantidad de rubros diferentes y ninguno de ellos representará una concentración importante, la generación de datos locales sería menos relevante, ya que cada sector necesitaría datos específicos de su propio sector. De ese modo los datos que se generarían no serían lo suficientemente representativos y ni de utilidad para la toma de decisiones.

1.5. Objetivo general y específicos

Al proponernos como proyecto realizar un diagnóstico de la estructura industrial de la ciudad de El Trébol apuntamos a generar un conocimiento que asentara bases para conocer su realidad socio-productiva, entender las relaciones entre los distintos actores sociales y las interrelaciones entre instituciones productivas y de gestión política-administrativa en sus distintos niveles (municipal, provincial y nacional). Traducido en términos de objetivos específicos, nos propusimos:

- Describir la estructura industrial de El Trébol;
- Elaborar un diagnóstico de las empresas que la conforman a fin de identificar las áreas a intervenir para mejorar su eficiencia y competitividad, así como explorar las posibilidades de diversificación, expansión y promoción de nuevos sectores industriales.
- Establecer posibles líneas de acción con esos fines.

1.6. Diseño y cuestiones metodológicas

Para cumplimentar nuestros objetivos definimos un diseño metodológico que combina datos secundarios y primarios. Entre los primeros se ubican los datos estadísticos, provenientes de censos y encuestas (censos nacionales de Población y Viviendas- 2001 y 2010 - y dos fuentes de datos económicos: el Censo Nacional Económico 2004/2005 y la encuesta del Observatorio Pyme regional, Provincia de Santa Fe del 2009) y las fuentes documentales (documentos provistos por la municipalidad y otros niveles de la administración provincial con los que se liga). Ambos tipos de datos son necesarios para contextualizar el estudio.

Para la producción de datos primarios se decidió realizar una encuesta a las unidades industriales de la ciudad de El Trébol. El modo de la encuesta fue por entrevista personal y la conducción de la misma se hizo acompañada de una serie de Tarjetas en las que se presentaban las categorías de las preguntas, en tanto recurso para facilitar la respuesta y lograr una total completud de las mismas. Para el relevamiento se construyó un cuestionario sobre el que profundizaremos más adelante.

Cabe destacar que se decidió trabajar sobre el universo de empresas y se descartó la técnica de muestreo: porque la cantidad de empresas sobre la que se tenía el listado indicaba que un relevamiento completo era factible; porque se prefirió adoptar una actitud exploratoria y flexible que permitiera posteriormente ajustar la inclusión o no de las unidades productivas en el relevamiento. Ese proceso implicó un trabajo de análisis para corroborar la existencia de las 114 empresas incluídas en el listado inicial que nos puso a disposición la Municipalidad de El Trébol. Como primera tarea, observamos si se encontraban activas en el registro de la AFIP y, posteriormente, corroboramos, in situ, su existencia. Una vez realizado este primer paso, se tomó la decisión de recortar el trabajo de campo para incluir solamente a unidades estrictamente industriales. Este último criterio se estableció en el curso del relevamiento al constatar que había una serie de unidades que estaban inscriptas como industrias pero que, en realidad, se trataba de pequeños establecimientos más ligados a proveer servicios que a producir bienes industriales.

A través de estas operaciones el listado original fue pulido y quedó finalmente delimitado a 68 unidades industriales. De estas, finalmente, se pudieron relevar 43 empresas dado que hubo algunos rechazos a participar en la encuesta.

A fin de llevar adelante la producción de nuevos datos y lograr la sensibilización requerida que exige el trabajo de campo, nos planteamos una estrategia de interacción con los diferentes actores que conforman la estructura industrial de la ciudad: las empresas, las dos cámaras industriales (Cámara Argentina de Fabricantes y Productores de Equipamientos, Insumos y Servicios de la Cadena Láctea y Cámara Industrial Local), así como con la Municipalidad de El Trébol. Con ese fin de realizaron una serie de entrevistas cualitativas a funcionarios políticos y a representantes de las cámaras y se organizaron reuniones públicas dirigidas a la comunidad productiva de El Trébol. La primera de estas reuniones fue para presentar nuestro trabajo y sus objetivos. La segunda para dar a conocer el contenido de la encuesta y solicitar la colaboración de las empresas al momento de la visita de los encuestadores.

Cerramos este punto presentando una síntesis de las tareas realizadas y aquellas previstas hasta la finalización de la experiencia.

Hasta el momento se han llevado a cabo las siguientes actividades:

- Lanzamiento del proyecto en conferencia de prensa y su difusión en los medios de comunicación locales;
- Entrevistas dirigidas y semi-estructuradas a actores públicos y privados relevantes de El Trébol;
- Aplicación del cuestionario en un conjunto de empresas de otras localidades a fin de ponerlo a prueba en cuanto a su contenido; problemas de comprensión en la formulación de las preguntas y estructura de flujo de las preguntas;
- Presentación a los empresarios del contenido de la encuesta y convocatoria a participar en el trabajo de campo.
- Aplicación del cuestionario al universo de las empresas industriales de la ciudad de El Trébol.

Las próximas actividades son:

- Procesamiento y análisis de los datos recabados
- Devolución de los resultados alcanzados a los diferentes actores que conforman la estructura industrial de El Trébol.

1.7. La estructura de la presentación

En la presentación de los resultados de nuestro trabajo y siguiendo los lineamientos de esta convocatoria, hemos optado por privilegiar las cuestiones operativas y empíricas de la experiencia más que su tratamiento desde una perspectiva teórica. El trabajo se organiza en dos apartados. En el primer apartado profundizaremos las características del instrumento de colecta de información. En el segundo apartado, a modo de cierre, abordamos las principales enseñanzas dejadas hasta el momento nuestra inmersión en el medio local, tanto en el plano del conocimiento sustantivo sobre la estructura industrial de la ciudad como del proceso que implica trabajar a una escala local, lo cual aporta elementos para evaluar el carácter innovador de la experiencia.

El instrumento de colecta de información

Nos abocamos aquí a presentar el instrumento creado para generar los nuevos datos sobre la estructura industrial de El Trébol, los que nos permitirán producir la Matriz Industrial Local (MIL).

Previo a entrar en el tema específico, haremos una breve referencia algunas cuestiones conceptuales que guiaron el proceso de construcción por lo que cabe comenzar por la noción de Matriz Industrial Local. Entendemos por ello la descripción y diagnóstico de la estructura industrial de un territorio determinado, basado en la generación de datos locales, a partir de la cual se crea información específica para sostener el proceso de toma de decisiones de los diferentes actores que se encuentran involucrados en dicha realidad. Es importante resaltar que la característica básica que posee la información de la MIL es ser una herramienta construida con la participación directa de todos los actores industriales existentes en el territorio en las distintas etapas del proceso de producción de la información.

Un segundo concepto esencial en el de PyME. Al intentar definir qué es una PyME nos encontramos con la dificultad de las variables se toman en cuenta para encuadrar a las empresas en esta categoría. Existen definiciones que consideran criterios cuantitativos o cualitativos. Si tenemos en cuenta la definción que surge de la Ley 24.467, los criterios son cuantitativos y entre los principales se cuentan: la cantidad de personal empleado, la facturación anual y el consumo de energía. Pero nada dice la ley con respecto a la Mediana Empresa. Es por esto optamos por el concepto de PyMes del Observatorios PyME Regionales en el que se define una PyMe de acuerdo a su personal ocupado, definiendo como tales las que tengan entre 10 y menos de 200 empleados.

Otro aspecto a tener en cuenta son las características de las PyMs. Una de las más importantes es la "diferencia entre la propiedad y la función gerencial". Esto se pone de manifiesto en el alto porcentaje de empresas que están gestionadas por sus propios dueños, con un bajo porcentaje que profesionaliza su gerenciamiento. El dueño de la empresa, si bien se coincide en estimar que compromete la visión de la empresa con la de su propio proyecto de vida, este es quizás lo que le permite un mayor involucramiento en la misma. Por esto mismo es que, en momentos de crisis, o frente a la necesidad de cambios, muestra mayor flexibilidad para la toma de decisiones y de esta manera reducir su vulnerabilidad. Al considerar el poder de negociación con que cuenta frente a sus clientes o proveedores, este es menor que el que ejercen las grandes empresas. Dentro de las características que pueden ser evaluadas como dificultades, encontramos la escasez y dificultad de acceso a recursos económicos y técnicos y un bajo nivel de asociatividad en redes empresarias. Estas características estuvieron presentes al momento de elaborar el instrumento.

En cuanto a la estructura del cuestionario, es preciso remarcar, por un lado, que responde a la lógica de desarrollo económico local. Acordando con Alburquerque y Dini, se entiende por el mismo: "...un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a partir del aprovechamiento de los recursos y ventajas competitivas locales, en el contexto actual de la globalización, con el objetivo final de estimular la actividad económica y la creación de empleo e ingreso…" (2008:5), donde no solo se analizan las características que presentan las empresas, sino también cuál es su relación con el entorno sectorial y el entorno territorial (factores determinantes del contexto en el que se desenvuelven), mientras que, por otro lado, el mismo presenta un enfoque netamente industrial, dejando de lado la producción primaria y/o servicios.

Para la elaboración del cuestionario tuvimos en cuenta las dos experiencias presentadas en la introducción: el Censo Nacional Económico 2004-2005 y la conducida por el Observatorio PyME en la provincia de Santa Fe en el año 2009.

De estas dos referencias fuimos adoptando distintos elementos. Del Censo Nacional Económico 2004-2005, adoptamos la estructura de consulta sobre el "personal ocupado durante el último año", ya que presenta una descripción minuciosa de su composición, a diferencia del utilizado en el Observatorio PyMe, donde sólo reparan en la cantidad y el nivel de instrucción alcanzado por los mismos.

En cuanto al instrumento aplicado por el Observatorio PyMe, hemos utilizado el contenido que se encuentra en “características generales de la empresas”, que en nuestro instrumento aparece bajo la denominación “información general”. Si bien la información que recaba el Observatorio en ese punto es similar a la del Censo Nacional Económico 2004-2005, la preferimos porque su estructura es más concentrada y por lo tanto es de una mejor aplicación y lectura que la utilizada en el censo.

Otro de los puntos de nuestro instrumento que se relaciona con el instrumento del Observatorio es el contenido de “problemas”, que en nuestro caso denominamos “dificultades”. Si bien aquí retomamos su contenido, modificamos las categorías debido a que nos parecía compleja la forma en la que se presentaba en el original. La misma situación se presenta con el apartado de “logística”.

Por último, se replicó también textualmente el contenido desarrollado para relevar la “inversión”.

Una vez definida una primera versión general del cuestionario a aplicar, se procedió a realizar entrevistas cualitativas a diferentes actores industriales de El Trébol con la finalidad de reconocer variables y dimensiones de la realidad local a fin de alimentar su contenido y darle especificidad. Esto permitió tener una primera aproximación a los problemas que presentaba dicha estructura e identificar cuáles eran los cambios a realizar sobre el mismo, entre ellos podemos mencionar tres situaciones:

- Puntos sobre los que teníamos que hacer una mayor desagregación. Esta situación nos ocurrió con el contenido de Producto, Proceso Productivo, Gestión Comercial, Grado de articulación intra-empresarial, entre otros
- Puntos que requerían una reducción de la complejidad con la que los estábamos abordando. Esto ocurrió con Gestión Organizacional, Información General, entre otros.
- Puntos en los que corroboramos y decidimos abordarlo como estaban establecidos en un primer momento.

Esta segunda versión fue analizada bajo la “lupa” o perspectiva de las dimensiones que se pretendían captar para ver si la información era válida no sólo para describir la Matriz Industrial Local de El Trébol, sino también para realizar un análisis de tipo FODA, es decir, para reconocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esta revisión nos permitió determinar que a partir del esquema propuesto el módulo de Caracteristicas de la Empresa nos arrojaba las debilidades y fortalezas,

mientras que mediante los módulos Entorno Sectorial y Entorno Territorial podíamos describir las amenazas y oportunidades que presentaban las unidades industriales analizadas.

En sus aspectos formales, la estructura del cuestionario consta de tres partes: la primera recaba datos sobre las características de la empresa, la segunda sobre el entorno sectorial y la tercera sobre el entorno territorial. Cada una de estas partes se presenta a continuación.

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Información general:

- Forma jurídica, personal asalariado, origen del capital, cantidad de plantas, actividad primaria y secundaria.
- Grado de diversificación
- Antigüedad en el mercado

Dificultades:

- Principales dificultades que presenta las empresas.

Gestión Organizacional:

- Planificación anual de actividades.
- Organigrama y composición por áreas.

Proceso Productivo:

- Nivel de tecnología aplicada en el proceso productivo.
- Características de los procesos productivos (antigüedad, rendimiento temporal, gama de productos, secuencias de actividades, nivel de integración, informatización).

Producto:

- Principales productos/servicios.
- Con diseño propio o sin diseño propio.

Atributos

- Materia prima y origen (nacional y/o de algunos insumos importados.
- Grado de análisis del producto (ciclo de vida).

Gestión comercial:

- Estrategia comercial
- Mercado en el que se desenvuelven
- Canales de distribución utilizados
- Determinación de precio
- Grado de utilización de aplicación informática de gestión y tipo de sistema utilizado.
- Tipo de utilización de Internet.
- Dispone de pág. web
- Características que presentan las pág. web.
- Grado de utilización de las redes sociales.

Desempeño:

- Desempeño de las empresas en los últimos cinco años
- Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.
- Ventas y compras anuales en los últimos 5 años.
- Tamaño (definido a partir del nivel de facturación y del número de personas empleadas).
- Empresas internacionalizadas.

Empleo:

- Cantidad de personal ocupado.
- Cantidad de turnos y horas de trabajo
- Dificultades a la hora de buscar personal.

Capacitación:

- Capacitaciones desarrolladas.

Financiamiento:

- Nivel de bancarización
- Dificultades en la obtención de financiamiento
- Razones por la que no solicita financiamiento

Inversiones:

- Monto de las Inversiones realizadas en 2014
- Propósito de las inversiones

- Fuentes de financiamiento de las inversiones.
- Razones por la que no invirtió

Calidad:

- Nivel de control de calidad (Certificaciones ISO)
- Innovación:
- Innovaciones realizadas
- Dispone de área de I+D
- Grado de impacto
- Involucramiento (implementación)
- Razones por la que no desarrolló innovaciones

Logística:

- Dificultades de logística
- Costo de logística.

ENTORNO SECTORIAL:

- Cadena productiva - grado de integración vertical
- Conocimiento de la competencia dentro del sector industrial al que pertenece.

ENTORNO TERRITORIAL:

- Grado de conocimiento de programas nacionales, provinciales y/o municipales.
- Grado de utilización de programas nacionales, provinciales y/o municipales.
- Razones por la que no utilizo programas nacionales, provinciales y/o municipales.
- Necesidades a cubrir a través con programa de financiamiento público, privado o mixto.
- Grado de articulación de las empresas con el municipio
- Grado de satisfacción con la infraestructura productiva existente en el municipio.
- % de afiliación a cámaras industriales.
- Razones por la que no está afiliado.
- Grado de articulación intra-empresarial.
- Tipo de asociatividad intra-empresarial desarrollada
- Conocimiento de la reforma implementada por el Frente Progresista Cívico y Social (FPCS).

En síntesis, estos tres grandes bloques, contienen un total de 127 preguntas.

A modo de cierre: principales lecciones y aspectos innovadores de la experiencia

La experiencia que estamos llevando adelante con el objetivo de generar datos locales a nivel de la estructura industrial ha permitido decantar algunas lecciones.

Si bien podemos comenzar por señalar el valor que tiene de por sí el hecho de generar datos locales actualizados, y abarcativos y hasta el momento inexistentes y mediante los cuales aspiramos a identificar los nudos críticos de la Matriz Industrial Local y sugerir líneas de acción para mejorar la competitividad de las empresas existentes y/o promover nuevos sectores industriales, esto, aunque no menor, es una de las facetas del mismo.

Otra faceta la constituye el proceso de interés que abrió entre los actores participantes en cuanto a la importancia de la información que podremos aportarles y la sinergia que se forjó. En ese sentido, reconocemos que las diferentes instancias de articulación propuestas demostraron ser una vía valiosa para generar un alto grado de receptividad del proyecto al mismo tiempo que una actitud colaborativa para llevarlo a buen término. Situación que da cuenta del potencial de asociatividad público-privada que posee la ciudad pero también de la carencia de instancias articuladoras, porque en numerosas instancias se nos manifestó que la tarea que estamos realizando era necesaria dado que los distintos actores trabajan en forma descoordinada. También deja como lección que hay una gran demanda de conocimiento por sectores específicos de producción.

En cuanto a los resultados que volcaremos a la comunidad y su potencialidad para sostener en el largo plazo la actualización dinámica de los mismos, es un interrogante que por el momento no está en nuestra posibilidad responder acá.

Como ya se dijo, aún nos encontramos en la etapa de procesamiento y análisis de los datos recabados. En cuanto a ello el plan de análisis implica describir los diferentes sectores que conforman la estructura industrial de El Trébol, a través de la utilización de los datos relevados por los tres módulos ya presentados, a saber:

- Las características de cada una de las empresas relevadas, identificando para el año 2014: sector al que pertenecen, forma jurídica, antigüedad en el mercado, origen del capital, números de planta, actividad primaria y secundaria, proceso productivo implementado, principales productos, gestión organizacional, personal asalariado y turnos de trabajo, gestión comercial,

desempeño (2010-2014), capacitaciones desarrolladas, financiamiento utilizado, inversiones realizadas, mecanismos de control calidad aplicados, innovaciones ejecutadas, dificultades logísticas.

- El entorno sectorial de las empresas, estableciendo la siguientes variables: eslabón de la cadena productiva dónde está inserta la empresa y su grado de integración vertical, el grado de conocimiento del sector industrial al que pertenece.
- El entorno territorial en donde se desenvuelven las empresas, delimitando: grado de articulación de las empresas con el municipio, grado de satisfacción con la infraestructura productiva existente en el municipio, porcentaje de afiliación a cámaras industriales, grado de articulación y tipos de asociatividad intra-empresarial desarrollada, grado de conocimiento y utilización de la estructura implementada por el Frente Progresista Cívico y Social (FPCS) en el Ministerio de la Producción de la Provincia de Santa Fe, grado de conocimiento y utilización de programas de apoyo a las empresas nacionales, provinciales y/o municipales.

En una segunda instancia procederemos a un análisis particularizado de cada sector de la estructura industrial de El Trébol a fin de identificar: los puntos críticos que presentan y posibles líneas de acción para revertir tales situaciones. Aquí es pertinente resaltar que el trabajo de campo ya nos permitió identificar, de modo preliminar, problemas que se presentan de manera transversal en casi la totalidad de las empresas de la ciudad, entre las cuales podemos mencionar:

- La precaria planificación anual de las ventas, situación que repercute en la determinación de la producción mensual para hacer frente a las mismas y las compras a realizar al respecto.
- El insuficiente desarrollo de inteligencia comercial que permita generar diversificación de los productos (a través de la tecnología existente) o expansión de nuevos mercados (mediante la exportación) para llegar a nuevos clientes.
- La necesidad de contar con herramientas que permitan determinar el ciclo financiero de sus empresas.
- La necesidad de capacitación técnica en el personal empleado.
- La escasa asociatividad empresarial.
- La inexistente articulación entre las empresas y el municipio.

Aspiramos a que los resultados generados en este trabajo sean un insumo valioso para mejorar la calidad de la toma de decisiones y las estrategias de desarrollo económico territorial definidas, tanto desde el ámbito gubernamental como desde los espacios sectoriales, a fin de mejorar la eficiencia y competitividad estructura industrial de El Trébol.

En cuanto a la sostenibilidad del proyecto, deseamos mencionar que la generación de información para establecer la Matriz Industrial Local de El Trébol se plantea como una base a partir de la cual generar un proceso de fortalecimiento de la industria local. Se espera que la experiencia motive a generar una actualización y alimentación permanente de la información en la medida que la Matriz Industrial responde a una realidad dinámica y cambiante.

BIBLIOGRAFÍA

Alburquerque, F. y Dini, M. (2008). Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial. Sevilla: Instituto de desarrollo regional, Fundación Universitaria. Universidad de Sevilla.

Arocena, J. (2001). Globalización, Integración y Desarrollo Local. En Vazquez Barquero, A. y Madoery, O. (Ed.). Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. Rosario: Homo Sapiens.

Arocena, J. (2004). La sociedad local y el actor local. En Grandinetti R. y Pineda J. (Ed.). La gestión Pública en gobiernos locales. Méjico D.F: Grupo Política y Gestión, Colegio de Ciencias Políticas y Administrativas de Méjico y Universidad autónoma de Tabasco.

Donato, V. (2010). Industria manufacturera año 2009: Observatorio PyME Regional Provincial de Santa Fe (1a ed.). Buenos Aires: Observatorio PyME-Bononiae Libris-Ministerio de la Producción de la Provicia de Santa Fe.

Grandinetti, R. y Nari, P (2010). Las capacidades para la gestión del desarrollo en gobiernos locales. Un abordaje metodológico. Rosario: Grupo Política y Gestión, Universidad Nacional de Rosario.

Grandinetti, R. y Pineda, J. (2004). La gestión Pública en gobiernos locales. Méjico D.F: Grupo Política y Gestión, Colegio de Ciencias Políticas y Administrativas de Méjico y Universidad autónoma de Tabasco.

INDEC (2005). Censo Nacional Económico 2004/2005. Argentina: INDEC. Disponible en: www.indec.mecon.gov.ar

INDEC (2010). Clasificador Nacional de Actividades Económicas. Argentina: CLANAE 2010. Disponible en: www.indec.mecon.gov.ar

Madoery, O. (2015). Modos diferentes de pensar el desarrollo en América Latina. Revista del CLAD Reforma y Democracia, N°62, Jun, pág. 7-38.

Rofman, A. (2007). Participación de la sociedad civil en políticas públicas: una tipología de mecanismos institucionales participativos. Cadernos Gestão Social, Vol. 1, N° 1, pag. 23- 40.

Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública (2011). Plan Estratégico Territorial Avance II: Argentina Urbana. Disponible en: www.planificacion.gob.ar

EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES EN MICRO PYMES DE LA CIUDAD DE JUNÍN

Lic. Sáenz Mariana, Lic. Agosti Carla, Lic. Tonellotto Andrea, Cdora. M. Belén Addante, Cdora. Romina Spighi, Lic. Sabrina Vitar, Lic. María Silvia Biancardi, Lic. Melisa Montagna y Becario: Daniela Pérez

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
marianasaenz@unnoba.edu.ar

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
carlamagosti@hotmail.com

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
andretone@yahoo.com.ar

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
belen.addante@nexo.unnoba.edu.ar

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
rominaspighi@hotmail.com

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
vitarsabrina@live.com.ar

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
maria.biancardi@nexo.unnoba.edu.ar

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
melimontagna@hotmail.com

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
danielaperez@unnoba.edu.ar

Cátedra de Comercialización - Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)

RESUMEN/ABSTRACT

El presente trabajo se enmarca en un proyecto de investigación aprobado por la Secretaría de Investigación, Desarrollo y Transferenciade la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires, en su convocatoria de Fortalecimiento y Desarrollo de Grupos de Investigación. Es llevado adelante por el equipo de investigación que se presenta y, además,los docentes del Área de Comercialización para las carreras en Ciencias Económicas de la UNNOBA.

El proyecto pretendió en primer lugar realizar una investigación del sector comercial en la ciudad de Junín, evaluando las Pymes de característica micro, a fin de conocer su

cuantía y su composición. Particularmente y en función de la dimención de la investigación se procedió a modificar el objeto de estudio, delimitando el alcance a las micro pymes del centro comercial ampliado. Se pretende conocer el estado de situación actual de su gestión comercial, de manera de conocer prácticas que se realizan y la calidad de las mismas así como las necesidades y dificultade que tienen. De este modo, se procederá a identificar las carencias de herramientas comerciales que resulten comunes, a fin de brindarles a los microemprendedores un manual de buenas prácticas que les permita adoptar nuevas técnicas en su gestión comercial, con la intención de favorecer el crecimiento y desarrollo de este sector.

En este sentido se planificó una metodología que permitiera obtener la mirada de todos los actores involucrados en el intercambio comercial. En la primera etapa se relevó la opinión de los consumidores de la ciudad, con una muestra representativa de la población de 250 personas. Esta intervención nos aportó que la gran mayoría de los ciudadanos concurre a hacer sus compras a la zona Céntrica de la ciudad.

Posteriormente, se redefinió el objeto de estudio concentrándose en el microcentro ampliado de la ciudad y, se procedió al diseño de un instrumento para el relevamiento de la mirada de los comerciantes y de los empleados de dichos comercios en relación con su situación en aspectos comerciales y lo que ellos consideran como sus principales debilidades o las dificultades. Con ambas miradas se procederá al diseño de un conjunto de buenas prácticas o ejemplos de decisiones que pueden contribuir a que, quien las tenga a disposición acceda a herramientas que faciliten sus decisiones comerciales.

1. DESCRIPCIÓN DEL MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En los últimos años la ciudad de Junín, ha tenidoun importante crecimiento comercial, principalmente en relación a pequeños emprendedores, que en su afán de contribuir al desarrollo de la región y al suyo propio, han visto malogradas sus intenciones por falta de experiencia y formación en áreas específicas.

Más allá de los esfuerzos realizados por el Gobierno Local a través de la Secretaría de Producción no se conocían cifras de la composición y desarrollo del sector microempresarial.

Este desconocimiento tiene una consecuencia lógica para la sociedad y un efecto directo entre los actores de la competencia sectorial, sobre todo en cuanto a necesidades de innovación y diferenciación, que son cada vez más requeridas, en la gestión comercial.

Se suman a las anteriores,importantes faltantes de información, de conocimientos técnicos con respecto a temas comerciales y administrativos,como tambiénlentitud en la toma de decisiones, las que provocan errores llegando en algunos casos al fracaso del emprendimiento en el corto plazo.

Por otra parte, estas organizaciones, en la etapa introductoria de su ciclo de su vida, no tienen la posibilidad de acceder a un asesoramiento profesional, debido a los altos costos que estos representan. Las clasificaciones de las Pymes, establecen agrupamientos de empresas con realidades muy diferentes.

La problemática Pyme se ha desarrollado en varios aspectos: financiamiento, el tratamiento de sus crisis, la evolución de su ciclo de vida, el desafío de emprenderlas, y las particularidades que se dan cuando éstas son de tipo familiar. En lo particular vinculado a las prácticas comerciales y su grado de profesionalización en las Pymes de la ciudad de Junín, no hay antecedentes de un cuerpo unificado de información referente a la temática mencionada.

Es por ello que con este trabajo de investigación se pretende conocer los errores que se cometenen el accionar cotidiano de prácticas comerciales y las necesidades de los propietarios, comerciantes y/ o gestores de las mismas. De este modose espera contribuirafortalecer la actividad empresarial, de manera que los actores antes del grupo de menor dimensión, lleven a cabo sus actividades con una guía de “Buenas Prácticas Comerciales”.

Fue así como se gestó la idea de elaborar un cuerpo sistematizado de buenas prácticas comerciales o recomendaciones para organizaciones de este tipo que se encuentren en proceso de iniciación o ya transcurriendo los primeros pasos o bien estén en otra etapa de su ciclo de vida pero con necesidades comerciales.

En otras oportunidades, el equipo, en el marco de la cátedra,desarrolló testeos y estudios acerca de algunos casos en particular, que despertaron el interés de iniciar un proyecto de investigación en la Universidad (UNNOBA) .En este sentido uno de los objetivos finales incluía la publicación de un manual de buenas prácticas comerciales, dirigido claramente a ese sector.

Por otro lado, y a nivel nacional, instituciones públicas (como por ejemplo Universidades Nacionales) y organismos orientados a la problemática (Cámaras de Comercio, Cámaras Pyme, Red Pymes, etc.) tienen programas que sostienen este tipo de investigaciones y existen avances en cuanto a definir las particularidades que estas

organizaciones adquieren, que si bien no son el objeto de estudio de este proyecto, sí pueden favorecer el enfoque investigativo.

2. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO Y DE SUS PRINCIPALES SECCIONES (PREGUNTAS, OBJETIVOS, MARCO TEÓRICO, HIPÓTESIS).

El objetivo general del proyecto es brindarle a los microemprendedores y comerciantes del microcentro ampliado de la ciudad, una guía de recomendaciones o sugerencias básicas y necesarias para contribuir a la consolidación, el crecimiento y la expansión de su negocio en el aspecto comercial a partir de lo relevado de su propia experiencia.

En la primer etapa se analizó información secundaria, bases de datos de comercios habilitados en la ciudad, guía comerciañ “esto es junín”, con la difusión de los negocios. Los diferentes aportes del Plan Estratégico de Desarrollo de la Ciudad en sus dos etapas, 2000 y 2016.

En la investgacón primaria se planificó una metodología que permitiera obtener la mirada de todos los actores involucrados en el intercambio comercial. En la primera etapa se relevó la opinión de los consumidores de la ciudad, con una muestra representativa de la población. Esta intervención nos aportó que la gran mayoría de los ciudadanos concurre a hacer sus compras a la zona Céntrica de la ciudad (Ver Anexo I), lo cuál, permitió redefinir y acotar el alcance de la investigación.

Posteriormente, los pasosde este trabajo fueron, conocer la población, objeto de estudio, conformada por loscomercios existentes en la ciudad de Junín sobre la zona comercial redefinida1-3. Se determinó el tamaño de la muestra, número de comercios a encuestarmediante el uso de calculadores de tamaño de muestras sobre el total de comercios existentes, para luego:

- Relevar y analizar la Información primaria
- Indagar y validar la base de datos obtenida.
- Indagar en conocimiento, formación, preparación actual de los comerciantes sobre cuestiones vinculadas a la gestión comercial y las prácticas que ellos realizan
- Relevar las necesidades de asesoramiento comercial que tuvieron o tienen
- Relevar errores habituales en el accionar cotidiano y problemáticas sin resolver.
- Realizar el análisis de la información relevada

- Reconocer cuáles son las herramientas comerciales necesarias pero desconocidas por los microemprendedores y comerciantes que son pasibles de recomendaciones con técnica comercial y sentido común.
- Sistematizar los contenidos para el posterior diseño del manual
- Elaborar de un manual de buenas prácticas comerciales.

La hipótesis que dió pie al inicio de este trabajo fue que los comerciantes y emrpesarios de características micro, no cuentan con las herramientas comerciales mínimas para sostener su negocio de manera rentable y realizar una gestión de recursos eficiente ni tienen acceso a obtenerlas.

Los destinatarios de este trabajo serán, por un lado, aquellos comerciantes que están desarrollando su negocio y por el otro, aquellos que si bien no han comenzado a llevarlo a cabo, se encuentran en la etapa de incubación de la idea, y todos los que requieran estas pautas y no puedan acceder a un profesional.

Ambos se verán beneficiados, porque el mismo les brindará un conjunto de recomendaciones para mejorar o desarrollar eficazmente su negocio.

3. METODOLOGÍA (FUENTES DE INFORMACIÓN, MÉTODOS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS)

En primera instancia las actividades realizadas por el equipo de trabajo estuvieron orientadas al relevamiento y análisis de la información de fuente secundaria que permitiera elaborar una base de datos y definir el objeto de estudio1. Seguidamente se procedió al diseño de herramientas que permitieron el relevamiento de los datos necesarios para la construcción del Manual.(Ver Anexos I y IV)

La metodología utilizada en el presente trabajo fue:

- Relevamiento de fuentes secundarias
- Análisis de dicha información
- Organización y clasificación de la información y definición del objeto de estudio
- Diseño de instrumentos de relevamiento de fuente primaria
- Puesta en marcha de la investigación de mercado y relevamiento de información sobre el nivel y composición del sector de microemprendimientos y comercios del corredor comercial definido como objeto de estudio. (Ver Anexos I y IV)
- Evaluaciónde la información relevada, diagnóstico y conclusiones acerca de: necesidades, errores, aptitudes, problemas pendientes de solución. (Ver Anexos II y V)

Las fuentes de información analizadas fueron:

- Fuentes secundarias de bases de datos válidas existentes en Junín sobre microempresas y comercios de la zona redefinida utilizando como base la guía comercial “Esto es Junín”. Esto es Junín es una guía completa, creada en 1997,de todos los comercios, prestadores de servicios, profesionales, industrias y turismo. Todos los datos están ordenados por rubro alfabéticamente lo que hace que sea una herramienta de búsqueda ágil y rápida 3.
- Fuentes primarias: se relevaron los destinos de compra de una muestra representativa de consumidores de la ciudad.(Ver Anexos I). Esto permitió definir el corredor comercial en conjunto con la información secundaria. La evaluación de los consumidores aportó la valoración del comercio de la ciudad en general respecto de algunas variables como la atención, lso precios, porlíticas de promociones, etc. Por otra parte se encuestó a los negocios del corredor comercial 1.

Este corredor se convirtió en el objeto de estudio del trabajo en cuestión, vistos los resultados de la evaluación de la información secundaria y de la primera encuesta a consumidores.

4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Primeramente, se planificó una metodología que permitiera obtener la mirada de todos los actores involucrados en el intercambio comercial. Esto, en primera instancia, llevó a desarrollar una investigación de mercado realizada a través de una encuesta implementada sobre los consumidores de la ciudad de Junín (Ver Anexo I). El relevamiento se realizó sobre una muestra de 250 consumidores tomados desde distintas zonas de la ciudad. Dentro de las zonas se tuvieron en cuenta: salidas de colegios privados y públicos de diferentes barrios, salida de la universidad, centro comercial de la ciudad, otros corredores comerciales, como Benito de Miguel, República y Alvear, salida del Hospital público y de clínicas privadas, lugares de esparcimiento, como la Laguna, y el Parque Borchex, así como la Plaza 9 de Julio, etc. La encuesta de carácter descriptivo tuvo como objetivo resaltar los aspectos relevantes para definir el diseño del instrumento que relevaría posteriormente las necesidades de los comercios, además de permitir obtener una visión desde la perspectiva del comprador. Esta intervención alcanzó diversos resultados y principalmente nos aportó que la gran mayoría de los ciudadanos concurre a hacer sus compras a la zona Céntrica de la ciudad. La muestra de 250 personas a las que se les

realizó la encuesta sobre consumo fue estratificada respetando los rangos etarios del censo 2010 en las mismas proporciones resultantes para la ciudad, a partir de los 16 años, donde los jóvenes ya tienen cierta independencia. Si bien la encuesta comprendió varios aspectos como la capacidad de consumo, los ingresos familiares, el nivel de estudio de los encuestados, capacidad de ahorro, intereses y el posicionamiento marcario de algunos rubros, el presente trabajo se concentra en aquellos aspectos que permitieron describir la perspectiva del consumidor y se resaltan los resultados relevantes al momento de evaluar el comercio y los servicios de la ciudad.

Esta herramienta permitió conocer algunas conductas que guían el comportamiento de compra y definir el instrumento con el que se encuestaría posteriormente a los comercios. Se evaluó motivos de elección de un negocio, atributos que se valoran al elegirlos, y se observó que si un cliente es “mal atendido” en un local es causal de migración. (VerAnexo II).

Por otro lado se tuvo en cuenta la definición estratégica del Gobierno Local de los sectores comerciales de la ciudad donde encontramos al Microcentro definido como el ex corredor Sáenz Peña que se encuentra ampliado a la zona delimitada por Belgrano y su continuación Álvarez Rodríguez, General Paz y Narbondo, desde 12 de Octubre y Avellaneda, hasta Jorge Newbery y Uruguay. Esto permitió readecuar el alcance del objeto de estudio pensando en que si se mejoran las condiciones comerciales del microcentro de la ciudad podrán favorecerse la mayoría de los consumidores1. (Ver Anexo III).Esta definición se realizó en función de las decisiones de la Sociedad de Comercio e Industria de Junín junto al Gobierno local.

Posteriormente, a raíz de lo analizado, se redefinió el objeto de estudio concentrándose en el microcentro ampliado de la ciudad y, se procedió al diseño de un instrumento para el relevamiento de la mirada de los comerciantes y de los empleados de dichos comercios en relación con su situación en aspectos comerciales y lo que ellos consideran como sus principales debilidades o las dificultades. Esta encuesta tiene tres partes, una descriptiva del comercio y su situación, otra en relación a los aspectos estrictamente comerciales, desde su conceptualización, hasta su valoración para poder ser comparada con la mirada del consumidor, y también el grado de predisposición a la capacitación y el interés por acceder al Manual. Por otro lado se relevaron las necesidades y motivos de las dificultades comerciales.(Ver Anexo IV).

Una vez definida la zona a relevar se procedió a seleccionar de la base de comercios (Guía Comercial y de Servicios: Esto es Junín)3 aquellos comprendidos en los

corredores antes mencionados. En segunda instancia se descartaron servicios profesionales, clínicas médicas y Sociedades Constituidas y lo que permitió determinar una Población de un total de 565 locales. Se calculó la muestra con la fórmula en dos sitios validados (formula) 2 .Se estratificó la población para conocer la cantidad de encuestas a realizar por rubro general de un total de 229 que fueron las que se realizaron. (Ver Anexo V)

Los objetivos de la escuesta fueron tres, obtener una descripción de la dimensión formal de los comercios del microcentro ampliado, su antigüedad, la cantidad de empleados, la situación ante el IVA (la proporción es similar entre el Monotributo y R.I), etc.Por otro lado relevar el grado de conocimiento de lo aquello a lo que llamamos variables o aspectos comerciales, en este caso como la pregunta fue abierta se obtuvieron respuestas como: atención, venta, precio, calidad, y en el lado opuesto la gran mayoría no respondió o expreso su desconocimiento o mencionó variables asociadas a aspectos externos como la situación económica. Otro de los objetivos fue conocer cómo valoraban los dueños o empleados, sus propios comercios en las mismas variables que los consumidores evaluaron y cuáles son las necesidades o dificultades que tienen así como también el grado en el que implementan estrategias comerciales. El último de los objetivos, fue relevar el grado de interés de los empresarios micropymes de acceder a recomendaciones o buenas prácticas comerciales para validar el producto de esta investigación que será el manual.

En el anexo se presentan los principales resultados (Ver Anexo V)

Con ambas miradas se procederá al diseño de un conjunto de buenas prácticas o ejemplos de decisiones que pueden contribuir a que, quien las tenga a disposición acceda a herramientas que faciliten sus decisiones comerciales, etapa en la que en este momento se encuentra el equipo de investigación, cumpliendo los plazos del proyecto aprobado.

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Actualmente el equipo de trabajo se encuentra realizando la evaluación de la información relevada, diagnóstico y conclusiones acerca de esta segunda encuesta, la de micropymes, con los errores y problemas que tienen los comerciantes del corredor objeto de estudio. En función de estos resultados se están elaborando las conclusiones del proyecto de investigación que entra, conforme a su cronograma (vencimiento del proyecto 31/12/2015), en la etapa de diseño del Manual, con las conclusiones y el conjunto de “buenas prácticas comerciales”.

Los resultados fueron analizados en el cuerpo del trabajo y en los anexos, en forma limitada de acuerdo al límite de páginas. Alguna de las conclusiones:

Principales problemáticas:

- Alto grado de desconocimiento de políticas y estrategias comerciales como definición de precio, seguimiento de clientes, retención de clientes, valoración del grado de fidelidad, identificación de su segmento, etc.
- Acceso a profesionales de Marketing limitado por su costo y la imposibilidad de implementar estrategias complejas por el mismo motivo.
- Escasa implementación de estrategias comerciales
- Imposibilidad por parte de los dueños de dedicar tiempo a pensar estrategias desde una base “0”, por falta de tiempo.

Algunas de las Buenas prácticas comerciales, entendidas como ejemplos prácticos que reflejen:

- Mecanismos para creación de valor comercial: estrategias de marca, de imagen del local, definición de estrategias de comunicación.
- Determinación del valor de vida de los clientes, y caracterización de los mismos
- Estrategias para definir el segmento meta de su negocio, y la tipificación de algunos grupos de clientes.
- Estrategias de seguimiento de clientes
- Estrategias de canales de distribución y posibilidades de ampliar niveles.
- Estrategias de posicionamiento

Los pasos finales a seguir son:

- Discutir alternativas posibles para la solución de las problemáticas identificadas
- Diseñar el Manual de Buenas Prácticas Comerciales y revisarlo para luego publicarlo.
- Desarrollar seminarios de discusión y análisis de buenas prácticas con la presentación del Manual
- Vincular enfoques y desarrollos teóricos a efectos de fortalecer las prácticas identificadas.

Palabras Claves: Micropymes – Gestión Comercial – Manual de Buenas Prácticas.

BIBLIOGRAFÍA

1Portal de CentrosComerciales a Cielo Abierto de Junín http://www.junincc.com.ar/1/home.php

2Calculadoras de tamaño de encuestas

http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras.html

http://es.gmi-mr.com/solutions/sample-size-calculator.php

3 Guía comercial “Esto es Junín”

http://www.estoesjunin.com.ar/2015/

Como desarrollar Microemprendimientos”, Longseller 2003. Mouján Hugo. ISBN 987-550-298-7

“Definición PyME Argentina”. Dr. Edgardo S. Acuña Área PYME – ABAPPRA

Ley 24.467 (Pequeña y Mediana Empresa)

Resoluciones del Ministerio de Economía 401/89, 208/93 y 52/94 y Circular “A” 1600 modificada por la Circular “A” 2089 del BCRA

http://europa.er.int Síntesis de Legislación. “Definición demicroempresas, pequeñas empresas y medianas empresas”.

http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/121328/norma.htm

Disposición 147/2006 (Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional)

http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/15932/texact.htm

http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64244/norma.htm

Ley 25.300 (Ley de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa)

Resolución General 582, Resolución 21/2010, Resolución 24/2001, Resolución

50/2013 y Resolución Nº 675/02 (Secretaria de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional)

ANEXOS

Anexo I

Encuesta N°……..……

Encuestador…….

Lugar……..

1-Edad…16-20…21-30…31-50…51-70… +71 …NS/NC

2-Sexo…Femenino….Masculino …NS/NC

3-Zona de residencia**:** ….Padre Respuela …..Villa Belgrano …..Centro ….Republica …Barrio Club Sarmiento ….Villa de Parque…..Otros (Laguna de Gomez, Cerrito Colorado, Baigorrita, Roca, etc)

4- Máximo nivel de estudios alcanzado

5-Ocupación:

6- ¿Tiene hijos?...No …..NS/NC (pasa a preg 7) ….Si, Cuántos?…1 …2 …3 …4 o más

7-¿Con quién vive? …Pareja/Esposo/a…Pareja/Esposo e hijos….Padre/Madre …….Padre/Madre e hijos … Sólo con Hijos…Solo …Con amigos …NS/NC Otro:……

8-¿Cuál fue el último lugar al que fue de vacaciones? …Costa Atlántica …Países Limítrofes …Córdoba… Sur Argentino…América latina …Europa …Resto del mundo …Otros, Cuáles?..... …NS/NC

9-¿Viajó en los últimos dos años al exterior? …Si …No …NS/NC

10- ¿Cuenta con vehículo propio? ….No ….NS/NC(pasar a pregunta 11) …..Si, Cuántos vehículos tiene?…1 …2 …3 …4 o más …NS/NC

11-¿Qué tarjeta/s de crédito posee?

Visa Mastercard American Express Dinners Otra: Cabal Tarjeta Naranja No tengo tarjeta NS/NC Nativa Mutual Card Argenta

12-¿Es propietario o alquila? …Propietario …Alquila …NS/NC

13-Nivel de ingreso familiar: ….Menos de $5000 …$5000-$9000 …$9000-$15000 …$15000-$35000 …Más de $35000 …NS/NC

14- Considera que en este último año sus capacidad de compra: …..Aumentó ….Disminuyó … Se mantuvo igual ….Otros ……..NS/NC

14.1En qué cambió? …Cantidad de compra ….Variedades ….Servicios ….Marcas ….Frecuencia ….Otros ….NS/NC

15- Últimamente, considera que su capacidad de ahorro: …. Aumentó …. Se mantiene igual ….. Disminuyó … No tengo capacidad de ahorro (pasa a preg 17)

16- ¿Qué prefiere hacer con sus ahorros? (puede ser más de una respuesta) ….Compro divisas ….Plazo fijo ….Compro Inmuebles ….Compro plan de auto …. Viajar ….NS/NC …..Otro, Cuál?.....

17- Considerando su estilo de vida actual, ¿en qué grupo socioeconómico se ubicaría? ….Alto ….Medio Alta ….Medio ….Medio Bajo ….Bajo ...Ns/NC

EN RELACIÓN AL CONSUMO

18- ¿Dónde realiza sus compras de consumo cotidiano? …Supermercado …Hipermercado …Almacén de barrio …Mayorista …NS/NC ….Otro, Cuál?.....

19- En función de que aspectos decide el lugar de compra? ….Comodidad …Promociones ….Financiación ….Descuentos ….Variedad ….Cercanía …Calidad ….Precios ….Otros

20- ¿Con que frecuencia realiza sus compras? ….Diariamente ….Semanalmente ….Quincenalmente ….Mensualmente …En función de las necesidades …..NS/NC ….Otros, Cuál?.....

21- ¿ Suele hacer compras on line? …No …NS/NC …Si 33.1 ¿Qué rubros?...Tecnología …Indumentaria …Juguetes ….Calzado ….Amoblamiento …Turismo …..NS/NC ….Otra, Cuál?.....

22- En que plataforma? ….Páginas Web ….Otras redes sociales …Aplicaciones móviles ….Facebook ….Twitter

23- ¿Suele hacer compras por delivery? …No …NS/NC …Si

24 -¿Utiliza cupones de descuento?…No …NS/NC …Si

25-¿Suele ir a otras ciudades a comprar? ….No ….NS/NC …Sí 25-1 ¿Por qué?..... 25.2- ¿A cuál?.....

Primario Secundario Terciario Universitario Posgrado

Ama de casa Empelado público Empleado privado Empresario Comerciante

Docente Prof. Independiente Jubilado/Pensionado Estudiante NS/NC

Otro:

Buenos días/buenas tardes, estoy realizando una encuesta sobre el consumo en nuestra ciudad. Tendría 5 minutos para responder?

EN RELACIÓN AL COMERCIO DE JUNÍN

26- De acuerdo a los siguientes rubros, indique la marca más importante/recordada de la ciudad:**(mostrar tarjeta con los rubros) que marca recuerda en relación a los siguientes rubros**

Rubro Marca 1

Hiper/Supermercado

Indumentaria/Calzado

Bar/Restaurant

Inmobiliarias

Artículos para el hogar

Seguros

Institución educativa

Gráfica/Imprenta

Panadería/Confitería

Decoración

Concesionaria

Materiales para construcción/Corralón

Hotel/Agencia de turismo

27- ¿Qué 3 aspectos tiene en cuenta al momento de elegir un determinado comercio para realizar su compra?**(Espontáneo. Indicar 1,2,3 según orden de respuesta)**

Que tenga el mejor precio Que no sea tan caro Que tenga promociones Que no tenga que esperar Que sean cordiales

Que me asesoren La variedad de productos La calidad de los productos La Variedad de marcas Que el local sea agradable

Que sea fácil estacionar Que me quede cerca Que tenga amplitud horaria Otra:

28-¿Por qué razones deja de ir a un determinado comercio? **(Espontáneo)**

Me atendieron mal No me dan factura No tienen tarjetas de crédito No tienen cuotas Aumentan los precios Limpieza del local

No encuentro lo que necesito No me asesoran Los horarios que tienen La calidad no es buena No tienen promociones Otra

29-Por favor evalúe en general de 1 a 10 al comercio en general de Junín en relación a los siguientes aspectos: **(mostrar tarjeta con losrubros)**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Atención

Punto de venta

Precio

Promociones

Variedad

Horarios

Calidad de los productos

Atención de reclamos

Medios de pago

EN RELACIÓN A LA CIUDAD

30- ¿Cuál considera que es la personalidad/ciudadano más relevante de la ciudad?……..

31- ¿Y la institución de mayor prestigio?.....

32- Con que dos palabras asocia a la ciudad 1……. 2……..

33- ¿Qué diario lee habitualmente? ¿En qué formato?

34- ¿Cuál considera que es la radio local más escuchada de Junín?.....

35- ¿Y el programa de cable local más visto?.....

36- ¿Cuáles de estas redes sociales utiliza? ...Facebook …..Twitter ….Instagram ….Linkedin ...Whatsapp …. Google+ ….. No utilizo redes sociales …..Otra

37- ¿Por qué razones decide seguir a una marca o personaje en las redes sociales? ...Contenidos …. Diversión …. Por los

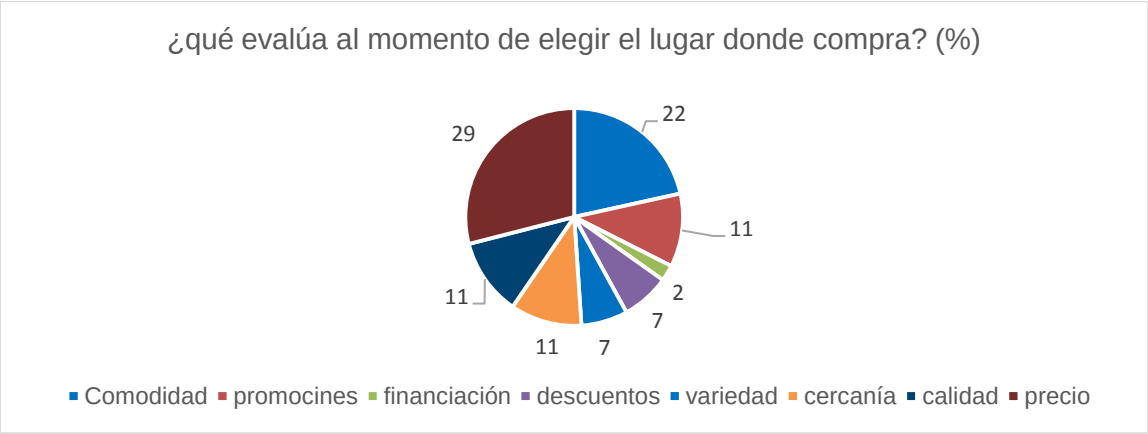
comentarios …… Por sus ofertas/promociones …. NS/NC …. No sigo a personajes/marcas …. Otros: ……

38- ¿Qué hace que deje de seguirlos? ….. No tienen nada interesante que contar …. Suben demasiado contenido …. Sólo publican aspectos comerciales ….. NS/NC …. Otros: ……...

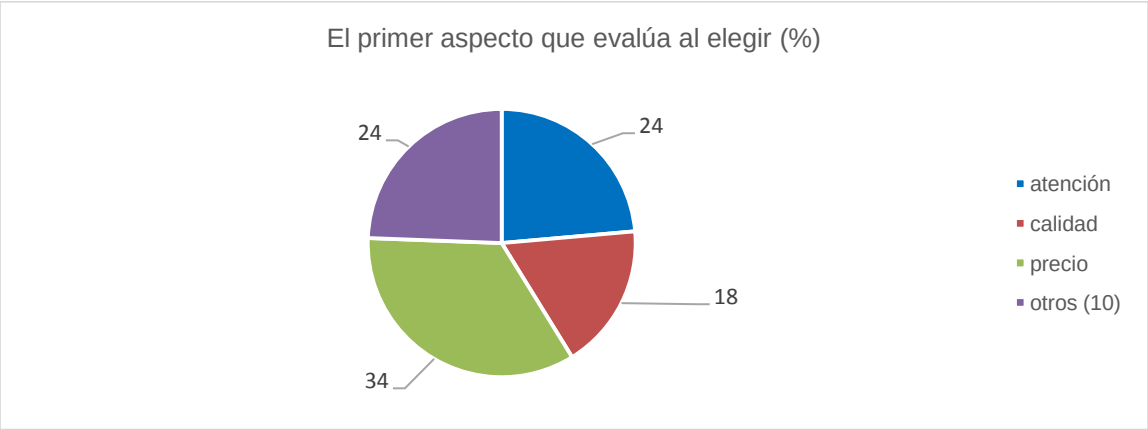
Anexo II

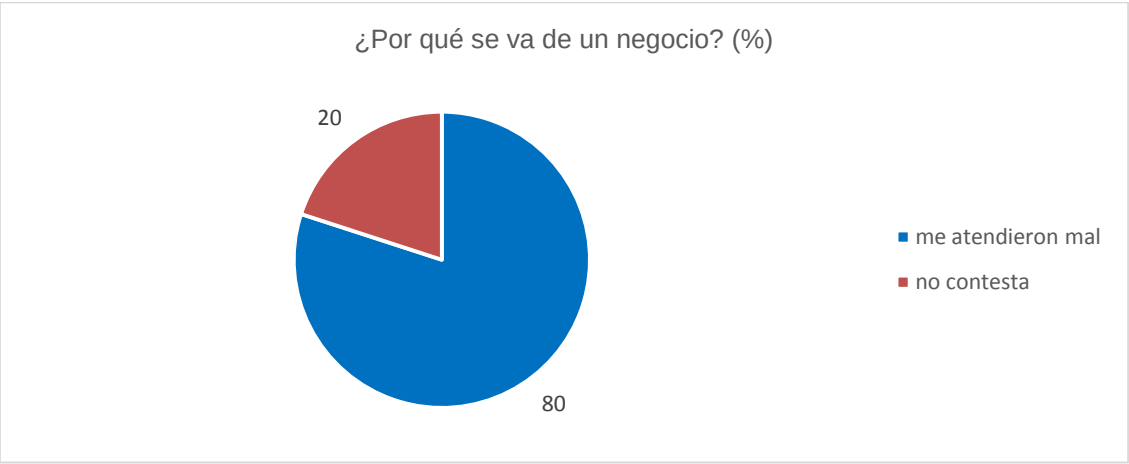
Principales resultados de la Encuesta a Consumidores

Se observan una gran proporción de variables asociadas a lo económico cuando el consumidor indica lo que evalúa como lo son: precio, descuentos, fnanciación y promociones (que suman un 49%)



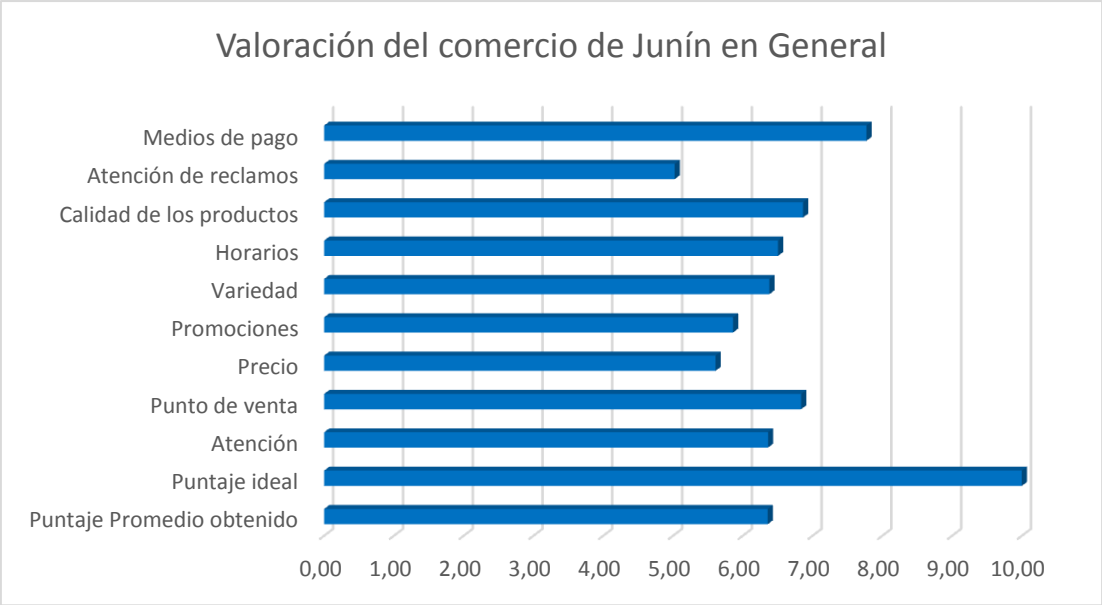
Se le pidió a los encuestados que indiquen lo que valora al momento de elegir un lugar determinado para consumir y el precio (34%) fue la opción más elegida, la atención en segunda instancia (24%) yla calidad del producto (18%) en tercer lugar. Sin embargo el único motivo que mencionan por el cual se van de un negocio y no regresan es la mala atención.





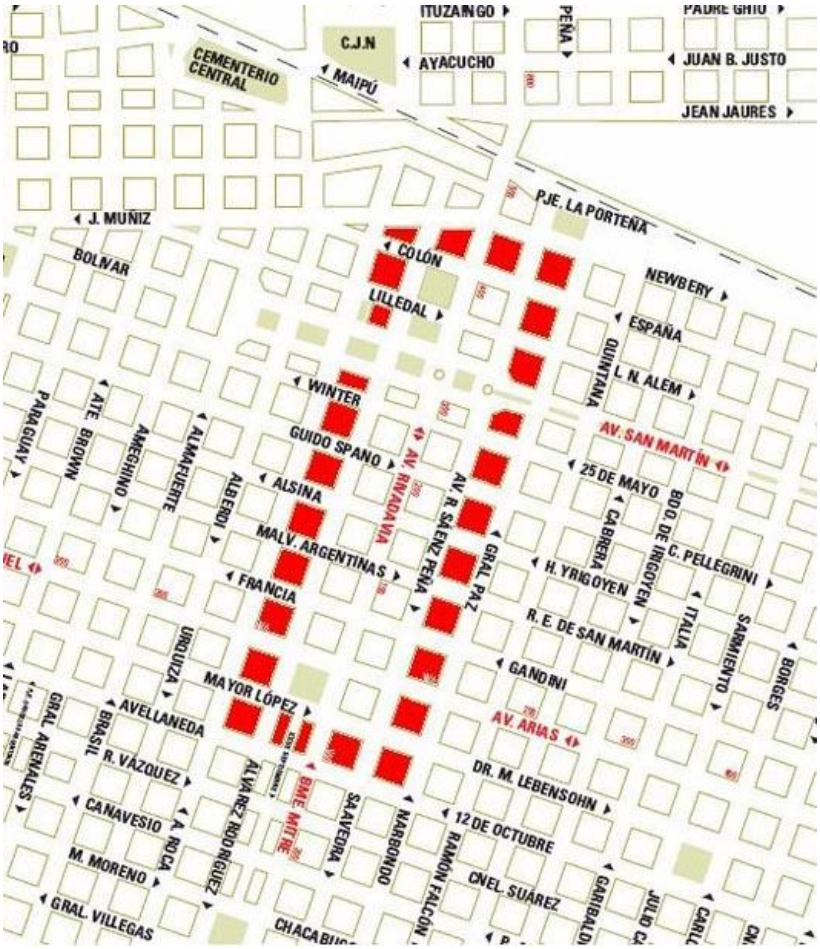
Finalmente se les preguntó acerca de la valoración de los negocios en general desde diversos aspectos que se detallan en el gráfico posterior lo que permitió obtener una

evaluación desde la mirada del comprador de cómo está el comercio en una escala de 1 a 10 puntos, accediendo a una Valoración Promedio de 6,36 puntos.



Anexo III

Mapa del área Microcentro 1



Anexo IV

Encuesta acomerciantes y de los empleados de dichos comercios

Encuestador:

Esta encuesta forma parte un Proyecto de Investigación que pretende medir el acercamiento de las Micropymes y comercios de nuestra ciudad a aspectos comerciales directamente vinculados a su actividad diaria. ¡Muchas gracias por su participación!

Domicilio: **Rubro:**
Forma jurídica: ☐ **Unipersonal** ☐ **Sociedad constituida** ☐ **Soc. Informal**
Posición ante IVA: ☐ **Ninguna** ☐ **Monotributo** ☐ **IVA Inscripto**
Responde la encuesta: ☐ **dueño** ☐ **conocido/familiar** ☐ **empleado**
Cantidad de dueños: **Cantidad de locales:**
Antigüedad del comercio:
Cantidad de Empleados: Indicado por el entrevistado…… Observado……

1. ¿Con qué relaciona "aspectos comerciales" de un negocio?

2. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación comercial para la actividad que realiza?

Sí	
No	
No recuerdo	

3. ¿Dónde busca información sobre temas como: publicidad, precio, comunicación, imagen del negocio, promociones, atención al cliente?

1	Revistas	
2	Libros	
3	Internet	
4	Cursos	
5	Consulto a profesionales	
6	Consulto a empresarios que se dedican a lo mismo	
7	Hago un curso	
8	Otros	
9	No consulto	

4. En algún momento: ¿consultó profesionales de Marketing y/o Publicidad?

Sí (pasar a la 5)	
No (pasar a la 6)	

5. En caso de responder afirmativo: ¿por qué?

1	Recomendación	
2	Ser nuevo en el rubro	
3	No poseer conocimientos respecto del mercado	
4	Para tener mayor conocimiento	
5	Otro:	

6. ¿Cómo considera que está su negocio en los siguientes aspectos?:

	Muy bien	Bien	Regular	Mal	Desconozco
Precio					
Imagen del negocio					
Atención al cliente					
Conocimiento de su cliente					
Definición de promociones propias					
Publicidad					
Características de sus productos o servicio					
Post venta					
Medios de pago					
Horario de atención					
Variedad					
Conocimiento de las necesidades que satisface					

7. Indique en qué medida alguna vez implementó o implementa los siguientes puntos:

	Siempre	Alguna vez	Nunca	Actualmente	NS/NC
Estrategias para aumentar las ventas					
Investigación de mercados					
Distribuidores o vendedores fuera del local					
Análisis de consumidores					
Análisis de ventas					
Encuestas a clientes					
Análisis de la competencia					
Seguimiento de clientes					

8. ¿Observa el comportamiento de su competencia? Sí☐ No (☐sar a la 10)
9. ¿Alguna vez copió acciones de sus competidores o fue copiado por ellos? Si N☐ NS/N☐ ☐
10. Actualmente: ¿tiene necesidades comerciales en su negocio?

Sí	
No (pasar a la 12)	

11. Si respondió afirmativo: ¿cuáles?

12. ¿Cuáles son sus principales dificultades comerciales? (marque con cruz)

	Que no sabemos cómo formular estrategias
	Que no tenemos tiempo para ponernos a pensar
	Que no estamos capacitados
	Es costoso acceder a consultas profesionales
	Otro: (detallar)

13. ¿Qué medios de pago ofrece?

Tarjetas	
Cuenta Corriente	
Débito	
Efectivo	
Mercado de Pago	
Otro:	

14. ¿Tiene internet en el local? ☐ Sí ☐ No
15. ¿Utiliza redes sociales para su negocio? Sí ☐
URL…… No ☐
16. ¿Tiene página web el negocio? ☐ Sí
URL…….. No ☐
17. ¿Le interesaría acceder a información para mejorar aspectos comerciales de su negocio?
Sí No ☐)) ☐
18. ¿Cómo debería ser para que sea de utilidad y entendible?
☐ Práctica ☐ Teórica ☐ Ambos
19. ¿En qué formato) ☐ Papel ☐ Digital ☐ Indiferente

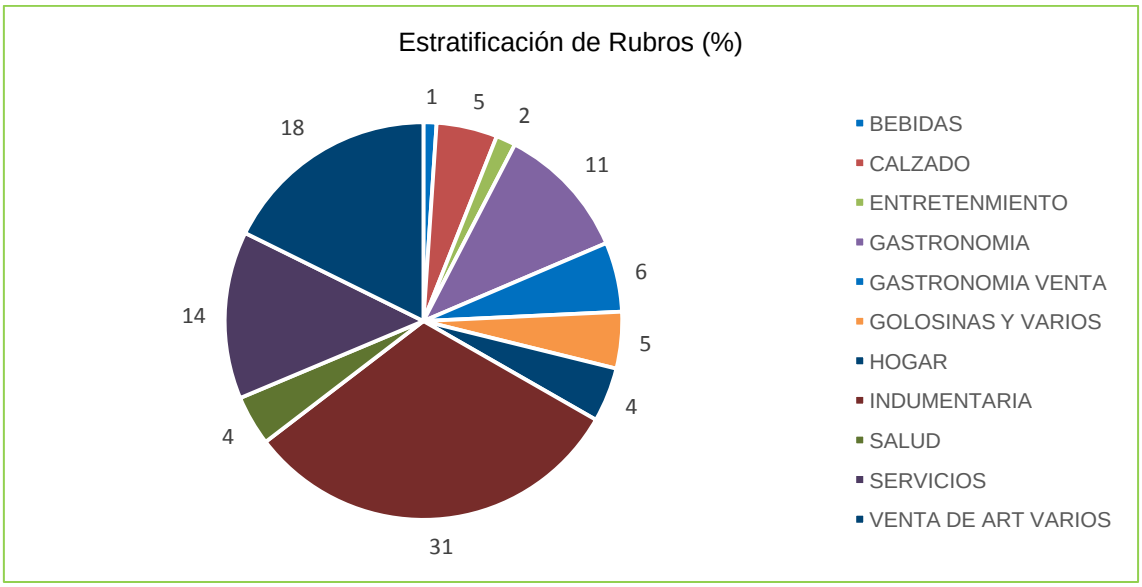
20. Edad: Sexo:
21. Nivel de estudio: (complete aunque sea incompleto)
☐ Ninguno ☐ Primario ☐ Secundario ☐ Terciario ☐ Universitario ☐ Posgrado

Anexo V

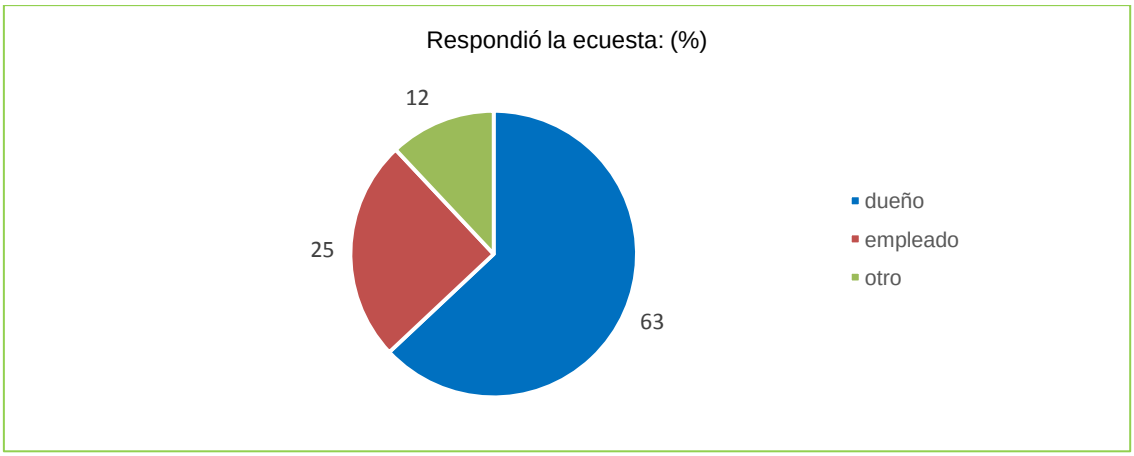
Encuesta a Comercios del Microcentro ampliado

Estratificación de la Muestra para determinar la cantidad de encuestas por rubro:

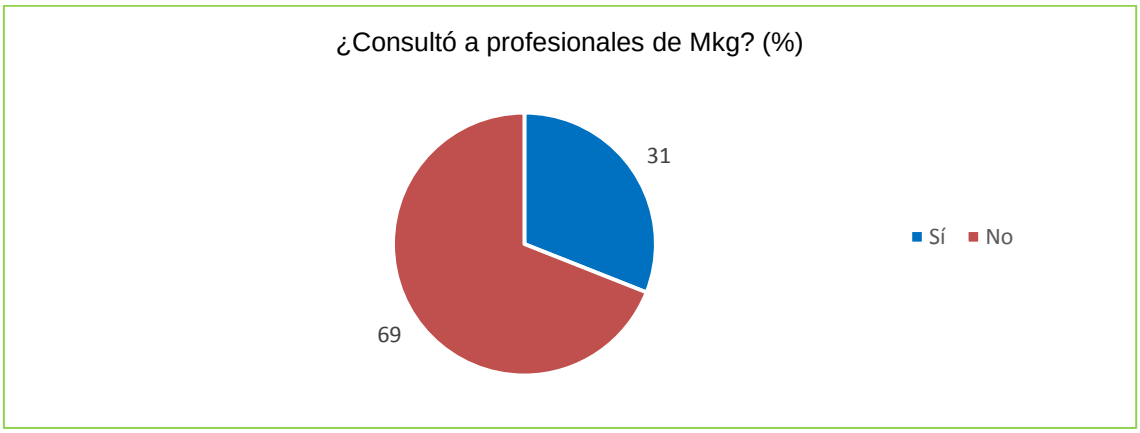
RUBRO GLOBAL	CANTIDAD	%	A encuestar
BEBIDAS	6	1	2
CALZADO	28	5	11
ENTRETENMIENTO	9	2	4
GASTRONOMIA	62	11	25
GASTRONOMIA VENTA	32	6	13
GOLOSINAS Y VARIOS	26	5	11
HOGAR	25	4	10
INDUMENTARIA	177	31	72
SALUD	23	4	9
SERVICIOS	77	14	31
VENTA DE ART VARIOS	100	18	41
	565,00	**100,00**	**229,00**



Los que respondieron la encuesta fueron en su mayoría dueños y cuyo caso el 40 % no tiene empleados (68%): el 92 % solo tiene un local comercial.



Un 64% no accedió a capacitación comercial y cuando quieren saber algo de la temática el 58% busca en internet.

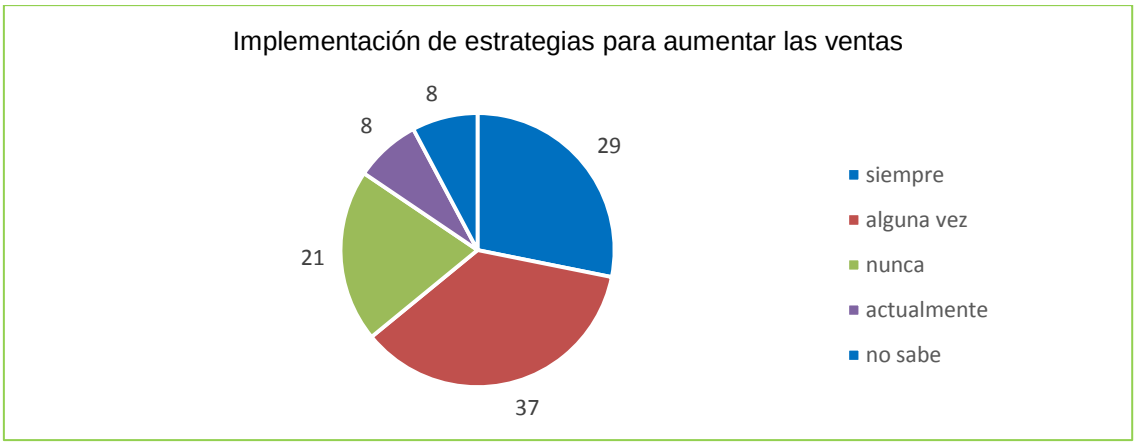


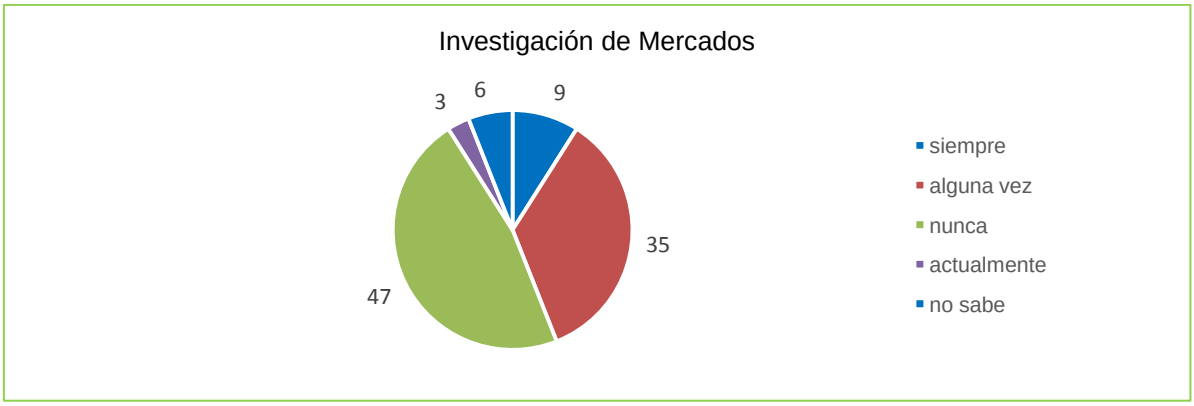
Valoración de atributos: el 92 % considera que esta entre muy bien y bien respecto del precio y la imagen del local. El 85 % considera que atiende de muy bien a bien, a sus clientes, en la encuesta a consumidores, la valoración media dio de bien a regular.

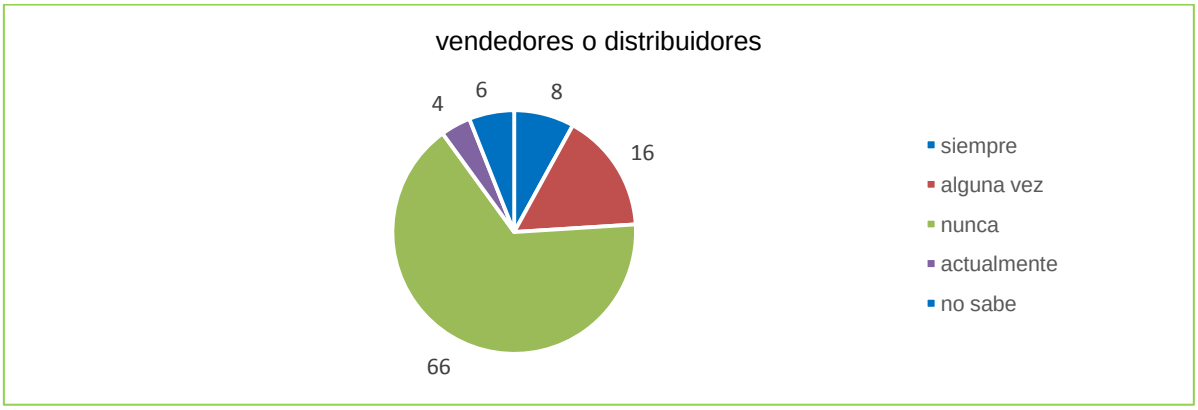
También se observó un desconocimiento de la situación de la variable post venta.

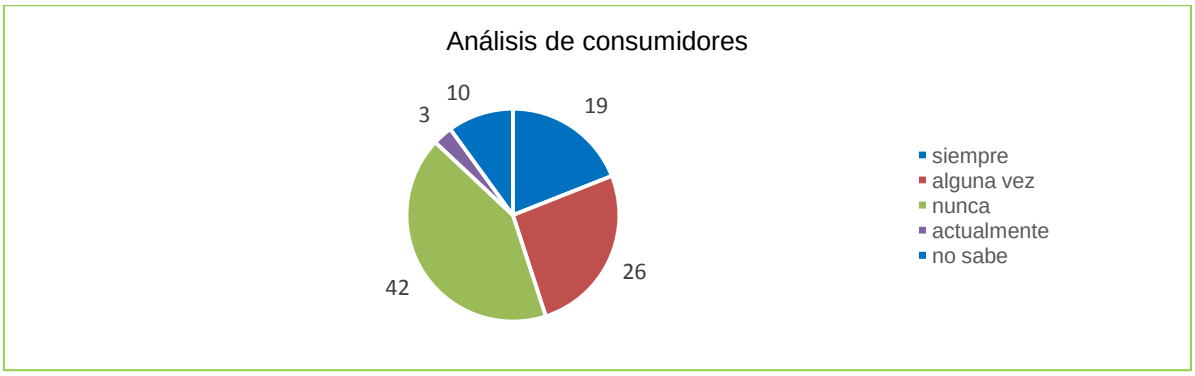
En cuanto a las estrategias comerciales y su grado de implementación: en la mayoría de los casos supera el 40 % la respuesta por el “nunca haber implementado”, ninguna estrategia comercial de las relevadas, siendo la de investigación de mercados, la mayor.

El 45 % tienen necesidades comerciales, entre las cuales se describen: atraer clientes, aumentar las ventas, mejorar la estética del local comercial, hacer más publicidad.

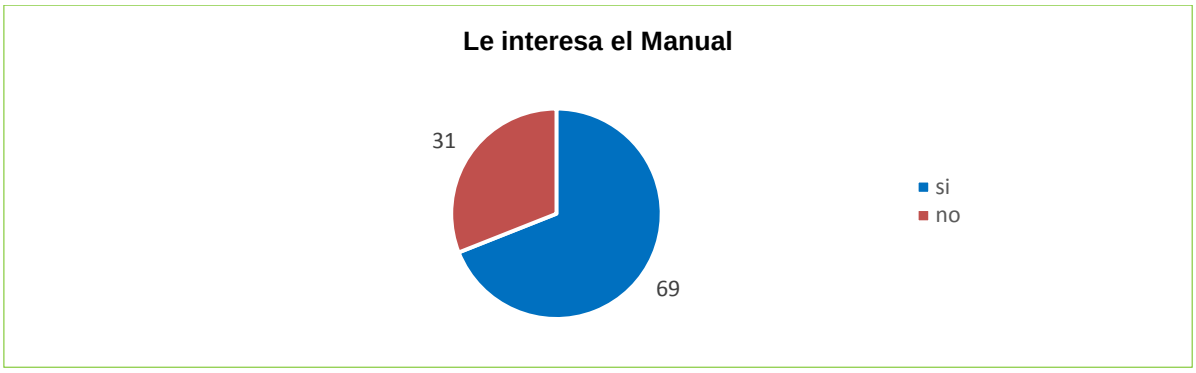


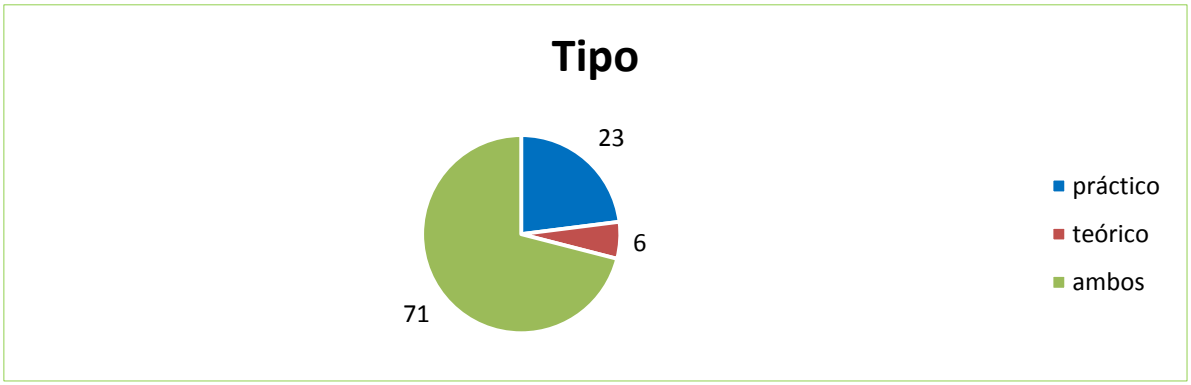


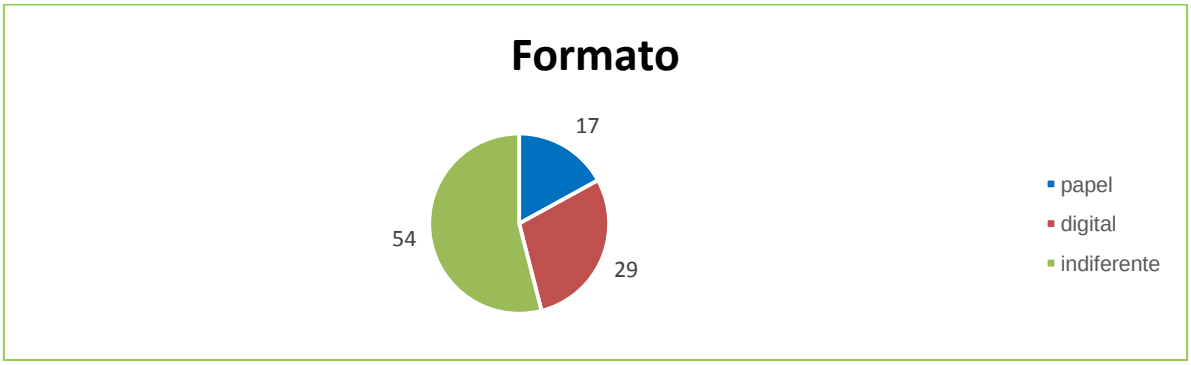




Finalmente al 69 % le interesa acceder a un manual de buenas prácticas


Le interesa el Manual
31
69
si
no


Tipo
23
6
71
práctico
teórico
ambos


Formato
17
29
54
papel
digital
indiferente