

RINCE - Revista de Investigaciones del Departamento de Ciencias Económicas de La  
Universidad Nacional de la Matanza

Trabajo Final

### **La Matanza camino al Mercosur**

*Barrientos, Debora Sabrina; Fica Millan, Yesica Veronica;  
Petraroia, Franco Albano; Rodriguez, Raul Oscar; Romano Orlando*

#### **Resumen**

Existen factores fundamentales en el crecimiento de una organización para consolidarla en los nuevos paradigmas macro y microeconómicos. Consideramos que la integración de las micro, pequeñas y medianas empresas del Partido de La Matanza en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) podrá ofrecer una alternativa a la hora de buscar el desarrollo y crecimiento sostenido.

El presente trabajo busca analizar la problemática que poseen estas organizaciones y como se puede construir un espacio para el desarrollo e integración de las mismas, mediante la creación de un centro de investigación y asesoramiento situado en la Universidad Nacional de La Matanza, donde se pueda brindar información acerca de cómo acceder al comercio exterior y proporcionar soporte técnico en cuestiones necesarias para fortalecer su estructura organizativa. Perseguimos la asociatividad entre los distintos actores del mercado como elemento impulsor de crecimiento, desarrollo y competitividad, el cual beneficiaría al municipio y sobretodo fortalecería la región.

**Palabras clave:** MIPyMEs micro, pequeña y mediana empresa; MERCOSUR Mercado Común del Sur; desarrollo local, asociativismo

#### **Abstract**

There are fundamental factors which drive an organization's growth, and consolidate it into the new macro and microeconomic paradigms. The integration of micro, small and

medium enterprises from "La Matanza" in the MERCOSUR offers an alternative to develop a sustainable growth for them.

This paper analyzes the problematic that the La Matanza's micro, small and medium enterprises has and how they can build a space to develop and integrate themselves, by creating a center of research and consulting which will provide to these organizations information that will help them access to foreign trade, and offer technical support with upon issues related to their formal structure. We seek for relationships among the different market players to drive development, growth and competitiveness, which will not only benefit the neighborhood but will also strengthen the region.

**Key words:** Micro, small and medium enterprises; MERCOSUR Southern Common Market, local development, association

### **Elección del Tema**

Gracias al Programa de Formación en Excelencia Gerencial Premio Amartya Sen "100 jóvenes por la ética para el desarrollo", en su primera edición Universidad Nacional de La Matanza, el grupo de investigación se ha planteado como profesionales egresados de dicha universidad y sobretodo ciudadanos del Partido de La Matanza, la necesaria creación de una "antena" de conexión entre las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs) del Partido y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), con el objeto de constituir un espacio para el desarrollo e integración de las MIPyMEs.

### **Definición del Problema**

El trabajo plantea la situación actual que afrontan las MIPyMEs, en referencia a los problemas que éstas encuentran para alcanzar el acceso a: los mercados regionales y la tecnología, el financiamiento y la competencia frente a productos importados entre otros, siendo estos los factores que comprometen su desarrollo y supervivencia y, consecuentemente, representa un riesgo para con la comunidad en donde se establecen, a la cual abastecen de puestos de trabajo y sus correspondientes niveles de vida determinados.

### **Antecedentes**

## **1. Implementación de Programas similares en diferentes Universidades del mundo**

La Universidad Autónoma de Barcelona realizó una investigación sobre el desarrollo exportador de las PyMEs para explicar los nuevos métodos de cooperación empresarial en el proceso de internacionalización. Se destacan allí, los consorcios (agrupación de empresarios para desarrollar una actividad determinada) por su elevado grado de penetración en los mercados internacionales.

En Colombia, la Universidad del Norte presentó un modelo basado en la conformación de una red de PyMEs industriales que genera economías de escalas y les permita penetrar en los mercados externos. Uno de los aspectos más destacados de este trabajo es la elaboración de un sistema adaptable a cualquier contexto latinoamericano, a través del cual se ilustran los factores relevantes que las PyMEs deben tener presente cuando deciden internacionalizarse por la vía de la creación de redes o consorcios empresariales y focalizan en la necesidad de productos complementarios para diversificar la oferta exportadora.

La Universidad de los Andes, ubicada en la República Bolivariana de Venezuela, realizó un análisis de la cadena de valor industrial y de la cadena de valor agregado para las PyMEs con el objetivo de ofrecer información que les permita tomar decisiones, implementar estrategias y mejorar su competitividad; a partir de la implantación de un sistema integral de información gerencial.

En Chile se desarrolló el proyecto CEMP (Centro de Emprendimiento y de la PyME) llevado adelante por la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. El mismo tiene como objetivo constituir un espacio de educación e investigación aplicado a las áreas de emprendimiento y desarrollo de la pequeña y mediana empresa; contribuyendo con ello a la vinculación de la universidad con el desarrollo sustentable regional y nacional de una manera socialmente responsable.

El Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae) es un organismo sin fines de lucro, creado a partir de la sustitución del estatal Centro Brasileño de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa, existente desde 1972. Uno de los primeros pasos que dio, luego de ser fundado, fue instalar una oficina en Buenos Aires, la cual inicialmente buscó representar las acciones de las PyMEs paulistas en la Argentina, luego se convirtió en un nexo entre Sebrae y las autoridades políticas locales, las cuales acuden cada vez más en busca de asesoramiento. La misión general

es orientar y apoyar a las empresas de pequeño porte para la creación, desarrollo y consolidación de negocios competitivos. Poseen dos proyectos vinculados con las Universidades que deben destacarse:

- Jóvenes emprendedores: convenio con la Secretaría de Ciencia y Tecnología de San Pablo. Los alumnos de las universidades aprenden a ser pequeños empresarios (como obtener créditos, estimar costos, cómo montar el negocio, etc.), en lugar de ser empleados de las grandes corporaciones.
- Incubadoras de Empresas: ayuda al alumno a emprender su propio proyecto, el cual es evaluado y luego de que el mismo sea aprobado el alumno ingresa en una incubadora en la cual durante dos años desarrolla su idea, comercializar el producto y obtiene ingresos. Pasado ese periodo se desvincula, en cierta manera, y continúa con su proyecto de forma independiente.

## **1. El Partido de La Matanza**

Este municipio es el más extenso del Conurbano Bonaerense, el cual se encuentra integrado por 24 municipios denominados constitucionalmente como Partidos, que rodean a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El partido de La Matanza está situado al Oeste del Gran Buenos Aires, posee una superficie total de 325,71 km<sup>2</sup>. El distrito limita al noroeste con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, al sudoeste con Cañuelas y Marcos Paz, mientras que al sudeste con los partidos de Lomas de Zamora y Esteban Echeverría; y por último al noroeste con Marcos Paz, Merlo, Morón y Tres de Febrero.

En cuanto a la población, según el Censo 2001 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INDEC), asciende a 1.249.958 habitantes, no obstante, el municipio indica que hay cierta imprecisión en ese relevamiento ya que se presentaron ciertas dificultades en la ejecución del mismo.

## **2. Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

Un marco de definición de la micro, pequeña y mediana empresa puede ser encontrado en el artículo 83° de la Ley 24.467 de la Pequeña y Mediana Empresa, sancionada en la República Argentina el 15 de Marzo de 1995 y promulgada el 23 de Marzo del mismo año. La misma define a la pequeña empresa como aquella que reúne dos condiciones principales:

- Su plantel no supere los cuarenta (40) trabajadores.

- Tengan una facturación anual inferior a la cantidad que para cada actividad o sector fije la Comisión Especial de Seguimiento.

Las pequeñas empresas que superen alguna o ambas condiciones anteriores podrán permanecer en el régimen especial de esta ley por un plazo de tres (3) años siempre y cuando no dupliquen el plantel o la facturación indicada en la tabla 1.

En el artículo 1° de la disposición 147/2006 de la Secretaria de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional se considera Micro, Pequeña y Mediana Empresa a aquellas que registren hasta determinados niveles máximos de ventas totales anuales, excluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el impuesto interno que pudiera corresponder, expresado en pesos argentinos.

**Tabla 1. Nivel máximo de ventas anuales**

Sector \ Tamaño	Agropecuario	Industria y Minería	Comercio	Servicios	Construcción
Microempresa	\$ 456.000	\$ 1.250.000	\$ 1.850.000	\$ 467.500	\$ 480.000
Pequeña Empresa	\$ 3.040.000	\$ 7.500.000	\$ 11.100.000	\$ 3.366.000	\$ 3.000.000
Mediana Empresa	\$ 18.240.000	\$ 60.000.000	\$ 88.800.000	\$ 22.440.000	\$ 24.000.000

Se entenderá por valor de las ventas totales anuales, el valor que surja del promedio de los últimos tres años a partir del último balance inclusive o información contable equivalente adecuadamente documentada. En los casos de empresas cuya antigüedad sea menor que la requerida para el cálculo establecido, se considerará el promedio proporcional de ventas anuales verificado desde su puesta en marcha.

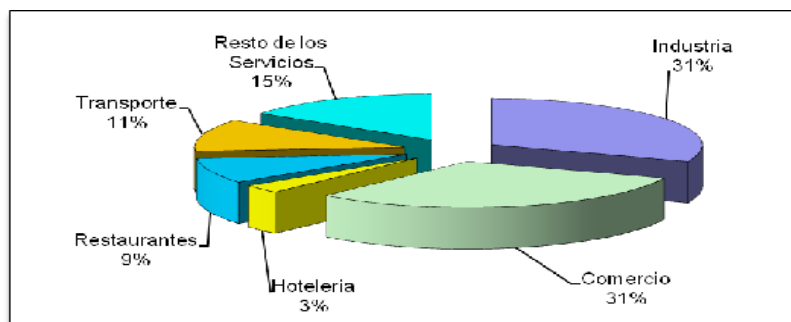
### **3. Identificación y Estructura del sector PyME**

Desde la creación del marco regulatorio de la pequeña y mediana empresa, por medio de la Ley 24.467, sus complementos y modificaciones, las PyMEs han sido objeto de incontables estudios y análisis con el fin de valorar la importancia de su promoción y desarrollo para el crecimiento del partido, zona, región o provincia en la cual se encuentran.

El informe de Resultados Onda 005 publicados por la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Industria y Desarrollo Regional, muestra que del total de empresas a nivel nacional, las MIPyMEs representan un 99,87%, de las cuales el 86,18% son clasificadas como microempresas y el 13,68% clasifican como PyME.

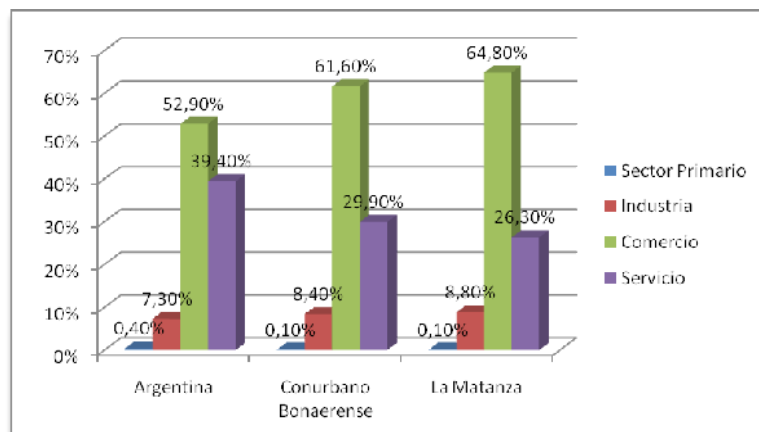
En la provincia de Buenos Aires las actividades que encabezan el sector PyME son la industria y el comercio, las cuales representan en su conjunto aproximadamente el 60% del total, quedando en menor medida el resto de los servicios; la hotelería, los

restaurantes y el transporte. En la figura 1 se puede observar la distribución según el tipo de actividad.



**Fig. 1. Participación de las empresas según su actividad**

Por otra parte, la observación realizada sobre la estructura del sector PyME a nivel nacional, Conurbano Bonaerense y Partido de La Matanza, muestra al sector de la industria manufacturera con una baja participación porcentual respecto del comercio y los servicios. En comparación, la distribución en el Partido de La Matanza muestra a la industria manufacturera con una participación del 8,80%, valor que en pequeña medida se encuentra por encima del nivel nacional y el Conurbano Bonaerense; lo que puede ser observado en la figura número 2.

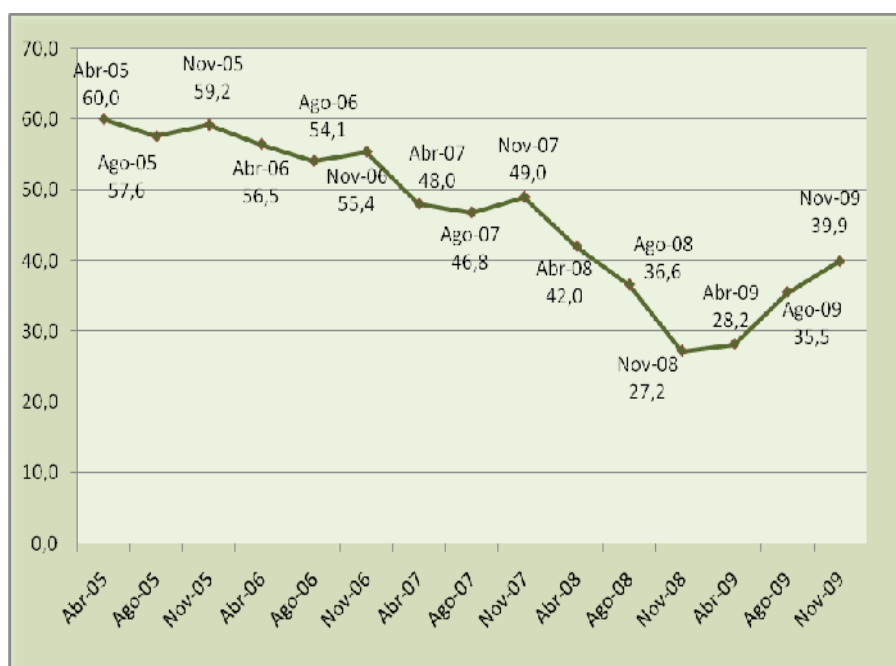


**Fig. 2. Estructura sectorial, según distribución de locales**

#### 4. Nivel de confianza y expectativas futuras

El nivel general del ICEPyME (índice de confianza empresaria PyME) elaborado trimestralmente, desde abril de 2005, por la Fundación Observatorio PyME mide el humor empresarial; variable esta, que condiciona las decisiones de producción e inversión a corto y mediano plazo en las PyME industriales; concretamente este nivel se ubicó en los 39,9 puntos en noviembre de 2009, incrementándose un 12% respecto

al mes de agosto del mismo año. De esta manera continuó la tendencia positiva que comenzó en abril de ese año. La variación interanual del índice de confianza empresaria fue positiva por primera vez desde el comienzo de la medición en 2005, así, se situó 13 puntos por encima del valor de noviembre de 2008, pero todavía 7 puntos por debajo que el promedio de toda la serie. Esto se puede apreciar en la figura 3 Índice de confianza empresaria PyME.



**Fig. 3. Índice de confianza empresaria PyME (ICEPyME)**

Por su parte, el incremento del componente expectativas futuras –proyecciones de los empresarios para el próximo año- fue de 2 puntos respecto a agosto de 2009, y de 18 puntos en relación al mismo mes del año 2008, cuando había descendido al valor más bajo de toda la serie. En noviembre del año 2009 se ubicó en el valor más alto de los últimos dos años: 47 puntos.

## 5. Asociatividad

La falta de asociatividad entre las MIPyMEs es un punto importante en la problemática de estas, ya que con la misma es posible, a largo plazo, cambiar actitudes empresariales en una medida significativa y anima a las mismas a entrar en acuerdos de colaboración. La asociatividad puede verse como una estrategia competitiva a la cual pueden acceder las MIPyMEs mediante la cooperación, donde cada una de ellas participa de un esfuerzo conjunto en busca de un objetivo común, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial. Por medio de esta unión pueden

enfrentar los desafíos del crecimiento, las oportunidades o amenazas que la globalización puede causar en sus estructuras.

La participación en conjunto, beneficia y potencia la competitividad de las empresas que lo componen. El grupo se refuerza mutuamente; la información fluye entre los miembros casi sin resistencia, los costos de transacción disminuyen, las nuevas oportunidades se perciben con mayor anticipación y las innovaciones se difunden con rapidez a lo largo de la red.

En el caso de conformarse una asociación mediante la unión de varias firmas, pequeñas y medianas, se superarían las debilidades por la incorporación de conocimientos, capacidad de gestión, tecnología, mercado, imagen, capital humano capacitado y relaciones.

Considerando el Proyecto de Investigación "El dilema de las PyMEs históricamente relevantes del Partido de La Matanza frente a los procesos de integración" realizado por docentes del departamento de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Matanza durante los años 2003/2004, el cual se plantearon las siguientes hipótesis:

- Hipótesis 1: Existe legislación nacional, provincial y municipal que promueve las actividades productivas y la asociatividad entre empresas. También hay beneficios y ventajas ofrecidas por distintos organismos estatales y privados que ayudan a la recomposición de las PyMEs. Esta legislación y sus beneficios necesitan ser difundidos entre los posibles beneficiarios.
- Hipótesis 2: El análisis de esta temática y su posterior inclusión en el Plan de Estudios del área económica, puede transformar a la Universidad en el promotor de una cultura de colaboración comunitaria y en facilitador de las comunicaciones entre los empresarios, los organismos estatales y los profesionales que ofrecen y ofrecerán en el futuro asesoramiento a las PyMEs.

A partir de las cuales, parte de las conclusiones de dicha investigación, respecto a la hipótesis 2 se observa que existe una estructura legal que provee los elementos esenciales requeridos para la promoción de las pequeñas y medianas empresas. Cabe entonces a los organismos públicos nacionales, provinciales y municipales, y al sector privado, lograr el uso más eficiente de las herramientas de promoción vigentes para tener PyMEs competitivas e insertas en el mercado internacional. En cuanto a la contribución de las universidades, comprende entre otros aspectos, la formación de profesionales e investigadores especializados en las cuestiones propias de las PyMEs,



asesorar a las autoridades nacionales, provinciales y municipales en el diseño de políticas y planes que promuevan la asociatividad de las PyMEs y colaborar en la formación de una conciencia de la comunidad, favorable al proceso de asociatividad de las PyMEs.

## **6. Financiamiento**

Una de las principales tareas de la economía argentina para poder introducirse como país generador de un creciente valor agregado es la inclusión de las PyMEs en el mercado externo. Estas empresas cuentan con una gran diversificación de productos que al tener mayor elaboración permiten un mejor nivel de ingresos y la activación del motor de la industria en nuestra nación. Pero es de destacar que, dichas compañías enfrentan el grave problema de la desinformación de métodos que les permitan una mayor producción y calidad de productos de acuerdo a los estudios realizados por instituciones como el CENES (Centro de Estudios de la Estructura Económica, que funciona en el ámbito del Instituto de Investigaciones Económicas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires) en trabajos de investigación en la política industrial y comercial y la inserción internacional de las economías latinoamericanas, con particular referencia al MERCOSUR. La falta de fomento por parte del Estado para que puedan obtener créditos, que les permitan incrementar su producción y el desconocimiento de los métodos de llegada al mercado externo, ha restringido el crecimiento de las mismas.

Datos proporcionados por el INDEC, la Cámara de Industria y Comercio de La Matanza y el Municipio de dicho partido, indican que se ha logrado un incremento en la aparición de pequeñas y medianas empresas gracias a los beneficios impositivos nacionales, provinciales y municipales, pero la falta de ingreso de fondos limita cualquier intento de expansión.

En el año 2010 el gobierno ha estado implementando nuevos programas de financiamiento con un mayor acceso abreviando los procedimientos para alcanzarlo. El último es el llamado Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario, que exige como medio para su obtención no solo la presentación de la documentación habitual (constancias de inscripción en determinados impuestos, detalles de deuda, estatutos, libros y balances), sino que además se debe presentar un proyecto de inversión.

Desde distintos organismos tales como el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, la Cancillería, el Instituto de Fomento Empresarial del Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo y entidades Bancarias estatales y privadas, se realizan programas de incentivo para el acceso al crédito y el mejoramiento de las condiciones de financiación. Uno de los organismos estatales de mayor participación es la SEPYME (Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, bajo el ámbito del Ministerio de Industria) el cual presenta diversas alternativas al empresario, asesorándolo con la mejor opción que se adecue a su perfil.

En el ámbito financiero, las entidades que tratan de generar un mayor beneficio son los Bancos de la Nación Argentina y de la Provincia de Buenos Aires, debido a la llegada que tiene en ellos el Estado Nacional, desde el sector privado se destaca el Banco Credicoop Cooperativo Limitado.

En el marco impositivo, el Estado Nacional ha tratado de ofrecer ventajas que permitan una mayor salida al mercado externo. Puntos centrales para el fomento de las exportaciones por parte de las PyMEs son los reintegros impositivos y exenciones. Dentro del ámbito provincial y municipal se sigue el lineamiento del Estado Nacional.

## **7. Mercado Común del Sur**

El MERCOSUR es un ambicioso proceso de integración que incluye a los siguientes países: Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay, teniendo como países asociados a Chile, Bolivia, Perú, Ecuador y Venezuela. Este último, se encuentra en proceso de adhesión, luego de haber denunciado su proceso con la Comunidad Andina, encontrándose a la espera de la aprobación por parte del parlamento Paraguayo.

Su inicio se remonta al año 1985, cuando los presidentes de Brasil y Argentina, Sarney y Alfonsín respectivamente, firman un acuerdo de cooperación mutua. Este acuerdo, se consolida, principalmente para diluir las hipótesis de guerra que existían entre ambos países. El interés radicó en que dichas hipótesis impendían el desarrollo político y económico de los países vecinos. Todo sucedió en un contexto internacional del cese de pago de la deuda externa por parte de los países latinoamericanos.

El MERCOSUR fue creado en 1991 con la firma del tratado de Asunción, sus objetivos fueron:

- Libre circulación de bienes, servicios, personas y factores productivos en la región.

- El establecimiento de un arancel y política externa común.
- La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales.
- La armonización legislativa entre los estados partes.

Actualmente, estos objetivos no se han cumplido. La libre circulación de bienes no es total, aún se encuentran algunas excepciones. Los servicios se siguen brindando en el marco general del comercio exterior sin tener contemplación especial cuando se producen dentro del MERCOSUR. Finalmente, la libre circulación de factores productivos y personas, aún no es un hecho. Los Aranceles Externos Comunes (AEC) están establecidos. Existen algunas posiciones arancelarias que se encuentran en un proceso progresivo de desgravación. Por lo que el AEC no es total, ni se encuentra armonizado en la región. Además, existen algunos mecanismos de evasión para los elementos regionales que los países miembros se encuentran utilizando. Finalmente, los objetivos que incluyen la política externa común, la coordinación de las políticas macroeconómicas y sectoriales y la armonización legislativa entre los estados partes, aún no han sido implementados.

## **8. Cronología de los aspectos más relevantes respecto al Mercosur**

A continuación se detallan los acontecimientos más relevantes relacionados con avances en el proceso a través de instrumentos legislativos.

- Marzo – 1991 Los presidentes de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay firman en la capital paraguaya el Tratado de Asunción, acta fundacional del MERCOSUR, como zona de libre comercio con el fin último de conformar una unión aduanera.
- Junio – 1991 Los países miembros del MERCOSUR suscriben un acuerdo con Estados Unidos para la creación del consejo sobre comercio e inversión denominado "cuatro más uno".
- Diciembre – 1991 Los miembros del MERCOSUR firman el Protocolo de Brasilia con el objetivo de articular un sistema de arbitraje durante el periodo de transición hasta la desaparición de las barreras aduaneras y comerciales.
- Diciembre – 1994 La Declaración de Ouro Preto (Brasil) establece las reglas del proceso de transición desde la zona de libre comercio del MERCOSUR hacia una unión aduanera.

- Enero – 1995 Entra en vigor el proceso hacia la unión aduanera del MERCOSUR.
- Diciembre – 1995 El MERCOSUR y la Unión Europea firman el acuerdo Marco Interregional de Cooperación.
- Año 1997 Entra en vigor los acuerdos de "cuatro más uno" firmados por el MERCOSUR con Chile y Bolivia, que se convierten por ese orden en los primeros socios comerciales del bloque.
- Julio – 1998 Durante la cumbre de Ushuaia (Argentina) se declara la unión aduanera de MERCOSUR, Chile y Bolivia como zona de paz libre de armas de destrucción masiva con el fin de asegurar el proceso de integración. También se aprueba la cláusula democrática como condición para que un país sea miembro o socio comercial del bloque.
- Año 1999 Entra en vigor el acuerdo de cooperación interinstitucional entre el MERCOSUR y la Unión Europea que permite la celebración de cumbres de presidentes y jefes de estado de ambos organismos.
- Diciembre – 2003 Se aprueba la incorporación de Perú como estado asociado del MERCOSUR.
- Los dos grandes bloques comerciales de América del Sur, MERCOSUR y Comunidad Andina de Naciones (CAN), firman un acuerdo de libre comercio.
- Diciembre – 2004 Colombia, Venezuela y Ecuador se convierten en Estados asociados del MERCOSUR.
- Diciembre – 2005 La XXIX cumbre concluyó en Montevideo con la aprobación del comienzo de las negociaciones para la adhesión de Venezuela al MERCOSUR como socio pleno.
- Mayo – 2006 Diplomáticos y técnicos de los países miembros del MERCOSUR y Venezuela aprueban en Buenos Aires las condiciones del Protocolo de Adhesión del país andino a esa unión aduanera.
- Julio – 2006 Los presidentes de Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela firman en Caracas el Protocolo de Adhesión del país andino al MERCOSUR. El pacto fija un plazo de cuatro años para la plena incorporación de Venezuela al bloque.

Agosto - 2010 Se aprueba el Código Aduanero del MERCOSUR, constituye la legislación aduanera común. Los Estados Partes se comprometen a armonizar los aspectos no contemplados en dicho código.

## **9. Concursos de Integración Productiva**

Actualmente se desarrollan concursos que estimulan la integración productiva, en los cuales se otorgan premios a aquellas iniciativas que mejor optimicen la sinergia existente en el MERCOSUR. Una de las primeras industrias en aplicar estos programas ha sido la de la madera y afines, dentro de este rubro se encuentra la edición de "Empresas con Estrategia de Diseño" organizada por la Subsecretaría de Industria del Ministerio de Industria de la Nación, a través del Plan Nacional de Diseño, conjuntamente con CAFYDMA (Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicerías y Afines) y CEMA (Cámara de Empresarios Madereros y Afines).

Al mismo tiempo, dentro de estos eventos suele observarse la creación de registros para aquellas firmas interesadas en participar de este tipo de proyectos. Sin embargo, Uruguay y Paraguay están bastante relegados en estas iniciativas siendo Brasil y Argentina los países con más presencia.

La integración productiva impulsada por los estados miembros del MERCOSUR tiene la intención de promover integraciones tanto verticales como horizontales. Las primeras, buscará fortalecer el posicionamiento global para grandes empresas. Las segundas, permitirán que empresas de igual tamaño ganen competitividad en el exterior. Claramente, el objetivo no es formar sociedades a nivel regional, o impulsar la competencia entre ellas, sino mejorar su competitividad mundial.

### **Justificación del Estudio**

La historia fabril del Partido de La Matanza donde en la década de 1960 se encontraba en pleno auge de desarrollo, el cual se vio afectado en la década de 1970 debido al proceso de desindustrialización, para luego terminar en la década de los '90 con el cierre de muchas industrias y la pérdida de puestos de trabajo produciendo altos niveles de desempleo, falta de igualdad e inclusión social, entre otros. Es por ello que vemos la necesidad de contribuir al desarrollo del sector MIPyMEs del partido para así poder abatir estas características que golpean a nuestra comunidad.

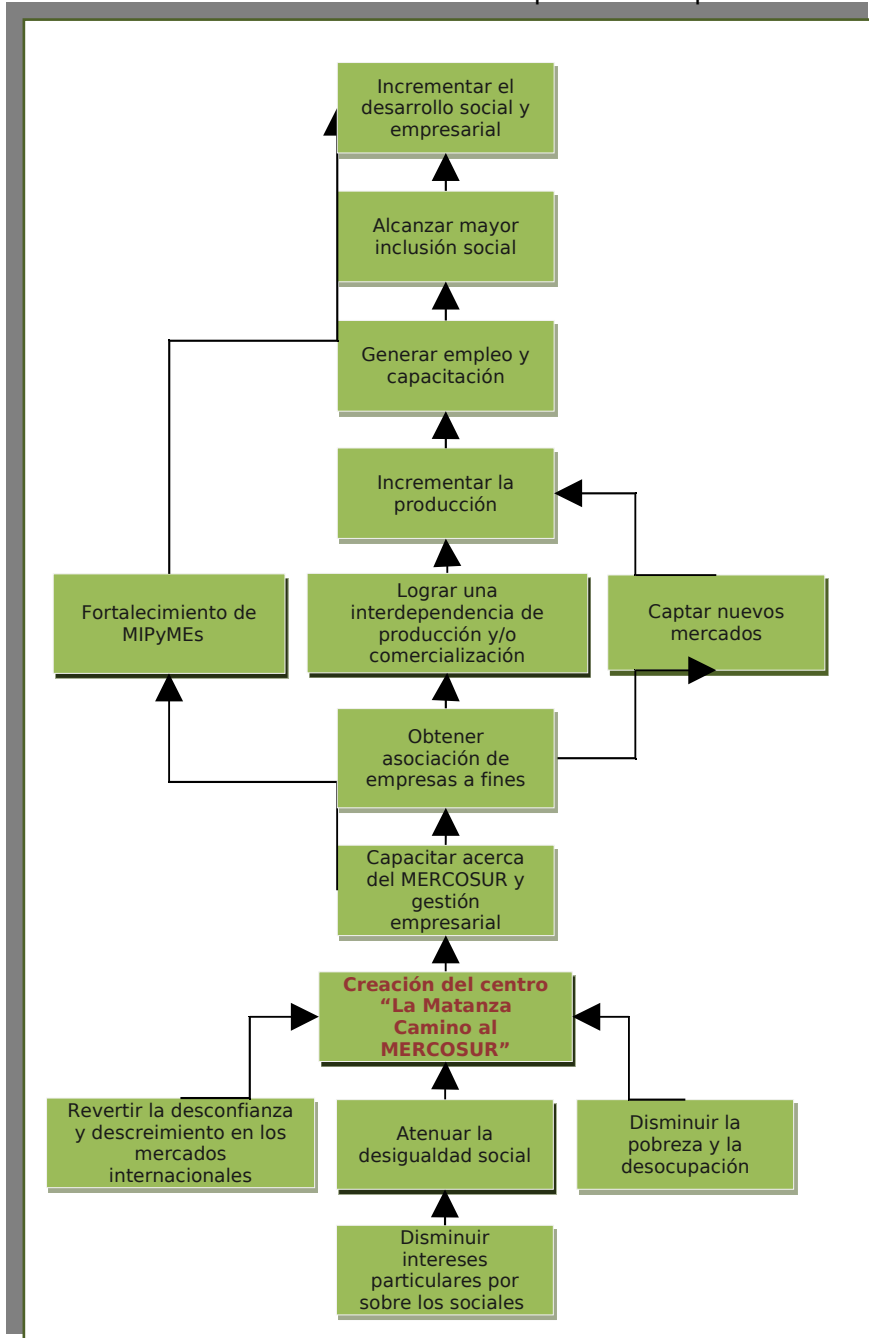
### **Limitaciones y supuestos**

Tanto la dificultad de acceso a ciertas fuentes de información, como la falta de actualización de los datos recabados, fue la principal restricción al momento de desarrollar el presente trabajo. Por otra parte, para suplir la falta de información actualizada se han realizado las diferentes prospecciones basadas en técnicas proyectivas.

### **Alcance del trabajo**

Para dar un marco de análisis más acotado, como alcance y límite de la investigación, se incluyen en la observación solo a las MIPyMEs del Partido de La Matanza. Asimismo se establecen como objetivos o propósito, determinar los beneficios que puede aportar un centro de investigación y desarrollo, creado en la Universidad Nacional de La Matanza, que capacite y contribuya a fomentar la asociatividad de las MIPyMEs y participe activamente para la integración de las mismas en el MERCOSUR.

Para facilitar la visión de la interrelación de los objetivos nos ayudaremos con el concepto de la cadena de medios-fines.



**Fig. 4. Cadena de medios fines de la creación del centro, elaboración propia**

Esta cadena surge del comportamiento racional desarrollado por el economista Herbert Simon, ya que a medida que se profundiza el análisis se percibe con más claridad que, en términos absolutos, nada es un medio o un fin; si no que algo es un medio con relación a objetivos superiores y asimismo es un fin respecto de los instrumentos para lograr ese algo. Todos los procesos de toma de decisiones se estructuran en una cadena de eslabones en donde encontramos algunos que se comportan como medios y otros que lo hacen como fines. La lectura de la figura número 4, se realiza de abajo

hacia arriba, parte de la disminución de los intereses particulares por sobre los sociales y culmina en el incremento del desarrollo social y empresarial, si bien existen otros actores que pueden influenciar en la búsqueda de dichos fines, como ser el estado nacional, se ha acotado la lectura de esta cadena de medios a fines de manera que no sea muy extensa e impida la comprensión de la misma.

### **Hipótesis**

La escasa asociatividad entre micro, pequeñas y medianas empresas, tanto a nivel local como regional, limita sus horizontes de crecimiento y compromete su desarrollo. En este sentido, el acotado acceso a programas de capacitación y asesoramiento que favorezcan una integración plena las ubica en escenarios aún más delicados en términos de rentabilidad y sustentabilidad.

### **Conclusiones**

Luego de los estudios realizados y en función de los antecedentes descriptos, hemos encontrado que las universidades, a nivel internacional, han desarrollado diversas estrategias abocadas a la integración y desarrollo de las MIPyMEs. El aporte de estas universidades ha contribuido sustancialmente a la economía de cada uno de los países en los cuales se desarrollaron. Esto nos da indicios de que el ámbito académico es una gran fuente de conocimientos que pueden ser destinados a la generación de un beneficio colectivo, siempre y cuando se alcance una conciencia asociativa en pos del bienestar común.

Viendo la situación actual de las MIPyMEs, las problemáticas que éstas afrontan actualmente y sus expectativas, consideramos que la asociatividad beneficiaria y potenciaría la competitividad de éstas pudiéndose conformar una red de valor que les dé sinergia y potencie su capacidad productiva. Al reforzar sus estructuras y ampliar sus mercados, sus ventas se elevarían por lo que será necesario que incrementen su producción y con ello la dotación de personal. Como resultado se prevé el beneficio no solo a la empresa si no también al mercado laboral del municipio. De esta manera se ampliaría el mercado laboral incorporando a personas que fueron excluidas del mismo por falta de puestos de trabajo.

El trabajo en conjunto de las MIPyMEs permite afrontar sus carencias de conocimientos específicos a través del know how (saber hacer) de sus asociadas o bien mediante la capacitación que se les pueda ofrecer desde el centro de asesoramiento por medio de cursos o conferencias. Al compartir conocimientos ya adquiridos mediante la



experiencia, las empresas pueden compartir con otras que estén iniciando su actividad de manera que puedan mejorar el diseño de sus productos y procesos.

La eficiencia de costos se puede alcanzar mediante la asociatividad ya que pueden hacerse de suministros y/o materias primas a precios competitivos haciendo uso de economías de escala, no solo en la importación de insumos si no también en la compra en los mercados locales.

Es cierto que el MERCOSUR está teniendo una incidencia relevante en el proceso comercial actual de nuestro país, pero este hecho no siempre es positivo, por el contrario, en algunos sectores el aumento del AEC (Arancel Externo Común) en los bienes de capital favorece más a nuestro regional player (Brasil) y desfavorece a nuestras MIPyMEs. Siendo éste, probablemente, un factor que afecta la competitividad.

Frente a este escenario se podría abordar la problemática incluyendo al MERCOSUR como mercado local, es decir, mercado natural más MERCOSUR. El proceso de integración actual no puede ser detenido ni evitado, y trae consecuencias tanto positivas como negativas, por lo que es necesario realizar un esfuerzo para aprovechar las consecuencias favorables en pos de mitigar las otras de índole desfavorables.

Por otra parte, la consecuencia de no utilizar como herramienta de desarrollo al proceso de integración ocasionaría una baja inserción en el mercado mundial. Es por ello que sugerimos seguir los lineamientos del modelo brasilero y trabajar en conjunto en planes de integraciones productivas y de inversión conformando una oferta exportable en conjunto. Con una armonización regional y coordinación de políticas a nivel gubernamental, podría plantearse una estrategia productiva que consista en el desarrollo y producción de productos regionales con alto valor agregado o la detección de nichos no explotados que por su tamaño solo podrían ser atendidos en conjunto. Una vez conformados los escenarios jurídicos y procedimentales, sería necesario alentar a través del centro La Matanza camino al Mercosur a los diferentes sectores productivos para que conformen redes entre sectores y/o empresas para ejecutar las políticas estratégicas diseñadas en niveles supranacionales.

Las consecuencias del proceso ya se están evidenciando y el 60% de nuestras PyMEs quedaran expuestas a las ventajas y desventajas del mismo, es menester, que se diseñe una política de inserción de las mismas en el proceso del MERCOSUR, primero a nivel nacional para finalmente realizar un diseño a nivel regional.

Como se ha expuesto anteriormente uno de los pilares fundamentales para generar la expansión necesaria de las MIPyMEs es lograr mejorar el acceso al crédito con condiciones más beneficiosas que las actuales. Este último año, se han visto por parte del Estado medidas más activas con miras al crecimiento del mercado interno fomentando el crecimiento de las MIPyMEs. Es así que la Sepyme ha recuperado la jerarquía de secretaria, la cual perdió en el año 2003, desde allí y junto con el Programa de Financiamiento del decreto 738/2010 se intenta dar a los empresarios confianza para solicitar financiamiento. Desde los bancos, gracias a la llegada de créditos por parte de organismos tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y a la licitación por parte del Estado Nacional y Provincial, se puede apreciar una mejor predisposición. Además, la línea activa de organismos como la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) ayudan a reforzar la necesidad de cambios que finalmente apoye a las pequeñas empresas que solo pueden expandirse si se les permite, a las empresas, llegar a un programa de inversión.

Desde el centro de investigación y asesoramiento propuesto, se crearía un nexo en el cual las MIPyMEs encontrarían un lugar donde despejar dudas con respecto a la elección del medio más adecuado de acuerdo a su estructura y necesidades de inversión, estudiando el comportamiento de la actividad. Así mismo se pretende focalizar en el armado del proyecto en base a lo que los empresarios pretendan alcanzar. Esto tendría un doble impacto ya que no solo se da forma al proyecto para su aprobación sino que además permite una segunda vista del mismo, por parte de profesionales con un conocimiento afín que reafirmen o presenten ideas para optimizar el uso del dinero obtenido o ha obtener. Además, buscaríamos que en un futuro próximo el asesoramiento por parte de un centro dentro de una institución como la Universidad Nacional de La Matanza sea aval suficiente para permitir un acceso al crédito de manera más flexible dentro del ámbito del partido.

Para formalizar la iniciativa propuesta en el presente trabajo, se cree conveniente como espacio adecuado para su implementación la Universidad Nacional de La Matanza, a través de la Dirección de Graduados perteneciente a la Secretaría de Extensión Universitaria.

## Bibliografía

GARCIA, D. **Proyecto de Investigación: El dilema de las PyMEs históricamente relevantes del Partido de La Matanza frente a los procesos de integración.**

Universidad Nacional de La Matanza 2003/2004. Código de Proyecto: B-095.  
[Consulta: 10 agosto 2010]. Disponible en  
[http://economicas.unlam.edu.ar/home\\_gral.php?pageid=5](http://economicas.unlam.edu.ar/home_gral.php?pageid=5)

**Industria Manufacturera Año 2007.** Observatorio PyMEs Regional Conurbano Bonaerense - 1a ed. - Buenos Aires: Fundación Observatorio PyMEs, Bononiae Libris. Universidad Nacional de San Martín. Universidad Nacional de Quilmes. Universidad Nacional de la Matanza, Julio 2008. ISBN 978-987-24223-2-5.

**Informe 2007 | 2008 Evolución reciente, situación actual y desafíos futuros de las PyME industriales.** Fundación Observatorio PyMEs. - 1a ed. - Buenos Aires: Fundación Observatorio PyMEs, Marzo de 2008. ISBN 978-987-24223-0-1.

**Informe 2008 | 2009 Evolución reciente, situación actual y desafíos futuros de las PyME industriales.** Fundación Observatorio PyMEs. - 1a ed. - Buenos Aires: Fundación Observatorio PyMEs, Abril de 2009. ISBN 978-987-24223-6-3.

**Informe de Resultados Onda 005.** SEPYME, Secretaría de Industria Comercio y PyMEs, Ministerio de Producción de la Nación. Mayo 2008. Proyecto PNUD ARG/06/021 – MAPA PyME.

Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2006), **Dirección estratégica 7ª edición**, Pearson educación S.A., Madrid.

**La coyuntura de las PyMEs industriales 03/2009.** Fundación Observatorio PyMEs. Buenos Aires: Diciembre 2009.

Lamb, C.; Hair, J.; McDaniel, C. (2005), **Marketing 6ª edición**, Thomson Editores S.A., Mexico.

MARTINEZ CARAZO, P. Universidad del Norte, Colombia. **Proyecto de Investigación: Proceso del desarrollo exportador de las PyMEs industriales exportadoras del Caribe Colombiano.** Archivo en formato PDF [consulta: Agosto, 2010]. Disponible en:  
<http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/913.pdf>

Programa Mundial DI+DI (divulgación de investigación, desarrollo e innovación).

**Investigación: Proceso del desarrollo exportador de las PyMEs industriales exportadoras del Caribe Colombiano** [consulta: Agosto, 2010]. Disponible en: <http://www.dimasdi.org/Videoconferencias/ConferencistaPiedadCristinaMart%EDnezCarazo/tabid/322/Default.aspx>

Sen, A.; Kliksberg B. (2005), **La agenda ética pendiente de América Latina**, Fondo de la cultura económica de Argentina S.A., Buenos Aires.

### **Páginas Webs**

ALADI **Asociación Latinoamericana de Integración** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.aladi.org>

**Banco de la Provincia de Buenos Aires** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.bapro.com.ar>

BNA **Banco de la Nación Argentina** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.bna.com.ar>

CAMBRAS **Cámara de Comercio Argentino Brasileña** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.cambras.org.ar>

CAME **Confederación Argentina de la Mediana Empresa** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.redcame.org.ar>

CICM **Cámara de Industria y Comercio de Matanza** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.cicm.com.ar>

FMI **Fondo Monetario Internacional** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.imf.org/external/spanish/>

OMC **Organización Mundial del Comercio** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.wto.org/indexsp.htm>

SEPYME **Secretaría PyMEyDR ministerio de Industria** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.sepyme.gov.ar>

SICE **Sistema de Información sobre Comercio Exterior** (2010, Agosto). Disponible en [http://www.sice.oas.org/default\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/default_s.asp)

UIA **Unión Industrial Argentina** (2010, Agosto). Disponible en <http://www.uia.org.ar>

UN **Universidad del Norte** (2010, Agosto). Disponible en [http://www.uninorte.edu.co/directorio\\_docentes/docentes.asp?ID=34997720](http://www.uninorte.edu.co/directorio_docentes/docentes.asp?ID=34997720)