



# Asistencia a Microemprendimientos, Pymes y Coyuntura Económica

## Estrategias para una mejor red comunicacional entre políticas y las organizaciones

### Información general

#### Síntesis

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) tienen un rol clave en una economía subdesarrollada y periférica como la de Argentina, como generadoras de empleo (51% del total) y del PBI (44% del total). Al mismo tiempo su situación de relativa debilidad frente a las grandes empresas y su mayor vulnerabilidad ante las crisis económicas las hace sujeto de una serie de políticas públicas para fortalecer al sector, tanto del gobierno nacional como provincial y municipal.

A través de distintos trabajos de investigación, uno de ellos propio del CIEPYC, se ha verificado que a estas políticas solo acceden una pequeña porción de las MiPymes. Existe un problema comunicacional entre la oferta de políticas y la demanda de ellas y es esta problemática la que intenta abordar este proyecto de extensión, tratando de generar una red comunicacional a través de una serie de acciones de diferente índole.

#### Convocatoria

Convocatoria Ordinaria 2016

#### Palabras Clave

#### Línea temática

PRODUCCIÓN, ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

#### Unidad ejecutora

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

#### Facultades y/o colegios participantes

Facultad de Ciencias Económicas

#### Destinatarios

Micro emprendimientos y Pymes de La Plata y Gran La Plata

Indirectos:

Comunidad de La Plata y Gran La Plata

Cuerpo docente y alumnos de la cátedra de Economía Política y Problemática Económica Argentina y de los investigadores del CIEPYC.

Graduados y Alumnos de la Licenciatura en Comunicación Social y de la Licenciatura en Economía.

---

### **Localización geográfica**

La Plata y Gran La Plata.

---

### **Centros Comunitarios de Extensión Universitaria**

---

### **Cantidad aproximada de destinatarios directos**

0

---

### **Cantidad aproximada de destinatarios indirectos**

0

---

### Justificación

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son importantes por su rol en el entramado social y la generación de empleo. De allí que los distintos gobiernos diseñan y ejecutan una serie de políticas dirigidas al sector en las diferentes jurisdicciones (nacional, provincial y municipal).

Pero se ha verificado una dificultad importante en su implementación ya que esas políticas son cooptadas por solo el 10% de las pymes, entre otros motivos por deficiencias en la forma de comunicar las mismas.

En los últimos años la UNLP ha participado con distintos actores en el abordaje de la problemática, con clara visibilidad en sus intervenciones. Ejemplo de ello, son sus participaciones en los foros en los que se discute un nuevo marco legal de los sujetos relacionados con la Economía Social, sus acciones dentro del Consejo Social de la UNLP, promoviendo la realización de ferias y eventos en los cuales se les brinda un espacio de desarrollo de experiencias a los sujetos referidos, sus esfuerzos dirigidos a vincular a las experiencias con iniciativas educativas (Escuela de oficios) por mencionar algunas.

El diagnóstico de "déficit de información" de los agentes económicos, sostenido teórica e intuitivamente, ha sido corroborado empíricamente después de la realización de 178 programas del ciclo televisivo, 336 programas de radio y la participación de más de 130 entrevistados de distinto carácter, emprendedores productivos, representantes de las distintas cámaras empresarias de la región, funcionarios públicos nacionales, provinciales y municipales que ejecutan políticas pymes y ONGs que se involucran en esta temática.

Los últimos años se caracterizaron por un modelo económico pro producción, sin embargo los agentes económicos de la región del Gran La Plata aun encuentran innumerables inconvenientes para desarrollar emprendimientos productivos. La falta de financiación, el deterioro en los saberes relacionados con la producción específica de bienes y servicios, y el aislamiento de éstos, constituyen algunos de los fuertes determinantes que explican el fracaso de muchos de ellos.

A estas dificultades vinculadas a los emprendimientos productivos se suma la fragmentación y superposición –a nivel nacional, provincial y municipal- de organismos dedicados a este fin; distintas normas legales y una diversidad de "ventanillas" de atención al agente económico.

---

### Objetivo General

Consolidar una red comunicacional entre las Pymes, los microemprendedores, las Cámaras que las nuclean y los organismos nacionales, provinciales y municipales que lanzan políticas para el sector.

---

### Objetivos Específicos

- Establecer un canal referente de comunicación donde los empresarios MiPymes puedan encontrar información centralizada de las diversas políticas existentes en el nivel nacional, provincial y municipal.
  - Poner a disposición distintas herramientas que ayuden a uno de los sectores más vulnerables del aparato productivo a tomar de decisiones correctas para mejor desarrollo de los emprendimientos.
  - Fortalecer el vínculo con las entidades intermedias ligadas a la temática a través de la publicación y difusión de trabajos especiales y políticas del sector.
  - Complementar la formación de los docentes, graduados y alumnos que integran el proyecto.
  - Complementar el conocimiento teórico-práctico del curso de Economía Política y Problemática Económica Argentina a través de la participación de los alumnos en la temática planteada.
-

## Resultados Esperados

La consolidación de un vínculo comunicacional dinámico, tanto con las entidades que representan a este sector productivo como con las que brindan asistencia –técnica, financiera, de capacitación, etc.- a micro emprendimientos y Pymes, que permita establecer un canal de difusión de las políticas, experiencias y preocupaciones del sector.

La socialización de experiencias que hoy permanecen ignoradas por buena parte de los actores involucrados.

---

## Indicadores de progreso y logro

Los indicadores de progreso están determinados por un lado al avance en la consolidación de la red comunicacional medido por: a) el aumento de los contactos y vínculos establecidos con las MiPymes de la región. b) el avance en la vinculación con las cámaras Pymes de la región. c) el avance en la participación de hacedores de políticas para MiPymes de los tres niveles de gobierno. d) la articulación con ONGs que desarrollan actividades vinculadas a la temática del proyecto.

Por otra parte a la consolidación del equipo en donde: a) los docentes-investigadores contrasten su formación teórica con la evidencia empírica de la problemática MiPyme. b) graduados y alumnos integrantes del proyecto se familiaricen con la problemática planteada. c) los alumnos de la materia Economía Política y Problemática Económica Argentina apliquen los conocimientos teórico-prácticos adquiridos durante el desarrollo de la materia y lo vinculen con la problemática abordada por el proyecto.

Se considera para verificar resultados la opinión de los hacedores de políticas y la opinión de los representantes de las mipymes (ver avales).

---

## Metodología

El proyecto de extensión, que se viene ejecutando desde 2002, pretende consolidar una red comunicacional para tratar la problemática de las pequeñas y medianas empresas, y los microemprendimientos, en especial la brecha comunicacional que impide la disposición de todo el caudal informativo.

El equipo de investigación del CIEPYC ha desarrollado un proyecto de investigación a requerimiento de la Comisión de Investigaciones Científicas de la provincia de Buenos Aires (CIC) que derivó en la publicación del libro “Capacidades tecnológicas y política pública a las Pymes, estado de situación en la provincia de Buenos Aires en la postconvertibilidad”. En él se analiza la política pública a Pymes tanto de los organismos intervinientes (nacionales y provinciales), un relevamiento de los instrumentos, como se articulan y complementan, y se elaboró una matriz de políticas dirigidas al sector.

La sexta conclusión sostiene: “Los datos revisados indican en general una baja participación de las PyMEs beneficiarias sobre el total del universo PyME que, según los datos del universo PyME provistos por la BADE y la cobertura de SePyME, Fontar y la Subsecretaría de la provincia, rondaría entre el 6 y el 7,3%. En este sentido, es menester que las autoridades corrijan esta baja participación y que se disponga de herramientas de alcance masivo para consolidar el tránsito hacia una estrategia de desarrollo productivo fuertemente asentada en las PyMEs”.

La información que se obtuvo de la investigación es un insumo básico para la construcción de la “red comunicacional” objetivo del proyecto.

En forma semanal se reúne el equipo en el ámbito del CIEPYC-UNLP para realizar la sistematización de información vinculadas a las políticas públicas, con el fin de estar al día para poder agregarla a la red para que llegue lo más rápidamente a los destinatarios.

Por otra parte la información sobre las a Pymes y micro emprendimientos, también será actualizada y se la adaptará al formato radial para una difusión y comunicación más eficiente de las mismas. Asimismo se establece el contacto con responsables de entidades y organizaciones relacionadas con este sector, para darles -en forma semanal- la posibilidad de exponer y explicar líneas de trabajo, diagnósticos, evaluaciones y opiniones que permitan mejorar el acercamiento a estas empresas y, en consecuencia, su asistencia.

Las Pymes tienen un lugar en el sitio web del CIEPYC ([www.ciepyc.unlp.edu.ar](http://www.ciepyc.unlp.edu.ar)) en el link "Espacio Pyme", a través del cual se informa sobre las políticas de los distintos organismos nacionales, provinciales y municipales destinados al sector.

## Actividades

- Producción de un programa semanal de radio que difunde las políticas (nacionales, provinciales y municipales) para el sector, además de la divulgación de experiencias y actividades de entidades que abordan la problemática. El programa se emite por Radio Universidad Nacional de La Plata.
- Información específica y contacto en el portal Web del CIEPYC-UNLP y en la red social facebook
- Construcción y actualización permanente de un mailing a través del cual se comunica novedades de interés de las Pymes y cooperativas. En cuanto al programa de radio, el director del proyecto acompañará a los periodistas en la salida al aire, y un miembro del equipo del CIEPYC participa semanalmente del programa como invitado, ya sea como analista de ciertos temas de la coyuntura macroeconómica de su especialidad - temas tributarios y fiscales; monetario-financieros; perfiles productivos, entre otros-, o complementando el tratamiento de los ejes del proyecto. La producción dispone de 2 (dos) líneas telefónicas de contacto para consultas. Dichas inquietudes son tratadas comentadas al aire en vivo y redireccionadas, en caso de ser necesario, al organismo público competente. Otras de las particularidades del proyecto es la participación activa de los empresarios del sector quienes, en forma presencial o telefónica, aportarán sus experiencias empresarias, que van desde la integración, objetivos y desarrollo de la Pyme a la exposición de necesidades que cotidianamente se les presentan en el desarrollo de la gestión empresarial. Por último, se propicia la participación estudiantil en el programa de radio mediante la presentación de trabajos realizados sobre el tema. A tal efecto, y como uno de los requisitos para acreditar la asignatura, se exige la realización de un trabajo final integrador. Los mejores trabajos seleccionados sobre la temática, serán expuestos por los estudiantes en el programa de radio.

## Cronograma

La duración del proyecto es de 1 año.

a) Producción de un programa semanal de radio que difunde las políticas (nacionales, provinciales y municipales) para el sector, además de la divulgación de experiencias y actividades de entidades que abordan la problemática. El programa se emite por radio Universidad Nacional de La Plata (1390 AM). De marzo a diciembre.

b) Información específica y contacto a través del sitio Web del CIEPYC-UNLP y red social facebook. Permanente.

c) Construcción y actualización de un mailing a través del cual se comunica novedades de interés de las Pymes y cooperativas. Permanente.

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Radio			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sitio web/red social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
mailing	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

x significa el momento del año en que se realiza.

## Bibliografía

1. "Capacidades tecnológicas y política pública a las Pymes, estado de situación en la provincia de Buenos Aires en la postconvertibilidad". De Santis, Gerardo; Iñiguez, Alfredo; Lavarello, Pablo; Zanabria, Miguel. Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires CIC – Centro de Investigación en Economía Política y Comunicación CIEPYC-UNLP – Editorial Universidad Nacional de La Plata – La Plata, Buenos Aires, Octubre 2011.
2. Francisco Alburquerque y Cortes Patricia: "Desarrollo Local y descentralización en América Latina: Análisis Comparativo". Proyecto Regional de Desarrollo Económico Local y Descentralización CEPAL/GTZ. Santiago de Chile, 2001.
3. "Construcción regional y desarrollo productivo en la economía de la globalidad". Sepúlveda Ramírez, Leandro. Oficina CEPAL Buenos Aires, Series Estudios y Perspectivas 3. Santiago de Chile, Septiembre 2001.
4. Micro crédito para la creación de empleo y el desarrollo de las empresas. Comisión de Empleo y política Social – GB. 283/ESP/6 283ª reunión. OIT. Ginebra, Marzo 2002.
5. "Las Pymes y al Artesanía en Europa". Brusellas, INT/060 Pyme y Artesanía - Dictamen del Comité Económico y Social, mayo 2001.
6. "Análisis de la política de fomento a las pequeñas y medianas empresas en Chile". Red de Reestructuración y Competitividad - Marco Dini y Giovanni Stumpo. Serie desarrollo productivo 136 CEPAL. Santiago de Chile, diciembre 2002.
7. "Promoción y Financiamiento a la Micro y Pequeña Empresa". ALIDE-BID-FOMIN Reporte Final Santiago de Chile, noviembre 2002.
8. "Desarrollo de Mercados Comerciales para Servicios de Desarrollo Empresarial". Jim Tanbum, IFP/SEED, OIT Ginebra, Diciembre 2001.
9. "Mercado de los servicios de desarrollo empresarial para la micro y pequeña empresa: ¿Subsidio o Rentabilidad?". Arroyo Jorge/PROMICRO/OIT Guatemala, Diciembre 2001.
10. "El rol de los Servicios de desarrollo empresarial y Tecnológico en la competitividad de las Pymes en Perú". Carazo, Mercedes Inés/PPME-MITINCI Lima, Mayo 2003.
11. "Consultoría y Capacitación en la PyME: el caso argentino". Pablo Angelelli, Gabriel Yoguel y Francisco Gatto, proyecto FUNDES ARGENTINA. Enero 1999.
12. "Financiamiento de las PyMEs y cambio estructural en la Argentina: un estudio del caso sobre fallas de mercado y problemas de información. Bleger Leonardo, Rozenwrcel Guillermo; Desarrollo Económico, pp 45-71; Buenos Aires, abril-junio 2000
13. "La pequeña y mediana empresa en la Argentina: un estudio sobre sus limitaciones estructurales y su trayectoria en el comercio exterior". Cafaldo Elena, Cascante Martín. Instituto de Comercio Exterior, Banco de la Ciudad de Buenos Aires, marzo 2000.
14. "Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas; evaluación y propuestas". Casaburi Gabriel, Angelelli Pablo. PNUD. Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana. En: Colección Desarrollo Humano EUDEBA-PNUD, Taller de Discusión, 2-3 septiembre 1999, Buenos Aires, Eudeba, abril 2001
15. Cómo sobreviven las PyMEs en un mundo globalizado. Serrano Susana Mabel, Nishioka Maria Gabriela; , 25 p Congreso de la Pequeña y Mediana Empresa, 6: PyME 2000, hacia una Mejor Competitividad, Buenos Aires, s.e., 2000.
16. Desempeño Productivo PyMEs. Informe. Observatorio PyMES.
17. Políticas de Estado para las PyMES y redistribución equitativa del Ingreso. Revista nº 64. APYME Junio 2005
18. La necesidad de iniciar una segunda etapa del actual modelo Productivo. Informe. Ignacio Bruera Observatorio PyMEs. Mayo 2006.

19. Plan de negocios para microempresas sustentables. Vivir del propio trabajo. APYME .2006
20. You Jong-Li, "Small firms in economic theory", Cambridge Journal of Economics, Vol 19, N. 3, 1995
21. Berry A. (2002) "Valoración de políticas de apoyo a la pequeña empresa", BID, USA
22. Pietrobelli C. and Rabellotti R. (2004) "Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin America. The Role of Policies" Sustainable Development Department Best Practices Series; MSM-124, January - VERSION ESPAÑOL (February 2005)  
[http://www.iadb.org/sds/mic/publication/publication\\_159\\_3586\\_s.htm](http://www.iadb.org/sds/mic/publication/publication_159_3586_s.htm)
23. Private Sector, Note No.268, World Bank, February,  
<http://rru.worldbank.org/Documents/PublicPolicyJournal/268-private.pdf>
24. - GIORDANO, Jorge (1982) "La Planificación como proceso social", Editorial Verdell Hermanos.
25. - MASSONI, Sandra (2007) "Modelo de comunicación estratégica. Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente", libro "Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido", Editorial Homo Sapiens.
26. - MASSONI, Sandra (2013) "Comunicación y sociocultura", Página/12, edición 23.01.13.
27. - MATA, María Cristina (1998) "Saber sobre la radio". Revista Signo y Pensamiento 33
28. - RINCÓN, Omar (2006) "Narrativas de la radio", libro "Narrativas Mediáticas" Capítulo 6, Editorial Gedisa
29. - SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia (2006) "Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos", libro "¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público", editorial La Crujía.
30. - URANGA, Washington (2012) "Intervenir. Reflexiones desde la comunicación", Cuadernos de cátedra N°1, FPyCS - UNLP.
31. - BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas (1997) "La construcción social de la realidad" Editores Amorrortu

---

### **Sostenibilidad/Replicabilidad**

- a) Por conocer esta realidad.
- b) Por tener experiencias anteriores en proyectos de extensión acreditados por la UNLP (2002-2004-2007-2008-2009-2012-2014-2015)
- c) Espacio de trayectoria: Equipo conformado en el ámbito del CIEPYC desde 2003.

---

### **Autoevaluación**

El proyecto permite construir e intercambiar conocimientos con un sector de la sociedad en un plano donde se verifica un importante déficit en la información, creando un vínculo comunicacional dinámico en pos de una correcta toma de decisiones vinculadas a la administración de los recursos de las MiPymes.

Por otra parte permite mejorar la formación de los estudiantes frente a los problemas concretos, de comunicación y económicos.

## Participantes

<b>Nombre completo</b>	<b>Unidad académica</b>
De Santis, Gerardo (DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Flores, Ruben Fabian (CO-DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Menduiña, Juan Ignacio (PARTICIPANTE)	Facultad de Ciencias Económicas (Otra)
Alcántara, Rocío (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Fleita, Micaela Soledad (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Otra)
Aranda, Carina Elizabeth (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Otra)
Serra, Federico Ariel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Corroccoli, Edgardo Jose (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (No-Docente)
Turkenich, Diego Hernan (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Colivignarelli, Roberto (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Mancini, Matias Ezequiel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Bellingi, Guillermo Alfredo (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Alvarez, Fernando Roberto (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Carmona, Facundo Julian (PARTICIPANTE)	Facultad de Ciencias Económicas (Otra)



## Organizaciones

<b>Nombre</b>	<b>Ciudad, Dpto, Pcia</b>	<b>Tipo de organización</b>	<b>Nombre y cargo del representante</b>
CONFEDERACIÓN ECONÓMICA DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (CEPBA)	La Plata, Buenos Aires	Federaciones regionales	ALADINO BENASSI , Presidente
UNION INDUSTRIAL DEL GRAN LA PLATA	La Plata, Buenos Aires	CAMARA EMPRESARIA	GLIEMMO, FRANCISCO, Presidente
CAMARA DE TURISMO REGIONAL LA PLATA	La Plata, Buenos Aires	Cámara de Turismo	DANIEL ERNESTO LOYOLA, Presidente
ASOCIACION DE PRODUCTORES HORTICOLAS DE LA PLATA	Olmos, Lisandro ,ap., La Plata, Buenos Aires	Asociación	ALBERTO PATE, Presidente
ESCUELA UNIVERSITARIA DE OFICIOS - UNLP	La Plata, Buenos Aires	Universidad nacional	SERGIO ALEJANDRO SERRICHIO, Director
COMISION DE INDUSTRIA - H. CAMARA DE DIPUTADOS PCIA. BS. AS.	La Plata, Buenos Aires	Organismo gubernamental provincial	HECTOR ANDRES QUINTEROS, Presidente Comisión (Diputado)
ASOCIACION PYME (PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS)	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Asociación	DANIEL MOREIRA, Presidente