

FACTORES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DE LAS MYPYMES EN ARGENTINA
2011 -2013
E/143

Equipo de Investigación:

Directora: Mg. Liliana Galán

Co Director: Mg. Eduardo De Giusti

Lic. Estefania Solari

Lic. Maria Sol Moguiliansky

Lic. Virginia Luna

Lic. Maria Andrea Santangelo

Colaboradora Lic. Albertina Borgert

RESUMEN TÉCNICO:

Las Mypymes han sido y son motivo de innumerables estudios, Particularmente por su capacidad de generación de empleo y por su Capacidad dinamizadora del desarrollo regional. Sus características Estructurales como los factores del entorno afectan su supervivencia, motivo por el cual, se hace necesario definir los factores estratégicos Claves que posibiliten su competitividad y sustentabilidad.

Partiendo del concepto que la estrategia empresarial surge de la relación De la empresa con el entorno general e industria o sector a que pertenece, Se hace necesario reconocer la influencia del mismo en la elección Estratégica.

Este trabajo pretende ofrecer información de Mypymes argentinas en Cuanto a su estructura productiva y principales factores competitivos Con el objetivo de transferir este conocimiento a las empresas, mediante Informes; información que será también insumo para direccionar políticas Públicas orientadas a subsectores específicos.

La mirada estratégica

Los últimos acontecimientos acaecidos a nivel mundial, fundamentalmente los vinculados a la crisis económica y financiera global, como a nivel regional, han generado preocupaciones y un interesante debate acerca de cómo será el futuro de los negocios, del desempeño empresarial y de la propia economía mundial.

Ello resulta de particular trascendencia para el sector de las pequeñas y medianas empresas MyPYMES. Por otra parte los avances de la revolución tecnológica y el surgimiento de una nueva economía, han obligado a reestructurar estrategias empresariales (Visión prospectiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).Respuestas ante un futuro complejo y competitivo SP/Di No. 4 – 10)

Esto requiere de los empresarios de una visión estratégica, que de forma sistemática y con cierto empirismo, le permita contar con información para decidir frente a diferentes escenarios. Y encontrar procesos y técnicas de dirección que les permitan ser competitivos.

¿Qué significa ser competitivo?

Si bien el término competitividad ha sido tema de análisis de distintos autores, M. Porter (2000) relaciona la competitividad deviene de la productividad, es decir de la manera en que las empresas utilizan sus recursos (factores) para obtener productos valiosos.

La literatura referida a la explicación del éxito competitivo, se puede sintetizar en dos posturas teóricas: una centrada en la relación de las empresas con el entorno, centrandó la atención en este último; y otra que se focaliza en aprovechar y coordinar de forma eficiente los recursos de la empresa en relación a sus rivales (competidores), un concepto que ha propiciado el desarrollo de la Teoría de Recursos y Capacidades (Grant,1991). Esta perspectiva, propone que el éxito competitivo se explica, por el usos eficiente de los recursos y capacidades de las organizaciones (FAEDPYME (2010) Análisis estratégico para el Desarrollo de la MYPYME en Iberoamérica. Informe MYPIME 2009)

Un primer acercamiento a los factores competitivos permite clasificarlos en dos grandes grupos: externos e internos (Informe Anual FAEDPyME 2009 FAEDPYME Análisis Estratégico para el desarrollo de la MPYME en Iberoamérica. Informe MPYME Iberoamérica 2009).

Entre los **externos**, se sitúan aquellas variables que se derivan del entorno de general de la empresa, las variables sociales, económicas, políticas y legales que afectan por igual al funcionamiento de las empresas situadas en un territorio; y por otro, las variables del llamado entorno específico, industria en el cual se desarrolla la competencia entre empresas.

VARIABLES COMO EL NÚMERO DE COMPETIDORES EN EL MERCADO Y SU PARTICIPACIÓN, EL GRADO DE INTEGRACIÓN VERTICAL EXISTENTE, EL NÚMERO DE COMPRADORES Y SU DISTRIBUCIÓN, DE INTENSIDAD DE LAS BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL SECTOR, EL NIVEL DE DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO, LA EXISTENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS, EL NIVEL DE INFORMACIÓN DE CADA EMPRESA (Porter ,1985).

Los factores **internos**, se refieren a las variables propias de cada empresa: los recursos -físicos, técnicos, financieros, y a las habilidades y conocimientos tecnológicos, organizativos, directivos, Para que una organización logre obtener ventajas competitivas deberá realizar el análisis de sus recursos, habilidades y conocimientos, valorando dichas variables no sólo en sí mismas, sino teniendo en cuenta las empresas que en el mercado satisfacen la misma necesidad (competidores) Aquellos recursos o habilidades que muestren un mayor potencial competitivo, deberán ser considerados críticos o estratégicos y las empresas deberán realizar las inversiones necesarias para mantenerlos y desarrollarlos en el medio y largo plazo.

Los recursos por sí solos no generan renta alguna; es necesaria su adecuada coordinación para conseguir ventajas sobre los competidores (Grant, 1991; Amit y Schoemaker 1993). Las capacidades son precisamente esto, la facultad de gestionar adecuadamente los recursos para realizar una determinada tarea dentro de la empresa (Grant, 1991). En definitiva, las capacidades son la forma en que la empresa

combina sus recursos (Amit y Schoemaker, 1993) y permiten incrementar el stock de recursos intangibles, desarrollar las actividades básicas más eficientemente que sus competidores y, por último, adaptarse a los cambios implantando estrategias de forma anticipada (Collis, 1994).

El conocimiento de los recursos estratégicos, contribuirá a profundizar en el conocimiento de las MyPyME, al mismo tiempo que será de utilidad para la gestión práctica de este tipo de empresas.

Para que las MYPYME mejoren su posición relativa respecto a su competencia, es necesario que los directivos sean capaces de identificar las áreas clave de gestión, es decir, aquellos elementos que la empresa debe asegurar para situarse en una posición relativa superior que sus competidores. (Pil y Holwelg, 2003).

Es importante mencionar a la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), impulsada por las Universidades de Cantabria, Murcia y Politécnica de Cartagena, junto con el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, la Consejería de Economía y Hacienda de Cantabria, la Fundación UCEIF y Cajamurcia, proporciona un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos Económico y social de la Pyme, en orden a realizar actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación; así como a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, el asesoramiento mutuo, y el desarrollo de proyectos de interés común que redunden y contribuyan al bienestar de los pueblos. Para el cumplimiento de sus fines la Fundación ha promovido la creación formal de una Red de Universidades, bajo la denominación Red Internacional de Investigadores, la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP) es miembro de la mencionada red.

Teniendo en cuenta estas premisas el presente trabajo se centrará en el análisis, por un lado, de la percepción del entorno empresarial y, por otro, de una serie de factores relacionados con la estrategia organizativa y con los recursos internos que la literatura identifica como valiosos.

Concretamente se analizará el papel jugado por la cooperación entre empresas, los recursos humanos, la innovación y la tecnología, la calidad, las tecnologías de la información y comunicación, y los recursos financieros.

El análisis del entorno competitivo, siguiendo el modelo establecido por Porter (1985), pone de manifiesto que la empresa ganará en competitividad si es capaz de hacer frente a las conocidas cinco fuerzas competitivas: 1) la amenaza de productos sustitutivos, 2) la amenaza de los competidores potenciales, 3) el poder de negociación de los proveedores, 4) el poder de negociación de los clientes y 5) la rivalidad entre los competidores.

La empresa elegirá el perfil competitivo que mejor se adapte a las características estructurales de la industria, es decir, establecerá su estrategia de negocio sobre la base de la situación estructural de sus mercados.

Aporte original al tema:

El aporte original de este proyecto, es **producir información** que tendrá aportes en dos aspectos:

» El primero, está vinculado con **producir información** sobre las *características del sector PyME de la Argentina*, esto significa conocer las limitaciones y barreras que tienen estas empresas para convertirlas en oportunidades, siendo necesario para ello obtener información esencial que permita diseñar políticas de desarrollo.

» El segundo aporte, está vinculado a **producir información** que permita focalizar políticas públicas en sectores específicos.

Objetivos:

» Analizar la situación de las MyPyme, considerando su estrategia y principales factores competitivos, su estructura organizativa y de recursos humanos, indicadores de tecnología, calidad e innovación, el grado de utilización de las TIC, así como diferentes aspectos contables y financieros.

» Determinar las fortalezas competitivas de la MyPyme y conocer las principales dificultades para su desarrollo.

» Elaborar informes comparativos con MyPymes de otros países de la región.

Metodología:

El diseño de investigación del presente trabajo es de tipo Descriptivo

El proyecto se circunscribirá a MyPymes de la Argentina.

El relevamiento se llevará a cabo mediante una encuesta. Para el diseño del cuestionario se considerará la revisión de trabajos empíricos, así como del conocimiento previo de la realidad de las MyPyme, tratando de incorporar las variables más relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

La técnica de captación de información será una encuesta telefónica, utilizando como soporte un cuestionario cerrado dirigido al gerente o director de la empresa.

Cabe aclarar que para dar cumplimiento al objetivo 3 está prevista la celebración de convenios con universidades latinoamericanas.

Metas / Resultado esperados en el desarrollo del proyecto:

» Realizar un informe de las MyPymes argentinas que incluya de las mismas sus principales factores competitivos, estructura organizativa y de recursos humanos, el grado de utilización de las TIC, así como diferentes aspectos contables y financieros.

» Producir información que permita focalizar políticas públicas en sectores específicos.