

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

KAIROS, Revista de Temas Sociales
Universidad Nacional de San Luis
Año 9 – N° 15 (Marzo /2005)

Universidad y Desarrollo Local

Una estrategia Particular. Salón de Encuentros Empresariales

Lic. María Evelyn Becerra.ⁱ
Lic. Hilda Violeta Monje.ⁱⁱ
Ing. Juan Antonio Renaudo.ⁱⁱⁱ

1 - Introducción

Un pequeño grupo de trabajo hemos asumido la responsabilidad de recopilar y traducir en esta comunicación lo que fue la realización del Salón de Encuentros Empresariales, algunas consideraciones teóricas que la guiaron y unas breves reflexiones como una primera aproximación de resultados con final abierto para ser congruentes con el sentir de la propuesta.

Quienes en este momento producimos este documento no somos más que la punta de un iceberg, sólo el extremo visible de lo que fue un auténtico equipo de trabajo. Permítasenos también en esta introducción expresar lo que esta experiencia significa para algunos en este momento, cuando en la década del '90 nos introducíamos en el mundo de Ilya Prigogine y hoy desde el Desarrollo Local, poder vivenciar lo que entonces leíamos y escribíamos con mucho entusiasmo... pero sin pensar que años después podríamos ser pequeñísimos protagonistas de esas expresiones.

2 - Algunas consideraciones sobre Desarrollo Local

Las respuestas genéricas han demostrado ser insuficientes, es necesario revalorizar los regionalismos y utilizar elementos o técnicas disponibles localmente.

No existe un centro único, sino centros que funcionan como organizadores. Nuestro tiempo observa una trama plural, con múltiples ejes problemáticos.

La necesidad de diálogo, la necesidad de un nuevo diálogo con la naturaleza.^{iv}

El desarrollo Local aparece como una nueva manera de mirar y actuar desde el territorio en el contexto de la globalización. “La pregunta es ¿de qué manera generamos factores para que nuestros territorios se vuelvan más aptos para crecer, para recibir inversiones, para generar mayores y mejores dinámicas, para vincularse mejor con el país y con el mundo?” (Galliccio, 2004 Pág. 25)

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

Las iniciativas desde el territorio se caracterizan por el intento decidido de buscar mayor aprovechamiento de los recursos endógenos a través de la mejor articulación en redes de los diferentes actores políticos, sociales y económicos locales (empresas, universidades, municipalidades, centros tecnológicos, consultorías, entidades financieras, etc.), a fin de incorporar mayores contenidos de intangibles en el valor agregado de conocimientos concretos en la actividad productiva y la gestión empresarial. Mediante la mejor vinculación entre los sistemas de educación y capacitación con el perfil del sistema productivo local, la mejora de la comercialización, diseño, calidad de los productos, etc.

Algunos de los rasgos específicos son:

- Ø Enfoque Multidimensional
- Ø Orientación a la cooperación y negociación entre actores
- Ø Necesidad de actores y agentes de desarrollo

El enfoque multidimensional incluye lo social y cultural - que remite a los objetivos últimos en el sentido de para qué hacemos lo que hacemos - , lo ambiental, lo político y lo económico. Esta última dimensión vinculada a la creación, acumulación y distribución de la riqueza.

La propuesta central de este trabajo se relaciona directamente con la dimensión económica entendida no en el sentido tradicional donde los objetivos remiten al crecimiento cuantitativo y grandes proyectos sino a numerosos proyectos de menor tamaño y de procesos de innovación con una mejor calidad en los productos y una mayor flexibilidad en la producción.

Siguiendo a Galliccio el desarrollo económico local tiene como fundamental objetivo generar riqueza en el territorio en el cual estamos y los instrumentos para lograrlo son

- ü Fortalecimiento de las empresas existentes además de generar nuevos emprendimientos. Es indispensable bajar la mortalidad de los emprendimientos ya existentes
- ü Atraer empresas e inversiones: hay que ser capaces de crear factores intangibles, ya que son los que están explicando cada vez más la radicación de inversiones.
- ü Integración y diversificación de la estructura productiva
- ü Mejoramiento de los recursos humanos
- ü Coordinación de Proyectos y Programas

3 - Universidad y Desarrollo Local

La universidad, consciente de ser uno de los actores que participan en procesos de desarrollo local, expone su posición frente a este desafío que por otra parte no es nuevo a través de la siguiente expresión de la Secretaría de Políticas Universitarias “ El enfoque del desarrollo endógeno está produciendo cambios visibles tanto en el campo de las Políticas Públicas como en el plano de la reflexión y la creación de conocimiento acerca de la problemática del desarrollo...Desde los principios y desde las capacidades operativas, las Universidades están en condiciones de consolidarse en su rol de actores fundamentales para el desarrollo de los

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo
territorios. De allí la importancia de implementar acciones de transferencia tecnológica para el desarrollo Local “

Una manera de participación de la Universidad en estos procesos puede asimilarse en alguna medida a lo que Marsiglia refiere “La intervención para el desarrollo Local se concibe como aquella actividad profesional que lleva a cabo un equipo interdisciplinario en un área geográfica, para alcanzar resultados concretos. Estos surgen del análisis de situación de ese territorio con los diferentes actores. Las restantes tareas consisten en definir un diagnóstico, formular y ejecutar proyectos y líneas de acción en función de las prioridades fijadas y evaluar y sistematizar el proceso y sus resultados. La intervención no se agota en el hacer, sino implica integrar espacios de reflexión y análisis de la experiencia del equipo técnico y de los actores involucrados. El objetivo es reflexionar sobre la construcción de ámbitos de encuentro, intercambio horizontal y concertación de intereses entre actores, identificando también los contextos institucionales que lo favorecen”. (Marsiglia y Pintos, 1999, Pág. 291)

4 - Desarrollo Económico Local

El funcionamiento de la actividad empresarial no se realiza en el vacío. Por el contrario, se encuentra en un determinado territorio o localización geográfica, en un conjunto determinado de eslabonamientos productivos con proveedores de insumos, por un lado, y con clientes y mercados, por otro. En otras palabras, es necesario identificar la localización de la empresa tanto en su territorio concreto como en su cluster respectivo.

La eficiencia productiva no depende tan sólo de lo que ocurra al interior de la empresa, en términos de su reorganización inteligente, sino también del resultado de la dotación, la orientación y la calidad de las infraestructuras básicas y de los servicios avanzados de apoyo a la producción existente en su entorno territorial, como asimismo de la eficiencia que se alcanza en el conjunto de las relaciones y las redes que existen en el cluster al que pertenece dicha empresa. Las empresas no protagonizan en solitario la pugna competitiva en los mercados, también compiten en el entorno territorial e institucional donde se encuentran el cual explica la eficiencia productiva y la competitividad empresarial. Una sociedad se organiza colectivamente con eficiencia o no lo hace. Ello es esencialmente una tarea colectiva, o ejercicio sistémico, que requiere instancias de concertación entre actores y mecanismos institucionales de organización. Para mantener la eficiencia productiva y competitividad es crucial mantener la tensión por la innovación incesante lo cual es un ejercicio que no sólo compete a las empresas sino a las relaciones de las empresas entre sí y, sobre todo, a las relaciones de las empresas con su propio entorno territorial. Si esto es válido para todo tipo de empresas, lo es mucho más para las micro, pequeñas y medianas empresas que por sí solas no pueden acceder a los servicios avanzados de apoyo a la producción que hoy requieren los procesos de innovación productiva y empresarial (Alburquerque y Diputación de Barcelona, Págs. 9 y siguientes.)

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

5 – Algunas características del sector industrial local

La estrategia sobre la que trata este documento se localiza en la ciudad de Villa Mercedes, provincia de San Luis, por lo que se detallan a continuación algunas características de la zona. Esta provincia cambia su estructura productiva como resultado de la aplicación de un régimen de promoción industrial (leyes 21.608, 22.021 y 22.702). Aprovechando los beneficios impositivos se radicaron en la provincia (especialmente en San Luis capital y Villa Mercedes) a principios de la década del '80 más de 300 empresas. Muchas de ellas eran "empresas grandes" de capitales nacionales. En los años '90 los procesos de fusión de grupos económicos y de relocalización de industrias manufactureras en zonas periféricas y semiperiféricas impactaron también en San Luis. De este modo nos encontramos hoy en la ciudad de Villa Mercedes con un grupo de aproximadamente 90 empresas industriales en actividad de las cuales más de 30 pueden caracterizarse como medianas y grandes (con más de 50 empleados directos); algunas de estas plantas industriales pertenecen a grupos económicos de primer nivel nacional e internacional (AGD- Mastellone –Ledesma – Acindar- Grupo Techint- Crafmsa – Procter&Gamble – Kraft-Foods – Arcor- Grupo Danone – Cerámica San Lorenzo – Grupo Baggio – QuickFood -Alpargatas – Imca y Per – Formar S.A.).

Los rubros más significativos, por envergadura de fábricas y personal ocupado, corresponden a empresas Alimenticias, Metalúrgicas y Metalmecánicas; pero también se observan industrias de rubros diversos como textil, papeleras, químicas, electrónicas, auto partes y confección.

Este segmento de empresas no está todavía arraigado como "empresas propias" de Villa Mercedes y son limitados los puntos de articulación con empresas Pymes y Pymis de servicios locales que sólo cubren un porcentaje escaso de la demanda global de insumos, materias primas y servicios.

En referencia a las Pymes locales, si bien se trata de un grupo muy heterogéneo, la mayoría de las firmas comparten características significativas en su situación de producción.

El Plan Estratégico de Villa Mercedes (2003) al analizar el área "Producción y Desarrollo Económico Regional", ha definido tres "nudos críticos" para el problema identificado como "Ausencia de una política integral que promueva la reconversión de las Pymes." Estos nudos son: a) Baja calidad de los servicios prestados por proveedores locales a las grandes empresas de manufactura radicadas en la ciudad de Villa Mercedes, b) Falta de capacitación a las Pymes locales para adaptarse a las nuevas exigencias de productividad y calidad y c) Ausencia de Pymes con desarrollo tecnológico innovador.

Podemos caracterizar a las Pymes del medio como establecimientos con una baja participación relativa del componente capital entre sus recursos disponibles. La posibilidad de acceder a bienes de capital que permitan mejorar su productividad está limitada por falta de una

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo
política económica específica para el sector que permita superar la desarticulación oferta / demanda de tecnología.

Poma y Boscherini (2000) señalan dos limitaciones principales para los procesos de generación de agregaciones de empresas con características de distritos industriales en Argentina. Ambas están presentes y podríamos decir que de manera ampliada en el territorio local.

La industrialización en Villa Mercedes no obedece a un proceso de desarrollo de capacidades endógenas sino que se da por una política de promoción industrial. Este tipo de políticas, si bien permitió un crecimiento económico importante, simultáneamente consolidó temporalmente, en el territorio, un sentido empresario “de bajo riesgo”. Esto va decreciendo paulatinamente a medida que van concluyendo los beneficios impositivos, lo cual debe llevar a nuevas decisiones estratégicas que proyecten los negocios hacia los próximos años sin el soporte de la promoción y con las componentes naturales del riesgo empresario para su supervivencia en el mediano y largo plazo.

Hacia fines de 2003, sobre un total de 277 empresas industriales operando en la Provincia, ya son más de 110 las empresas que no gozan de beneficios promocionales por Leyes Nacionales. A excepción de algunos casos puntuales no se han producido cierres de establecimientos y no se conocen proyectos de reducción en los planes de trabajo de la mayoría de las Industrias radicadas que están operando con índices razonables de producción. Esto se ha facilitado en parte por el proceso de devaluación de nuestra moneda en los últimos dos años, y el impacto de la sustitución de importaciones en los procesos industriales.

La segunda limitación está dada por un “insuficiente grado de desarrollo del sistema institucional (en el sentido de pautas y normas de comportamiento) que acompaña y apoya las actividades del sector económico y de la sociedad civil”.

Como contrapartida cabe destacarse que hay cada vez más inquietudes por parte de los distintos actores para conformar espacios de articulación donde plantear y debatir problemas y tratar de encontrar soluciones. (Documento de trabajo de Gutvay, Mónica con aportes de André, Martín¹)

6 - Una Estrategia particular

6.1 - El Salón de Encuentros Empresariales

El Salón de Encuentros Empresariales constituye una estrategia que contribuye al desarrollo local promoviendo un aumento de la actividad económica local a través de una mayor interrelación entre empresas productivas del medio.

Esta alternativa se enmarca dentro de lo que se denomina desarrollo de proveedores apuntando a que progresivamente las empresas radicadas en un territorio se provean localmente de los bienes y servicios que requieren sus actividades productivas

¹ André, Martín. Presidente de la Cámara de la Industria de Villa Mercedes y zona de influencia

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

En un contexto como el señalado anteriormente de Villa Mercedes y la región este objetivo se sostiene en la existencia de un conjunto de empresas de envergadura que requieren una considerable cantidad de bienes y servicios, pero abastecidos mayoritariamente fuera del territorio y un conjunto de Pymes que potencialmente podría satisfacer buena parte de dichos requerimientos si se efectúan las acciones necesarias.

Un primer paso consiste precisamente en procurar espacios de encuentro que permitan conocerse o profundizar los contactos, según los casos, hechos que no han resultado sencillos hasta el momento por diferentes motivos.

Por lo tanto el Salón de Encuentros empresariales es un ámbito en el cual las empresas e industrias se encuentran con diferentes PYMES y proveedores locales en un intento por acercar las demandas y ofertas de productos y servicios de la región. Asimismo permite establecer redes entre Pymes a fin de incentivar proyectos de asociatividad o cooperación que permitan futuros desarrollos conjuntos.

Para el caso específico el I del Salón de Encuentros empresariales de Villa Mercedes y la Región los objetivos fueron:

- Establecer un espacio donde las empresas proveedoras locales tengan acceso a presentar sus productos y servicios a las distintas empresas consumidoras.

- Permitir a las grandes empresas exponer sus necesidades y requisitos para la compra de productos y servicios a fin de relacionar las necesidades de la demanda y las posibilidades y potencial de las empresas oferentes.

- Crear redes entre empresas con el fin de incentivar proyectos de asociatividad o cooperación que permitan futuros desarrollos conjuntos.

- Informar sobre herramientas de capacitación en diferentes temas tales como calidad, estrategia, desarrollo, recursos humanos, entre otros.

- Establecer una codificación inicial de las empresas proveedoras de la región, definiendo sus características.

- Realizar un inventario de los insumos (productos y servicios) que requieren las empresas, sus proveedores, características de los mismos, expectativas de servicio al cliente, entre otros.

- Generar una base de datos de las empresas ordenada por rubros que permita el acceso a información sobre la oferta local de servicios y de provisión de insumos.

6.2 - Los organizadores

La organización del Salón de Encuentros Empresariales fue planeada por el PROYECTO ADELO (Aporte para el Desarrollo Local) que es un proyecto de Extensión de la Universidad Nacional de San Luis. Este proyecto tiende a contribuir a la mejora de la integración entre empresas de distinto tamaño de la región a través de dos objetivos generales:

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

ü Propiciar ámbitos de encuentro donde se trabaje sobre diferentes líneas de acción para identificar los obstáculos y se propongan alternativas para superar las limitaciones que dificultan la integración.

ü Elaborar un sistema de información continuo que permita un mayor conocimiento entre los diferentes actores, sus características y sus producciones de modo que se constituya en una herramienta para la toma de decisiones.

Lo integran docentes, investigadores y alumnos de carreras de Ingeniería y Ciencias Económicas y Sociales de la FICES y participan otras instituciones tales como:

- ü Cámara de la Industria de Villa Mercedes
- ü Cámara de Pymes de Villa Mercedes
- ü Municipalidad de Villa Mercedes:
- ü PROICO N° 59.903 “El Mercado laboral en la Provincia de San Luis”, línea “Desarrollo Local”

6.4 - La metodología

La metodología para llevar a cabo esta propuesta puede esquematizarse en tres etapas:

- ✓ Planificación
- ✓ Ejecución
- ✓ Evaluación y elaboración de resultados

Planificación

1 - Reuniones entre integrantes de los diferentes sectores participantes, en este caso particular, Universidad, Cámara de la Industria, Cámara Pyme, Municipalidad de Villa Mercedes para determinar:

- Objetivos del encuentro
- Destinatarios
- Procedimiento de realización del Encuentro
- Fecha y lugar de realización
- Financiamiento
- Asignación de responsabilidades entre los integrantes

2 – Elaboración de una ficha de inscripción que incluye los datos de estructura de las empresas y un listado de bienes y servicios de acuerdo con la CIU (Calificación Internacional Industrial Uniforme) donde las empresas deben marcar los productos que ofrecen y los productos que demandan.

3 – Diseño de una Base de Datos para procesar la información relevada con la ficha mencionada que permite cruzar la información entre bienes y servicios ofrecidos y demandados.

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

4 – Elaboración de agendas de encuentro entre las empresas en donde coinciden la oferta con la demanda – Redacción de las estrategias de trabajo del Salón de Encuentros

5 – Selección y capacitación de facilitadores. Se capacita a un conjunto de estudiantes y graduados recientes de las carreras de Licenciatura en Trabajo Social, Contador Público, Licenciatura en Administración y diferentes orientaciones de Ingeniería. Su función consiste en asistir a los organizadores en las múltiples actividades que implica la realización y se sistematizan en actividades con relación a:

- § Organización del espacio físico
- § Inscripción
- § Acreditación
- § Monitoreo de la Sesión

6– Determinación del Programa de Actividades

7 – Elaboración de una grilla de seguimiento de actividades y de evaluación por parte de los participantes.

Ejecución

En esta etapa se materializan todas las actividades planificadas, no obstante la dinámica de esta estrategia que lleva consigo una serie de imponderables, lo que requiere cierta flexibilidad en la ejecución de las actividades planeadas, como así también capacidad y habilidad para responder prestamente a reprogramaciones en las agendas.

Evaluación

En esta etapa se revisa el funcionamiento del encuentro, el grado de acercamiento entre la planificación y la ejecución, que aspectos de la planificación debieran ser corregidos en futuros encuentros, de que modo fueron resueltos las diferentes situaciones no previstas, cuales fueron las opiniones verbales recibidas y las percepciones de los integrantes de la organización, particularmente de los facilitadores que estuvieron durante todo el Encuentro en contacto directo con los empresarios.

Además se procesa la información contenida en la grilla de seguimiento y evaluación de los participantes para luego redactar un informe sobre resultados (Anexo I), el que es enviado a todos los participantes del evento.

Desde otro punto de vista, se evalúa la tarea desde el proceso en sí y desde el desenvolvimiento del equipo interdisciplinario e integrado por distintos sectores de la comunidad local.

Reflexiones finales

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

De la realización del Salón de Encuentros Empresariales se pueden arriesgar algunas reflexiones:

En primer lugar permitió cumplir acabadamente con los objetivos del Proyecto Adelo al generar un valioso espacio de encuentro entre una parte significativa del empresariado local con empresas radicadas en el medio.

Puso en marcha la construcción de una red de actores sociales para la ejecución en un proyecto concreto de desarrollo local al integrar en esta actividad a integrantes de la Cámara de la Industria, que nuclea básicamente a las grandes empresas de capital no local, de las Pymes fundamentalmente empresarios de capital local, a la Municipalidad y a la Universidad, generando internamente también la participación de docentes investigadores y alumnos de diferentes carreras y proyectos.

La información obtenida en ambos relevamientos - fichas de inscripción y grilla de seguimiento y evaluación – permitió generar una base de datos de empresas Pymes inexistente hasta este momento, no sólo con sus datos identificatorios básicos sino además con especificación por rubros y productos. También se ha podido determinar qué rubros y productos constituyen demandas insatisfechas constituyéndose en un interesante ámbito en el cual profundizar. La constatación de que estas experiencias pueden autofinanciarse sin requerir subsidios ni aportes extraordinarios para concretarlos.

El informe preliminar sobre resultados (Anexo I) el número de contactos, cuantas entrevistas se lograron, cuales fueron las alternativas que de allí surgieron que reflejan con contundencia el aporte de esta estrategia.

La convicción de que este es un primer paso y la emergencia de la necesidad de repetir esta experiencia y complementar con otras que permitan profundizar sobre las limitaciones de las Pymes y los obstáculos a ir superando para constituirse plenamente en proveedoras de las grandes empresas locales.

Finalmente, esta experiencia ha demostrado que se puede trabajar en equipo con personas de distintas instituciones que en su esencia poseen objetivos diferentes, con formaciones diferentes y por lo tanto criterios diferentes, muchas de ellas sin conocerse anteriormente y lograr resultados aún por encima de sus aspiraciones. Este ha sido quizás el mejor ejemplo de que las premisas sobre las que se basa el desarrollo Local pueden plasmarse en proyectos concretos que generen a su vez nuevas iniciativas y nuevas asociaciones.

Bibliografía

- ALBURQUERQUE y DIPUTACIÓN DE BARCELONA**, *Manual del Agente de Desarrollo Local*, Colección de Manuales, Ediciones Sur, s/año edición. España
- AROCENA, J,(1999)** "Por una lectura compleja del actor Local en los procesos de globalización." en *Desarrollo y Globalización- CLAEH*. Uruguay. Pág. Nº 15
- BECERRA. M E, MONJE, H,** (2003) *¿Cómo Crecer?: El Debate Pendiente* 6to Congreso Nacional de Estudios del Trabajo (ASET-Buenos Aires 13 al 16 de Agosto de 2003
- CORAGGIO, José Luis**, *La promoción del desarrollo económico en las ciudades: el rol de los gobiernos municipales*. www.ungs.edu.ar/download/documentos

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

CORAGGIO, José Luis (2004) *Universidad y Desarrollo Local en La Gente o el Capital*. Espacio Editorial. Argentina

MARSIGLIA, Javier, (Compilador) (1999) *Desarrollo local en la globalización*. CLAEH. Centro Latinoamericano de Economía Humana. Uruguay.

MONJE, Hilda, Renaudo, J, Becerra, E (2004) *Universidad Nacional De San Luis Y Desarrollo Local De La Villa De Merlo (San Luis- Argentina)* Foro Federal de Investigadores y docentes

Segundo Encuentro. Buenos Aires

SECRETARIA DE POLITICAS UNIVERSITARIAS. Programa Uni.DL [http:// www.me.gov.ar](http://www.me.gov.ar) /guía temática/USP/usp desarrollo local

ANEXOS

CONCLUSIONES PRELIMINARES

1.- Introducción

En el “1º Salón DE Encuentros Empresariales de Villa Mercedes y Región” se inscribieron **17 Grandes Empresas y 60 PyMES**, de las cuales participaron activamente 16 Grandes y 53 PyMES.

Luego de un proceso de cruzamiento de información entre requerimientos de grandes empresas y ofrecimientos de las PyMES -obtenidos de la planilla de inscripción al Salón-, técnicos del Proyecto ADELO programaron 400 entrevistas. Se concretaron 317, de las faltantes algunas se reprogramaron en reuniones informales y otras no se concretaron por ausencia de alguna de las empresas. En conclusión, se cumplieron el 79.25% de los encuentros programados y además se concretaron un número importante –no determinado- de encuentros informales entre PyMES.

En el ANEXO 1 se pueden observar datos estadísticos relacionados con el 1º Salón de Encuentros. Se indica la cantidad de encuentros por empresa, la cantidad de PyMES

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo
que concretaron próximos encuentros, datos con relación a los productos ofrecidos con relación a los requerimientos y otros.

2.- Observaciones de las Grandes Empresas

Al momento de finalizar el encuentro, se solicitó a los representantes de las grandes empresas consignaran por escrito algunas observaciones con relación al desarrollo del mismo y estas son las opiniones coincidentes:

- Consideran muy importante que el Salón de Encuentros se realice por lo menos una vez por año.
- Solicitan contar con el listado de las empresas a entrevistar con algunos días de anticipación, para concurrir con los responsables de las distintas áreas de la empresa y así hacer más eficientes la entrevista.
- Solicitan contar con información sobre las PyMES a entrevistar.
- Consideran que es necesario promover reuniones entre grandes empresas para facilitar el acercamiento a fin de fijar objetivos comunes que tiendan al “desarrollo local”.
- Requieren de las PyMES confirmación de su asistencia y estricto cumplimiento de horarios en los encuentros agendados.
- Solicitan se confeccione un listado de las PyMES, incluyendo los productos que ofrecen.
- Proponen que la organización de las entrevistas sea por rubros.
- Consideran que es necesario dar mayor difusión a eventos como el realizado.

Frente a alguna de estas observaciones cabe mencionar que estaba previsto disponer y entregar las agendas de reuniones con una semana de antelación. Pero debido al pedido de numerosas PyMES debimos reabrir dos veces la inscripción al Salón, es más algunas empresas se inscribieron el jueves y otras el viernes mientras se desarrollaban los encuentros. Esta causa impidió ofrecer las agendas con anticipación. Haremos lo posible evitar el inconveniente en el próximo evento.

En el ANEXO 2² se incluye un primer directorio de empresas, el que será mejorado y completado a la próximamente. Así mismo, las empresas no registradas y que quieran incorporarse al directorio pueden enviar sus datos a los e-mails que se encuentran al final del informe.

Se ha tomado en cuenta de la necesidad de concretar nuevos encuentros similares y también de otro tipo –actividades previstas en las metas del proyecto-, por lo que se trabajará en esta dirección.

3.- Observaciones de las Pymes

De la misma manera que en el caso anterior, se le solicitó a los representantes de las PyMES aportaran sus observaciones del evento y estas son las opiniones coincidentes.

² Este Anexo II no se incluye en el documento por razones de espacio

María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

- Valoraron la importancia del Salón de Encuentros en razón a que tuvieron la posibilidad de reunirse con gerentes o responsables de compras de las grandes empresas, algo prácticamente imposible en otros ámbitos.
- Requieren mayor rigurosidad con respecto a los plazos de inscripción al Salón para así contar con la agenda con anticipación.
- Consideran que el Salón les ha posibilitado hacer conocer a las grandes empresas algunos de sus productos que aquellas desconocían.
- Consideran que el tiempo asignado por reunión era suficiente, pero solicitan que las reuniones sean más espaciadas en el tiempo.
- Solicitan que los representantes de las grandes empresas que disponen de un tiempo acotado para estar presentes en el evento, lo hagan saber con anticipación para facilitar la programación de encuentros.
- Advirtieron que en muchos casos sus productos se adaptan a los requerimientos de las grandes empresas, pero no pueden competir con los precios.
- En otros casos, el volumen del producto requerido por la gran empresa supera su capacidad de producción.

Las dos últimas observaciones abren nuevas líneas de trabajo para el PROYECTO ADELO, como son la investigación de las causas que generan estos problemas y la posibilidad de encontrar soluciones. En principio se debería trabajar para que las PyMES avancen en el desarrollo de la mejora continua, en la gestión total de la calidad, en la mejora de la productividad, en la asociatividad entre PyMES, en el acercamiento entre empresas compradoras y empresas proveedores, etc.

4.- Listado De Productos O Servicios Insatisfechos

Al momento de realizar el cruce entre los productos o servicios requeridos por las empresas grandes y los ofrecimientos de las PyMES, se detectó que numerosos requerimientos quedaron insatisfechos. Acompañamos el listado que puede ser de importancia para las empresas participantes del Salón o para otras PyMES de la región.

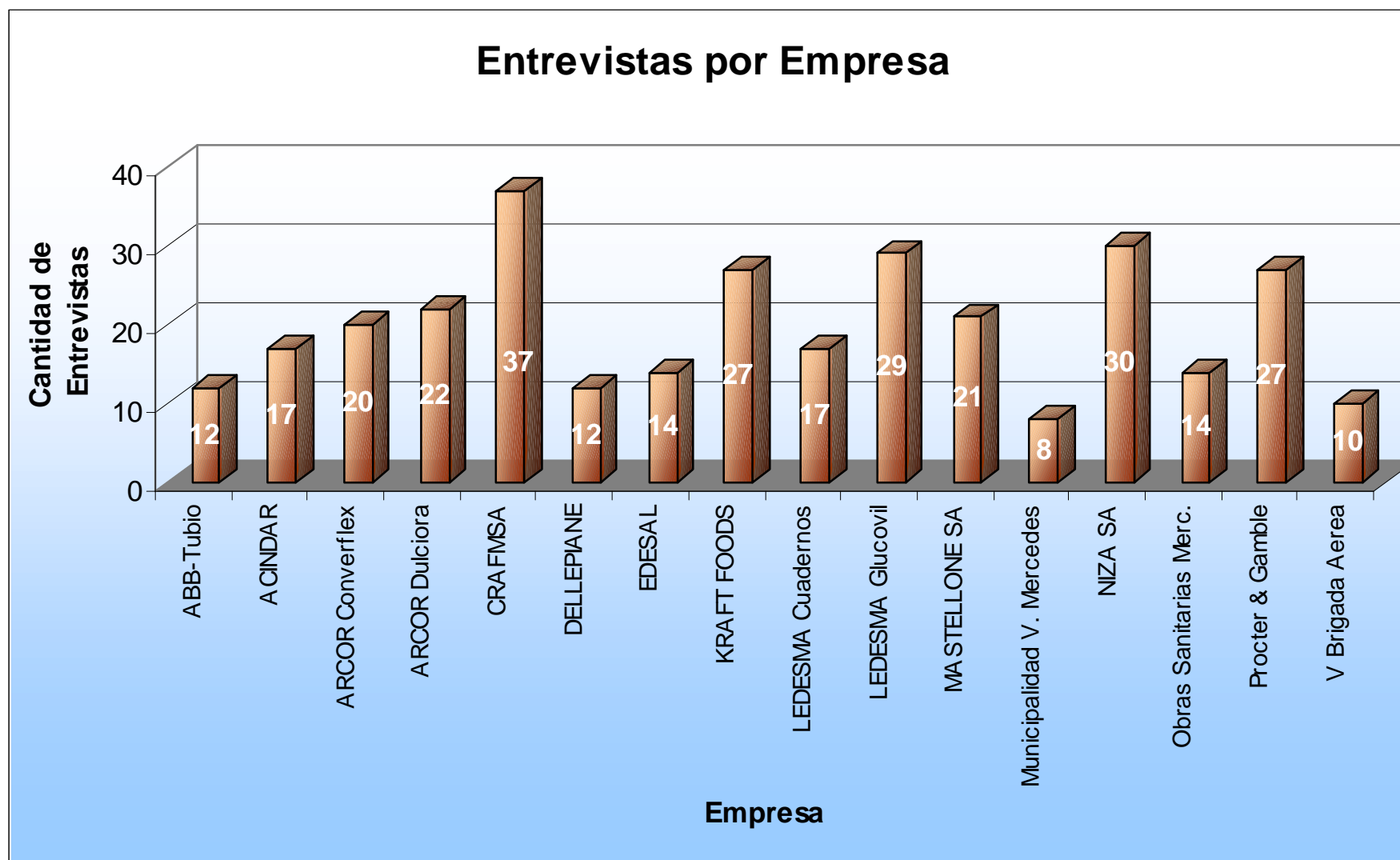
Acrílico
Aditivos para Plásticos
Alicates
Aluminio en Alambre
Aluminio-PVC
Artículos de Laboratorio de Análisis Clínicos

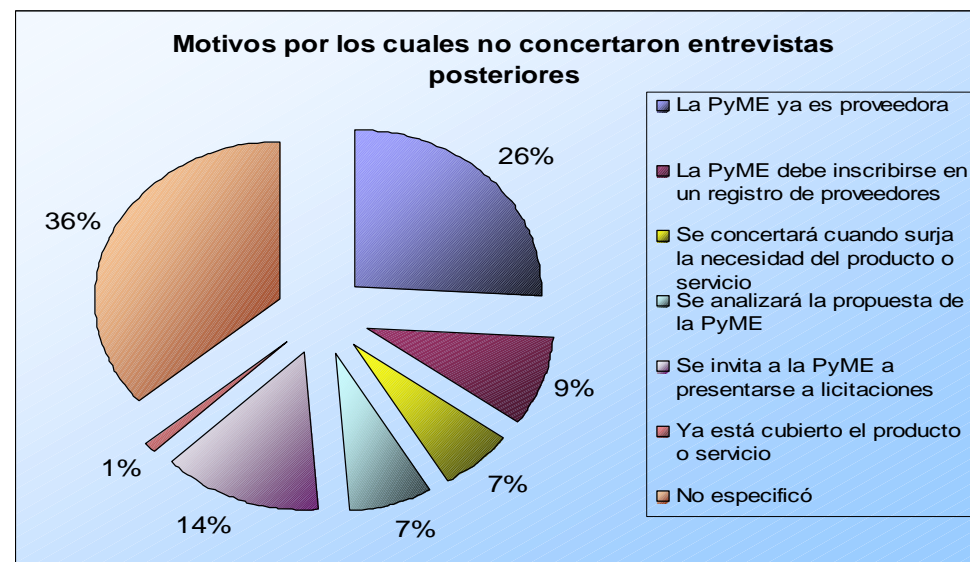
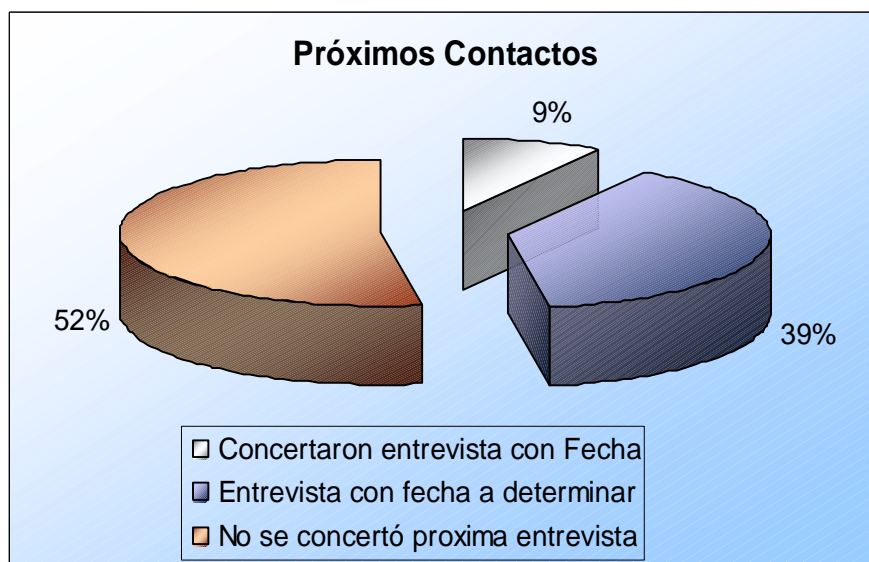
María Evelyn Becerra – Hilda V. Monje- Juan A. Renaudo

Artículos de Limpieza
Artículos de Limpieza Ecológicos
Cajas de Cartón
Coberturas de Seguros
Despachante de Aduanas
Diamantes Industriales
Distribuidores Rubro Instrumentación
Electrógeno
Equipamiento Gas
Especias Deshidratadas
Fajillas de Cartón Autoadheribles
Farmacéuticas
Frascos
Gases Refrigerantes
Goma Moldeada Poliuretano
Leasing
Litografías
Mantenimiento de Autoelevadores
Material para Sistemas de Información Computarizado
Medicamentos
Neumáticos para Camiones y Equipos Pesados
Packaging (Líneas vacío, Cook In)
Piezas de Fundición
Pigmentos Orgánicos Varios
Radiadores para Grupos
Reactivos para Laboratorio
Sal
Servicio de Camión VAC-ALL (aspiración por arrastre)
Servicio de Catering
Servicio de Limpieza
Servicio de Mensajería
Servicio de Publicidad
Servicio de Vigilancia

Ing. Héctor José Becerra
Director

Ing. Osvaldo Phillpott
Director





ⁱ Licenciada en Administración. Universidad Nacional de San Luis. F.I.C.E.S. Argentina. Docente-investigador. Codirectora del Proyecto de Investigación 59903 “El mercado laboral en la provincia de San Luis” .ebecerra@fices.unsl.edu.ar

ⁱⁱ Licenciada en Trabajo Social. Universidad Nacional de San Luis. F.I.C.E.S. Argentina. Docente-investigador. Integrante del Proyecto de Investigación 59903 “El mercado laboral en la provincia de San Luis” hmonje@fices.unsl.edu.ar

ⁱⁱⁱ Ing. Civil. Docente-investigador. Universidad Nacional de San Luis. F.I.C.E.S. Argentina. Integrante del Proyecto de Investigación 59903 “El mercado laboral en la provincia de San Luis”.
jrenaud@fices.unsl.edu.ar

^{iv} PRIGOGINE, Ilya y otros. Nuevos Paradigmas, Cultura Y Subjetividad. Paidós 1994. Argentina.