

Evaluación de la promoción industrial provincial en el sector metalmecánico de Córdoba

Tavella, Marcelo; González, Gustavo; Miropolsky, Ariel; Manera, Roxana
CITED. UTN – FRC, Maestro López esq. Cruz Roja. S/N. Ciudad Universitaria, Cba Capital
cited.utn@gmail.com

Resumen

Las políticas de promoción industrial han representado instrumentos utilizados por los estados para propiciar el desarrollo industrial. Al parecer, las leyes de promoción industrial de la provincia de Córdoba han tenido tal efecto sobre el desarrollo de la estructura productiva provincial, transformándola de principalmente agrícola ganadera a una economía mixta, con fuerte influencia de la actividad manufacturera y de servicios.

Dentro del sector económico de la industria manufacturera de la provincia, la industria metalmecánica y en particular la autopartista, cumple un papel fundamental, ya que históricamente la ciudad de Córdoba ha sido sede de importantes empresas de gran escala de producción automotriz. Además, otras ramas de la industria metalmecánica han tenido un importante desarrollo en regiones geográficas provinciales con una participación destacada en su entramado productivo, tal como sucede con la industria de la maquinaria agrícola en el este provincial o la manufactura de maquinaria y equipos industriales en varios departamentos provinciales.

El propósito del presente trabajo es evaluar los efectos de las políticas de promoción industrial vigentes en la provincia de Córdoba en la industria metalmecánica en los últimos cinco años (pre pandemia) a efectos de que sirva como insumo para optimizar las actuales herramientas promocionales.

A tal fin, se diseñó una encuesta siguiendo los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas, dirigida al titular, gerente o responsable idóneo de la empresa, a efectos de recabar datos sobre el entrevistado, la organización, los instrumentos promocionales y los proyectos por los que solicitaron los beneficios.

Abstract

Industrial promotion policies have represented instruments used by states to promote industrial development. Apparently, the industrial promotion laws of the province of Córdoba have had such an effect on the development of the provincial productive structure, transforming it from being mainly agricultural and livestock to a mixed economy, strongly influenced by manufacturing and services.

Within the economic sector of the province's manufacturing industry, the metal-mechanic industry and in particular the auto parts industry, plays a fundamental role, since historically the city of Córdoba has been the headquarters of important large-scale automotive production companies.

In addition, other branches of the metal-mechanic industry have had an important development in provincial geographical regions with an outstanding participation in its productive framework, as is the case with the agricultural machinery industry in the east of the province or the manufacture of machinery and industrial equipment in several departments of the province.

The purpose of this work is to evaluate the effects of the industrial promotion policies in force in the province of Córdoba in the metalworking industry in the last five years (pre-pandemic) in order to serve as an input to optimize the current promotional tools.

To this end, a survey was designed following the principles of stratified sampling in finite populations, addressed to the owner, manager or suitable person in charge of the company, in order to collect data on the interviewee, the organization, the promotional instruments, and the projects for which applied for the benefits.

Palabras clave: Promoción, desarrollo, metalmecánica, políticas públicas

INTRODUCCIÓN

El desarrollo industrial ha sido siempre un objetivo a alcanzar por la mayoría de los países que anhelan fortalecer su presencia tanto en los mercados nacionales como en los internacionales. En Argentina la industria ha sido desde hace varias décadas, un factor que influye fuertemente en la economía interna del país, dándose lugar, de esta forma, generación de beneficios para la creación y/o desarrollo de empresas, abriéndoles puertas y ampliando horizontes a emprendimientos innovadores de distintos sectores productivos.

De hecho, las políticas de promoción industrial han representado históricamente instrumentos utilizados por los estados para propiciar el desarrollo industrial. El estudio de la trama de relaciones que devinieron en la formulación de estrategias, los criterios adoptados, sus rasgos distintivos, así como los avatares de su implementación, constituyen núcleos de preocupaciones para la explicación de los procesos de industrialización [1].

Se debe tener en cuenta que una adecuada política pública corresponde a aquellos cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo político definido que son desarrollados por el sector público, con la participación de la comunidad y el sector privado [2].

Las políticas públicas orientadas a la creación de las condiciones estructurales para facilitar un efectivo proceso evolutivo empresarial pueden activar las fuerzas endógenas del mercado y permitir la formación de entornos productivos dinámicos que otorguen escenarios favorables al desarrollo productivo regional [3].

Es así que, en particular en la provincia de Córdoba, las Leyes de Promoción Industrial se gestionaron, sin lugar a dudas, como políticas públicas. Consecuentemente, los regímenes de promoción industrial han tenido tal efecto sobre el desarrollo de la estructura productiva provincial, que lograron transformarla de principalmente agrícola ganadera a una de economía mixta, con fuerte influencia de la actividad manufacturera y de servicios.

Al ser la promoción industrial de la provincia de Córdoba una política gubernamental que trascendió al gobierno y a la administración que la diseñó y gestionó, ha constituido conjuntamente, una política de estado [4], que se encuadra a su vez dentro de lo que se define como política industrial, entendiendo a esta como “aquellas medidas que apuntan a modificar de manera coordinada la estructura industrial por sectores incidiendo coordinadamente en la estructura a nivel regional y fomentando la competitividad y

productividad” [5]. Dicho en otras palabras, la política pública industrial puede ser vista desde dos enfoques:

- a) Como una respuesta a las fallas de mercado y
- b) Como una visión donde no se busca compensar distorsiones sino generar y estimular determinados sectores para alterar y moldear una nueva estructura productiva.

En el primer caso, la intervención busca resolver, por ejemplo, las dificultades de acceso al crédito para las PyMEs, la falta de mano de obra calificada, etc. En el segundo caso, la intervención pasa por la inexistencia de determinados mercados y la acción directa del Estado para generarlos o promoverlos [6].

Las leyes de promoción industrial en la provincia de Córdoba emergen como una herramienta que intenta contribuir a la estabilidad institucional y empresarial en miras de progresos sustantivos en un mediano y largo plazo. Pero las mismas, según el régimen jurídico argentino, y tal como menciona Schvarzer [7], no tienen vigencia sin sus respectivos decretos reglamentarios estipulados por el Poder Ejecutivo. Los decretos fueron formas específicas que ampliaron, limitaron o condicionaron el ámbito de estas políticas. Por tal razón su análisis resulta asimismo sumamente valioso.

En la provincia de Córdoba, la primera Ley de Promoción Industrial (Ley provincial N° 3992) [3] se sancionó en el año 1942. Su objetivo principal fue constituirse como un pilar legal esencial promotor del desarrollo de la industria local a favor de una evolución productiva territorial sustanciosa. A partir de entonces, se sucedieron diversas sanciones de leyes de promoción industrial que fueron derogando a las anteriores (por incluir nuevos aspectos antes no contemplados) [8].

Asimismo, se crearon marcos legales especiales dirigidos a la promoción de una actividad o bien una empresa en particular y programas específicos para áreas geográficas puntuales, destinados a promover el desarrollo industrial y las economías regionales en los departamentos menos desarrollados de la provincia.

La materia a abordar es de considerable importancia tanto para el sector público y como para el privado en la medida que ambos presentan intereses positivos en la temática. En lo que refiere al primero, la promoción de las leyes, supone un desvío de fondos públicos hacia el sector privado, a los fines de obtener resultados tangibles en materia de desarrollo regional, creación de empleo, impulso de exportaciones, atracción de inversiones extranjeras y transferencia tecnológica [9]. Respecto al sector privado, el tema a tratar también resulta de peculiar interés al exponer los resultados obtenidos en materia de crecimiento y desarrollo por parte de aquellas empresas que ya han gozado de los

beneficios otorgados por las leyes. Al apreciar los alcances y beneficios reales ya alcanzados por numerosas compañías condicionaría indefectiblemente nuevas y plausibles inversiones desplegadas por el sector.

En este contexto cabe mencionar que, dentro del sector económico de la industria manufacturera de la provincia de Córdoba, la industria metalmecánica y en particular la autopartista cumple un papel fundamental, ya que históricamente la ciudad de Córdoba ha sido sede de importantes empresas multinacionales de gran escala de producción autopartista (y también de otros rubros). Es así que la ciudad capital transforma a Córdoba en la segunda provincia (luego de Buenos Aires) de mayor producción automotriz [10].

Otras ramas de la industria metalmecánica han tenido un importante desarrollo en regiones geográficas provinciales con una participación importante en su entramado productivo, tal como sucede con la industria de la maquinaria agrícola en el este provincial o la manufactura de maquinaria y equipos industriales en varios departamentos de la provincia de Córdoba.

Sin lugar a dudas, las políticas gubernamentales que favorezcan este tipo de movimiento de los factores productivos tienden a mejorar la situación y posición económica de una región.

DESARROLLO

La presente investigación se encuadra en el análisis del impacto que han tenido para la industria metalmecánica de la provincia de Córdoba durante el período comprendido entre los años 2014 a 2018, los dos regímenes de promoción industrial vigentes en esos años, a saber: la Ley de promoción industrial N° 5319 [11], sancionada en el año 1971, que derogaría a todas las leyes provinciales anteriores de promoción industrial y que se establece como una norma troncal en la materia vigente hasta nuestros días. Esta Ley busca promover el desarrollo industrial de la provincia de Córdoba, a través del otorgamiento de beneficios impositivos.

La segunda es la Ley N° 9727 [12], sancionada en el año 2009 que crea el “Programa de Promoción y Desarrollo Industrial de Córdoba” cuyo objeto es promover el desarrollo, la competitividad y la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) industriales que se encuentren radicadas o se radiquen en la provincia de Córdoba, y otorga mayores beneficios para las que lo hagan en el noroeste provincial. El foco puesto por parte de esta norma en las PyMEs, se debe al alto nivel de incidencia que tienen las mismas en el aparato productivo nacional y provincial.

En nuestro país las PyMEs aportan casi el 70% del empleo, el 50% de las ventas y más del 30% del valor agregado [13].

Por otra parte, según datos suministrado por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE), dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación [14], a finales del 2018 se encontraban radicadas en la Provincia de Córdoba alrededor de 1640 empresas cuya rama de actividad corresponden al sector de la industria metalmecánica.

Del total de empresas pertenecientes al rubro metalmecánico de la provincia de Córdoba, solo se abarcó en este trabajo a las que fueron beneficiadas por alguna de las dos Leyes de Promoción Industrial vigentes en la actualidad. Para ello, se solicitó a la Secretaría de Industria de la Provincia de Córdoba información sobre las empresas que habían sido beneficiadas por las leyes de promoción industrial, durante el período comprendido entre los años 2014 a 2018.

Desde la Secretaría se proporcionó una base de datos para este requerimiento en el que se identificaron un total 234 empresas beneficiadas por alguna de las dos leyes en el período de análisis. De éstas, un total de 69 empresas pertenecen al sector de la actividad metalmecánica o relacionada a éste, en el cual se centra la presente investigación.

Una vez depurada la base de datos se procedió a la determinación del tamaño de la muestra, para lo cual se siguieron los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas [15] y [16], siguiendo las fórmulas que se presentan a continuación:

$$n_0 = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2} \quad (1)$$

En la que n_0 es el tamaño de la muestra sin considerar el factor de corrección de población finita, p es la porción verdadera de éxito, es decir, el parámetro de población, que en este caso se considera con un valor de 0,5. Z es el nivel de confianza deseado que fue establecido en un 90%, que equivale a un valor de 1,65 y e es el error de muestreo permitido, que en nuestro caso es del 10%, es decir de 0.1.

Aplicando (1), se calculó un valor para $n_0 = 68,06$. Posteriormente se calculó el tamaño de la muestra real, mediante (2), aplicando el factor de corrección n_0 .

$$n = \frac{n_0 \cdot N}{n_0 + (N - 1)} \quad (2)$$

Donde N es el tamaño de la población, es decir, las 69 empresas que recibieron beneficios de promoción industrial y que se desarrollan dentro de la actividad metalmecánica o afin, y n es finalmente el tamaño de muestra real y representativa a utilizar en este trabajo, con un valor de $n = 35$ empresas.

Una vez determinado el tamaño de la muestra, se realizó el trabajo de campo, el cual se ejecutó entre los meses de marzo de 2020 a abril del 2021, empleando una encuesta estructurada con una mayoría de preguntas cerradas y la incorporación de algunas preguntas abiertas, utilizando como soporte un cuestionario dirigido al responsable, gerente o experto de las PyMEs del sector metalmecánico, es decir, a aquellas personas que tienen competencias desde su desempeño laboral o formación profesional.

Por lo anterior, pareció importante, como punto de partida, establecer cuál es la relación del entrevistado (referente) con la empresa.



Figura 1. La relación del referente encuestado con la empresa

Fuente: Elaboración propia

En la figura 1 se evidencia que la gran mayoría pertenece al equipo directivo o gerencial o es dueño de la empresa (74 %), en tanto que solo 2 de los encuestados (representando el 6%) es familiar del grupo fundador. El 20 % restante lo componen administrativos y responsables de área.

Con respecto a los beneficios otorgados por cada una de las dos leyes vigente, según los resultados que se pueden apreciar en la figura 2, claramente las empresas se volcaron hacia los beneficios otorgados por la ley N° 9727 (el 91% de ellas) preferentemente por sobre la ley N° 5319 (representando el 6%), en tanto que solo una de ellas logro acceder a los beneficios otorgados por ambas leyes.

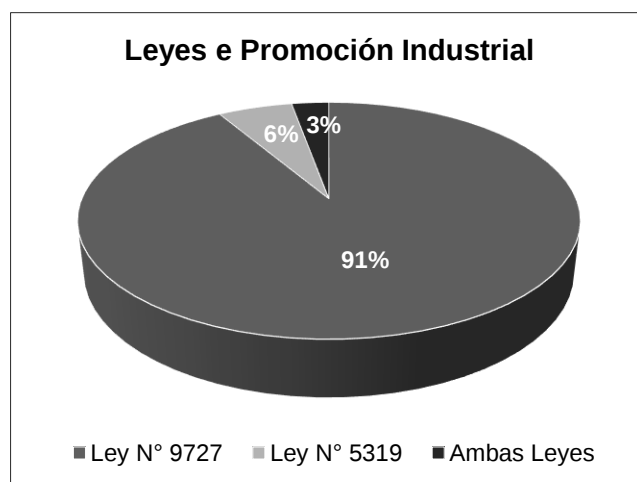


Figura 2. Incidencia de cada Ley en el total de empresas
Fuente: Elaboración propia con datos provistos por la Secretaría de Industria de Córdoba

Es de esperar esta distribución, justamente porque la Ley N° 9727 está especialmente dirigida a promover a las PyMEs, que como se indicó precedentemente, representan la mayor parte de las empresas industriales del país y de la provincia.

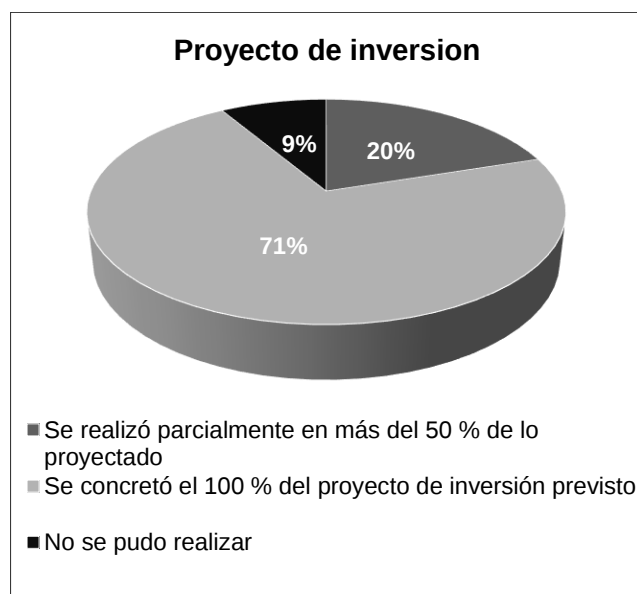


Figura 3. El proyecto de inversión
Fuente: Elaboración propia

En esta línea también se consultó a las empresas en qué medida se pudo concretar el proyecto de inversión por el cual han obtenido los beneficios de promoción industrial a nivel Provincial.

Al respecto los resultados de las encuestas (figura 3) expusieron que solo un 9%, (representando tan solo tres de las empresas), no pudo concretar el proyecto de

inversión, en tanto que el 91% restante pudo hacerlo, ya sea en forma total (un 71% de las empresas), o en forma parcial con más del 50% realizado (un 20% de las empresas).

Ante la pregunta de que, si las inversiones realizadas como consecuencia de la promoción industrial le permitieron sortear de mejor modo la complicada situación económica de los últimos años, el 66 % (23 empresas) respondieron que sí.

En cuanto a las exportaciones, se consultó a las empresas si exportan parte de su producción. Los resultados expuestos en la figura 4 indican que, del total de las empresas, más de la mitad (el 63%) exportan parte de su producción, ya sea circunstancialmente o en pequeñas proporciones.



Figura 4. Exportaciones en las empresas de Córdoba.
Fuente: Elaboración propia

En este punto se debe mencionar que de las empresas que lograron concretar su proyecto de inversión, al menos un 27 % de ellas manifestó cuando se les consultó al respecto, que pudo incrementar o iniciar exportaciones como consecuencia de la inversión realizada.

En referencia al capital de las empresas, las encuestas determinaron que el 94 % posee capital de origen nacional. En tanto que el 6 % restante de las empresas (2 de ellas) posee capital mixto. Al respecto se debe mencionar que las dos empresas de capital mixto exportan al menos parte de su producción, e incluso una de ellas manifestó haber podido incrementar las exportaciones como consecuencia de la inversión realizada.

Otro punto importante es la pertenencia o no de las empresas a una asociación o cámara empresarial. Al respecto, según se observa en la figura 5, 28 de las 35 empresas encuestadas (el 80% de ellas) manifestó estar asociadas o pertenecer a alguna cámara empresarial, de

esas 28 empresas, 9 de ellas (representando más del 32 %) pertenecen o están asociadas a la Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Componentes de Córdoba (CIMCC), el resto de las empresas pertenecen o están asociados a otras cámaras empresariales o asociaciones, como ser la Unión Industrial de Córdoba, la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina, o cámaras y asociaciones industriales locales, por mencionar las más nombradas.



Figura 5. Pertenencia a Cámaras o Asociaciones Empresariales
Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se les preguntó acerca de las ventajas de localizarse en la provincia de Córdoba, permitiéndoles elegir hasta 5 de 9 opciones presentadas, las cuales fueron agrupadas en cuatro categorías realizando un análisis por afinidad.

En la Figura 6 puede observarse que las principales ventajas que encontraron los encuestados fueron las relacionadas a la localización geográfica propiamente que ofrece Córdoba.

Aquí se encuentran la proximidad con proveedores de insumos y equipos y con clientes. Luego le sigue la formación tecnológica y los servicios educativos, en donde encontramos la disponibilidad de mano de obra calificada, la proximidad con universidades y centros públicos de investigación y la disponibilidad de servicios técnicos especializados. Estos resultados indican la importancia que tienen para las empresas la educación y formación de sus recursos como así también las vinculaciones con centros de investigación y tecnología.

En tercer lugar, en orden de preferencias, pero con valores similares a las anteriores, se encuentra la categoría de infraestructura física, relacionada a la disponibilidad de energía, carreteras, transporte, telecomunicaciones, etc., y a las áreas disponibles para la instalación de nuevas empresas.

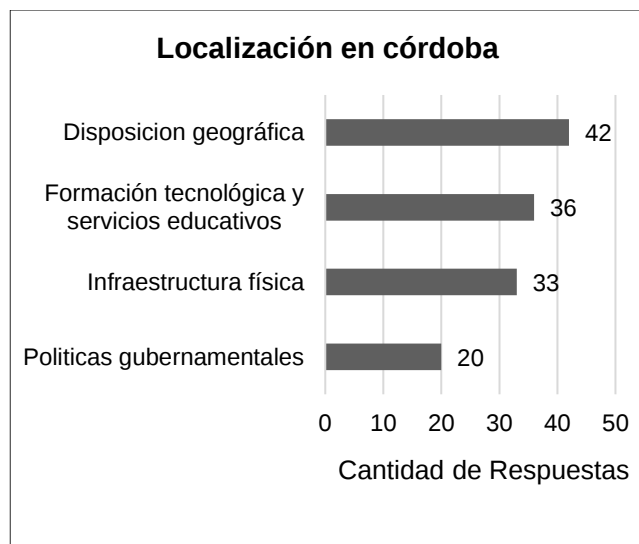


Figura 6: Ventajas de la localización en Córdoba
Fuente: Elaboración propia

En último lugar de preferencias se encuentran las políticas gubernamentales, que agrupa los programas gubernamentales locales y la facilidad para la realización de trámites.

Otro punto relevante en cuanto a las leyes de promoción industrial es establecer cómo las empresas se enteraron de los beneficios promocionales que éstas otorgan.

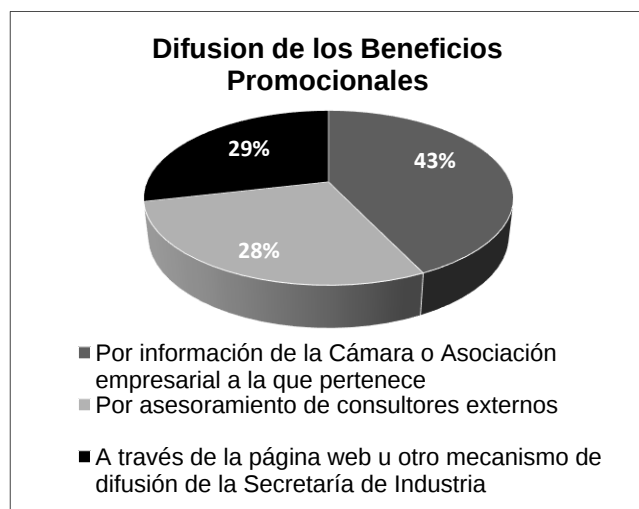


Figura 7: Difusión de beneficios promocionales
Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar en la figura 7 que el 43% de las empresas encuestadas manifestó haberse enterado por información de la cámara o asociación empresarial a la que pertenecen, representando más de la mitad de las empresas que declararon pertenecer o estar vinculado a alguna, en tanto que el 29% dijo haberse enterado a través de la página web u otro mecanismo de difusión de la secretaría de industria. El 28% restante manifestó haberse enterado por asesoramiento de consultores externo.

Posteriormente se consultó a los encuestados su opinión acerca de si los beneficios que otorgan las leyes provinciales de promoción industrial están bien difundidos. En este caso, el 66% contestó que no. Seguidamente se consultó si el trámite de solicitud y otorgamiento de los beneficios les resultó complejo, a lo que, en este caso sólo el 40 % respondió que sí. Cuando se consultó qué aspectos se podrían mejorar, la mayor cantidad de las respuestas se volcaron a la reducción de la cantidad de formularios a presentar, aduciendo que se solicita información redundante entre los distintos organismos públicos, lo que dificulta el trámite.

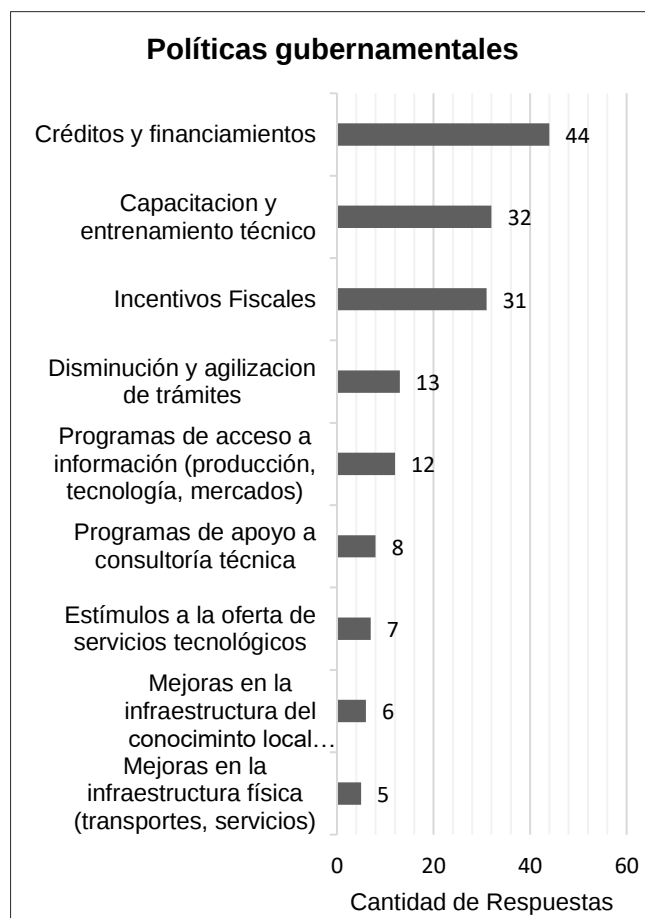


Figura 8: Políticas gubernamentales
Fuente: Elaboración propia

Por último, las políticas gubernamentales ocupan un rol central en este trabajo, en esta oportunidad se consultó a las empresas cuales de ellas podrían contribuir al desarrollo competitivo del sector, permitiéndoles elegir hasta cinco de una serie de 9 opciones.

Según puede observarse en la figura 8, claramente en cuanto a políticas gubernamentales las preferencias de las empresas se concentraron en los créditos y financiamientos por sobre las demás opciones. Aquí se contemplan las políticas para facilitar el financiamiento y las líneas especiales de créditos. La capacitación también ocupa un lugar importante en cuanto a la mejora de la educación formal y los programas de capacitación profesional y entrenamiento técnico. Le siguen los incentivos fiscales con valores muy similares a la anterior, quedando las mejoras en la infraestructura física y del conocimiento como las políticas menos elegidas por las empresas encuestadas.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos resultan concluyentes en cuanto a la gran importancia que tienen las PyMEs para la provincia de Córdoba, pues el 94% de las empresas obtuvo beneficios otorgados por la Ley de Promoción y Desarrollo Industrial de Córdoba (N° 9727), que busca promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en todo el territorio provincial.

Por otro lado, de las empresas beneficiadas, la gran mayoría pudo concretar el proyecto de inversión previsto, suponiendo con ello un mejor posicionamiento en el mercado, y para un importante porcentaje de ellas, el inicio de sus actividades de comercio exterior. Así mismo, en la mayoría de los casos los beneficiarios respondieron que las inversiones realizadas les permitieron sortear de mejor modo la complicada situación económica de los últimos años.

Para muchas de las empresas la decisión de localizarse en la Provincia de Córdoba fue determinada por las cercanías a áreas productivas, la infraestructura y los servicios disponibles, pero también influyeron los regímenes promocionales existentes en la provincia que les otorga facilidades, principalmente en la exención de impuestos.

Al respecto, también se evidencia en los resultados obtenidos las ventajas que brinda para las empresas el estar asociado a una cámara empresarial o hallarse radicadas dentro de un parque industrial, ya que un gran porcentaje de ellas manifestó haberse enterado de los beneficios de los regímenes de promoción industrial por información provista por esas asociaciones.

No obstante, dos terceras partes consideran que las leyes provinciales de promoción industrial no están bien difundidas, motivo por el cual existe un importante potencial para mejorar las vías de divulgación de ésta política pública de desarrollo industrial propiciada por el gobierno provincial.

Al respecto entendemos que un trabajo conjunto entre las cámaras empresariales, las universidades y el Ministerio de Industria de la provincia podría cooperar para incluir más empresas, principalmente PyMEs, en estos regímenes promocionales, mejorando la empleabilidad, el desarrollo y la sostenibilidad de las mismas.

Cabe destacar que el 21 de diciembre del 2021, la Legislatura de la Provincia de Córdoba sancionó la Ley N° 10792 de Promoción Industrial y Desarrollo de Clúster Productivos de Córdoba, que entró en vigencia en el corriente año, aumentando beneficios y promoviendo la integración de cadenas de valor y a los modelos asociativos empresariales. Esto resalta aún más la necesidad de incrementar los canales de difusión y facilitar a los interesados el acceso a los beneficios promocionales.

REFERENCIAS

- [1] Simonassi, S. (2016). “Las políticas provinciales de promoción industrial y los empresarios rosarinos (1942-1955)”. *Revista Escuela de Historia*. Versión Online ISSN 1669-9041. vol.15 no.2 Salta dic. 2016.
- [2] Vacarezza, F. (2010). —*Políticas de desarrollo industrial en la Argentina 1940-2001. Desde la Sustitución a la Apertura* [en línea]. Universidad Nacional Tres de Febrero. Sede de Posgrados. Noviembre 2010. Disponible en: <http://www.eumed.net/librosgratis/2011e/1102/index.htm>.
- [3] Ley Provincial N° 3.992. *Régimen de Promoción Industrial*. Córdoba, Argentina, 11 de julio de 1942.
- [4] Daziano, M. (2012). —*Los comienzos en la Argentina de la industrialización por sustitución de importaciones (1930-1955): causas, objetivos y análisis de sus consecuencias* [en línea]. Apuntes agroeconómicos. Universidad de Buenos Aires. 2012. Disponible en: http://www.agro.uba.ar/apuntes/no_8/industrializacion.htm.
- [5] Romero, L. A. (2004). *Sociedad democrática y política democrática en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

- [6] Zappino, J. (2014). *“Las políticas públicas como herramienta para el desarrollo industrial argentino 2003-2013”* - Trabajo realizado en el marco de la Dirección de Investigaciones del Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP), Secretaría de Gabinete, Jefatura de Gabinete de Ministros.
- [7] Schvarzer, J. (1987). Promoción Industrial en Argentina. Características, evolución y resultados [en línea]. *Centro de Investigaciones Sociales sobre el Estado y la Administración-Universidad de Buenos Aires*. 1987. Fecha de consulta: 30 marzo 2020. Disponible en: <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/cisea/catalago/archivos/90.pdf>
- [8] Masia, S; Tavella, M; Manera, R. (2018). “Los regímenes provinciales de promoción industrial y el desarrollo productivo de la provincia de Córdoba”. *IV Congreso Argentino de Ingeniería – X Congreso Argentino de Enseñanza de la Ingeniería. CADI 2018*. 4 y 6 de octubre de 2018. Córdoba, Argentina.
- [9] Tavella, M; Bartolomeo, M; Miropolsky, A; Manera, R; Masia, S Y Gonzalez, G. (2019). – Análisis del impacto de los regímenes provinciales de promoción industrial en el desarrollo productivo de la provincia de Córdoba. *Revista Rumbos Tecnológicos. Secretaría de Ciencia, Tecnología y Posgrado*. ISSN 18527701. Vol. 11 octubre 2019.
- [10] Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación Argentina (2020). Estadísticas de Producción. <https://datos.produccion.gob.ar/dataset/archivo-2003-2019-indicadores-sectoriales-de-automotores>.
- [11] Ley Provincial N° 5.319. *Régimen de Promoción Industrial*, Córdoba, Argentina, 11 de enero de 1972.
- [12] Ley Provincial N° 9.727. *Programa de Promoción y Desarrollo Industrial de Córdoba*, Córdoba, Argentina, 29 de diciembre de 2009.
- [13] Roura, H. (2010). “Las PyMEs en el desarrollo de la economía argentina”. *Revista Informe Industrial*, Editorial MELIPAL, Edición N° 222. Fecha de consulta: 24 de abril de 2020.
- [14] Ministerio De Trabajo, Empleo Y Seguridad Social De La Nación (2022). Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE) - Estadísticas e indicadores regionales <http://www.trabajo.gob.ar/estadisticas/oede/estadisticasregionales.asp>. Fecha de consulta: 29 de abril de 2022.
- [15] Berenson, M. L; Levine, D. M.; Krehbiel, T. C., *Estadística para administración*. Sexta Edición. México, Editorial Pearson Education Latinoamerica. 615.p, 2006.
- [16] Hernandez Sampieri, R.; Fernandez Collado, C.; Baptista Lucio, M. P. *Metodología de la Investigación*. Cuarta edición. México. Editorial McGraw Hill. 600 p., 2014.