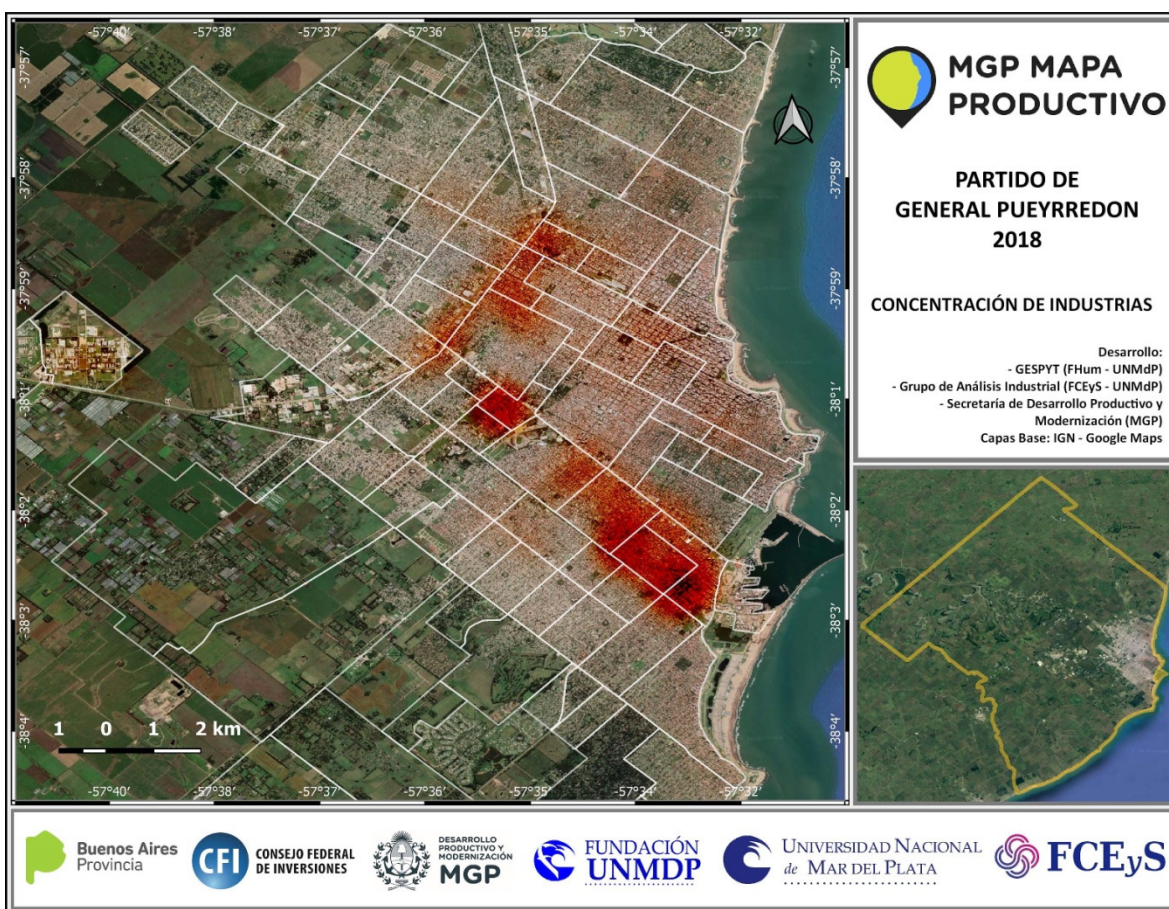




# MGP MAPA PRODUCTIVO

## PRINCIPALES RESULTADOS 2018



Julio de 2019

## **AUTORIDADES**

### **PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

#### **Gobernadora**

Lic. María Eugenia Vidal

#### **Jefe de Gabinete de Ministros**

Dr. Federico Salvai

### **CONTRAPARTE TÉCNICA PROVINCIAL**

#### **Asesora de Jefatura de Gabinete de Ministros**

Dra. Juliana Lescano Oraisón

### **CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

#### **Secretario General**

Ing. Juan José Ciáccera

#### **Director de Recursos Financieros**

Ing. Ramiro Juan Otero

#### **Jefe del Área Sistemas Productivos Regionales**

Lic. Diego Gómez

### **CONTRAPARTE TÉCNICA CFI**

Lic. María Victoria Barzola

Ing. Julián Salimbeni

### **MUNICIPALIDAD DEPARTIDO DE GENERAL PUEYRREDON**

#### **Intendente**

Dr. Carlos F. Arroyo

#### **Secretario de Desarrollo Productivo y Modernización**

Lic. Massimo Macchiavello

#### **Director de Modernización e Información Estratégica**

Federico C. Mamonde

**FUNDACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA****Rector UNMdP y Presidente**

CP Alfredo Lazzeretti

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES****Decana**

Esp./CP Mónica Biasone

**Vicedecana**

Dra. Miriam Berges

**Secretario de Vinculación con el Medio**

Dr. Fernando Graña

**MAPA PRODUCTIVO MGP****COORDINACION**

Dr. Fernando Graña (UNMdP)

Mg. Ariel González Barros (UNMdP - MGP)

**EQUIPO DE TRABAJO**

Mg. Natacha Liseras

Mg. Lucía Mercedes Mauro

Dra. Daniela Calá

Mg. Andrea Belmartino

Lic. Sebastián Prats

Federico C. Mamonde

Melisa Hansen

Sebastián Romani

Mg. Patricia Alegre

Lic. Alejandro Leis

PhD. Germán Santamaría

Dr. Fernando Sabuda

Mg. Sofía Ares

Dra. Patricia Iris Lucero

**AUTORES DEL INFORME**

Dr. Fernando Graña, Mg. Ariel Gonzalez Barros, Mg. Natacha Liseras, Mg. Lucía Mercedes Mauro, Dra. Daniela Calá y Mg. Andrea Belmartino

## **Introducción**

El Consejo Federal de Inversiones (CFI), a solicitud de la Provincia de Buenos Aires, llevó adelante el estudio denominado “Mapa Productivo del Municipio de General Pueyrredon”. El mismo, se realizó mediante la contratación de la Fundación de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Participó del proyecto un equipo técnico interdisciplinario, compuesto por docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y la Facultad de Humanidades de la UNMDP, contando con el apoyo técnico e institucional de la Secretaria de Desarrollo Productivo y Modernización de la Municipalidad de General Pueyrredon. Por su parte, colaboraron con el proyecto Cámaras representativas de los diferentes sectores industriales de la ciudad.

Los objetivos del estudio fueron: (i) Caracterizar la estructura productiva industrial del PGP, (ii) Analizar la distribución territorial de las empresas industriales del PGP y su aglomeración sectorial mediante la georreferenciación de los datos, y (iii) Obtener información actualizada sobre la situación productiva de la industria del PGP, con énfasis en aspectos tales como la diversificación productiva, la innovación, exportación y las demandas laborales, entre otros.

La encuesta alcanzó a la totalidad de los sectores que componen el tejido industrial local, incluyendo tanto a las empresas pequeñas y medianas como a las grandes. A partir de la información recopilada se confeccionaron diferentes documentos e informes que esperamos sean de utilidad para la toma de decisiones de las empresas y el diseño de políticas públicas. Los datos obtenidos son fundamentales para identificar tanto necesidades de asistencia puntuales de las empresas, como espacios para la mejora tecnológica, la planificación estratégica y la mejora en la competitividad.

Ha sido un gran desafío, ya que en un mundo de cambios vertiginosos no es posible contar sólo con la información que producen los Censos Económico, el último de los cuales fue realizado en 2005. Es necesario complementar la información existente con datos ágiles y específicos sobre las características de las empresas que componen el tejido productivo local. La metodología de recopilación adoptada permite que la información obtenida pueda compararse con la realidad de las empresas industriales de otras zonas del país, como así también con la de otros países de la región.

## Primera Etapa

El trabajo se realizó en dos etapas, en la primera de ellas se identificaron 1220 empresas industriales radicadas en el Partido de General Pueyrredon (PGP). De dicho relevamiento surge que:

- Un 62% de las firmas tienen hasta 5 ocupados, a lo que se suma un 33% de empresas con 50 ocupados como máximos.
- Se destaca la importancia de la rama alimentos y bebidas (36%), seguida de la industria alimenticia pesquera (14%) y metalmecánica (9%) en el entramado de empresas industriales del PGP.
- Se observan zonas de mayor concentración de locales industriales sobre el ejido urbano, principalmente en la zona del puerto, así como en los ejes J.B. Justo – Champagnat. Adicionalmente, se puede reconocer la importancia del Parque Industrial General Savio (mapa de calor).
- Se identifican distintos “clusters”, las cuales representan agrupamientos espaciales definidos de empresas que se desempeñan en las mismas ramas industriales, mostrando ciertos patrones de especialización que permiten aprovechar su posición competitiva en la búsqueda de eficiencia colectiva.

Gráfico 1: Distribución por rama industrial

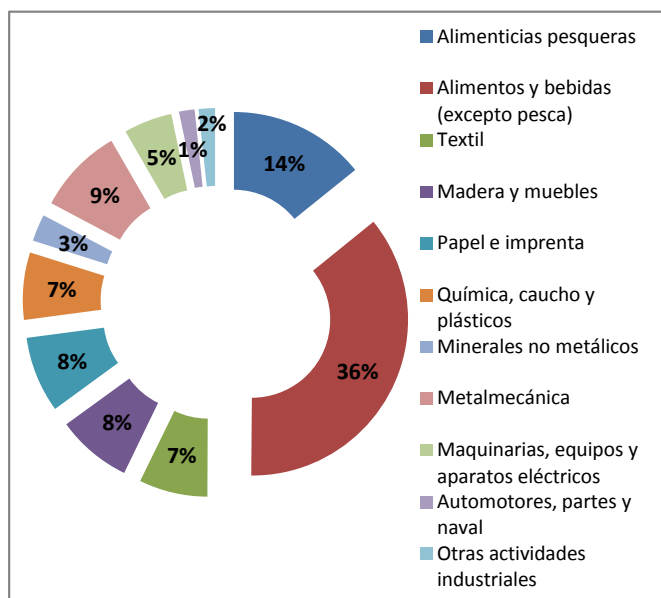
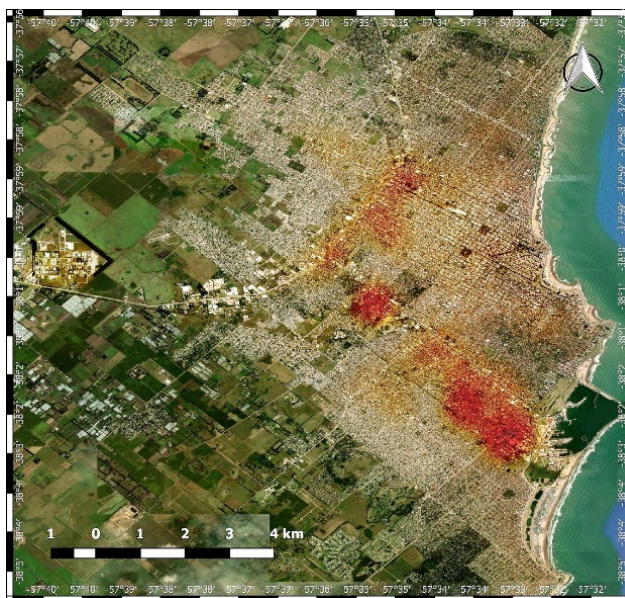


Figura 1: Mapa de calor de la localización de las empresas





## Segunda Etapa

En una segunda etapa se seleccionaron aquellas empresas industriales de más de 5 ocupados, se incorporaron las firmas pertenecientes al sector TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y otras a partir de listados de distintas Cámaras Empresariales. A partir de dicho marco muestral se extrajo una muestra y se obtuvieron 296 encuestas completas (tasa de respuesta= 74%), en un operativo realizado entre mayo y septiembre de 2018.

A continuación se presentan los principales resultados que surgen del relevamiento con datos expandidos, representativos de 575 empresas industriales radicadas en el Partido de General Pueyrredon (PGP) con más de 5 ocupados. La distribución por rama de actividad se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro 1: Distribución por rama industrial

	Porcentaje
<b>Alimenticia pesquera</b>	24,8%
<b>Alimentos y bebidas (excepto pesca)</b>	20,8%
<b>Textil y confecciones</b>	8,8%
<b>Químico, caucho y plásticos</b>	8,6%
<b>Software y Servicios Informáticos</b>	7,4%
<b>Metalmecánica</b>	7,0%
<b>Maquinarias, equipos y aparatos eléctricos</b>	6,1%
<b>Madera y muebles</b>	6,0%
<b>Embarcaciones, automotores y partes</b>	3,4%
<b>Aparatos eléctricos y otros equipos</b>	2,3%
<b>Papel e imprenta</b>	2,3%
<b>Otras actividades industriales</b>	2,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

- La mitad de las empresas industriales del PGP son microempresas, el 38% son pequeñas y el 12% restante son medianas. Según ventas, un 57% de las empresas del PGP son micro, un 32% son pequeñas y un 11% son medianas<sup>1</sup>.
- El 72% de las empresas son familiares, es decir, se trata de firmas cuya conducción y propiedad están en manos de integrantes de una misma familia.

<sup>1</sup> Siguiendo la clasificación de pymes de la Sepyme (Res 519/18)

- Un 7% de las empresas pertenecen a un grupo económico y en más del 95% de las empresas el capital accionario es en su totalidad de propiedad nacional.
- El 86% de las empresas son uniplanta. Cabe destacar que aún cuando las empresas tienen establecimientos productivos en el resto del país, en ningún caso la planta principal se encuentra fuera del PGP.
- El 39% de las empresas analizadas posee la totalidad de su producción seriada (estándar), mientras que el 25% ofrece únicamente productos a medida.
- Un tercio de las empresas subcontratan su producción a través de talleres o cooperativas de trabajo, siendo el porcentaje promedio de subcontratación del 35%.
- En relación con los canales de venta, el 45% combina venta minorista y mayorista, mientras que un 29% de las firmas sólo ofrecen sus productos a través del canal mayorista y un 26% de las empresas vende toda su producción directamente al consumidor final.
- El 53% de las firmas encuestadas tiene su marca registrada (53%), la mitad de ellas en un solo rubro y el 74% sólo en Argentina. La necesidad de registrar la marca fuera del país claramente se ve inducida por la participación activa en el mercado internacional, donde la empresa exporta un producto con su marca y busca ganar penetración en el mercado externo.
- El 23% de las empresas exportó en los últimos 12 meses y se espera que este porcentaje aumente a futuro, ya que el 30% de los encuestados afirma que tiene previsto exportar el año siguiente. La devaluación del peso en el período analizado explica en parte esta mayor intención exportadora.
- El medio elegido para llegar a mercados externos difiere según la empresa exporte desde Mar del Plata o desde otras localidades del país, entre las que se destaca especialmente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Las firmas que exportan desde Mar del Plata lo hacen principalmente por transporte terrestre, seguido por el transporte marítimo. Las empresas que exportan desde otras ciudades utilizan mayormente el transporte acuático, seguido del terrestre.
- Respecto de los países a los cuales se exporta, se observa un fuerte predominio de los destinos geográficamente cercanos. Así, el principal destino de exportación es Brasil

(28%), seguido por el resto del Mercosur (24%), el resto de América Latina y el Caribe (17%), Estados Unidos y Canadá (18%) y la Unión Europea (12%).

- En la mayoría de los casos, se trata de firmas que tienen presencia continua en el mercado internacional, ya que el 82% afirma que exporta en forma periódica.
- Los principales elementos que favorecen su actividad exportadora son la existencia de contactos personales con empresas del exterior (56%), seguido por fortalezas desarrolladas al interior de la empresa, como la calidad o grado de diferenciación de los bienes o servicios ofrecidos, o la construcción de importantes lazos de confianza generados con los compradores extranjeros (47%). Se destacan factores endógenos a las firmas.
- Respecto de los elementos que permitirían mejorar el desempeño exportador, se observa que la principal necesidad de las empresas es la reducción de los costos de transporte y logística (65%). En segundo orden, se menciona la importancia de acceder a insumos mejores o más baratos (41%), aumentar la capacidad de producción (31%), contar con apoyo e información para ingresar en nuevos mercados (25%) y contar con apoyo público para la exportación (25%). Se menciona la necesidad de mejora en las condiciones exógenas a la firma.
- Las empresas que no exportan o dejaron de hacerlo, lo explican porque la inserción en mercados externos no es parte de la estrategia de la empresa (36%), por los altos costos internos (27%) y por la elevada competencia con empresas de otros países en los mercados externos (20%).
- Un 48% de las empresas utilizan materia prima e insumos nacionales e importados en su producción, mientras que un 44% de las firmas sólo utiliza materia prima e insumos importados en forma exclusiva. Tales insumos provienen en su mayoría de Estados Unidos y Europa (51%) y China (48%), seguidos por Brasil (40%).
- El 73% de las firmas realizó inversiones en los últimos 3 años. El propósito principal de las inversiones realizadas en ha sido aumentar la capacidad productiva (61%), así como la intención de modernizar la maquinaria que interviene en el proceso productivo ya existente (53%).



- Para el 70% de las empresas la maquinaria que interviene en el proceso productivo es moderna o de punta.
- Hubo un incremento en la capacidad instalada en el PGP entre 2015 y 2018, anticipando un aumento de la demanda que no se produjo. Así, la capacidad instalada utilizada (CIU) en 2018, es, para el promedio de las empresas, del 69%, mientras que en el año 2015 era del 76%. Un 40% de las empresas están operando con la misma CIU que hace 3 años.
- El uso de fondos propios es la principal fuente de financiamiento de la inversión (87% de las empresas). Un 32% utilizó financiamiento bancario privado y un 19% financiamiento bancario público.
- El 62% de las empresas realizó gastos en actividades de innovación en el último año, y para el 59% de estas firmas dichos gastos son permanentes. El 90% los financió con fondos propios, siendo el uso de fondos bancarios mucho menor que para el financiamiento de las inversiones (11% privado y 11% público).
- El 32% de las empresas del PGP han desarrollado un producto nuevo en el último año y un 29% de las empresas han mejorado sustancialmente al menos uno de sus productos. Los resultados de las actividades de innovación son relativamente más bajos si se consideran los procesos productivos: el 15% de las empresas han desarrollado un proceso nuevo en el último año, mientras que el 25% ha mejorado los procesos existentes.
- El 84% del total de las empresas indica que la demanda de clientes es el principal factor que los motiva a diversificar su producción. Respecto de la diversificación futura, el 24% de las empresas posee al menos un producto que aún no ha salido al mercado, principalmente, por encontrarse en proceso de desarrollo.
- El 37% de las empresas incurrió en gastos orientados a obtener mejoras de comercialización en el último año, mientras que un 28% de las empresas realizó gastos en acciones para mejorar la gestión.
- Con respecto a servicios intensivos en conocimiento contratados por las firmas, prevalecen el desarrollo de páginas web (47%), diseño de la imagen de marca (35%), diseño de campaña publicitaria (31%) y de local (30,1%).

- Las vinculaciones con relación a actividades de innovación más frecuentes son las existentes con otras empresas (23%), con universidades nacionales (19%) y organismos nacionales como INTA, INTI, INIDEP (19%). Un 55% de las empresas no se vinculan con ninguna institución.
- En relación a la formación del personal ocupado, el 43% de ellos tienen secundario (completo o incompleto), un 21% posee formación técnica o terciaria –incluyendo personal de diseño- y un 35% asistió a la universidad. Así, la formación de los ocupados es mayor al de la población general.
- El 67% de las empresas realizó capacitaciones para el personal de su empresa durante el año 2017, principalmente en seguridad e higiene, buenas prácticas manufactureras, informáticas, normas ISO, ventas y marketing.
- El 27% de las empresas demandan operarios calificados y con alta dificultad para casi la mitad de ellas (45%). Los principales puestos requeridos son desarrolladores, soldadores y torneros.
- El 10% de las empresas demandan mandos medios y técnicos y para el 44% de las mismas, la dificultad es alta. Los principales puestos mencionados son: programadores, técnicos electromecánicos y mecánicos, y jefes de planta.
- El 13% de las empresas demandan profesionales y para el 35% de ellas con alta dificultad. En este caso, el problema es que no siempre los profesionales cuentan con las competencias que las firmas requieren.
- El 37% de las empresas utiliza energías renovables o algún método de ahorro energético. La implementación de tecnologías de bajo consumo es el principal instrumento utilizado, seguido por la optimización de procesos y el uso de sistemas de aislación.
- En cuanto a la disposición de los desechos no orgánicos, el 24% los vende y el 32% los reutiliza o recicla.
- El 31% de las firmas posee un sistema de gestión ambiental integral, mientras que el 44% de ellas gestiona cada uno de los rubros por separado.

- Un 72% de las empresas analizadas cuenta con el certificado de aptitud ambiental que otorga el Municipio y/o el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS).
- El 45% de las empresas utilizan algún *software* de gestión administrativa y comercial enlatado, mientras que el 27% posee un desarrollo a medida. A su vez, el 35% de las empresas relevadas reconoce la necesidad de incorporar un nuevo sistema informático.
- El 12% de las empresas analizadas posee un sistema de *e-commerce* y un porcentaje similar planea incorporarlo en los próximos 12 meses. El *marketing* digital y uso de redes sociales son los principales nichos en los cuales se enfocarán las empresas del PGP.
- El principal problema identificado por las empresas es la alta participación de los impuestos en el costo final del producto, seguido por el aumento de costos directos de producción que deriva en una disminución de la rentabilidad de las empresas.
- Por último, respecto de las perspectivas de los empresarios respecto de la evolución futura de la cantidad de ocupados y las ventas de las empresas, se observa una tendencia relativamente conservadora. El 64% espera mantener el nivel de empleo y el 36% que se mantengan constantes las ventas.



## ESTUDIO GLOBAL DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DEL PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDON



Julio 2019

Honorable Concejo Deliberante

# Objetivos del estudio

2

- Caracterizar la **estructura productiva** industrial del PGP.
- Analizar la **distribución territorial** de las empresas industriales del PGP y su aglomeración sectorial (georreferenciación).
- Obtener **información actualizada** sobre la situación productiva de la industria del PGP, con énfasis en aspectos tales como: inversión e innovación, exportación, ocupación y demandas laborales, medio ambiente, diversificación productiva, entre otros.
- Identificar **oportunidades de articulación** público-privada que favorezcan el crecimiento de las empresas y del Partido.

# Instituciones intervinientes

3

- Consejo Federal de Inversiones (CFI)
- Gobierno de la Provincia de Buenos Aires
- Municipalidad de General Pueyrredon:
  - Secretaria de Desarrollo Productivo y Modernización
- Fundación de la Universidad Nacional de Mar del Plata
- Universidad Nacional de Mar del Plata:
  - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
  - Facultad de Humanidades
- Otras instituciones:
  - ABIN, ACIA, ADIMRA, Asociación Parque Industrial, ATICMA, Cámara Naval, Cámara del Plástico, Cámara Textil, CICMA, INIDEP, Mar del Plata Entre Todos, UIM, Camuzzi, EDEA, OSSE



# GEORREFERENCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL PGP

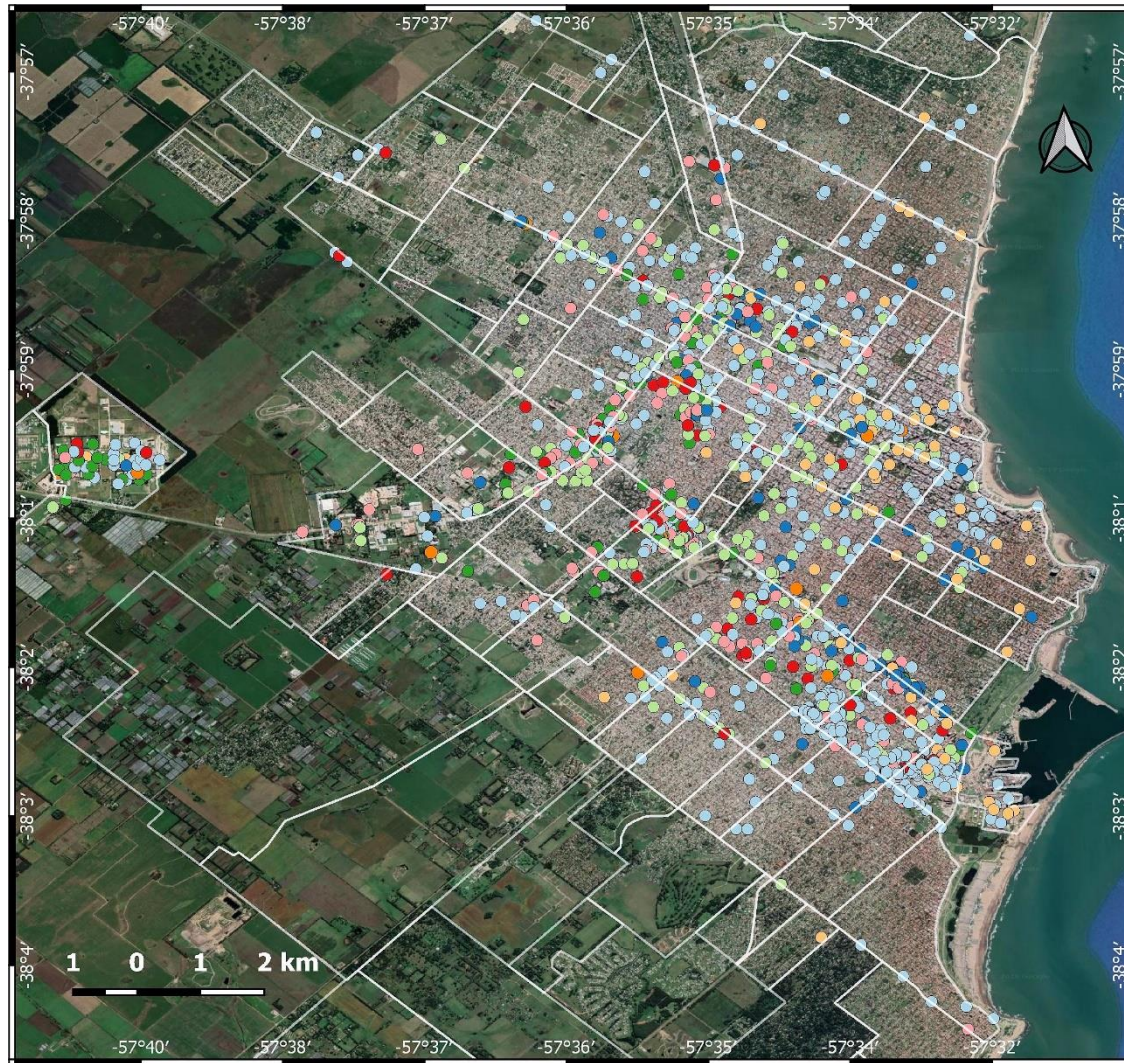
# Georreferenciación 1ra. Etapa

5

- Análisis Espacial: Georreferenciación de la Base Industrial (GIS/SIG).
- Visualización según rama industrial, tamaño, ocupación, COMEX y localización en el mapa del PGP.
- Coincidencia de las **empresas georreferenciadas sobre las redes de servicios públicos** disponibles.

# Empresas industriales georreferenciadas

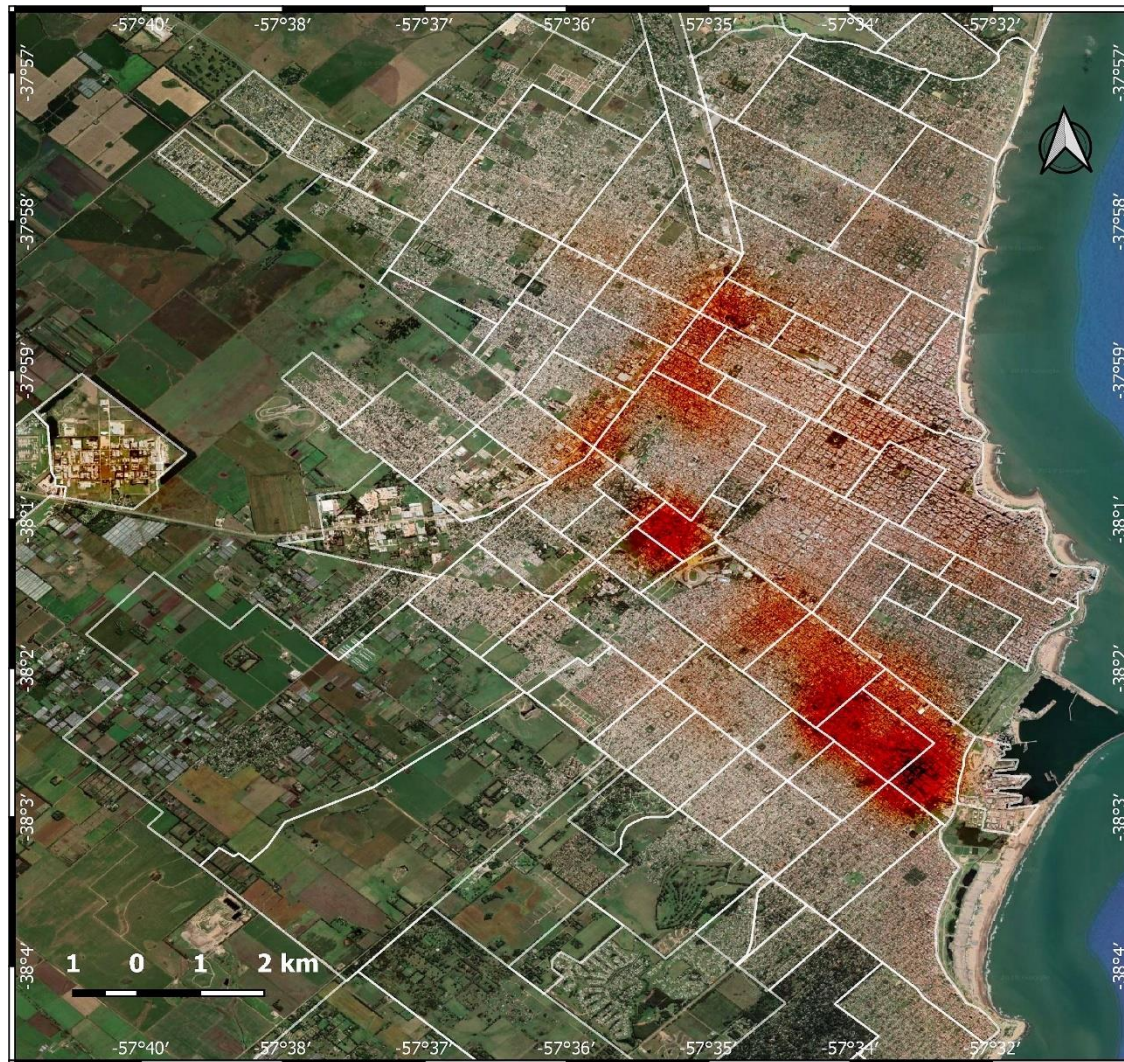
6





# Concentración de empresas industriales

7





# Concentración de ocupados industriales

8





# Concentración de empresas exportadoras

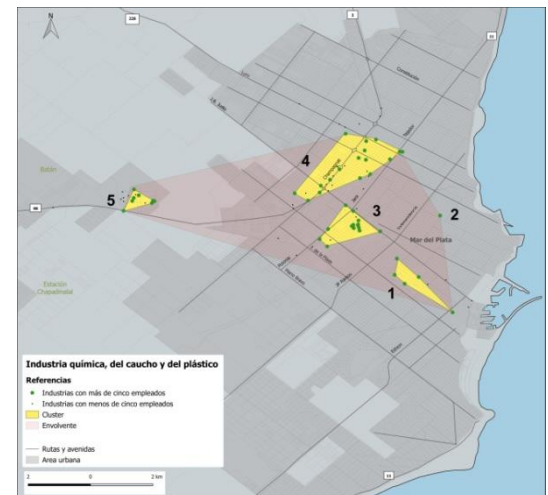
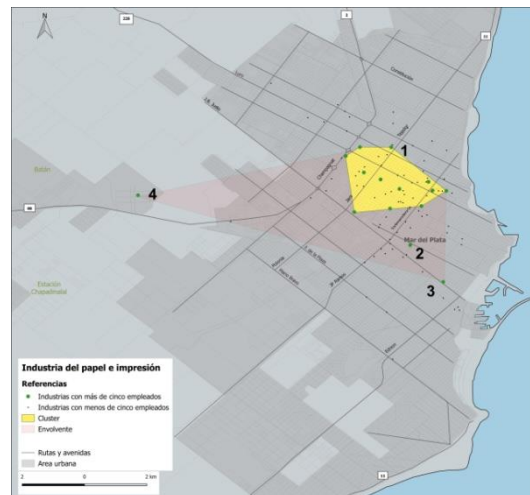
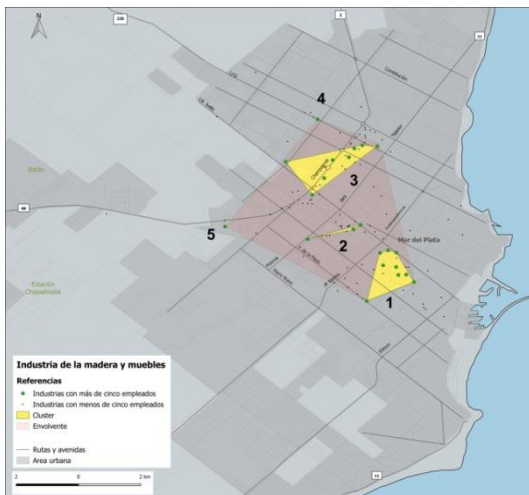
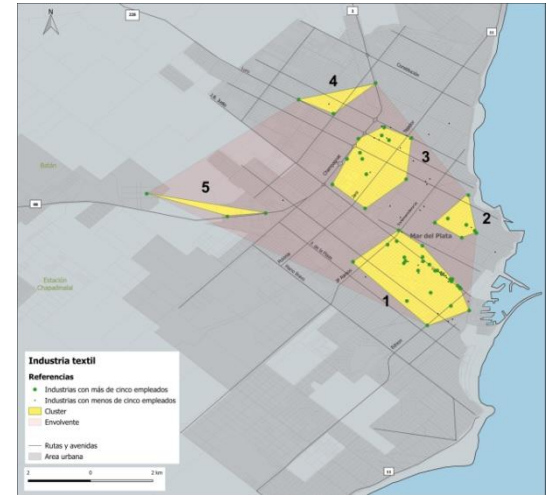
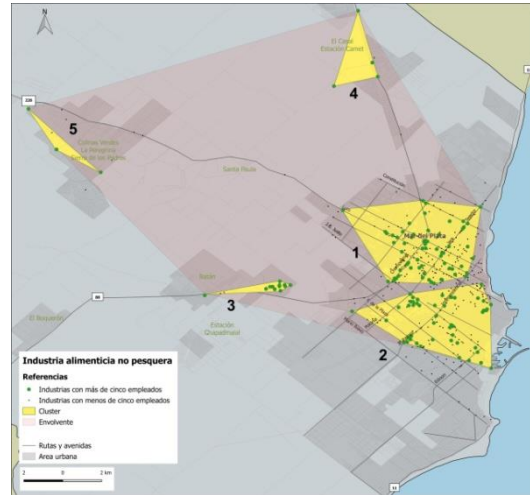
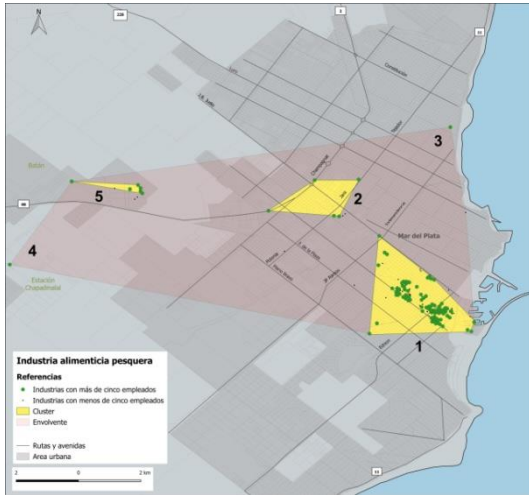
9





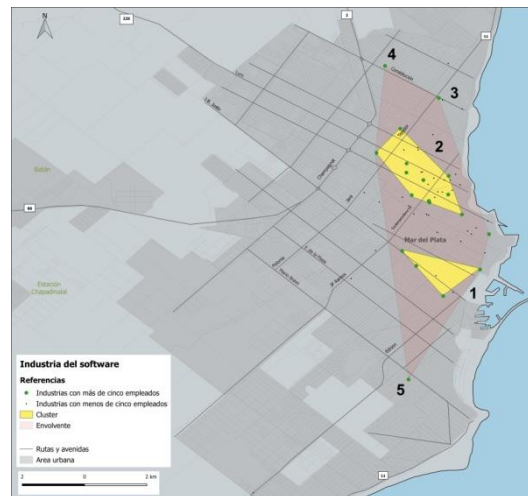
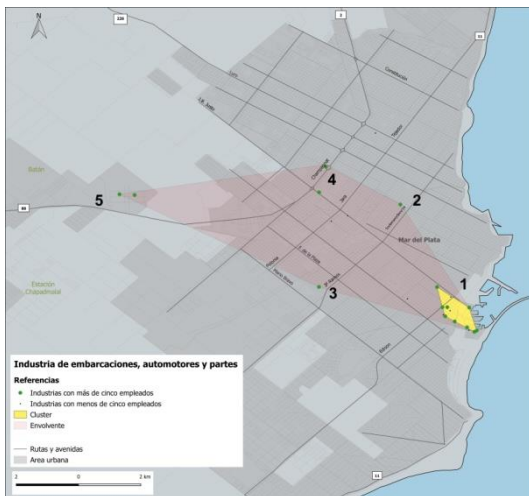
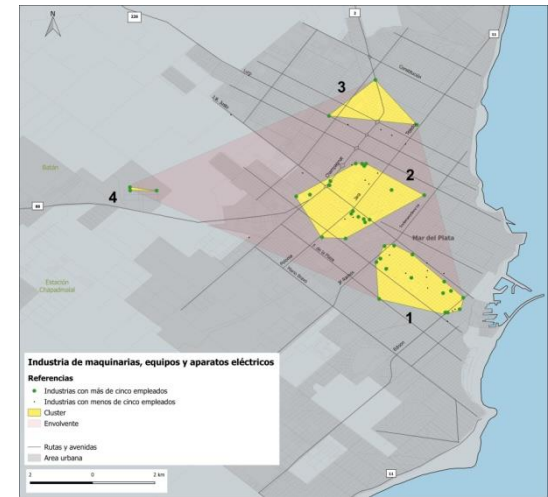
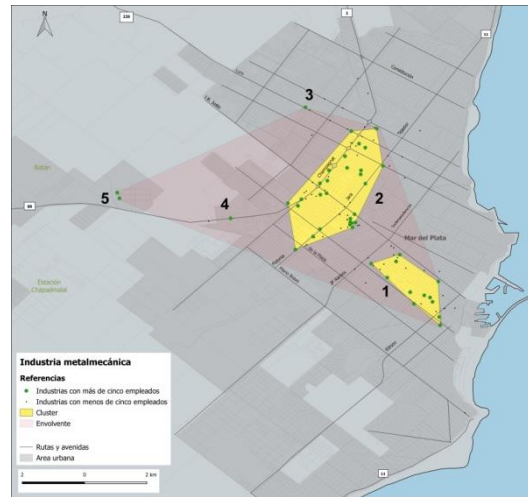
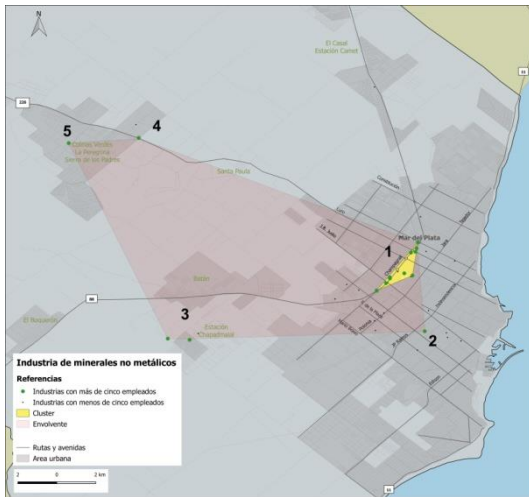
# Clústers por rama agrupada (1-6)

10



# Clústers por rama agrupada (7-12)

11



# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL PGP

# Metodología – 1ra. Etapa

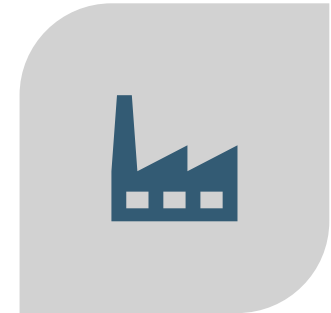
13



FEBRERO - ABRIL **2018**



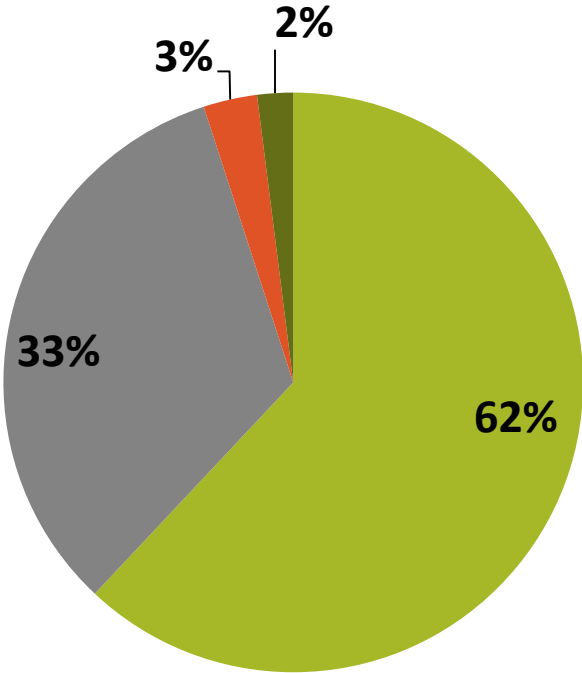
SE VISITARON **2185**  
LOCALES  
INDUSTRIALES A  
PARTIR DE UN PADRÓN  
PRELIMINAR



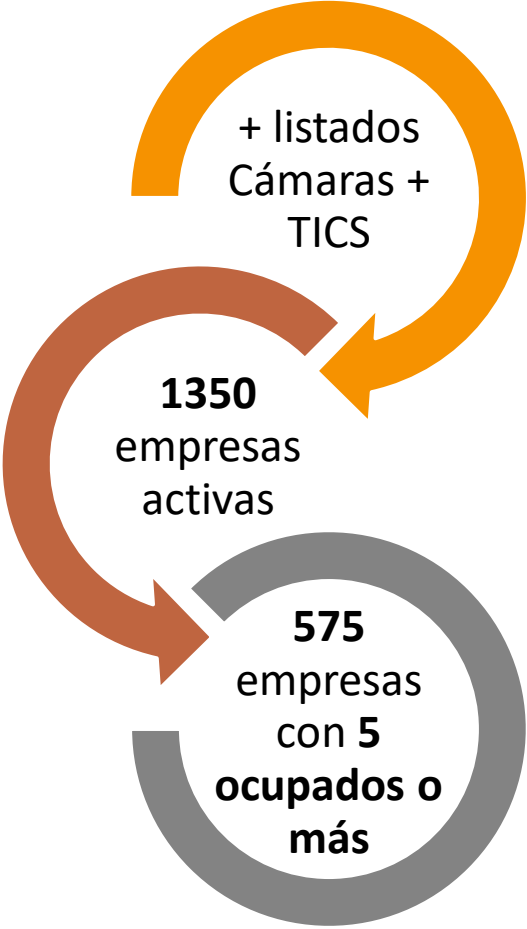
SE DETECTARON **1220**  
EMPRESAS  
INDUSTRIALES ACTIVAS  
EN EL PGP

# Resultados 1ra. Etapa

## Tamaño según ocupados



- Hasta 5 ocupados
- 6 a 50 ocupados
- 51 a 100 ocupados
- Más de 100 ocupados



# Metodología – 2da. Etapa

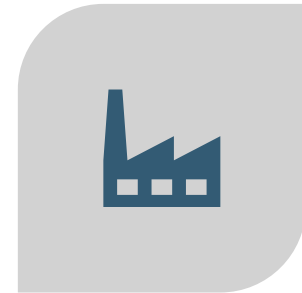
15



MAYO - SEPTIEMBRE  
**2018**



MUESTREO  
ESTRATIFICADO POR  
**RAMA INDUSTRIAL,**  
CON INCLUSIÓN  
FORZOSA DE  
EMPRESAS DE  
MAYOR TAMAÑO

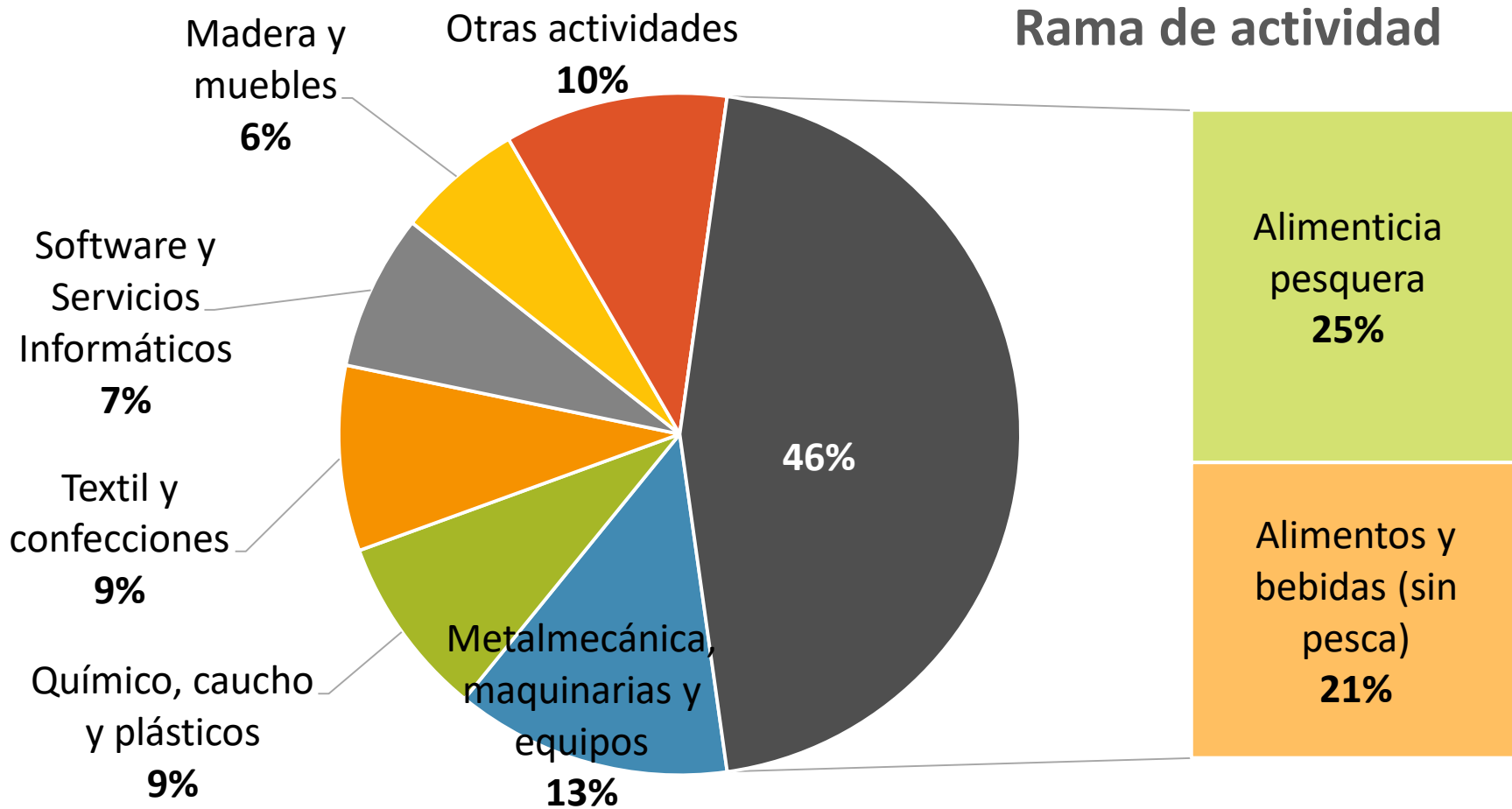


296 ENCUESTAS  
COMPLETAS.  
DATOS REPRESENTATIVOS  
DE **575 EMPRESAS**  
INDUSTRIALES DEL PGP  
CON **MÁS DE 5**  
OCUPADOS



# Caracterización general de las empresas

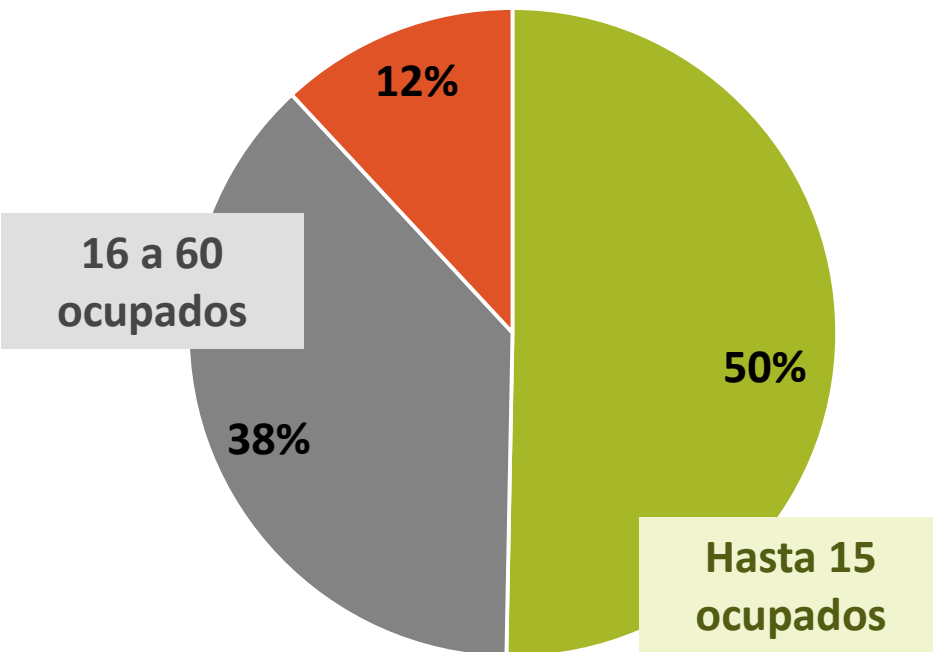
16



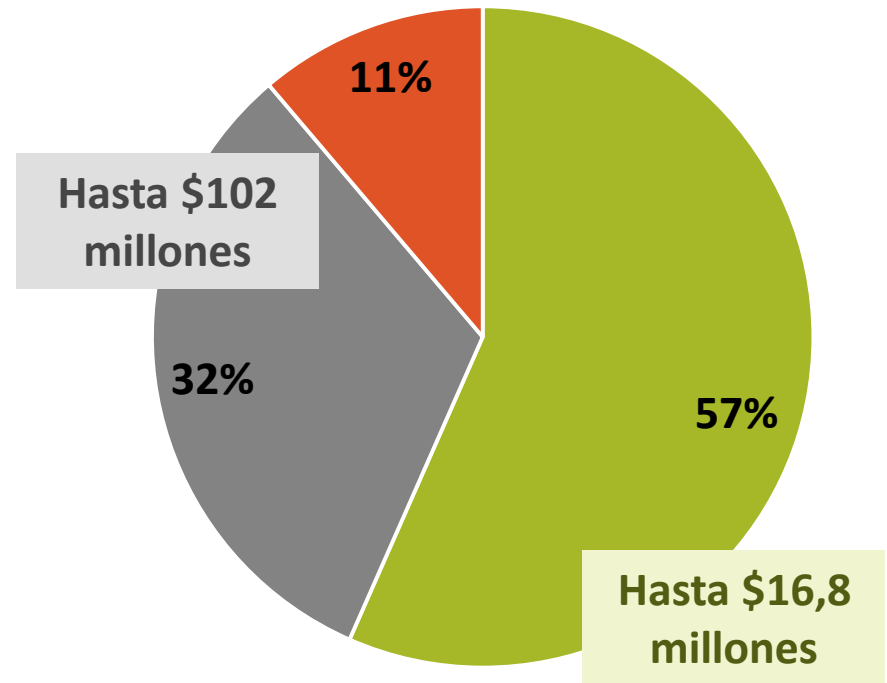
# Caracterización general de las empresas

17

## Tamaño según ocupados



## Tamaño según ventas



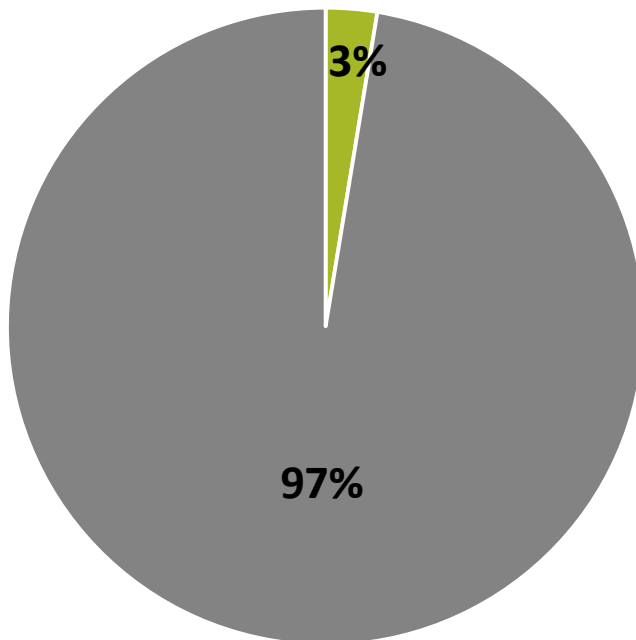
■ Microempresa ■ Pequeña ■ Mediana

■ Microempresa ■ Pequeña ■ Mediana

# Caracterización general de las empresas

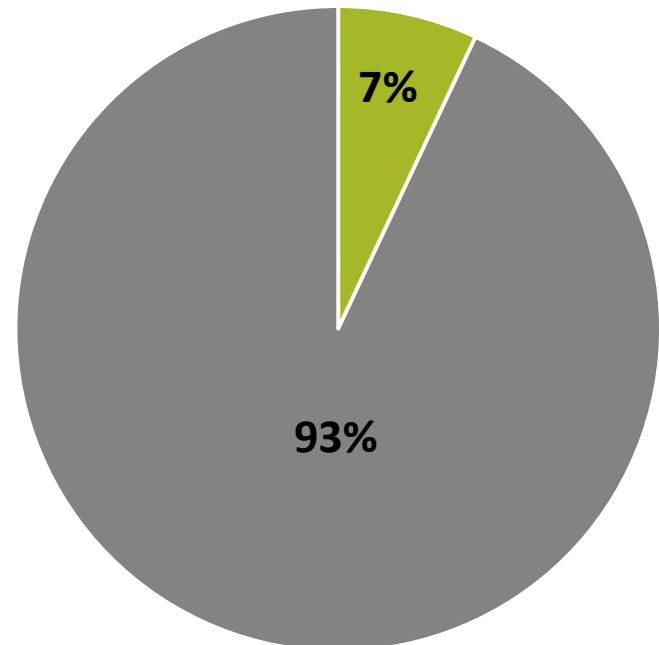
18

## Capital extranjero



■ Sí ■ No

## Grupo económico

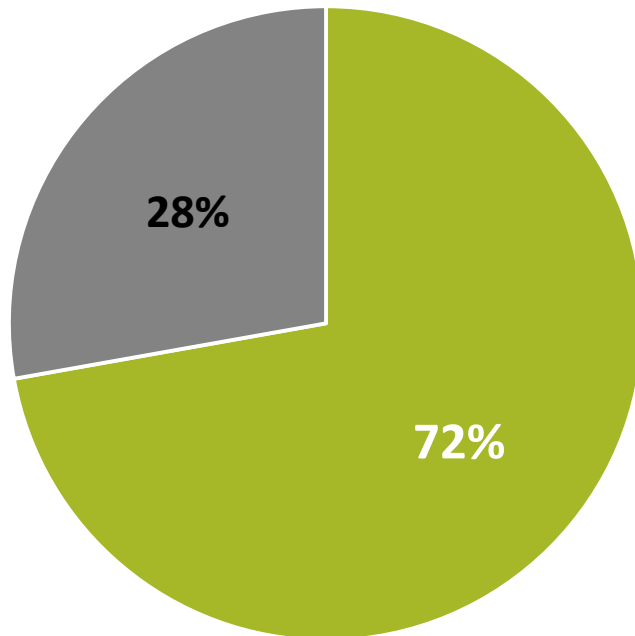


■ Sí ■ No

# Caracterización general de las empresas

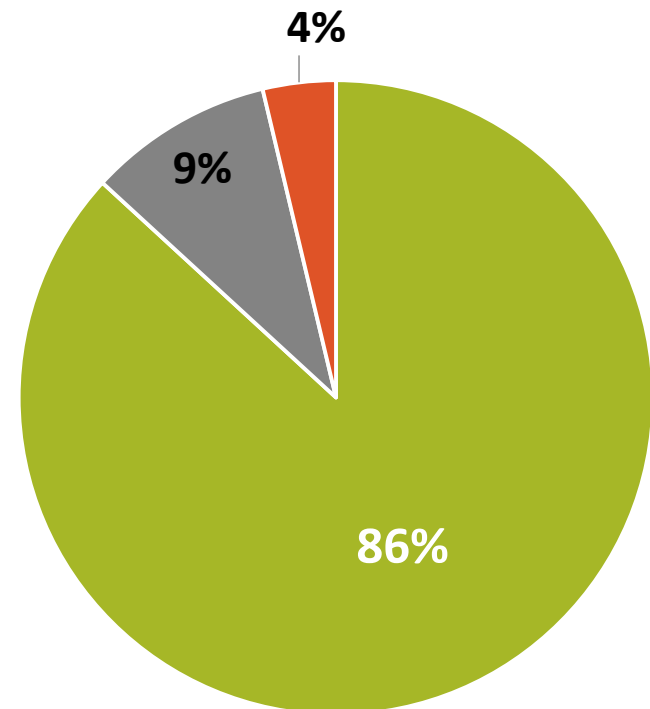
19

## Empresa familiar



■ Sí ■ No

## Cantidad de plantas

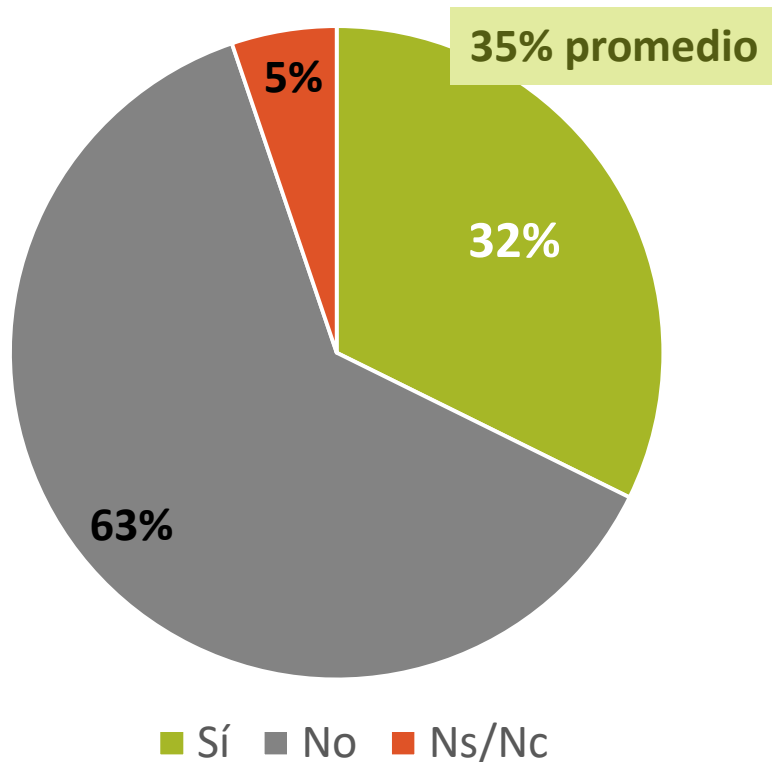


■ Una ■ Dos ■ Más de dos

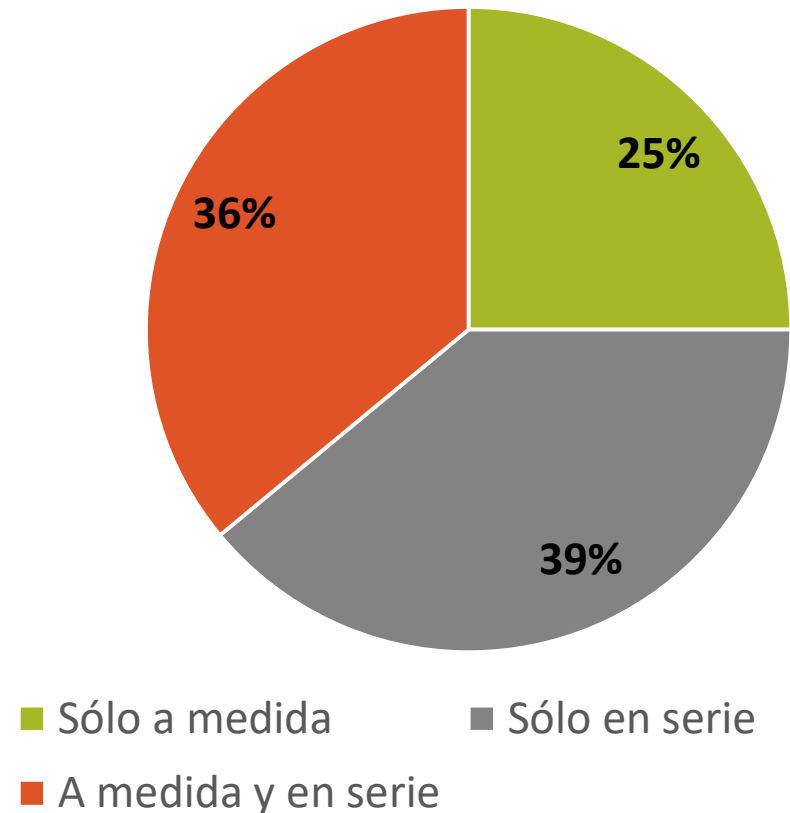
# Caracterización general de las empresas

20

## Subcontratación



## Tipo de producción

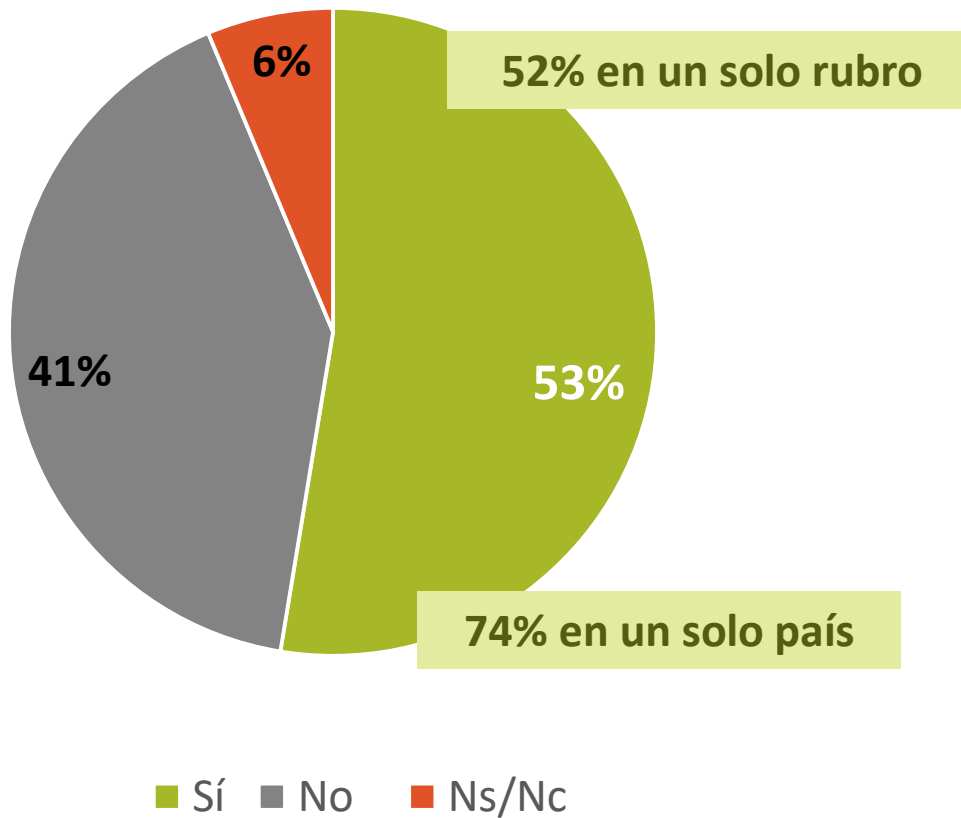




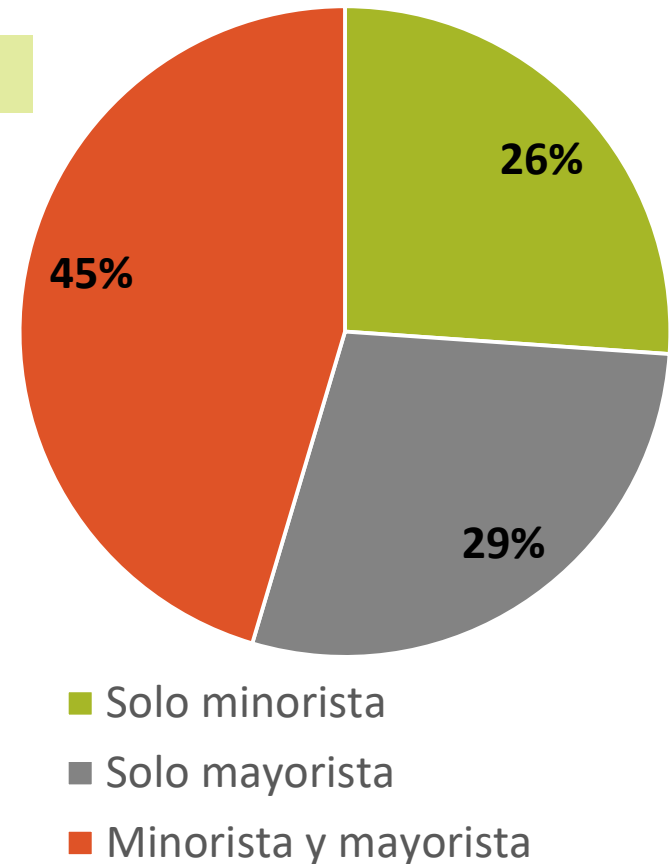
# Caracterización general de las empresas

21

## Registro de marca

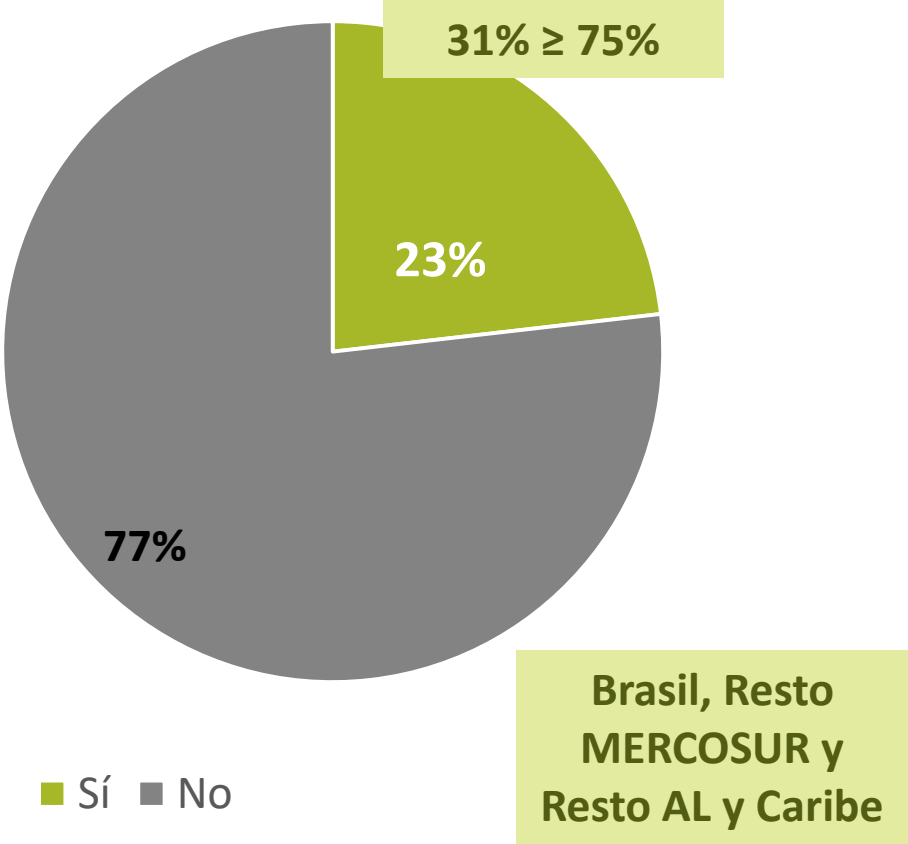


## Canales de venta

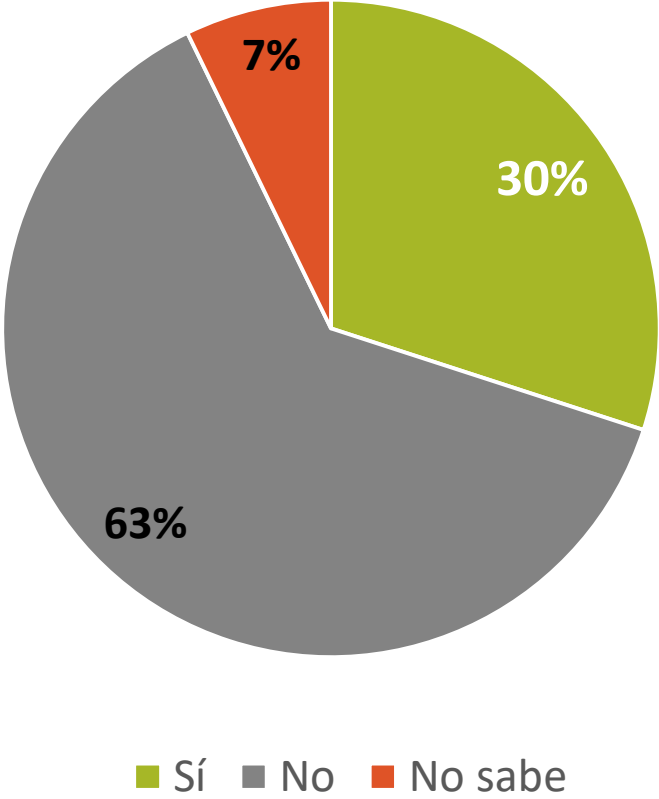


# Exportaciones

### Exportaron el último año

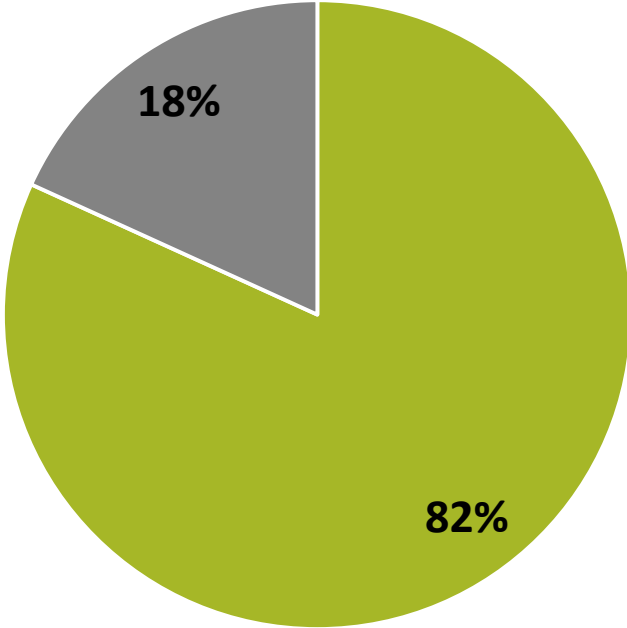


### Tiene previsto exportar el próximo año



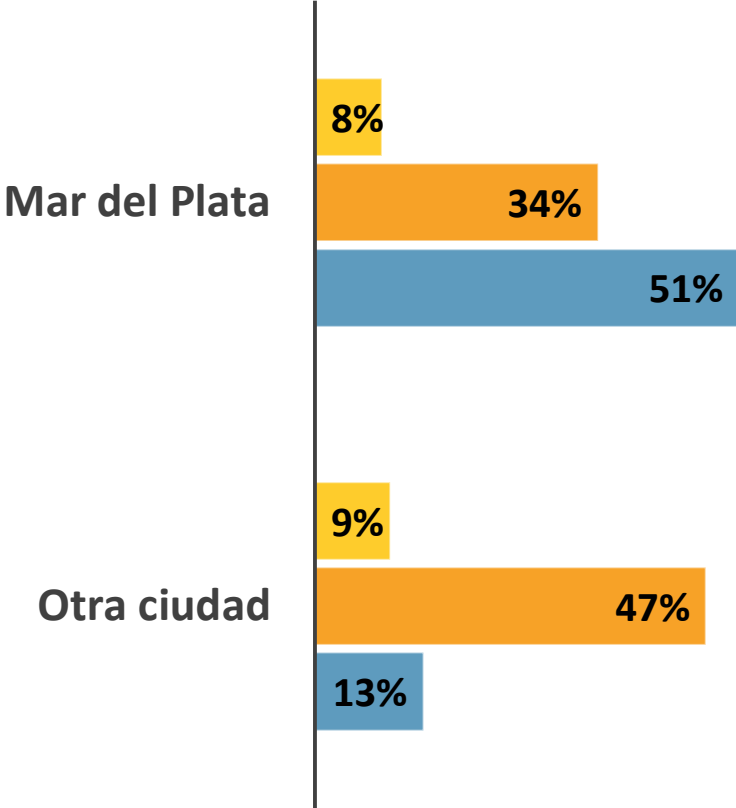
# Exportaciones

### Frecuencia



■ Periódicamente ■ Esporádicamente

### Exporta desde...



■ Aéreo ■ Acuático ■ Terrestre

# Exportaciones

24

**Elementos  
que  
favorecen la  
actividad  
exportadora**

Contactos personales	56%
Ofrecer productos y/o servicios innovadores	48%
Lazos de confianza con los compradores	48%
Materias primas abundantes y baratas	26%
Acuerdos comerciales	16%
Subsidios específicos o apoyo público	14%

**Elementos  
que  
mejorarían el  
desempeño  
exportador**

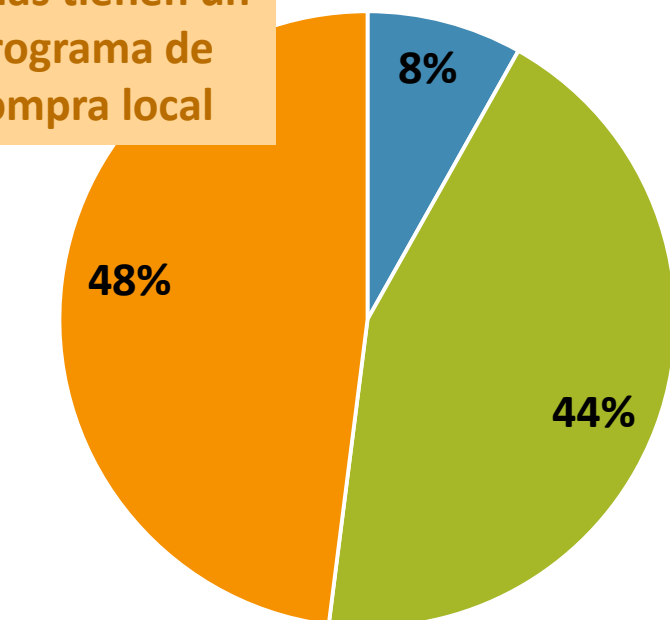
Disminuir costos de transporte y logística	65%
Acceder a insumos mejores o más baratos	41%
Aumentar la capacidad de producción	31%
Contar con apoyo e información	25%
Contar con apoyo público	25%
Mejorar procesos productivos y organizativos	24%

# Materias primas e insumos

25

## Origen materias primas

11% de las firmas tienen un programa de compra local



- Sólo Nacional
- Sólo Importada
- Nacional e Importada

## Motivos de compra nacional

Volúmenes de compra	60%
Precios más bajos	22%
Practicidad, servicio de postventa, financiamiento, preferencias	18%

## Motivos de compra importada

No existen proveedores nacionales	58%
Mejor calidad	31%
Ventaja en costos	29%

## Origen materia prima importada

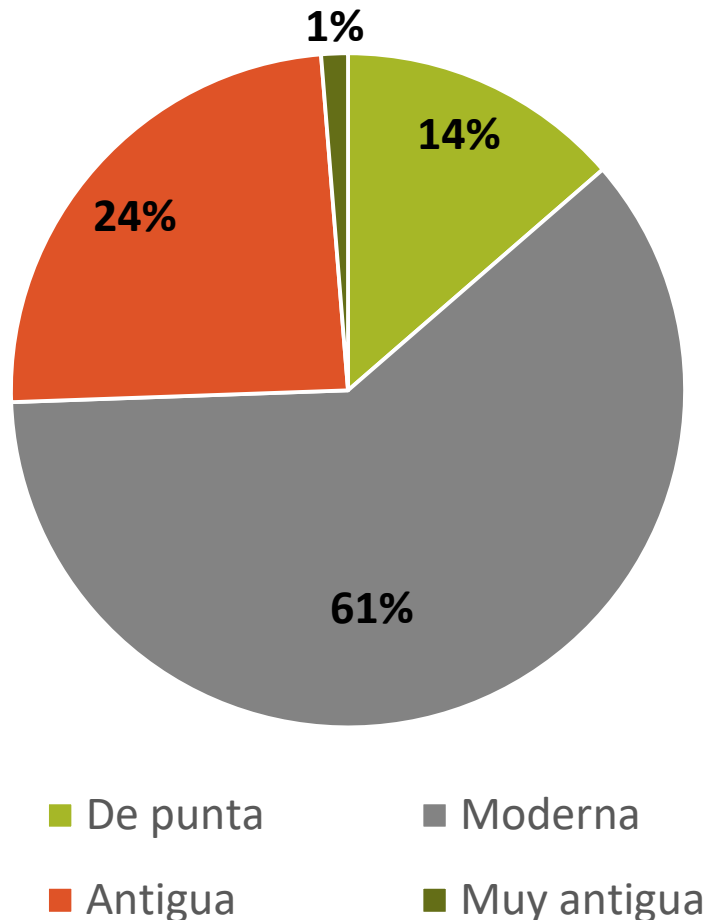
EE.UU. y Europa	51%
China	48%
Brasil	40%



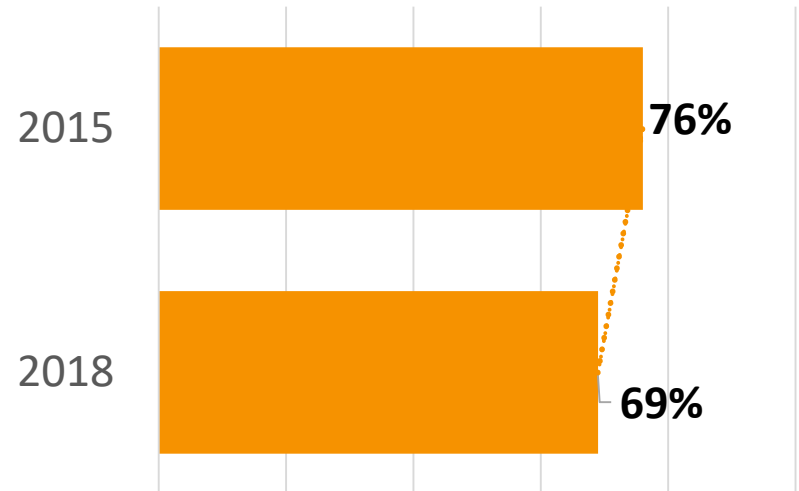
# Tecnología e Inversión

26

## Estado de la maquinaria



## Capacidad instalada utilizada

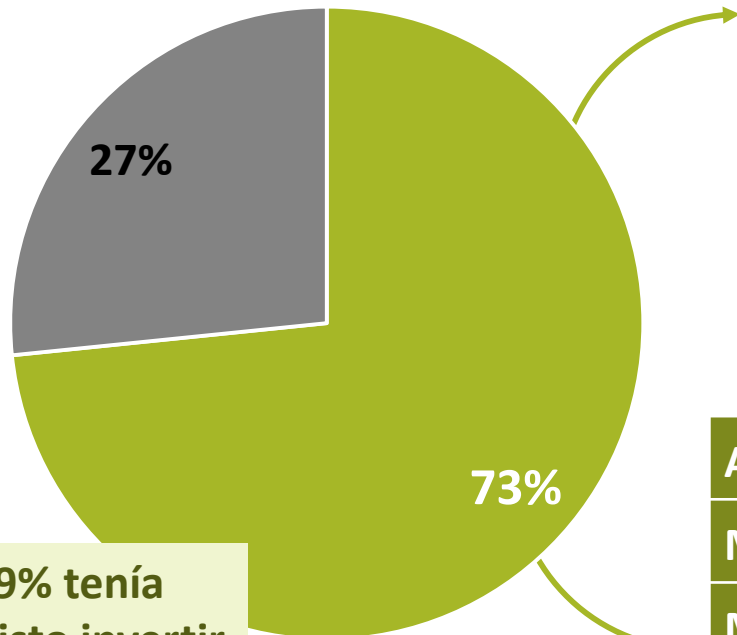


La capacidad instalada había crecido en el período por inversiones con expectativas en aumentos de la demanda.

# Tecnología e Inversión

27

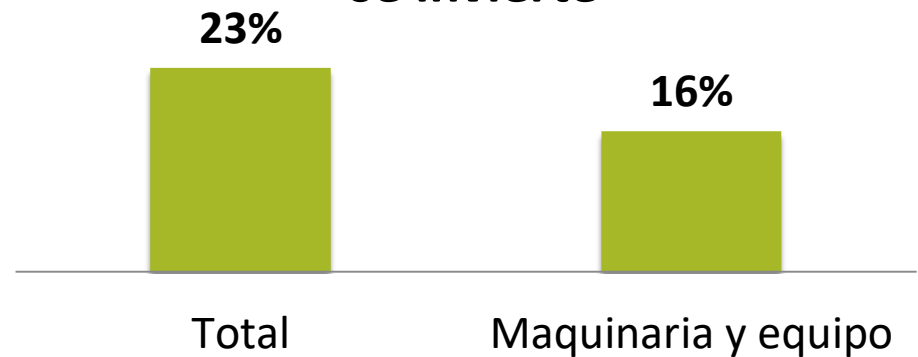
## Invirtió en los últimos 3 años



49% tenía previsto invertir al año siguiente

■ Sí ■ No

## Proporción de las ventas que se invierte



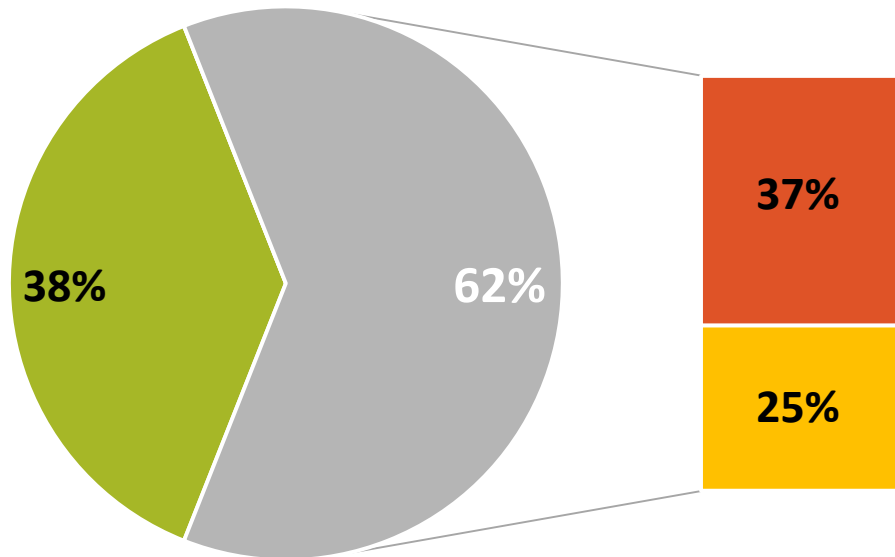
## Propósito principal

Aumento de la capacidad productiva	61%
Modernización de la maquinaria	53%
Mejoramiento de la capacidad comercial	38%
Elaboración de nuevos productos	32%
Reducción de costos	32%

# Actividades de Innovación

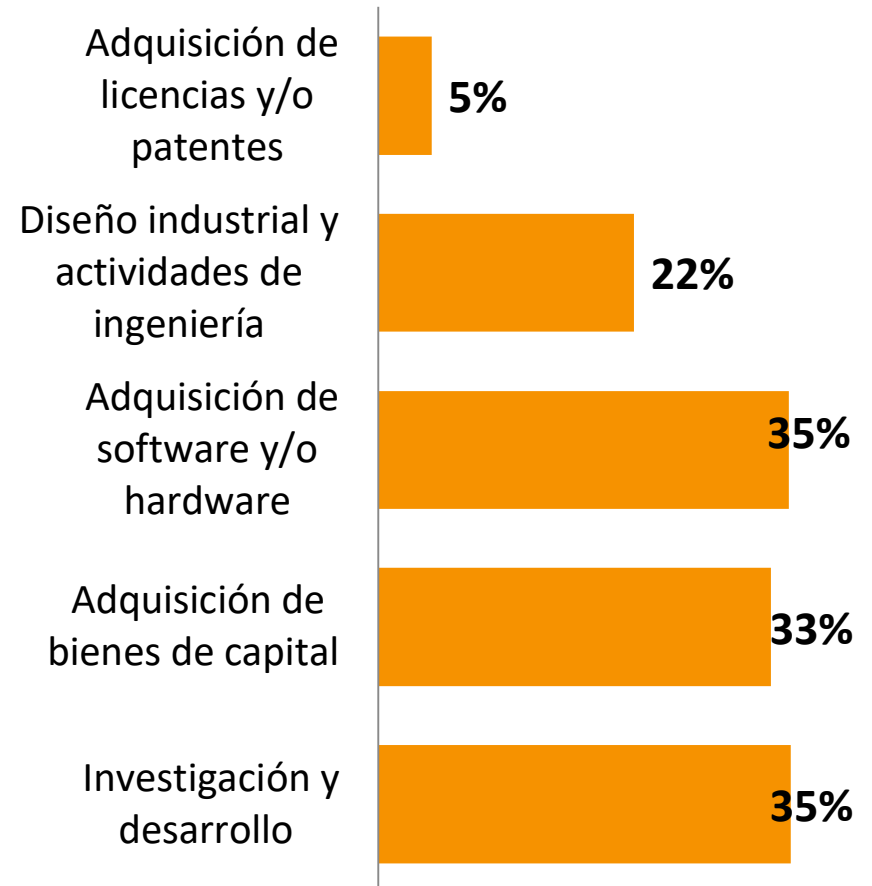
28

## Gasto en innovación



■ No                      ■ Sí  
■ Permanentes      ■ Esporádicos

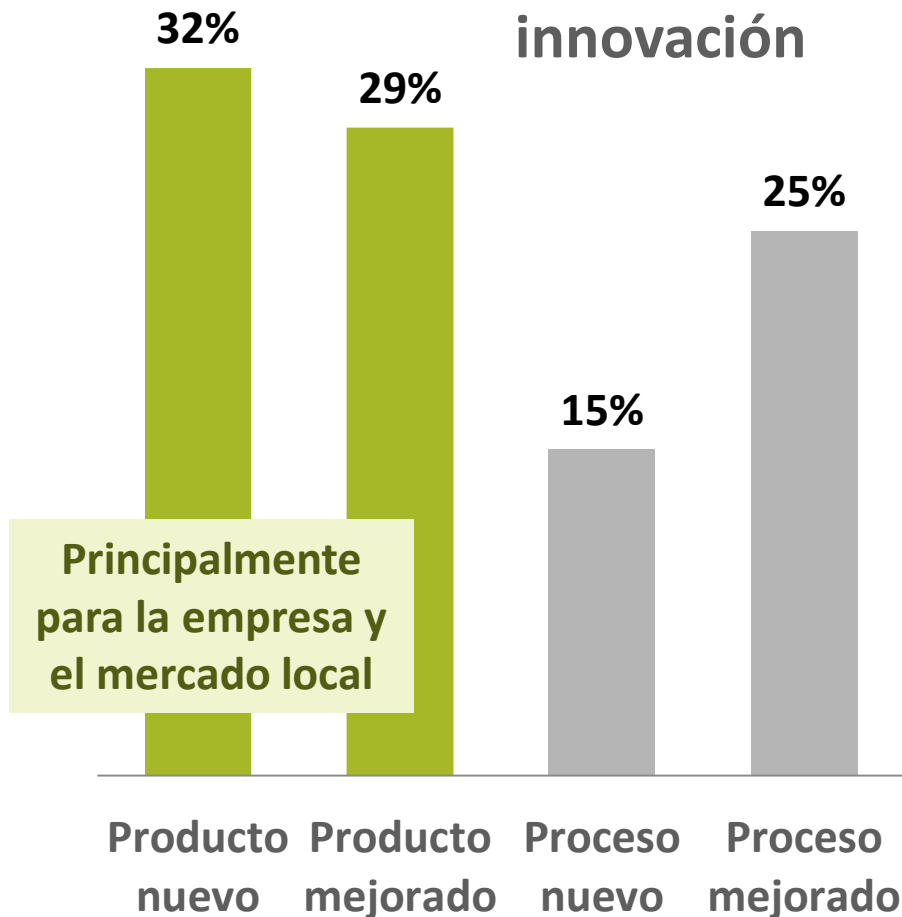
## Realizaron actividad innovativa



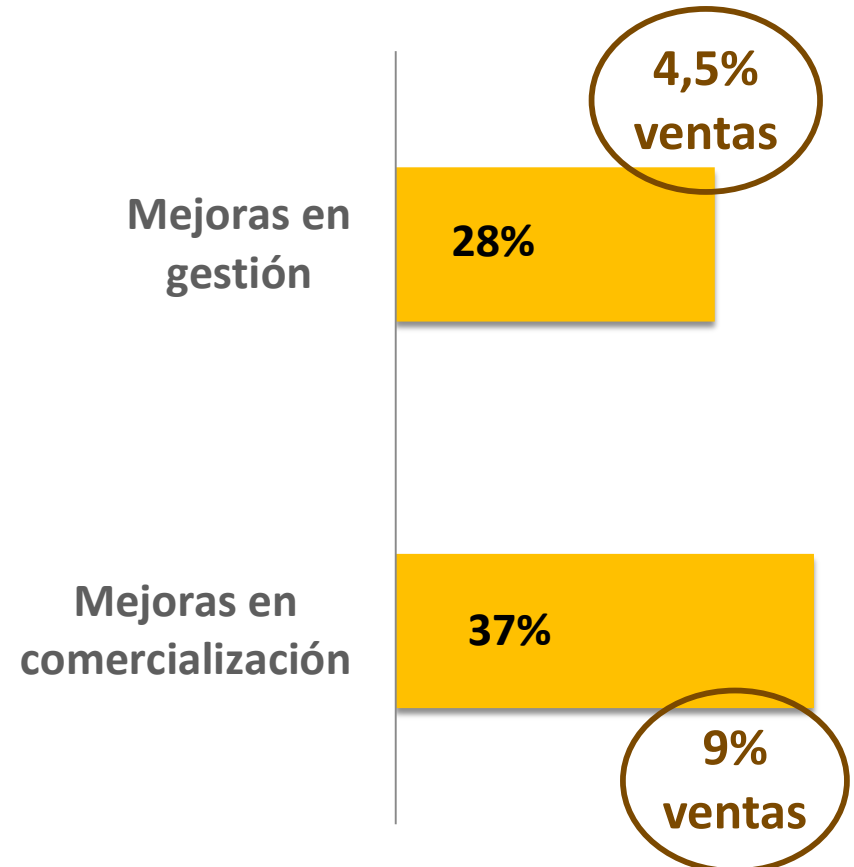
# Actividades de Innovación

29

## Resultados de la innovación



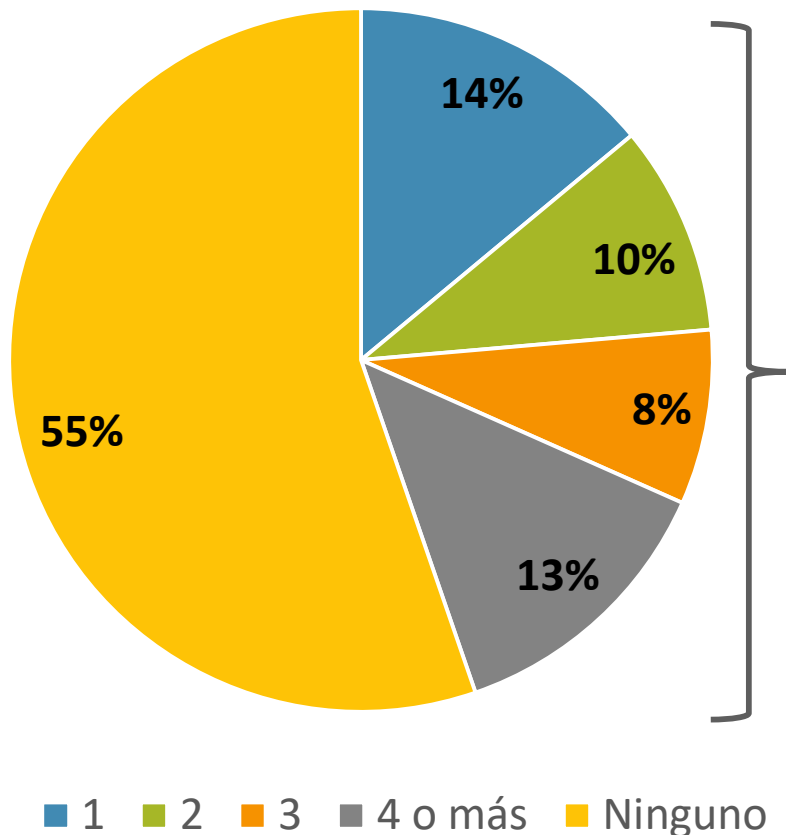
## Otros gastos en innovación



# Vinculaciones para la innovación

30

## Vinculaciones



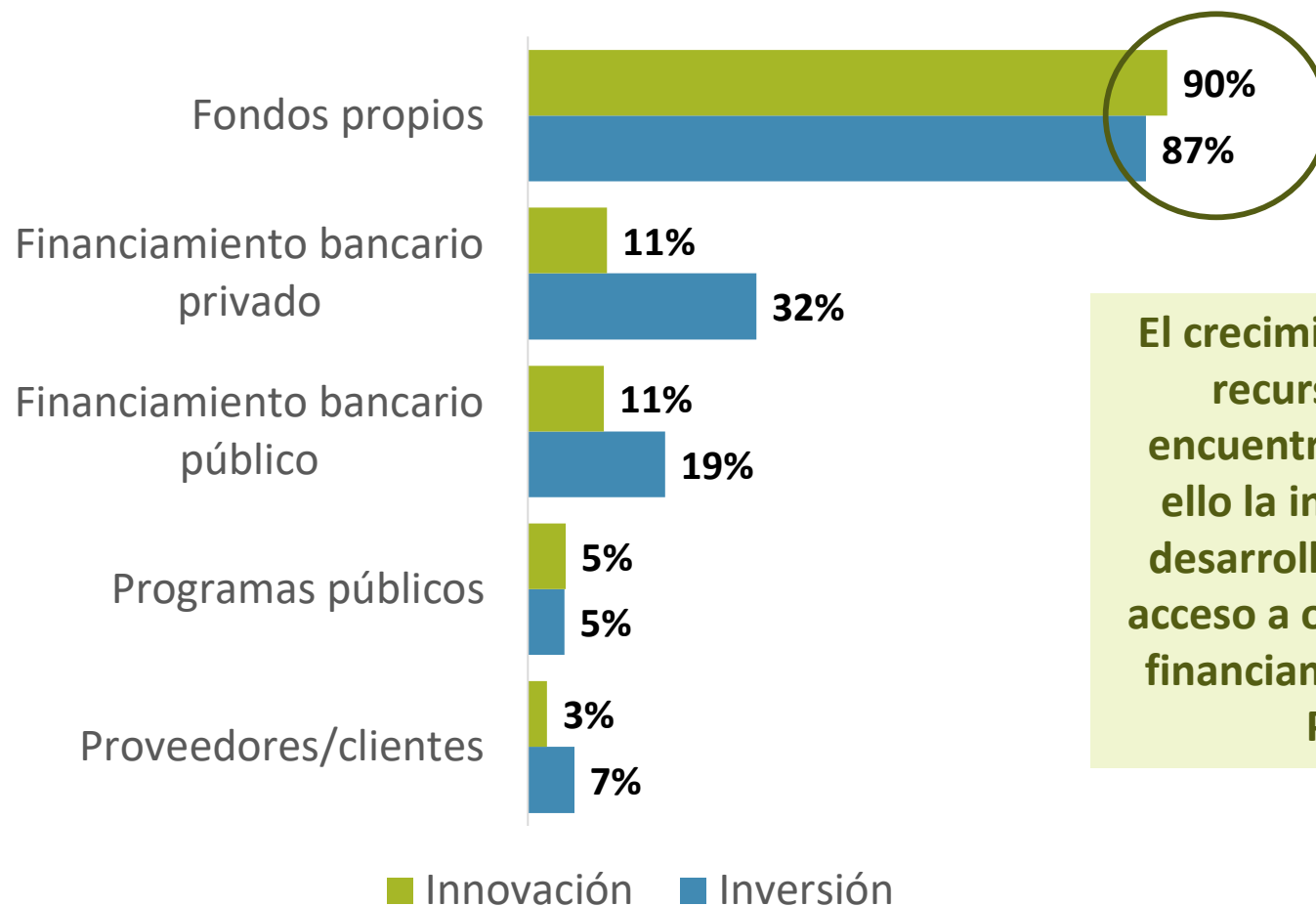
## Instituciones

Otras empresas	23%
Universidades Nacionales	19%
INTI / INTA / INIDEP	19%
Centros tecnológicos / Laboratorios	17%
Gobierno Municipal, Provincial o Nacional	16%
Institutos de formación técnica	13%
Otros agentes	10%

# Financiamiento

31

## Origen de los fondos



El crecimiento en base a recursos propios encuentra límites y por ello la importancia de desarrollar y facilitar el acceso a otras fuentes de financiamiento para las PyMEs



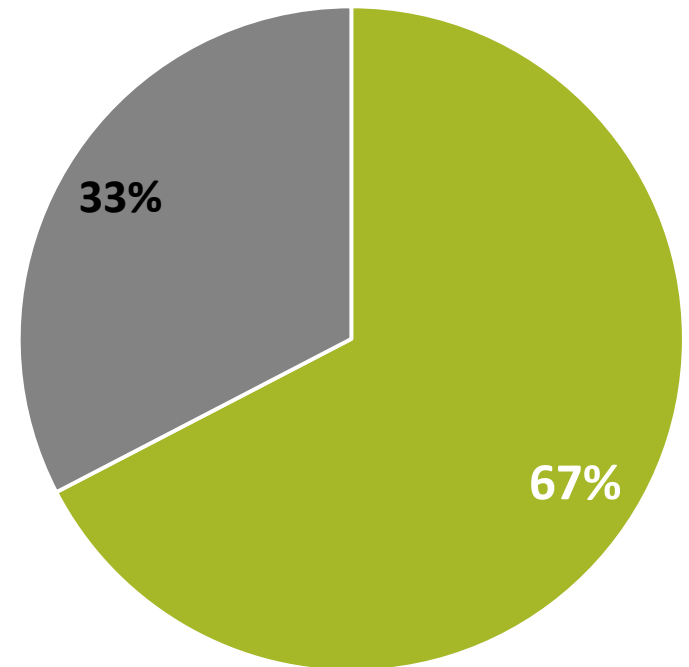
# Ocupados y demanda laboral

32

## Nivel de educación

Secundario incompleto o inferior	16%
Secundario completo	27%
Educación técnica	10%
Educación terciaria	9%
Diseñadores	3%
Universitario incompleto	12%
Universitario ciencias duras	12%
Universitario demás carreras	11%

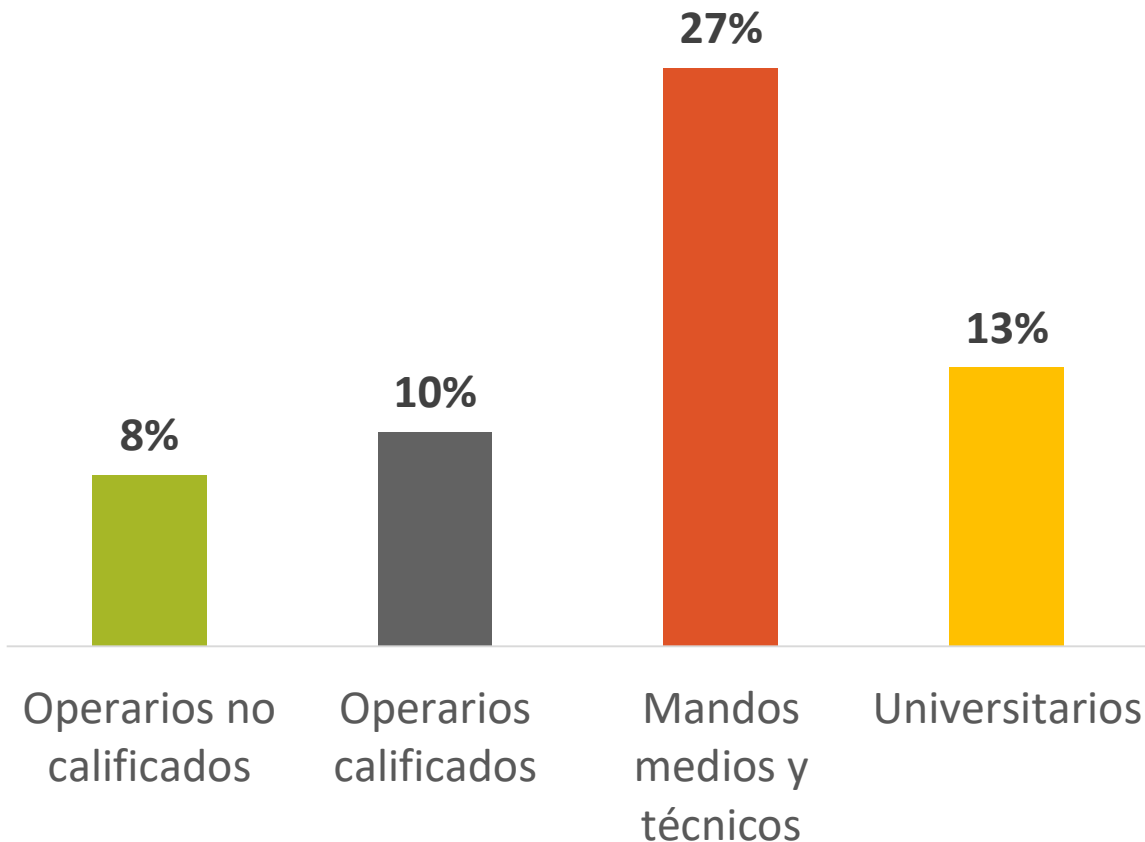
## Capacitación dentro de la empresa



■ Sí ■ No

# Ocupados y demanda laboral

33



El **36%** de las empresas declaran estar buscando personal

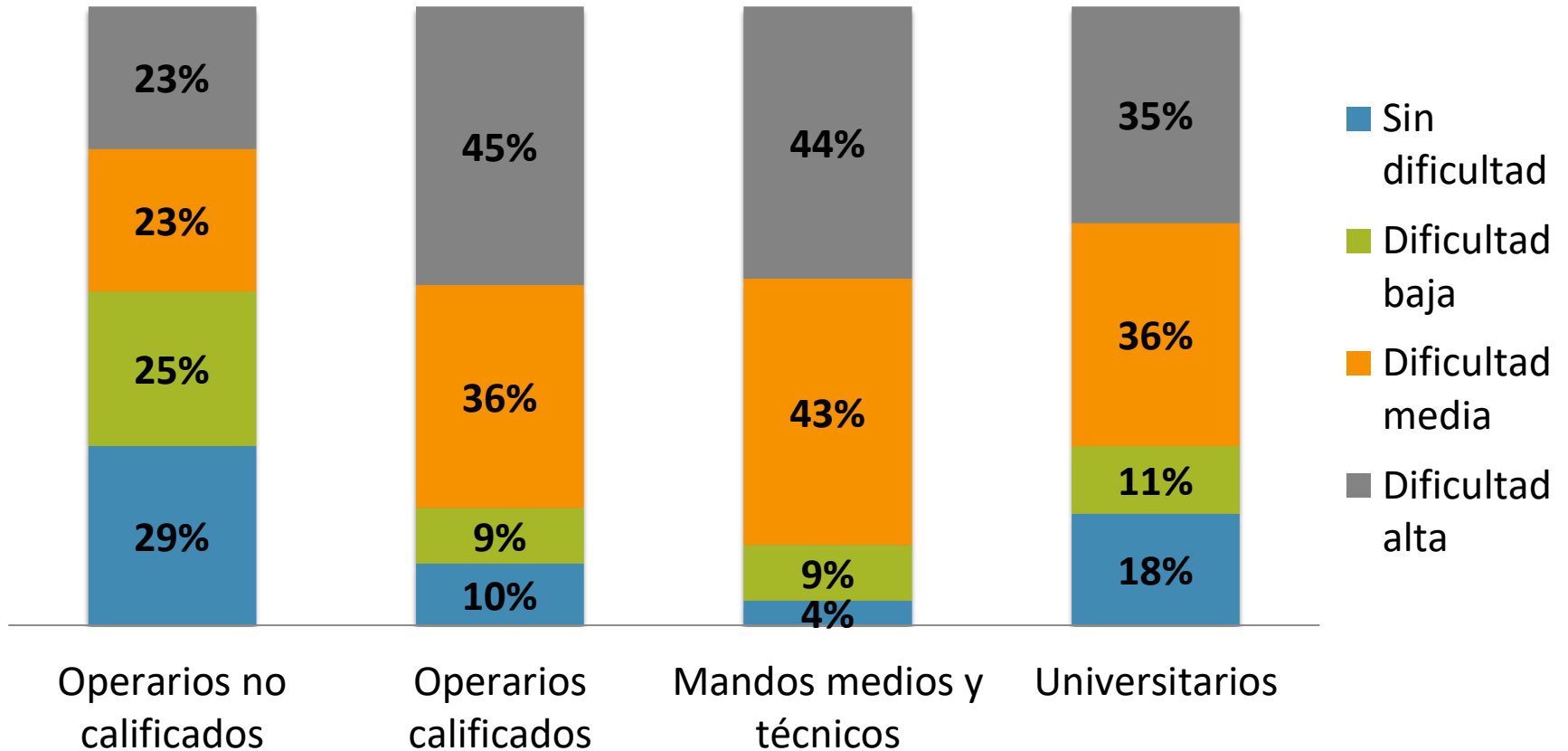
Los puestos más demandados son:

- Soldador, Tornero y Herrero;
- Técnico e Ingeniero mecánico, electromecánico, electrónico y electricista;
- Ingeniero en sistemas y Desarrollador

# Ocupados y demanda laboral

34

## Dificultad en la búsqueda de personal



# Coyuntura y expectativas

35

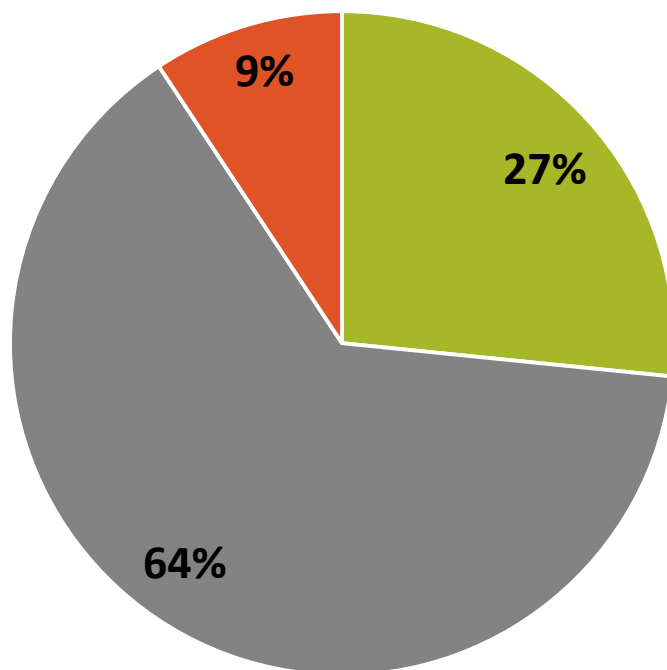
**Problemas  
más  
relevantes  
para la  
empresa**

<b>1º</b>	<b>Alta participación de los impuestos en el costo</b>	<b>4,27</b>
<b>2º</b>	<b>Aumento de los costos directos de producción (mano de obra, materias primas, insumos, etc.)</b>	<b>4,15</b>
<b>3º</b>	<b>Disminución de la rentabilidad</b>	<b>3,97</b>
<b>4º</b>	<b>Elevados costos financieros</b>	<b>3,70</b>
<b>5º</b>	<b>Caída en las ventas</b>	<b>3,47</b>
<b>6º</b>	<b>Retraso en los pagos de los clientes</b>	<b>3,35</b>
<b>7º</b>	<b>Dificultades en la obtención de financiamiento</b>	<b>3,14</b>
<b>8º</b>	<b>Elevados costos de logística</b>	<b>3,00</b>
<b>9º</b>	<b>Fuerte competencia en el mercado interno</b>	<b>2,85</b>
<b>10º</b>	<b>Alto grado de evasión de los productores locales</b>	<b>2,80</b>

# Coyuntura y expectativas

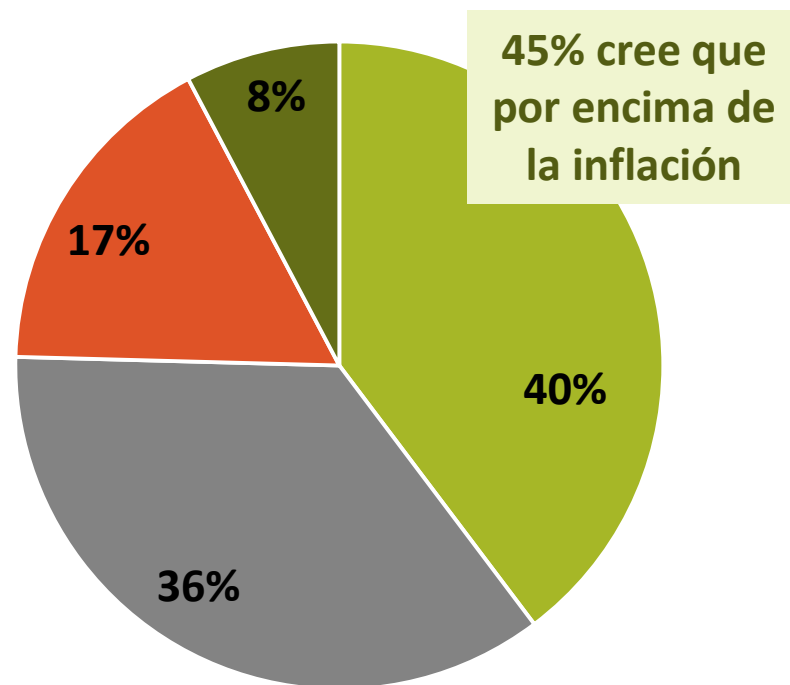
36

## Variación del empleo



■ Aumentará    ■ Se mantendrá  
■ Disminuirá

## Variación de las ventas

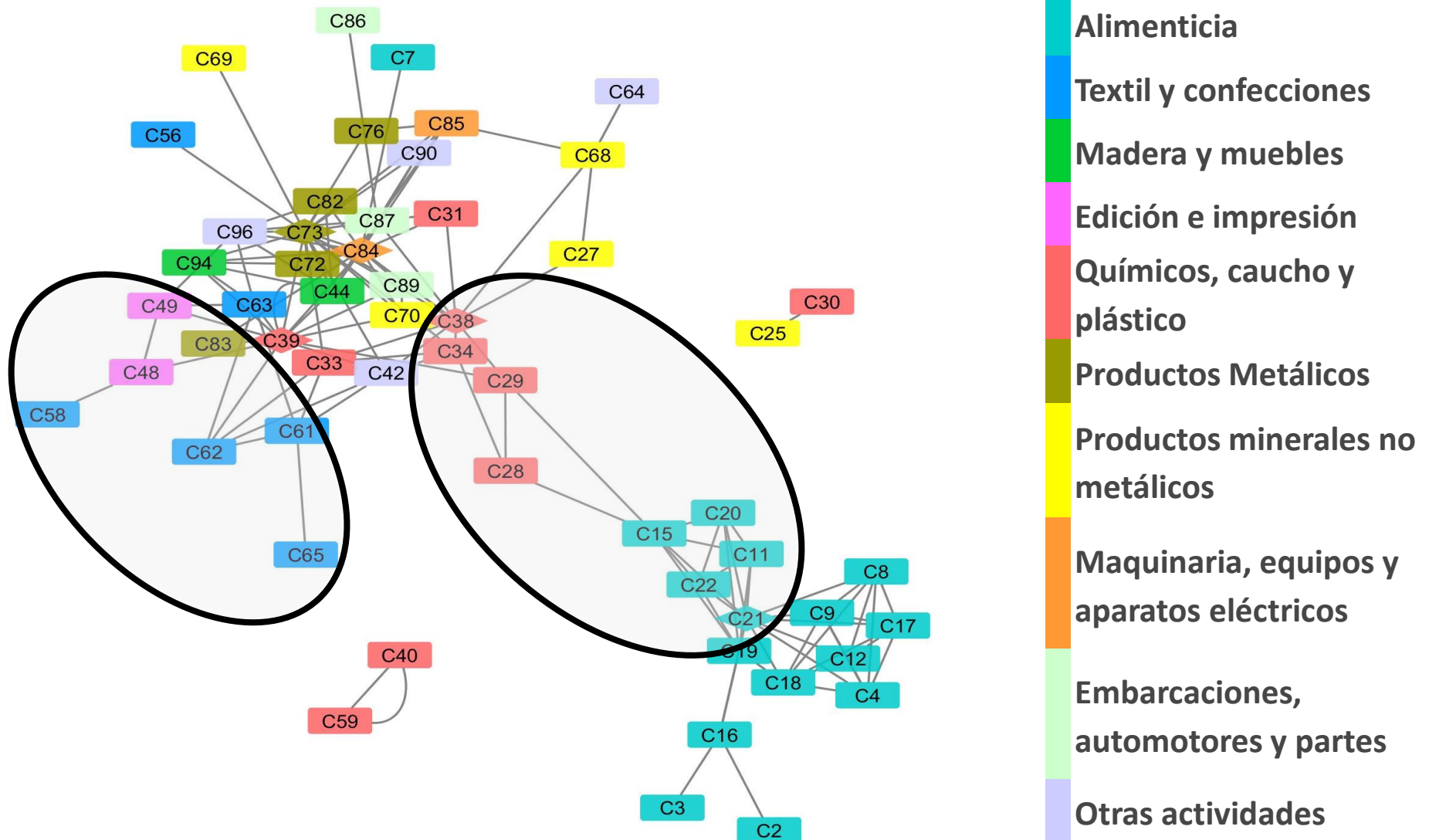


■ Aumentará    ■ Se mantendrá  
■ Disminuirá    ■ Ns/Nc

# MAPA DE PRODUCTOS, RECOMENDACIONES Y ACCIONES

# Diversificación productiva

38





# Recomendaciones

39

- Profundizar la **diversificación** productiva que permita dar “**saltos largos**” y aprovechar economías de alcance y escala.
- Mejorar la calidad de la **mano de obra** a partir de programas de formación acorde a las necesidades de las empresas.
- Incentivar el desarrollo de **proveedores locales/regionales** de insumos para disminuir la dependencia de importaciones.
- Estimular la incorporación de **tecnologías blandas** que mejoren la competitividad (Diseño, TICs, Servicios intensivos en conocimiento).

# Recomendaciones

40

- Consolidar y desarrollar los canales de **comercialización** y el posicionamiento de **marca**.
- Diseñar herramientas de **financiamiento** accesibles para Pymes, tanto para capital de trabajo e incorporación de tecnología como para el desarrollo de innovaciones.
- Propiciar la **articulación** de las empresas con el **sistema de innovación**, potenciando la innovación abierta y la especialización regional inteligente.
- Favorecer la **exportación** por ejemplo a través de: programas de financiamiento, misiones comerciales y desarrollo de nuevos mercados.

# Rondas de Negocios TIC

41

- Favorecer la incorporación de nuevas tecnologías (TICs - Industria 4.0).
- Propender al desarrollo del Sector TIC de Mar del Plata.
  
- Se identificaron necesidades de *software* de 110 empresas.
- Actualmente se está:
  - Validando las necesidades.
  - Organizando rondas de negocios.



# Estudio Parque Industrial / CATTEC

42

- Fortalecimiento de la relación con empresas del Parque Industrial
  - Estudio global de las empresas del Parque Industrial y Tecnológico Mar del Plata-Batán.
  - Acompañamiento a las Subsecretaría de Transferencia y Vinculación Tecnológica.
  - Creación del Centro de Apoyo a la Transferencia Tecnológica.

Estudio global de las empresas  
del Parque Industrial y  
Tecnológico Mar del Plata-Batán

Grupo de Análisis Industrial  
Centro de Investigaciones Económicas y Sociales  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

2019



# Articulación Sector Plástico

43

- Se identificó problemática de residuos plásticos (prohibiciones).
- Actividades derivadas:
  - Visibilización de las Problemáticas en el Honorable Concejo Deliberante.
  - Encuentro con actores claves del sector.
  - Búsqueda de Soluciones Tecnológicas.
  - Acompañamiento en la creación de la Cámara Empresaria.



# Articulación Sector Plástico

44

## Proyecto Deposición Sustentable de Residuos Plásticos





# Articulación Laboral

45



0223 ELECCIONES 2019 ALVARADO DANIEL VIGLIONE CONECTARSE Ciudad

### Más del 40% de las empresas de Mar del Plata tienen dificultades para incorporar mano de obra calificada

Surge de un relevamiento a 400 empresas del distrito realizado por la Facultad de Ciencias Económicas. El 84% del personal posee secundario y el 23% tiene formación universitaria completa. Faltan soldadores, torneros, herreros y otros oficios calificados.

Por Redacción 0223



13



Un relevamiento realizado por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Mar del Plata, sostiene que más del 40% de las empresas de la ciudad tiene dificultades para encontrar trabajadores con oficio, entre los que se destacan los soldadores, torneros, herreros y otros oficios calificados (27%). En menor medida, tampoco



# Articulación Laboral

46

- **Mesas Distritales** del COPRET → **Objetivo:** trabajar temas de **educación-demanda laboral** e identificar necesidades y acciones concretas.
- **Sector metalmecánico:** ADIMRA, ABIN, Cámara de la Industria Naval, SAON, Escuelas Municipales de Formación Profesional y Técnicas → **Competencias Laborales**
- **Sector Textil:** Cámara Textil, ACIAmdp, Escuelas Municipales de FP, Instituto Superior de Formación Técnica N° 151.

 **MESA DISTRITAL - SECTOR METALMECANICA** 

EN EL MARCO DE LAS POLITICAS DE FORTALECIMIENTO DE LA RELACION ENTRE EDUCACION Y TRABAJO, LA MESA DISTRITAL DE COPRET, INVITA A UD. A CONCURRIR EL DIA 28 DE JUNIO DE 2019 A LAS 17:00 HS. A LA SALA DE REUNIONES DEL CONSEJO ACADEMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA - PUNES 3250

DE BEGUA CONFIRMAR ASISTENCIA A : [secretariocoordinadocopret@gmail.com](mailto:secretariocoordinadocopret@gmail.com)

ARG. JUAN A. FIGUEROA  
SECRETARIO DISTRITAL COPRET

PROF. JORGE OLGUIN  
INSPECTOR JEFE GESTION ESTATAL

PROF. OMAR MANCIONI  
INSPECTOR JEFE GESTION PRIVADA





Descarga del Resumen  
Ejecutivo y de la  
presentación HCD

MUCHAS GRACIAS