

# ASIMETRÍAS TECNOLÓGICAS Y NATURALEZA EXPORTADORA EN LA INDUSTRIA PESQUERA MARPLATENSE

Alicia Zanfrillo, [alicia@mdp.edu.ar](mailto:alicia@mdp.edu.ar)<sup>1y2</sup>

Mariano Morettini, [mariano.morettini@gmail.com](mailto:mariano.morettini@gmail.com)<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Facultad Regional Mar del Plata de la Universidad Tecnológica Nacional

<sup>2</sup>Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata

## RESUMEN

La digitalización se presenta en la actualidad como una tendencia clave en el mundo empresarial, brindando oportunidades para operar en forma más eficiente, optimizando procesos, adaptándose rápidamente a los cambios y ofreciendo nuevas experiencias con mayor valor agregado para sus clientes. En este contexto, las empresas exportadoras se enfrentan a desafíos únicos dada la naturaleza de sus operaciones internacionales y la diversidad de mercados con los que se integra su cadena de valor. Esta situación tiene un gran impacto en las empresas pesqueras con un mercado altamente regulado debido a las exigencias en materia de seguridad alimentaria, sostenibilidad y calidad a fin de evitar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada.

En la ciudad de Mar del Plata (República Argentina) se localizan más de 80 plantas elaboradoras de pescado, de carácter netamente exportador, de las cuales un porcentaje apenas mayor que la mitad ha desarrollado estrategias digitales en consonancia con las tendencias actuales. Esta situación refleja a priori un estado incipiente de madurez digital que se combina con la necesidad de consolidar su posición atendiendo a las demandas de los países importadores respecto de trazabilidad, certificación, transparencia y sostenibilidad.

El objetivo del presente trabajo es caracterizar las empresas pesqueras marplatenses en relación con su nivel de digitalización y comportamiento exportador a través del análisis de factores estructurales y estratégicos a efectos de promover la definición de escenarios de adopción de tecnologías que faciliten el desarrollo de ventajas competitivas. Estas ventajas se inscriben tanto en un tránsito gradual entre un paradigma tecnológico y el siguiente –asociado con la linealidad- o bien, en el “salto de rana” o directo hacia la frontera de innovación, que les permite vincularse con la transformación digital desde un cambio cultural.

La investigación es de tipo descriptiva-correlacional con análisis estadístico descriptivo y multivariado a fin de comprobar la relación entre los niveles de madurez digital y los perfiles de las empresas exportadoras. El relevamiento de las firmas se llevó a cabo durante los meses de abril y mayo de 2023 sobre las plataformas y publicaciones digitales de cada entidad y fuentes de información secundaria. Los resultados muestran diferentes asimetrías tecnológicas respecto de la evolución en la transformación digital y la naturaleza exportadora, asociadas con el tamaño y la antigüedad de las organizaciones y la incorporación de nuevos modelos de negocios a través de la adopción de plataformas digitales (*e-commerce*). Si bien las firmas comparten las exigencias de trazabilidad, se constituye en un elemento diferenciador respecto de la identificación de esta práctica en los esfuerzos por innovación y generación de capacidades para la consolidación de su actividad exportadora y la evolución de su madurez digital.

Palabras clave: digitalización, transformación digital, comercio electrónico, sostenibilidad, cadena de valor