

Informes Económicos Sectoriales





Autoridades Provinciales

Cr. Gustavo Eduardo Bordet
GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS

Cr. Hugo Alberto Ballay
MINISTRO DE ECONOMÍA, HACIENDA Y FINANZAS

Cr. Antonio Gustavo Labriola
SECRETARIO DE HACIENDA



Cr. Omar Orlando Izaguirre
DIRECTOR GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

Cra. Rosario Burgos
DIRECTORA DE COORDINACIÓN

RESPONSABLES TÉCNICOS

Lic. María José Haberkorn
Lic. Germán Andrés Orsini
Lic. Néstor Serfaty

ISSN: 2545-7020

Dirección General de Estadística y Censos
Urquiza y San Martín- Galería Almendral- Planta Alta
Paraná- Entre Ríos- Tel: +54-0343-4207831
e-mail: infodecer@indec.mecon.gov.ar
www.entrerios.gov.ar/dec



MUNICIPALIDAD
DE **CRESPO**



Dirección General de
ESTADÍSTICA Y CENSOS
Ministerio de Economía, Hacienda y Finanzas
Gobierno de Entre Ríos

Relevamiento Económico - Productivo del Parque Industrial Crespo

Resultados al 31 de diciembre de 2016



Autoridades Municipales

Arq. Abel Rubén Darío Schneider
PRESIDENTE MUNICIPAL

Abg. Hernán Daniel Jacob
SECRETARIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Cr. Daniel Gaspar Paifer
DIRECTOR DE LA AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL

Cra. Rosana Andrea Gottig
SECRETARIA DE LA AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
PARTE I. INFORMACIÓN DEL LOCAL.....	4
Actividad principal y cantidad de locales.....	4
Antigüedad del local.....	5
Tratamiento de efluentes industriales y control de plagas.....	5
Planeamiento estratégico y certificaciones de calidad.....	6
PARTE II. INTERVENCIÓN Y PARTICIPACION EN EL MERCADO.....	7
Mercado interno.....	7
Mercado externo.....	8
PARTE III. INSUMOS.....	9
Insumos nacionales e insumos locales.....	9
Nuevos insumos locales y cadenas de valor.....	9
PARTE IV. EMPLEO.....	11
Dotación de personal por tipo.....	11
Dotación de personal por categoría ocupacional.....	12
Formación del personal.....	13
PARTE V. INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS.....	14
Infraestructura y servicios en el Parque Industrial.....	14
Tecnologías de Información y Comunicación – (TICs).....	14
PARTE VI. INVERSIÓN Y CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	16
Inversión y financiamiento.....	16
Calidad del equipamiento.....	17
PARTE VII. FLUJO DE VISITANTES.....	18

INTRODUCCIÓN.

El siguiente informe fue elaborado por la Dirección General de Estadística y Censos de Entre Ríos, en base al relevamiento llevado a cabo durante los meses de septiembre y octubre del año 2017, en el Parque Industrial de la Ciudad de Crespo, ubicado sobre la Ruta 12, kilómetro 406, a 2,5 kilómetros de la ciudad. El mismo, se realizó de manera conjunta con la Municipalidad de Crespo y la Asociación Civil Parque Industrial Crespo.

Este operativo surgió como el producto de un Convenio de colaboración firmado por las instituciones antes mencionadas, a los fines de conocer diversos aspectos económicos y productivos de las empresas localizadas en el Parque Industrial de la Ciudad de Crespo.

El mismo, consistió en la entrega de un formulario a completar por cada una de las empresas activas durante el año 2016 radicadas en el Parque. De un total de 29 empresas que cumplen con los requisitos, se relevaron 27, dado que dos de las mismas no completaron el formulario. Las actividades desarrolladas por aquellas que fueron encuestadas son muy diversas, dentro las cuales se encuentran industrias alimenticias, industrias metalúrgicas, fábricas de muebles, entre otras.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: en una primera parte se presenta un resumen de las principales características generales de los locales (dentro de las cuales se incluyen la actividad principal, la cantidad de locales con los que cuenta la empresa, la antigüedad, la generación y tratamiento de efluentes y control de plagas, entre otras), para luego ahondar en su participación en el mercado (tanto local como nacional e internacional) y en los insumos utilizados en el proceso productivo.

Posteriormente, se aborda la cantidad de puestos de trabajo que se generan y el nivel de formación y capacitación de los mismos. Además, se evalúa la calidad de la infraestructura y los servicios ofrecidos por el Parque Industrial.

Finalmente, se repasan las principales inversiones realizadas por las firmas, el impacto de las mismas en la capacidad productiva y el flujo de visitantes a las empresas y los circuitos preparados a tal fin (en caso que existan).

PARTE I. INFORMACIÓN DEL LOCAL.

Actividad principal y cantidad de locales.

Los locales productivos que se encuentran ubicados dentro del Parque Industrial Crespo que han sido incluidos en la muestra son muy diversos. Más precisamente, para el total de casos estudiados (27 locales) se han podido identificar 11 actividades principales diferentes, según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (ClANAE 2010 a dos dígitos).

Como puede observarse en la Tabla 1, dentro de las más importantes (por su frecuencia) se encuentran: *elaboración de productos alimenticios y bebidas*, con un 26% del total; *fabricación de productos minerales no metálicos* y *fabricación de maquinaria y equipo*, donde cada una de ellas representa un 15% del total; y *fabricación de productos elaborados de metal excepto maquinaria y equipo*, y *fabricación de muebles y colchones* que representan, cada una, un 11% del total.

El 22% de las actividades restantes se encuentran agrupadas en *Otros*, donde es posible mencionar *fabricación de papel y productos de papel*, *fabricación de productos y sustancias químicas*, entre otros.

Tabla 1. Cantidad de locales por actividad económica según CLANAE 2010.

Descripción de la Actividad según CLANAE 2010, a 2 dígitos	Frecuencia	%
Elaboración de productos alimenticios y bebidas - 15	7	26%
Fabricación de productos minerales no metálicos - 26	4	15%
Fabricación de maquinaria y equipo N.C.P. - 29	4	15%
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo - 28	3	11%
Fabricación de muebles y colchones; Industrias manufactureras N.C.P. - 36	3	11%
Otros	6	22%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

En la mayoría de los casos -el 78% del total- son el único local con el que cuenta la empresa, mientras que el 22% tiene más de uno. Una característica común a todos es que trata de empresas independientes.

Tabla 2. Cantidad de locales de la empresa.

Cantidad de locales	Frecuencia	%
Uno	21	78%
Más de uno	6	22%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Antigüedad del local.

Si se clasifica a los locales según la antigüedad en la actividad principal, más de un tercio de ellos (el 37%) han comenzado a funcionar entre los años 2000 y 2009; mientras que el 30% lo hicieron después del año 2010. Sólo 3 locales tienen una antigüedad mayor a 25 años, iniciando sus actividades entre los años 1970 y 1989.

Tabla 3. Antigüedad en la actividad principal de los locales del Parque Industrial de Crespo.

Período	Frecuencia	%
1970 - 1989	3	11%
1990 - 1999	6	22%
2000 - 2009	10	37%
2010 - 2015	8	30%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Tratamiento de efluentes industriales y control de plagas.

Otra de las temáticas abordadas en el relevamiento fue la generación de efluentes industriales y su respectivo tratamiento. Si se los clasifica por tipo, la mayoría de los locales manifiesta generar *efluentes sólidos* (un 70% frente al 30% que no genera efluentes de este tipo).

Por otra parte, la mayoría de los locales declara *no generar efluentes líquidos* (un 67% del total, mientras que el 33% restante si manifiesta generarlos). Finalmente, sólo un local manifiesta generar *efluentes gaseosos*.

Tabla 4. Generación de efluentes, por tipo.

¿Genera efluentes?	Sólidos		Líquidos		Gaseosos	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	19	70%	9	33%	1	4%
NO	8	30%	18	67%	26	96%
TOTAL	27	100%	27	100%	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

En lo que respecta al tratamiento de los mismos, sólo el 15% de los locales realiza algún tipo de tratamiento en los efluentes industriales generados, mientras que el 85% restante no lo hace.

Tabla 5. Realización de tratamiento de efluentes.

Tratamiento de efluentes	Frecuencia	%
SI	4	15%
NO	23	85%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Aquellos locales que realizan tratamiento en sus efluentes industriales -4 en total- señalaron que dichos tratamientos consisten en:

- “Separación de Áridos”
- “Traslado de sólidos al basural Crespo, líquidos a desagües cloacales”.
- “Destilación de efluentes”.
- “Tratamiento químico”.

En lo que refiere al control de plagas, el 85% de los locales declara que realiza algún tipo de control de plagas. Dentro de ellos, una amplia mayoría (19 locales) realiza un control propio mientras que el resto (4 locales) contrata servicios de terceros.

Tabla 6. Control de plagas en las instalaciones del local.

Control de plagas		Frecuencia	%
SI	Propio	19	70%
	Terceros	4	15%
NO		4	15%
TOTAL		27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Planeamiento estratégico y certificaciones de calidad.

Al finalizar la primera etapa del relevamiento, correspondiente a las características generales de los locales, se consultó sobre la existencia, o no, de procesos o certificaciones de calidad.

Del total de 27 locales, sólo 2 (el 7%) declararon que poseen certificaciones: una de ellas, Normas ISO 9001; y la otra, Normas ISO FSSC 22.000.

Tabla 7. Presencia de certificaciones y/o procesos de calidad en los locales.

Proceso y/o certificación de calidad	Frecuencia	%
SI	2	7%
NO	25	93%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Por último, se consultó si poseían un plan estratégico: sólo el 22% (6 locales) señalaron poseer un plan estratégico, mientras que el 78% no lo tiene.

Tabla 8. Presencia de procesos de planificación estratégica en el local.

Plan Estratégico	Frecuencia	%
SI	6	22%
NO	21	78%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

PARTE II. INTERVENCIÓN Y PARTICIPACION EN EL MERCADO.

En esta segunda parte, se analiza la intervención y participación en el mercado de los locales relevados. Para hacerlo, se observan las ventas efectuadas durante el año 2016, distinguiendo entre las que se realizan en el mercado interno, en el mercado externo o en ambos mercados de manera simultánea.

Del total de 27 locales, el 93% participa sólo del mercado interno, mientras que el 7% restante participa tanto en el mercado interno como en el externo. No es posible encontrar casos en los cuales sólo exporten su producción.

Tabla 9. Participación de los locales en el mercado interno y/o externo.

Participación en el mercado	Frecuencia	%
Sólo mercado interno	25	93%
Sólo mercado externo	0	0%
Ambos mercados	2	7%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Mercado interno.

Todas las empresas que se encuentran incluidas en el presente relevamiento participan en el mercado interno. El total de ventas informadas durante el año 2016 asciende a \$ 472 millones de pesos (sin IVA).

En lo que respecta al destino de dichas ventas, es posible clasificarlo por provincia, ordenándolas en función a la importancia por montos de ventas (en pesos). Del total de 27 locales, el 74% señala como primer destino de las ventas la provincia de Entre Ríos, seguida en orden de importancia por la provincia de Buenos Aires, con un 11% del total. El resto, se distribuye en partes iguales entre las provincias de Corrientes, Córdoba, Santa Fe y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tabla 10. Principal destinataria de las ventas en pesos.

Primera provincia en ventas	Frecuencia	%
Entre Ríos	20	74%
Buenos Aires	3	11%
Corrientes	1	4%
Córdoba	1	4%
Santa Fe	1	4%
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	1	4%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Aquellos locales que tienen a la provincia de Entre Ríos como su principal compradora, tienen como segundo principal destino a las provincias de Santa Fe, Buenos Aires, Corrientes, Córdoba y Misiones. Por otra parte, aquellos que tienen a Buenos Aires como su principal destino ubican en segundo lugar a Misiones, Santa Fe y Entre Ríos.

Otras provincias que también se ubican como destinatarias de la producción del Parque Industrial de Crespo, aunque en menor medida, son Mendoza, La Rioja, Santiago del Estero, Chaco, Salta y Tucumán.

Un dato más a señalar: del total de 27 locales, sólo 3 no tienen como uno de los 5 destinos más importantes (en montos de ventas) a la provincia de Entre Ríos. El resto, ubica a la provincia entre los 3 principales destinos.

Por último, al consultarse a los locales sobre los motivos por los cuales no exportan su producción, del total de 25 locales (porque hay 2 que comercian en ambos mercados), en el 46% de los casos se menciona que *no se encuentra dentro de sus objetivos* mientras que *no se produce un bien exportable* representa el 35% del total.

El tercer motivo elegido es *presencia de limitaciones internas* que no permiten la venta al extranjero (un 15% del total). Dentro de *otros* se señaló la existencia de “un tipo de cambio no competitivo para sus productos”.

Tabla 11. Motivos por los cuales el local no vende al mercado externo.

Motivos por los que no exporta	Frecuencia (*)	%
No se encuentra dentro de sus objetivos	12	46%
No produce un bien exportable	9	35%
Posee limitaciones internas	4	15%
Posee limitaciones externas	0	0%
Otros	1	4%
TOTAL	26	100%

(*) El total es mayor a 25 porque puede elegirse más de un motivo.

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Mercado externo.

Del total de 27 locales situados en el Parque Industrial de Crespo que conforman la muestra, sólo dos declararon vender parte de su producción en el mercado externo. Dentro de los principales destinos se encuentran Bolivia, Cuba, Chile, Uruguay, Colombia, Rusia. No se cuenta con datos sobre los montos exportados ya que los mismos no fueron suministrados por los informantes.

PARTE III. INSUMOS.

A continuación se profundiza en los insumos utilizados por los locales relevados, haciendo hincapié en aquellos que provienen de las zonas aledañas a la Ciudad de Crespo.

Insumos nacionales e insumos locales.

Del total de la muestra relevada, en promedio, el 88% de los insumos utilizados para la producción de los locales alcanzados por el relevamiento en el Parque Industrial son de origen nacional. A su vez, el 27% de los mismos no provienen de la Ciudad de Crespo y zonas aledañas (en un radio no mayor a 20 km.).

Sobre estos últimos (insumos locales) se calificaron –asignando valores de 1 a 5 de peor a mejor- en torno a 4 aspectos: calidad, precio, cumplimiento de entrega e innovación. El total de respuestas asciende a 17 (que representan la cantidad de locales que utilizan algún insumo de la zona aledaña a la Ciudad de Crespo).

En lo que respecta a la calificación asignada al aspecto *Calidad* de los insumos locales, en promedio, es muy buena, donde la mayoría –un 65% del total- de los locales que utilizan insumos de Crespo y alrededores los calificaron con los mayores valores (4 y 5). Esta situación también se observa en el *cumplimiento en la entrega*, donde el 70% seleccionó las valoraciones 4 y 5.

Por otra parte, tanto los aspectos *Precio* como *Innovación* son los que menores calificaciones han obtenido, donde la mayoría seleccionó 3 puntos para valorarlos (en el 71% y 41% del total de casos, respectivamente).

Tabla 12. Calificación de los insumos adquiridos en Crespo y zonas aledañas.

Valoración de los aspectos	Calidad		Precio		Entrega		Innovación	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	1	6%	0	0%	1	6%	2	12%
2	1	6%	2	12%	1	6%	3	18%
3	4	24%	12	71%	3	18%	7	41%
4	7	41%	1	6%	6	35%	2	12%
5	4	24%	2	12%	6	35%	3	18%
TOTAL	17	100%	17	100%	17	100%	17	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Nuevos insumos locales y cadenas de valor.

Además de calificar los insumos locales que actualmente se utilizan en la producción (como se vio en el apartado anterior) se ha indagado sobre la posibilidad de producir nuevos insumos en la Ciudad de Crespo y su zona de influencia.

Del total de 27 locales relevados, el 30% considera que es posible producir en el futuro algunos de los insumos que actualmente se adquieren fuera de la Ciudad de Crespo y zona aledaña, mientras que el 70% considera que esto no es posible.

Algunos ejemplos de insumos que podrían comenzar a producirse en Crespo y zona en el mediano y largo plazo que fueron mencionados en el formulario son: clavos, tornillos, masilla, envases de cartón, maples plásticos, sémola, harina de maíz, azúcar impalpable, palitos de madera, discos de corte, entre otros.

Tabla 13. Nuevos insumos locales de Crespo y zona de influencia.

Nuevos insumos	Frecuencia	%
SI	8	30%
NO	19	70%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Por último, ante la consulta sobre la posibilidad de que el local integre una cadena de valor, de los 27 casos relevados, el 48% señaló que no es posible, mientras que el 52% restante sostuvo que sí. Dentro de estos últimos, una amplia mayoría (el 86%) indicó que podría serlo como proveedor, mientras que el resto podría serlo como cliente.

Tabla 14. Cadenas de valor.

Cadena de valor		Frecuencia	%
SI	Proveedor	12	44%
	Cliente	2	7%
NO		13	48%
TOTAL		27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

PARTE IV. EMPLEO.

A continuación se observan las principales características del empleo generado en los locales radicados en el Parque Industrial que fueron parte del presente relevamiento, como así también de los programas de formación vigentes y a realizarse en el corto y mediano plazo.

Dotación de personal por tipo.

El total de personal ocupado por los locales incluidos en el presente relevamiento asciende a 408, de los cuales una amplia mayoría (el 87%) son hombres mientras que el 13% restante son mujeres.

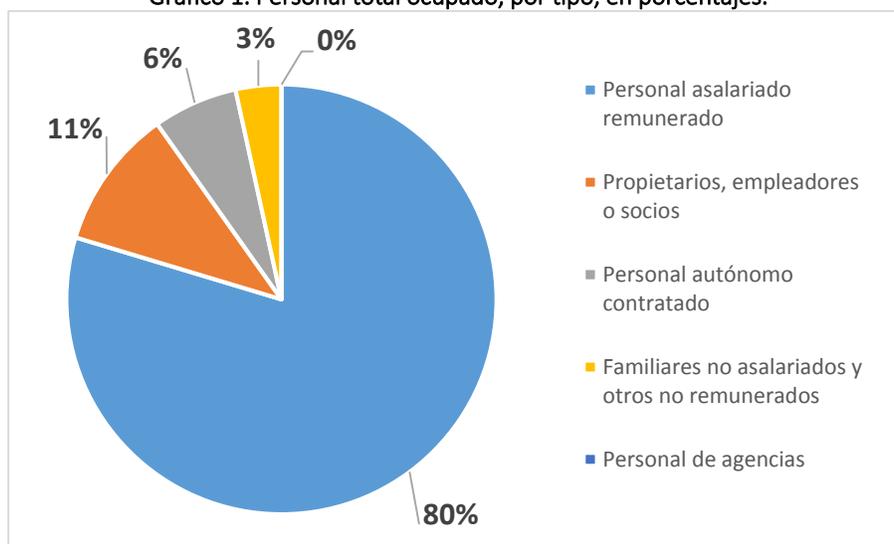
Tabla 15. Personal ocupado, por sexo.

Personal ocupado	Frecuencia	%
Femenino	53	13%
Masculino	355	87%
TOTAL	408	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Si se clasifica el personal por tipo, una amplia mayoría (el 80% del total) es *personal asalariado remunerado*, el 11% son *propietarios, empleadores o socios* y el 6% *personal autónomo contratado*. El resto (3%) son *familiares no asalariados y otros no remunerados*.

Gráfico 1. Personal total ocupado, por tipo, en porcentajes.



Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

En el caso del personal femenino, el 55% es *personal asalariado remunerado* y el 21% son *propietarias, empleadoras o socias*. El 15% son *familiares no asalariados y otros no remunerados*.

El personal masculino, por su parte, es mayoritariamente *asalariado remunerado* (83%) mientras que los *propietarios, empleadores o socios* alcanzan el 9% y el *personal autónomo contratado* el 6%.

Tabla 16. Personal ocupado por tipo y sexo.

	Frecuencia			%		
	F	M	Total	F	M	Total
Personal asalariado remunerado	29	296	325	55%	83%	80%
Propietarios, empleadores o socios	11	32	43	21%	9%	11%
Personal autónomo contratado	5	21	26	9%	6%	6%
Familiares no asalariados y otros no remunerados.	8	6	14	15%	2%	3%
Personal de agencias	0	0	0	0%	0%	0%
TOTAL	53	355	408	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Dotación de personal por categoría ocupacional.

El total de personal ocupado clasificado por categoría ocupacional asciende a 337¹, de los cuales el 89% son varones y el 11% son mujeres.

Tabla 17. Personal ocupado por categoría ocupacional y sexo.

	Frecuencia			%		
	F	M	Total	F	M	Total
Personal operativo	6	146	152	16%	49%	45%
Personal sin calificación	11	96	107	29%	32%	32%
Personal técnico	2	25	27	5%	8%	8%
Personal auxiliar	15	11	26	39%	4%	8%
Personal profesional	1	10	11	3%	3%	3%
Personal jerárquico	3	11	14	8%	4%	4%
TOTAL	38	299	337	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

El 45% del total del personal ocupado es *operativo*, es decir, que realiza tareas que requieren de habilidades manipulativas, de atención, rapidez y/o conocimientos previos adquiridos por experiencia laboral o capacitación (formal o informal).

Le sigue en orden de importancia el *personal sin calificación* –aquel que realiza tareas que no requieren habilidades ni conocimientos previos y que pueden realizarse mediante una breve instrucción inicial, es decir, no requiere adiestramiento previo- con el 32% del total.

¹ El total de personal ocupado por categoría ocupacional es inferior al total de personal ocupado por tipo, dado que en esta clasificación quedan excluidos los propietarios de los locales.

Luego continúan el *personal técnico* –aquel que realiza actividades que requieren habilidades manipulativas y de conocimientos teóricos de orden específico- y el *personal auxiliar* –cuyas tareas están vinculadas, específicamente con la administración interna y mantenimiento de la empresa- representando, cada uno, un 8% del total.

Formación del personal.

En lo que refiere a la formación del personal por parte de las empresas del Parque Industrial, sólo un 30% declaró haber ofrecido programas de formación y/o capacitaciones a su personal durante el año 2016, mientras que en el 70% de los casos esto no sucedió.

Tabla 18. Programas de formación y/o capacitación internos durante 2016.

Formación / capacitación interna	Frecuencia	%
SI	8	30%
NO	19	70%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Sobre la posibilidad de diseñar un programa de formación municipal, abierto al público, las empresas relevadas manifestaron su interés mayormente en: *Higiene y seguridad*, con el 23% del total; *Conducción y coordinación de personal*, con el 18% del total; *Oficios* (dentro de los cuales se incluyen herrería, carpintería, electricidad, gas) y *Comercialización*, con el 14% del total cada uno; y *marketing*, con el 12%.

Dentro de *otros* se mencionó: cursos de primeros auxilios y soldadores de acero inoxidable.

Tabla 19. Posibles temas para programas de formación y capacitación municipal.

Temas programa formación municipal	Frecuencia (*)	%
Higiene y seguridad	13	23%
Conducción y coordinación de personal	10	18%
Comercialización	8	14%
Oficios	8	14%
Marketing	7	12%
Administrativo	4	7%
Informática avanzada	2	4%
Informática inicial	2	4%
Otros	2	4%
Idiomas	1	2%
TOTAL	57	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

(*) Puede seleccionarse más de una opción, por eso el total es superior a 26.

PARTE V. INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS.

A continuación se ahonda en la calidad de la infraestructura y los servicios con los que cuenta el Parque Industrial desde la visión de los locales allí radicados. Además, se indaga respecto a la utilización de Tecnologías de Información y comunicación (TICs).

Infraestructura y servicios en el Parque Industrial.

Ante la consulta sobre la calidad de algunos de los servicios que actualmente ofrece el Parque Industrial, la mayoría señaló que desearía mejorar el servicio de *desagües pluviales/cloacales*, con el 67% de respuestas afirmativas.

Otras mejoras muy solicitadas por parte de los locales incluidos en el relevamiento son *accesos y pavimentación* y *tratamiento de efluentes/saneamiento* con el 56% y 41% respectivamente.

Sólo cuatro locales señalaron que no consideran necesario mejorar ningún servicio.

Tabla 20. Calidad de los servicios que ofrece el Parque Industrial.

Servicios ofrecidos por el Parque Industrial	Debe mejorarse...	
	SI	% (*)
Desagües pluviales / cloacales	18	67%
Accesos / pavimentación	15	56%
Tratamiento de efluentes / saneamiento	11	41%
Provisión energía eléctrica	5	19%
Ninguno	4	15%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

(*) Como puede seleccionarse más de una opción, el porcentaje fue calculado sobre el total de la muestra.

Es importante destacar que una de las empresas relevadas señaló la importancia de incorporar, dentro de la cartera de servicios que ofrece el Parque Industrial, la provisión de gas natural.

Tecnologías de Información y Comunicación – (TICs).

La utilización de tecnologías de Información y Comunicación fue otro de los temas vinculados a los servicios que fue consultado en el relevamiento, distinguiendo entre clientes y proveedores.

Dentro del primer grupo, la amplia mayoría de los locales relevados manifiesta utilizar *teléfono, fax, correo electrónico e internet para comunicarse con sus clientes* y, al mismo tiempo, *obtener y/u ofrecer información sobre los productos y servicios* que ofrece.

Sólo el 54% de los locales cuenta con *página web* y el 54% *emiten automáticamente las facturas al momento de realizarse la venta*. El resto de la información se encuentra en la siguiente tabla.

Tabla 21. Utilización de TICs con los clientes.

TICs utilizadas con Clientes	SI	% (*)
Utiliza teléfono y fax para comunicarse con sus clientes.	25	96%
Utiliza correo electrónico para comunicarse con sus clientes.	24	92%
Utiliza internet para obtener información de sus clientes y competidores.	21	81%
Dispone de una página web en la que hay información de su empresa y los productos y/o servicios que vende.	14	54%
Sus clientes pueden realizar consultas enviando un correo desde la página web de la empresa.	14	54%
Analiza periódicamente la información acumulada en bases de datos sobre sus clientes para generar promociones y ofertas a grupos de clientes.	9	35%
Cuenta con sistemas que emiten automáticamente las facturas en el momento de la venta, a partir de la información almacenada sobre sus productos y clientes.	14	54%
Sus clientes pueden realizar su pedido a través de la página web de su empresa.	6	23%
Sus clientes pueden acceder a través de la página web de la empresa a información sobre la situación de su pedido.	3	12%
Dispone de bases de datos de clientes únicos, que permiten compartir la misma información en toda la organización.	12	46%
Ofrece productos distintos, o promociones adaptadas a las necesidades concretas de cada cliente, a partir de la información sobre anteriores visitas a su página web.	7	27%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

(*) Como puede seleccionarse más de una opción, el porcentaje fue calculado sobre el total de la muestra.

Por otra parte, en lo que respecta a las TICs y los proveedores, los resultados arrojaron que, al igual que en el caso de la relación con los clientes, la amplia mayoría utilizar *teléfono, fax, correo electrónico e internet para obtener información sobre los productos y servicios que ofrecen sus proveedores*.

A su vez, sólo la mitad cuenta con sistemas de *información para el control de la producción y la gestión de sus depósitos*. El resto de la información vinculada a la utilización de TICs con los proveedores se encuentra en la tabla siguiente.

Tabla 22. Utilización de TICs con los proveedores.

TICs utilizadas con Proveedores	SI	% (*)
Utiliza teléfono y fax para comunicarse con sus proveedores.	26	100%
Utiliza correo electrónico para comunicarse con sus proveedores.	24	92%
Utiliza internet para la búsqueda de información sobre sus proveedores.	24	92%
Dispone de sistemas de información para la gestión del almacén.	12	46%
Dispone de sistemas de control de la producción.	12	46%
Cuenta con sistemas que permiten generar automáticamente los pedidos a proveedores a partir del pedido del cliente.	6	23%
Cuenta con sistemas de compra que permiten la integración de todas las operaciones desde que realizan el pedido hasta que hacen el pago.	9	35%
Accede a los mercados virtuales de su sector para trabajar con proveedores.	6	23%
Sus proveedores son capaces de acceder directamente a la información de sus almacenes y anticipar el envío de los pedidos.	0	0%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

(*) Como puede seleccionarse más de una opción, el porcentaje fue calculado sobre el total de la muestra.

PARTE VI. INVERSIÓN Y CAPACIDAD PRODUCTIVA.

Inversión y financiamiento.

En lo que refiere a la realización de inversiones durante el año 2016, el 37% de los locales declaró haber realizado al menos una inversión, mientras que el 63% restante no lo hizo.

El total de inversiones durante el año 2016, ascendió a \$13,7 millones, observándose una gran disparidad entre los diferentes locales.

Tabla 23. Inversiones y ampliación de la capacidad productiva.

Inversiones		Frecuencia	%
SI	Amplió capacidad	5	19%
	No amplió capacidad	5	19%
NO		17	63%
TOTAL		27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

De los 10 locales que si realizaron inversiones, 5 de ellos (el 50%) declararon que las mismas permitieron ampliar la capacidad productiva, mientras que las 5 restantes indicaron que no fue así.

En lo que respecta a la forma en que se financiaron las inversiones, se propusieron tres alternativas: *crédito bancario*, *crédito no bancario* (donde se incluyen prestamistas privados, organismos públicos nacionales y/o provinciales, proveedores, clientes, financieras, mutuales, mercado de capitales, entre otros) y *capital propio*.

De las 10 empresas que declararon haber realizado inversiones durante el año 2016, el 70% lo hizo *sólo con capital propio*, mientras que el 20% lo hizo a través de *capital propio y crédito bancario*. Solo uno de los locales declaró haber recurrido a *crédito no bancario* (de manera conjunta con capital propio).

Tabla 24. Formas de financiamiento de las inversiones.

Financiamiento	Frecuencia	%
Solo capital propio	7	70%
Capital propio y crédito bancario	2	20%
Capital propio y crédito no bancario	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

Calidad del equipamiento.

Otra de las características analizadas en el marco de la capacidad productiva fue la calidad del equipamiento con el que cuentan los locales incluidos en el relevamiento.

Del total, el 67% considera que el equipamiento con el que cuenta es *moderno* y el 26% que es *antiguo*. Mientras que el 8% restante se distribuye entre *avanzado* (4%) u *obsoleto* (4%).

Tabla 25. Calidad del equipamiento.

Equipamiento	Frecuencia	%
Moderno	18	67%
Antiguo	7	26%
Avanzado	1	4%
Obsoleto	1	4%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

PARTE VII. FLUJO DE VISITANTES.

Por último, se consultó a los locales sobre la visita de contingentes para recorrer sus instalaciones. Más del 85% de los mismos contestó que *no reciben visitas*, mientras que sólo 4 locales declararon que si lo hacen.

Tabla 26. Recepción de contingentes de visitas.

Recibe contingentes de visitas	Frecuencia	%
SI	4	15%
NO	23	85%
TOTAL	27	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

En lo que respecta al momento del año durante el cual son más frecuentes las visitas, la respuesta ha sido muy variada: 2 de los locales declaró recibir la mayor cantidad de visitas durante el *primer semestre*, y las 2 restantes durante el *segundo semestre*.

La cantidad de visitas en el transcurso del año también es variada: el 75% de los locales recibe *entre 1 y 5 visitas*; el 25% lo recibe *más de 15 visitas*.

A su vez, el 75% cuenta con un *recorrido diseñado para recibir los contingentes*, mientras que el 25% no posee dicho recurso.

Por último, las visitas se centran fundamentalmente en: los *procesos productivos* (36%), la *maquinaria y equipos utilizados* (27%) y el *origen e historia de la empresa* (27%).

El 9% restante (*otros*) consulta sobre los productos terminados y la utilización de los mismos.

Tabla 27. Motivos de las visitas de contingentes a los locales.

Motivo de las visitas	Frecuencia	%
Procesos productivos	4	36%
Maquinarias y equipos	3	27%
Origen e historia	3	27%
Otros	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Parque Industrial.

