

01N241  
C26p  
I

42385

**CONVENIO**  
**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**  
**PROVINCIA DE SANTA FE**

PROYECTO:

MUNICIPIOS PRODUCTIVOS - ETAPA III

Estrategias de Desarrollo de Sectores

**Primer Informe Parcial**

**Consultor: C.P.N Pablo Santiago Costamagna**

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio  
Dirección Provincial de Desarrollo Regional y local

**Santa Fe, Julio de 1999**

## **FUNCIONARIOS Y PROFESIONALES QUE INTERVIENEN EN EL PROYECTO**

### ***Autoridades de la Provincia de Santa Fe:***

**Ing. Jorge OBEID**  
Gobernador de la Provincia

**C.P.N. Omar PEROTTI**  
Ministro de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio

**Ing. Alejandro BENTO**  
Director de Desarrollo Regional

### ***Autoridades del Consejo Federal de Inversiones:***

**Ing. Juan José CIACERA**  
Secretario General

**Ing. Ramiro OTERO**  
Director de Programas

**Lic. Edmundo SZTERENLICHT**  
Jefe del Área Red de Información

**Lic. Jorge TRANIER**  
Jefe del Área MicroPyME

**Ing. Oscar GONZALEZ ARZAC**  
Jefe Área Créditos y Cobranzas

**Equipo de Profesionales:**

Dirección del Proyecto: Lic. Teresita LENCINA

### **Consultores:**

C.P.N Pablo Santiago Costamagna

### **Colaboradores:**

Adriana VOLPATO

Claudio AINBINDER

## **Estrategias de Desarrollo de Sectores**

***Consultor: C.P.N Pablo Santiago Costamagna.***

# **INDICE**

## **I. Introducción**

## **II. Fundamentación**

## **III. Análisis de los resultados de las tareas desarrolladas:**

- **Metodología**
- **Criterios generales**
- **Sectores seleccionados**
- **Contactos institucionales**

## **IV. Resultados de los Talleres Sectoriales:**

- **Objetivos particulares**
- **Información sectorial**
- **Dinámica de los Talleres:**
  - **Conclusiones diagnóstico sectorial**

## **V. Anexos**

- **Presentación**
- **Capacitación**
- **Evaluación de los Talleres**



## **Introducción:**

El Gobierno de la Provincia de Santa Fe, mediante el Convenio: " Municipios Productivos - Etapa III " celebrado con el Consejo Federal de Inversiones; se propone lograr el crecimiento de la competitividad del sistema económico, a través de la implementación de estrategias de desarrollo de sectores industriales.

Generando estímulos que desarrollen las potencialidades industriales y de servicios, Santa Fe afianzará su base productiva y por lo tanto su capacidad de integración regional a nivel nacional e internacional.

## **Fundamentación de los Talleres Sectoriales :**

La implementación de Talleres Sectoriales busca convertirse en un ámbito de confluencia y discusión de las principales voluntades políticas y económicas en pos de acciones comunes: el sector público, empresario, entidades intermedias y educativas.

Los encuentros con pequeñas y medianas empresas de la región que pertenecen a sectores seleccionados para el presente trabajo, permitirán acercar a los actores para diagnosticar su problemática y conocer sus perspectivas en el marco de globalización de los mercados y del Mercosur.

***ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS  
TAREAS DESARROLLADAS***

## **Metodología:**

La selección de los sectores industriales objetos del presente proyecto, fue realizada, por un lado, en función del análisis de los resultados del *Relevamiento del Sector Productivo 1996* y su correspondiente actualización 1998; ( por considerarse la información base como excelencia para sistematizar programas y acciones que mejoren el nivel competitivo de las empresas ), pero también con criterios cualitativos como lo son el tecnológico o por definición de políticas desarrolladas en el ámbito de la provincia.

Se cree oportuno mencionar los siguientes aspectos metodológicos:

- a) Se analizaron, en general, estructuras sectoriales que no pertenecieran al perfil agroalimentario por excelencia de la pcia. de Santa Fe como así tampoco metalmecánico.
- b) Se tuvieron en cuenta particularidades ( abajo mencionadas ) de los sectores escogidos, que pudiesen trabajarse bajo la forma individual y asociativa y que mostrasen indicios de la composición sectorial.
- c) Se procedió a actualizar altas y bajas de la base de datos de los sectores, a través de la requisitoria efectuada a todos los Secretarios de la Producción, con el propósito de incluir en los programas regionales no sólo a la población bajo análisis en los Relevamientos 1996 y 1998.

- d) Se realizó el cruzamiento de bases de datos a fin de incluir en la base de datos actualizada información de empresas de los sectores que hayan participado en el calendario oficial de ferias y misiones comerciales con el gobierno provincial; empresas que hayan certificado ISO 9000; empresas que estén interesadas en incorporar socios y empresas que deseen realizar algún tipo de acuerdo o alianza comercial.
- e) Se constataron las respuestas brindadas por las Áreas de la Producción, a través de llamadas telefónicas a las empresas, confirmando rubro, contacto y depurando la información correspondiente a sub-sectores cuando correspondía.

## **Criterios Generales:**

- ◆ Empresas que no hayan trabajado previamente a nivel sectorial interrelacionadamente con el sector oficial.
- ◆ Sectores con indicadores de innovación o creciente participación de valor agregado en su producción.
- ◆ Sectores con fuerte componente de necesidades de reconversión empresarial, ya sea por razones de mercado o intrasectoriales.
- ◆ Concentración geográfica de las empresas que permita integrar regionalmente al empresariado.
- ◆ Existencia de programas previos implementados a nivel provincial o de entidades intermedias: tal es el caso del sector del mueble y los convenios firmados con el B.I.D y Centros de Desarrollo Empresarial, Programa Provincial de Diseño,etc.

## **Sectores Seleccionados:**

✓ Apícola.

✓ Calzado.

✓ Equipamiento y Tecnología Médica.

✓ Muebles de Oficina.

✓ Informática.

## ***Contactos Institucionales***



*El accionar institucional:*

Uno de los objetivos primordiales del Programa Municipios Productivos, en su estrategia de desarrollo de sectores industriales, es articular políticas de carácter regional a partir del consenso con todas las instituciones locales (Áreas de la producción, entidades intermedias, establecimientos de educación, etc.) canalizando acciones aún no cristalizadas en los planes de trabajo de dichas instituciones.

**Institución:** Facultad de Ingeniería U.N.E.R - Oro Verde -

Paraná.

Área de Extensión - carrera de Bioingeniería.

**Fecha:** Junio 1999.

**Contacto:** Víctor Valentinuz.

**Conclusiones:**

Se planteó el proyecto de trabajo en el marco del Convenio Municipios Productivos relativo a equipamiento y tecnología médica; dado que el bioingeniero es apto para el asesoramiento en la elección de los equipos necesarios para el cuidado de los pacientes. También crea y desarrolla equipos orientados al uso médico con un fuerte componente de innovación e investigación.

Los tres principales destinos de la labor profesional del bioingeniero son:

- Comercialización de equipos: 25%.
- Investigación y docencia: 21%.
- Industrias: 17%.

Este contacto se fundamenta en lo pionera de la Facultad de Ingeniería en brindar el conocimiento de grado, no sólo en nuestro país sino en Sudamérica, compartiendo el privilegio con México en Latinoamérica.

**Institución** : Cámara de Empresas Informáticas del Litoral (CEIL) – Rosario –

**Fecha** : 15 de Julio de 1999.

**Contacto**: Presidente: Eduardo Venturi.

**Conclusiones**:

Se discutió la realización de reuniones de trabajo con el sector de informática; particularmente en dos ejes temáticos:

- desarrollo de software de aplicación.
- ensamblado de equipos de computación.

Este último en función del panorama de situación brindado por la gente de la Cámara en relación a la Ley de Disposición Eléctrica ( dic. 1998) que exigirá una progresiva reconversión de este sub-sector.

La entidad se creó cuatro años atrás, por la necesidad de combatir la piratería y el software ilegal y fue pionera en la conformación de estatutos para la formación de una entidad representativa del sector a nivel nacional ya que éstos fueron tomados como bases por parte de otras cámaras en distintos lugares del país.

Actualmente, la Cámara cuenta con 70 asociados, destacándose tres tipos de socios:

- 1- Fábrica de software como actividad principal.
- 2- Distribuidores de software.
- 3- Fábrica de soft como departamento interno de una empresa de venta de equipos e insumos de computación.

**Institución:** Cámara de Informática de Santa Fe ( en formación ).

**Fecha:** 16 de Julio de 1999.

**Contactos:** Pablo Sorgi / Fernando Landolfi.

**Conclusiones:**

Se planteó el esquema de trabajo de talleres con el sector, invitándose a los presentes para la reunión en la ciudad de Rosario.

Dicha entidad tiene aprobado sus estatutos pero aún no se encuentra funcionando (su ámbito físico sería el Centro Comercial de la ciudad de Santa Fe).

Se mostraron interesados en profundizar el contacto extraregional para tratar problemas comunes al sector. También se estableció la necesidad de efectuar un relevamiento de todas las empresas existentes en la ciudad de Santa Fe, información que hasta el momento no se encuentra sistematizada.

**Institución** : Cámara de Comercio Italiana de Rosario.

**Fecha** : 19 de Julio de 1999.

**Contacto** : Lic. Eduardo Romagnoli – Raúl Pacilio.

**Conclusiones** :

Arribado al tema de talleres con sectores de la Pcia. de Santa Fe, se acordó por parte de la Cámara en colaborar (si surgen acciones en este sentido) con las actividades de los talleres territoriales, particularmente en lo referente a sectores de calzado, muebles de oficina y equipamiento médico.

Esto se fundamenta en la organización de misiones comerciales para los sectores a regiones específicas de Italia y contactos con programas de dicho país.

Italia posee un modelo de especialización industrial con características similares a las existentes para los sectores industriales de nuestra pcia.

***RESULTADOS DE LOS TALLERES***  
***SECTORIALES***

### **Objetivos particulares de los Talleres Sectoriales:**

- **Analizar** la situación actual y perspectivas de los sectores en el mediano y largo plazo.
- **Fortalecer** la relación del tejido empresario con entidades intermedias a través del accionar institucional de éstas.
- **Adquirir** conocimientos sobre la realidad inter e intrasectorial provincial reconociendo la problemática que hace al desarrollo de la “*cultura organizativa*” de nuestras empresas.
- **Sentar** bases para la futura identificación de líneas de trabajo y conformación de talleres territoriales. Dichos talleres propiciarán el intercambio y cooperación horizontal entre empresarios de la provincia relativos a experiencias exitosas.
- **Capacitar** con criterio práctico y en función de las necesidades de mejoramiento de la gestión empresarial.

## **Información Sectorial :**

### Metodología:

Con el objetivo de recabar información sectorial sobre los rubros seleccionados en el presente trabajo; se procedió a la consulta de fuentes de información primarias y secundarias.

Entre otras: Ministerio de Economía, INDEC, Cancillería Argentina, Cámaras y entidades intermedias específicas, Secretaría de Industria y Comercio, Relevamiento del Sector Productivo 1996 y 1998, etc.



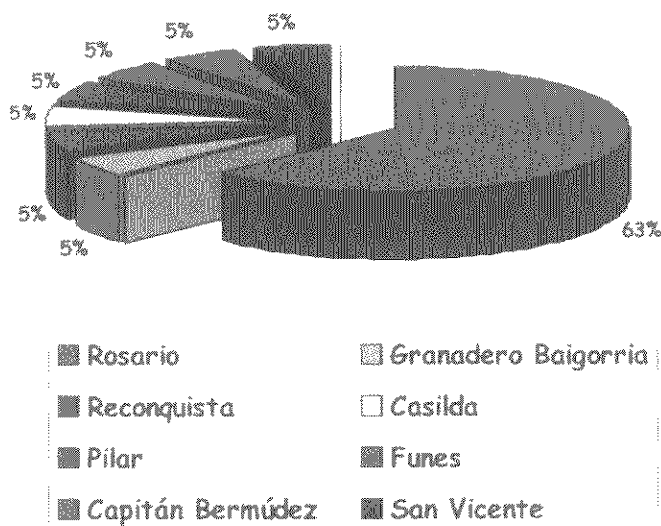
## **Sector Equipamiento y Tecnología Médica :**

### **1- Particularidades del sector:**

- ❑ En poco menos de tres años (del Relevamiento 1996 a la fecha) se **duplicó** la cantidad de empresas (de 35 a 73); al igual que ha sucedido en Rosario (de 24 a 52 empresas según base de datos actualizada).
- ❑ Presencia de **nuevas empresas**.
- ❑ Sector que incorpora permanentemente tecnología e innovaciones: fuerte componente de **valor agregado**.
- ❑ Sector no tan sensible a la situación económica actual y a la crisis imperante en la economía real: brinda **servicios** a los centros de salud públicos y privados.
- ❑ Manifiesta interés en **incorporación de socios** para adquirir maquinaria y equipo únicamente (equiparse tecnológicamente), siendo ésta una de sus prioridades. No se requiere apoyo en la logística comercial, desarrollo de productos, ampliación de capital de trabajo, etc.
- ❑ Creciente **inauguración de centros de salud**, y preponderancia de éstos como referentes de atención a la comunidad, a nivel local y regional.

2-Situación del sector a nivel Pcial.:

Instrumental para Medicina



➤ **Concentración geográfica** de las empresas en función de los principales centros de salud provinciales (Rosario y Santa Fe); con dispersión territorial en el resto de la provincia. Lo anterior coincide con el interés manifestado por los empresarios en concretar algún tipo de acuerdo o alianza (estrategia de desarrollo de tipo asociativa).

➤ Creciente importancia que adquiere el sector, en virtud del aumento de efectores y centros de salud, tanto públicos como privados, en el territorio provincial. Es destacable, en el primer caso, el excelente servicio brindado por hospitales y centros de especialidades médicas, y la incorporación permanente de dichos centros.

- **Diversificación de productos** en cuanto a calidad y valor agregado; pero la demanda es única (Sistema de salud público y privado).
- **Iniciativa oficial** de convertir a Santa Fe (con sede en la ciudad de Rosario) en un “Polo Productivo del Sector Biomédico” por el potencial del mismo.
- **No existen a nivel provincial Cámaras** ni entidades intermedias representativas del sector, como existe a nivel nacional (Cámara de Equipamiento de Fabricantes Argentinos). Al respecto, es el mismo sector el que lentamente está reclamando una mesa de negociaciones conjuntas a partir de su participación indirecta en otro tipo de entidad (ya se está trabajando en la Cámara de Comercio Exterior Italiana de Rosario con ese proyecto).
- Es un **sector poco desarrollado** en la sistematización de información (estadísticamente hablando) y conocimiento de su problemática (antítesis de lo que ocurre por ejemplo en el sector alimentación).
- Ha participado en **Ferias** organizadas por la provincia (Hospitalar).
- Posibilidad de colaborar con algunas Cámaras que se encuentran programando **Misiones Comerciales** al exterior a regiones especializadas en equipamiento médico (Ej.: cerca de Módena, Italia, ciudad de Mirándola) que incluyen visitas a empresarios y alianzas estratégicas (este es uno de los temas requeridos por los empresarios de este sector; especialmente en lo que refiere a pool de compras).

La ciudad de Mirándola es denominada y conocida mundialmente como el "Valle de la Bioingeniería", de forma tal que para encontrar otra área con semejante concentración y nivel tecnológico de empresas dedicadas a producir equipamiento médico habría que referirse a Minneapolis en los EEUU.

Tradicionalmente, una región dedicada a la agricultura y un tanto retrasada económicamente, inicia su gran despegue en la década del '60 cuando se establece la primera compañía dedicada a producir productos para el sector médico.

Según las últimas estadísticas oficiales, existen actualmente 80 empresas del sector, con más de 2.000 empleados y un amplio catálogo de productos como equipos de hemodiálisis, de oxígeno, etc.

Estas empresas surgieron por iniciativa de emprendedores locales que fueron capaces de introducir en el mercado productos altamente innovativos; de precisión y alta calidad.

Después de un período de desarrollo local y consolidación en el "market-share", algunas de las compañías fueron compradas por multinacionales o inversores italianos poderosos que les dieron el impulso restante para proveer el financiamiento necesario, tecnología y canales de distribución necesarios para que la industria compitiera internacionalmente (Ej. de empresas: Bellico, Dideco, etc.).

➤ Sector favorable a la **innovación y aplicación de tecnología** como herramientas para lograr una ventaja competitiva en su estrategia de diferenciación de productos.

➤ Si se impulsa al sector, se impulsa la **“exportación de valor agregado”** a la estructura de exportaciones provincial.

➤ Permite **integrar a recursos humanos calificados** con una fuerte formación profesional (bioingenieros) en lo que respecta a la interpretación de las necesidades médicas.

Tal integración universidad-empresa, permitiría encarar un **proceso de racionalización presupuestaria y organización médico tecnológica** si consideramos el asesoramiento en la elección de los equipos necesarios para el cuidado de los pacientes y el diseño de nuevos productos.

Empresas de la Pcia. de Santa Fe del sector ya están trabajando con la Facultad de Bioingeniería (única en sudamérica) con régimen de pasantías; como así también se cuenta con plantel docente capacitado. Los alumnos de la Pcia. de Santa Fe son los que tienen mayor excelencia y rendimiento académico de dicha facultad. Por otra parte, es enorme el potencial de desarrollo de nuevos productos o productos mejorados dentro del sector.

➤ Dentro del abanico de herramientas que ofrece hoy el marketing, las **ferias** cuentan con una serie de ventajas y son por excelencia la alternativa de una comunicación directa y personal con el cliente.

Permiten que la oferta (múltiple) y la demanda (única) confluyan para exhibir, promocionar, demostrar productos y servicios, realizar joint-ventures, introducirse en nuevos mercados, buscar representantes o distribuidores y potenciar la imagen.

- Para muchos de los productos se hace imprescindible brindar un mayor grado de **especificaciones técnicas** por el valor agregado de los mismos, que suelen ser detalladas en catálogos de presentación (como asimismo los datos de la empresa).
- Exigencias en cuanto a **alta calidad y tecnología** en la fabricación de productos y asistencia post-venta especializada.
- Embalajes y **packaging especiales** si existen materiales altamente sensibles (Ej.: cristales).
- Existencia de empresas del sector en la Pcia. de Santa Fe que han certificado **ISO 9000.**, con posibilidad de transmitir la experiencia a sus pares.

### 3-La situación de la salud a nivel nacional:

El Censo de Población de 1991 relevó, para toda la población, la cobertura de salud que comprende a obras sociales, mutuales o sistemas prepagos. Casi un 37% de la población total no cuenta con ningún tipo de cobertura, por lo que depende para su atención en materia de salud, exclusivamente del sector público.

El área de residencia de la población introduce diferencias en su acceso a coberturas de salud distintas de las brindadas por el sector público. Sin embargo, las mayores desventajas se presentan para la población socialmente más desfavorecida: entre ellos la falta de cobertura más que duplica a la que corresponde a la población que tiene sus necesidades básicas satisfechas.

#### Recursos hospitalarios:

En 1995 el total de establecimientos asistenciales del país ascendía a 16.085, de los cuales la mayoría contaba con el conjunto de servicios necesarios para la atención de pacientes internados.

Entre 1980 y 1995 el total de establecimientos asistenciales se incrementó en un 78%.

En cambio, los establecimientos con internación aumentaron apenas un 10%. Estos últimos representaban casi el 34% del total.

Junto con esta disminución del peso relativo de los establecimientos con internación, se observan en el período importantes modificaciones en la composición de los establecimientos según sector del que dependen.

El aumento de la participación del sector privado en los establecimientos que brindan prestaciones asistenciales se produce a costa de la disminución de la participación de los otros dos subsectores prestadores: el oficial y el de obras sociales.

En el análisis realizado a nivel nacional, se ha intentado mostrar diferencias entre distintas características socio-económicas que tienen influencia sobre las condiciones de salud de la población.

En otro orden de disparidades se encuentran las que presenta un mismo indicador entre distintas provincias del país. La heterogeneidad entre provincias da cuenta, como ocurre en otras áreas, de diferenciales que exceden un enfoque estrictamente geográfico. Antes bien, definen desigualdades que se basan en las distintas condiciones sociales imperantes en las provincias argentinas.

En lo que respecta a la mortalidad en los primeros años de vida, se evidencia que la diferencia entre la jurisdicción más desfavorecida y la que tiene la mejor situación es mayor cuando se considera la mortalidad de los niños de 1 a 4 años.

En lo que se refiere al posicionamiento de las distintas jurisdicciones con respecto al total nacional, se muestra que las 24 jurisdicciones pueden agruparse en tres conjuntos respecto de la tasa de mortalidad infantil:

- En las condiciones más desfavorecidas: las provincias del Noreste y las del Noroeste.
- Con valores muy aproximados al promedio nacional: San Juan, Buenos Aires, San Luis, Entre Ríos y Córdoba.



- En situación más favorable: Capital Federal, todas las provincias patagónicas, Mendoza, Santiago del Estero, Santa Fe y La Pampa.

Las conclusiones son similares cuando se analizan las diferencias en los niveles de mortalidad de los niños de 1 a 4 años.

Las provincias patagónicas, con La Pampa, Santa Fe, y Tucumán, son las que presentan mejores situaciones en términos de este indicador. El resto de las jurisdicciones asume valores cercanos al total del país.

#### 4-Normatización:

La **A.N.M.A.T** (Adm. Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Medica) posee un Dpto. de Tecnología Médica, el cual:

- 1- Controla y fiscaliza la calidad de los equipos y aparatos de uso en la medicina humana.
- 2- Formula y propone a la A.N.M.A.T las normas para el control de las actividades de producción, importación, exportación, depósito, transferencia y comercialización de aparatos, equipos y materiales utilizados en la medicina humana y todo aquello que en el futuro se incorpore para fines de diagnóstico y/o terapéutico.

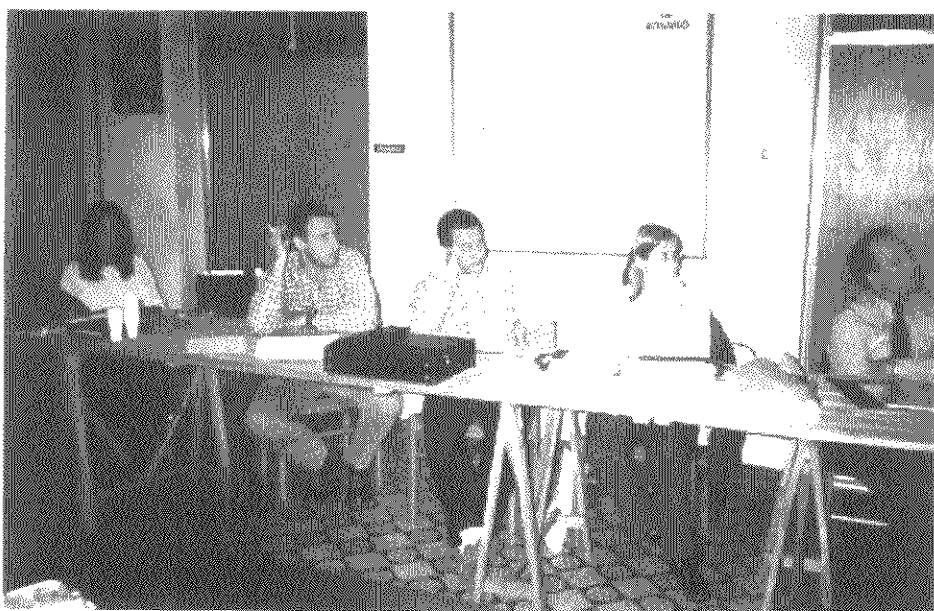
- 3- Establece las metodologías de validación para facilitar la aceptación y el reconocimiento de los aparatos, equipos y material de uso médico en todo el país, coordinando con las pcias. su implementación.
- 4- Realiza el registro, autorización, y habilitación a nivel nacional, conforme a las disposiciones aceptadas, considerando de las mismas los aspectos físicos y/o jurídicos que intervienen en los procesos de elaboración, comercialización, depósito de equipamiento, dispositivos y equipos de uso médico.
- 5- Determina y percibe los aranceles y tasas retributivas correspondientes a los trámites de habilitación de tecnología; como también por los servicios que se presten.
- 6- Realiza estudios y planificación tecnológica para recomendar la instalación de determinados equipos en función de densidad de equipamiento, densidad poblacional, necesidades locales, etc.

Taller :

***EMPRESARIOS DE LA INDUSTRIA DE  
EQUIPAMIENTO MEDICO***

Día : 3 DE AGOSTO de 1999.

Lugar : Asociación de Industriales Metalúrgicos de Rosario -- España 744 --  
Rosario



### **Desarrollo de la actividad :**

I - Presentación del Programa Municipios Productivos – Etapa III.

II – Charla “¿Es necesaria la imagen en el marketing de una PYME?” dictada por el Lic. Adrián Spuches.

III – Taller de Diagnóstico del sector :

Combinación del análisis DAFO con la herramienta torbellino de ideas, volcadas por la concurrencia y ordenadas en rotafolio.

Coordinado por dos miembros del equipo de trabajo.

Carga Horaria : 6 horas

## CONCLUSIONES:

### ✓ **Debilidades y amenazas:**

#### *COMERCIALIZACION :*

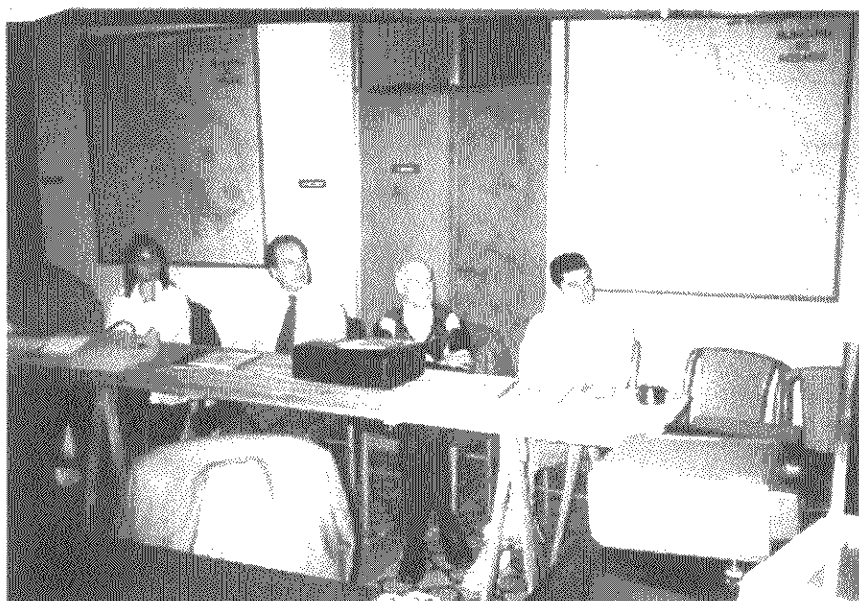
- El Sistema de licitaciones del Ministerio de Salud, un importante comprador del sector aparece poco transparente; por ejemplo, no comunica las preadjudicaciones.
- Se presentan demoras en los trámites de exportaciones.
- Las empresas chicas necesitan estudios de mercado que le resultan costosos.
- No ha habido buena comunicación en la organización de misiones comerciales por parte del sector público.
- Faltan informaciones específicas para el sector que puedan ser circularizadas a las empresas.

### *ASPECTOS TÉCNICOS :*

- No hay organismos a nivel provincial que realicen las certificaciones de aptitud técnica (nueva ley)
- Faltan mecanismos de información y comunicación sobre los requerimientos de aptitud técnica.
- Dificultades en los trámites de autorización ante la ANMAT, asentada en Buenos Aires.

### *FINANCIAMIENTO :*

- Falta de financiamiento accesible. Hay préstamos de rápida devolución.
- El sector desconoce las líneas de crédito del CFI que podrían adaptarse.
- Altos costos de servicios de la provincia de Santa Fe.





## Sector Informática

### **"Liderando el cambio en la era de la información"**

#### 1- Particularidades del sector :

- Es un sector dinámico y de constante incorporación tecnológica.
- Se prevé una importante dispersión de empresas en las ciudades más importantes de la provincia aunque no existen estadísticas oficiales que muestren la realidad del sector.
- Desde el punto de vista de la **demanda** que tiene el sector :
  - mayoritaria para el rubro "equipos para el hogar", y menor para el sector empresas.
  - a nivel global, las empresas consideraron en 3º lugar la necesidad de la formación de técnicos en computación ( 27% ) y fue elegido con un 32% como tema de capacitación necesario.( Relev. 1996 )
- El 73% de las empresas que ocupan menos de 5 trabajadores **no disponen de PC.**



- Fuerte **subutilización** de las potencialidades que brinda la informática a la producción industrial (según datos del relevamiento 1996 sólo la mitad usa la informática para tareas de producción y 1 de cada 3 para diseño). El software se orienta mayoritariamente a tareas administrativas.

## 2-Situación general del sector en Argentina:

Se compraron durante 1998, casi 200.000 computadoras para el hogar, un 38% del total de las ventas en el país.

Las empresas, por su parte, acapararon el 50% del mercado.

Por su parte, la Cámara de Informática y Comunicaciones ha estimado que durante el año pasado las empresas del sector facturaron unos 8.700 millones de pesos: la industria creció unos 3.500 millones de pesos (el negocio informático creció un 19,7% con respecto a 1997).

Según una encuesta elaborada por la consultora AC Nielsen; sobre un total de 189 empresarios PyME consultados, el 45,50% dijo creer que dentro de un año la situación económica será mejor, mientras que un 23,80% opinó lo contrario.

Los rubros **sistemas informáticos**, capacitación, maquinarias e infraestructura son los que recibieron la mayor parte de las inversiones efectuadas por las compañías encuestadas.

Los **requerimientos** del usuario de informática en lo referido al servicio de software de aplicación, se agrupan en tres grandes categorías:

- 1) Soluciones a los temas operativos.
- 2) Soluciones a los problemas de información para la toma de decisiones estratégicas.

- 3) Soluciones para la adecuación eficiente de las aplicaciones a las siempre cambiantes reglas de negocios.

### ***1999: Año de Crecimiento.***

Un estudio realizado por la consultora Prince & Cooke predice que la industria informática tendrá durante 1999 un negocio cercano a los 4.000 millones de pesos, siempre que la crisis financiera internacional no se agudice.

De la misma manera se prevé una fuerte expansión de las conexiones a Internet (los números recientes hablan de que el comercio electrónico crecerá un 22%).

En definitiva, 1999 se presenta como positivo para el sector por muchos factores:

- ✓ Todos los equipos informáticos tienden a la compatibilidad y la comunicación.
- ✓ Cada vez son más poderosos.
- ✓ Bajaron sus precios en una tendencia que parece no tener fin.
- ✓ La aparición permanente de nuevos software sumados a las mejoras tecnológicas e inversiones previstas serán las marcas del camino hacia el crecimiento ininterrumpido de la industria informática.

### ***Sector Informático: ¿Servicio o Industria?***

La nueva medición oficial de la economía argentina muestra que los sectores productores de bienes, como la industria, resignaron posiciones en beneficio de los servicios.

Los bienes agrícolas e industriales y la construcción aportan casi el 34,5% del valor de la economía, cuando en 1986 era del 43,4%; mientras **los servicios suben del 54,7% al 64,2%.**

Estos cambios en la tendencia de la economía se deben a:

- 1) Reducción del coeficiente de valor agregado: las empresas fabriles utilizan hoy menos componentes y mano de obra nacionales que en el pasado. (en 1986 el valor agregado en la industria era del 50,6% y en 1993 es del 37,3%).
- 2) Aparición en la economía local de nuevas actividades que antes no existían o eran reducidas: servicios de computación, alquiler de maquinaria y equipos a empresas, etc.
- 3) Marcado proceso de terciarización, con un consecuente aumento de la participación de actividades productoras de servicios prestados a las empresas.

La principal diferencia entre el peso de los servicios en las naciones desarrolladas y nuestro país, radica en que una gran parte de los mismos se exporta al resto del mundo, lo que les reporta licencias, utilidades y royalties. Así, aunque son servicios, se asemejan a los bienes porque son transables en el comercio internacional.

En nuestro país, los servicios no son transables, lo que indica que su crecimiento tendría el límite del mercado interno.

Además, gran parte de esos servicios son informales, de baja productividad, como lo revela el simple hecho de que la valuación del P.B.I nacional se hizo estimando un 28% de subregistración, con 4.000.000 de cuentapropistas y 3,6 millones de empleados en negro.

### 3-Marco Legal:

**Ley N° 11.723** de propiedad intelectual y sus modificaciones (Ley 25036 de octubre 1998) que protege el desarrollo de software.

Por la misma, se modifica el art. 1° de la ley original de propiedad intelectual de la siguiente forma:

*"A los efectos de la presente ley, las obras científicas, literarias , y que comprenden los escritos de toda naturaleza y extensión, entre ellos programas de computación fuente y objeto; ..."*

Incorpórase como inciso d) del art. 4º de la Ley 11.723 el texto:

*"Las personas físicas o jurídicas cuyos dependientes contratados para elaborar un programa de computación hubiesen producido un programa de computación en el desempeño de sus funciones laborales, salvo estipulación en contrario".*

Incorpórase como segundo párrafo del art. 9º de la ley 11723:

*"Quien haya recibido de los autores o de sus derecho-habientes de un programa de computación una licencia para usarlo, podrá reproducir una única copia de salvaguardia de los ejemplares originales del mismo. Dicha copia deberá estar debidamente identificada, con indicación del licenciado que realizó la copia y fecha de la misma. La copia de salvaguardia no podrá ser utilizada para otra finalidad que la de reemplazar el ejemplar original del programa de computación licenciado si ese original se pierde o deviene inútil para su utilización".*

Incorpórase como art. 55 bis de la ley 11723:

*"La explotación de la propiedad intelectual sobre los programas de computación incluirá entre otras formas los contratos de licencia para su uso o reproducción."*

Incorpórase como art. 57 el siguiente texto:

*"Para los programas de computación, consistirá el depósito de los elementos y documentos que determine la reglamentación."*

La **Ley N° 23.412** le otorga a la Cámara de Empresas de Software y Ss. Informáticos la calidad de ente cooperador de la Dirección Nacional del Derecho de Autor, en todo a lo que software se refiera.



Taller :

## ***EMPRESARIOS DE INFORMATICA***

Día : 5 DE AGOSTO de 1999.

Lugar : Federación Gremial de Comercio e Industria- Córdoba 1858 - Rosario



### **Desarrollo de la actividad :**

I - Presentación del Programa Municipios Productivos – Etapa III

II – Charla “¿Es necesaria la imagen en el marketing de una PYME?” dictada por el Lic. Adrián Spuches.

III – Taller de Diagnóstico del sector :

Combinación del análisis DAFO con la herramienta Torbellino de Ideas, volcadas por la concurrencia y ordenadas en rotafolio.

Coordinado por dos miembros del equipo de trabajo.

Carga horaria : 6 horas

## CONCLUSIONES:

### ✓ Debilidades y amenazas :

#### *REGIMEN IMPOSITIVO :*

- El régimen impositivo de la producción de software se encuentra equiparado a comercio y no a industria.
- El régimen impositivo no toma a las plantas de ensamblado como industria sino como comercio, no siendo equiparado a otras actividades similares como la del armado de lavarropas.

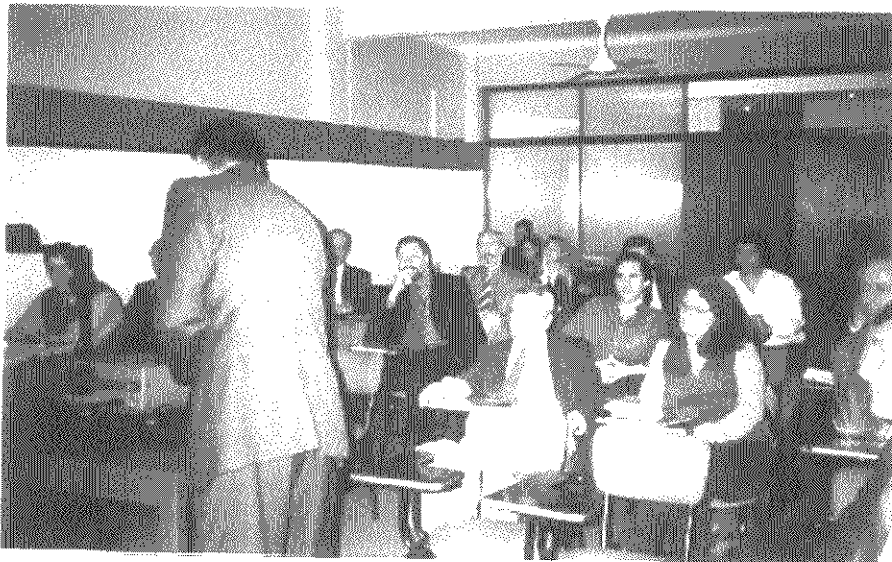
#### *INVERSION Y FINANCIAMIENTO :*

- Son necesarias fuertes inversiones (en horas de trabajo) para mantener la competitividad.
- Se restringen las posibilidades de exportación por la falta de financiamiento. Para desarrollar un producto son necesarias muchas horas de trabajo, mucho costo.
- No hay información sobre líneas crediticias oficiales.



### *PRODUCCION E INVESTIGACION :*

- La producción local de soft es de tipo artesanal en su mayoría, y con esas características tenderá a desaparecer.
- No hay relación de cooperación universidad-empresa. Las investigaciones desarrolladas en la universidad no están relacionadas al medio productivo.



### *ENSAMBLADO :*

- El Plan Canje anunciado (sin que hasta el día de hoy se conozcan detalles) presenta una amenaza porque favorece solo a las máquinas de marca (de origen extranjero total), no incluyendo las armaduras.

- La nueva ley sobre certificaciones técnicas tiende a organizar la producción e industrializar las armaduras.
- La obligación de realizar ensayos técnicos pone en riesgo a los pequeños armadores, por su alto costo relativo.

✓ **Fortalezas y oportunidades :**

- La ventaja que presentan las marcas locales de soft es la cercanía del servicio.
- Un mercado a desarrollar es la producción de soft para control en tiempo real para industrias que reemplace la compra de equipos sofisticados de origen extranjero.
- La producción de soft regional está evolucionando en organización y métodos y genera productos capaces de competir.
- En cierta medida el soft standard enlatado presenta un techo de crecimiento, y hay mercado para el soft local.
- Existe un espacio amplio para captar mercado local, construyendo soluciones específicas.
- Un mercado posible es la producción de partes de soft para empresas que lo integran y comercializan internacionalmente.
- Hay centros de formación universitario (UTN, UNR, Politécnico), dos de carácter científico-investigador y una de carácter práctico de aplicación
- Existe un contacto importante entre las empresas a través de la cámara, desarrollado hasta ahora en el aspecto comercial

- El taller sirvió para que algunas empresas de la región supieran de la existencia de la Cámara de Empresas Informáticas del Litoral y se pudo iniciar el contacto con empresas de la ciudad de Santa Fe.

### **Sub-sector Muebles de Oficina:**

#### **1- Particularidades del sub-sector :**

- Es un sub-sector que muestra proporcionalmente **más empresas en Rosario y Santa Fe** que en los centros madereros por excelencia

(Cañada de Gómez y Esperanza), que no habían tomado contacto hasta el momento con las políticas oficiales.

- El mueble es uno de los rubros con mayor ocupación de **mano de obra** dentro de la estructura productiva provincial (7%).

- Es la **tercera actividad en el ranking productivo**: un 9% se dedica a la fabricación de muebles.

- El sector en general, manifiesta interés en desarrollar aspectos de **logística comercial**, desarrollo de productos, ampliación de capital de trabajo, etc.

- Sub-sector **atomizado**, que representa entre un 5 a 10% del total del sector mueble.

- Existen importantes empresas en **comunas**: Humboldt, Correa, Arteaga, María Susana, San Jerónimo Norte, etc.

- ❑ Es relativamente **pequeño** en número y tamaño de empresas.
- ❑ Existe una necesidad de articular todas estas experiencias dispersas en el territorio.

## 2- El sector del mueble a nivel provincial:

La provincia de Santa Fe concentraba aproximadamente el 18% de la producción total de muebles del país, según datos del Censo Económico de 1994, ubicándose sólo detrás de la provincia de Buenos Aires, y del nivel de Capital Federal.

Con respecto a las provincias del interior, es la de mayor importancia antes de Córdoba y Mendoza.

Estos datos ilustran claramente la importancia que posee la provincia santafesina dentro del sector, lo cual se torna fundamental si se circunscribe el análisis a la economía del interior del país.

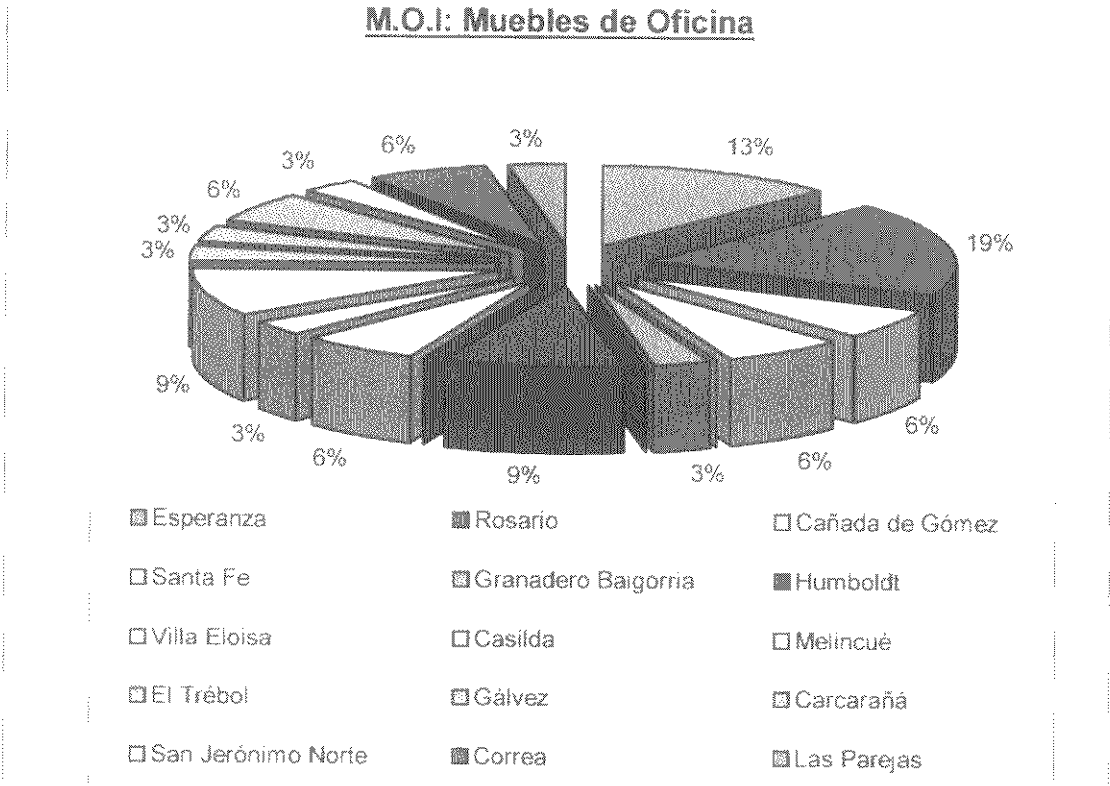
Los departamentos Rosario e Iriondo, mostraban coeficientes de participación del 34 y 27% respectivamente, y el departamento Las Colonias participaba con poco menos del 10% en el total de la producción del sector.

Es importante destacar que la industria del mueble está compuesta mayoritariamente por micro, pequeña y mediana empresa, estas últimas en menor proporción.



Estas firmas, en general, se dedican a una rama de productos muy atomizados y de diferentes características. Estas diferencias están relacionadas con el nivel tecnológico, los materiales utilizados, el tipo de producto, etc.

La creación de nuevas empresas según actividad no muestra en los últimos años modificaciones radicales que alteren la estructura sectorial de la industria santafesina, no obstante se aprecia un mayor porcentaje de empresas nuevas en *Fabricación de Muebles*.



*Fuente: Relevamiento del Sector Productivo.*

La amplitud del sector y la especificidad del mercado generan una oportunidad de trabajo sobre subsectores como lo es el Mueble de Oficina.

### 3- La situación del sector a nivel nacional:

Este sector en la Argentina presenta rasgos comunes, que sin duda se deberían trabajar, mencionamos sólo algunos: estructura vertical de producción, escasa subcontratación, y dificultades en aceptar cambios, necesidad de aumento del nivel de exportaciones y como consecuencia de los niveles de competitividad.

Existe una creciente participación de expositores y visitantes en Ferias vinculadas al sector (Ej.: FEMATEC 99, 750 empresas; Salón Internacional del Mueble París 2000, etc.).

Es un sector que requiere de la introducción de mejoras, como por ejemplo el acondicionamiento de la mercadería para evitar el "embalaje de aire" de la misma dado el alto componente de flete

(partes desarmables con el consiguiente ahorro de espacio y menores costos).

La incipiente tendencia a instalar la oficina en ámbitos del hogar requiere el máximo aprovechamiento del espacio posible por lo que se requiere rediseño de muchos de los módulos.

Estas innovaciones apuntan a satisfacer los hábitos de consumo y cambios de necesidades de los consumidores.

Se aprecia también mayor competencia de productos importados y predominancia del modelo de "estrategias defensivas" (copias de productos, estrategia de reducción de precios, etc.) más que "estrategias de tipo ofensivas".

#### 4- El sector del mueble a nivel internacional:

- Permanente preocupación por la formación profesional especializada y la educación en el sector.
- Las entidades intermedias de países europeos procuran programas específicos para el sector, por ejemplo: edición de una guía técnica y manual especializado para formar e informar a trabajadores y empresarios sobre seguridad laboral. Esto se realiza con el fin de que ambos conozcan los riesgos inherentes a la actividad del sector y la normativa vigente sobre prevención de riesgos laborales, aumentando la productividad. Otro tipo de iniciativas apuntan a reunir información estadística y real sobre las diferentes características del mercado y el sector industrial del mueble: "Observatorio del mercado del mueble", el cual pretende finalizar con el problema de falta de información real y actualizada sobre el sector.

La creación del observatorio beneficia a todo el sector, pues sólo mediante la información sobre el mismo pueden aportarse soluciones específicas a determinados problemas o elaborar estrategias de desarrollo y evolución tecnológica.

Asimismo, las entidades operan en Red, caracterizándose por ser organizaciones representativas de PyMES del mueble europeas cuya especialización permite la mejora y expansión de los servicios de información y asesoramiento brindado a las empresas.

- Confección de una Revista de Muebles (España), donde se difunde información de interés para el sector en la red Internet.
- Fusión de asociaciones representantes de empresarios proveedores de la industria del mueble; en un esfuerzo permanente por alcanzar una mayor eficacia y por adquirir nuevas formas para beneficiar a las compañías que representan.
- Las entidades que agrupan a empresarios de la madera salen al exterior: gestionan reconocimiento oficial de *Asociación de Exportadores* ante el Ministerio de Economía de su país con el objetivo de colaborar en las actuaciones del sector en el exterior y en el suministro de información, desarrollo de actividades de promoción en el exterior y participación en los organismos consultivos nacionales e internacionales que afectan el accionar del sector.
- Empresas privadas relacionadas con el sector se basan en estadísticas oficiales para promocionar productos innovativos. Ej.: teniendo en cuenta datos de gasto anual de consumidores y empresas en limpieza de tapizados de asientos y mobiliario se promociona un tratamiento especial para los mismos

entre los fabricantes que conserva el mismo en perfecto estado durante mayor tiempo.

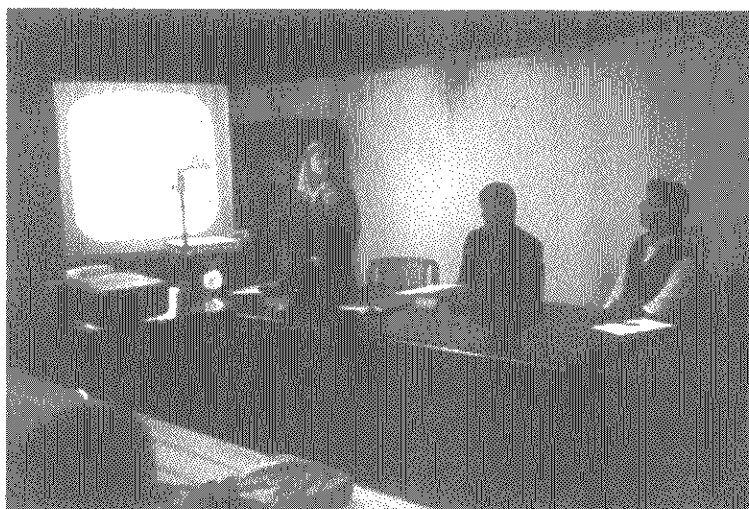
- Se confeccionan informes técnicos sobre comercialización y diferentes posibilidades del sector en mercados externos.
- Contactos y encuentros con importadores extranjeros de mobiliario de oficina para obtener información sobre la situación actual del mercado, gustos de la demanda, canales de comercialización, etc.
- Elaboración de Planes Sectoriales de Exportación de productos de madera, por parte de diferentes entidades en un esfuerzo conjunto por apuntalar al sector.
- Dichos planes se elaboran hacia un mercado objetivo (teniendo en cuenta los principales destinos de exportación de muebles) desarrollando acciones de promoción publicitaria e informativa, edición de revistas especializadas para su distribución en comercios y fomento de relaciones comerciales entre empresas locales y extranjeras.

Taller :

## ***EMPRESARIOS DE LA INDUSTRIA DE MUEBLES DE OFICINA***

Día : 2 DE AGOSTO de 1999.

Lugar : Asociación de Industriales Metalúrgicos de Rosario – España 744 -  
Rosario.



## **Desarrollo de la actividad :**

I - Presentación del Programa Municipios Productivos - Etapa III.

II – Charla “¿Es necesaria la imagen en el marketing de una PYME?” dictada por el Lic. Adrián Spuches.

III – Taller de Diagnóstico del sector :

Combinación del análisis DAFO con la herramienta torbellino de ideas, volcadas por la concurrencia y ordenadas en rotafolio.

Coordinado por dos miembros del equipo de trabajo.

Carga horaria : 6 horas.

## CONCLUSIONES:

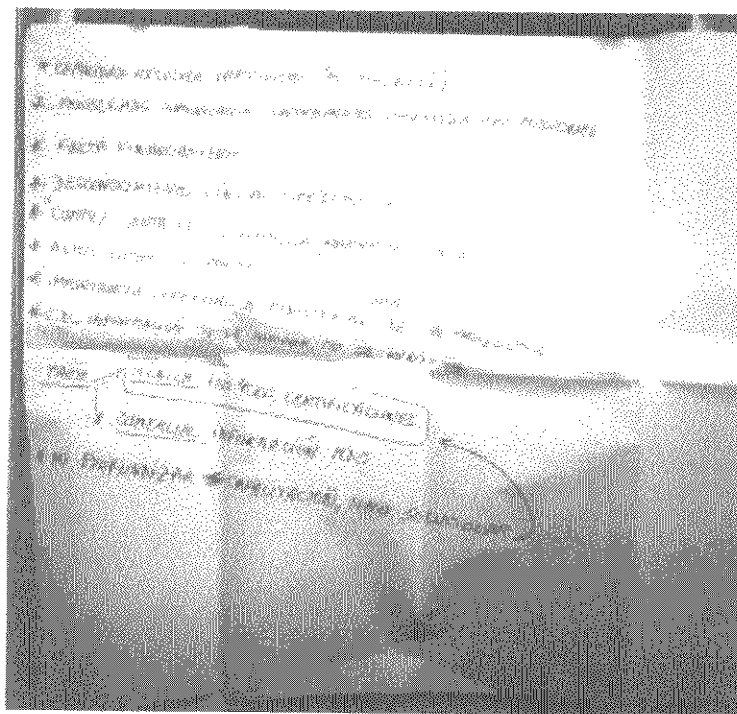
### ✓ Debilidades y amenazas:

- Baja escala de producción, sobre todo en la perspectiva de crear e instalar nuevos productos en el mercado. (No existe financiamiento para lanzar nuevos diseños).
- Problemas para el desarrollo de nuevos diseños (lectura de las tendencias del mercado y la combinación diseño-costos).
- Falta análisis del mercado.
- Dificultad de acceso a las nuevas tecnologías.
- Faltan líneas de crédito para la compra de activos.
- Fuerte competencia brasileña.
- Competencia de empresas extranjeras sobre todo en el sector sillas.
- Falta una cámara provincial que los nuclée.
- Problemas con la cadena de distribución. (Los comerciantes comienzan a controlar los precios).
- Falta articular una mayor tercerización.
- Experiencias asociativas para comprar en conjunto negativas.
- Falta de información sobre líneas de crédito .



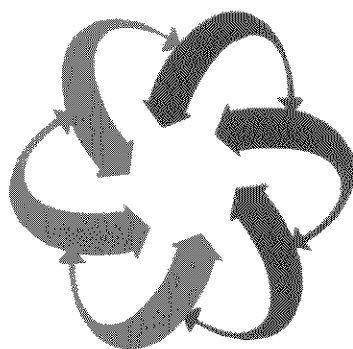
✓ Fortalezas y oportunidades :

- No hay empresas grandes que puedan manejar el mercado.
- Las empresas tienen buena antigüedad en el rubro.
- Buena calidad de los productos.
- Existe un mercado creado a partir de los cambios producidos en las oficinas de las empresas y la gran venta de computadoras (mesas).
- El INTI tiene alguna experiencia en el sector del mueble.



## ***A N E X O S***

## ***PRESENTACION DE LOS TALLERES***



# Santa Fe

el mejor lugar del Mercosur para invertir

*Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio*

## EJES DE ACCION

Posicionamiento de  
Santa Fe en el  
Mercosur y en el  
Mundo

Internacionalización  
de las PyMEs

Desarrollo de la  
infraestructura





Fortalecimiento  
de los Sectores  
Productivos

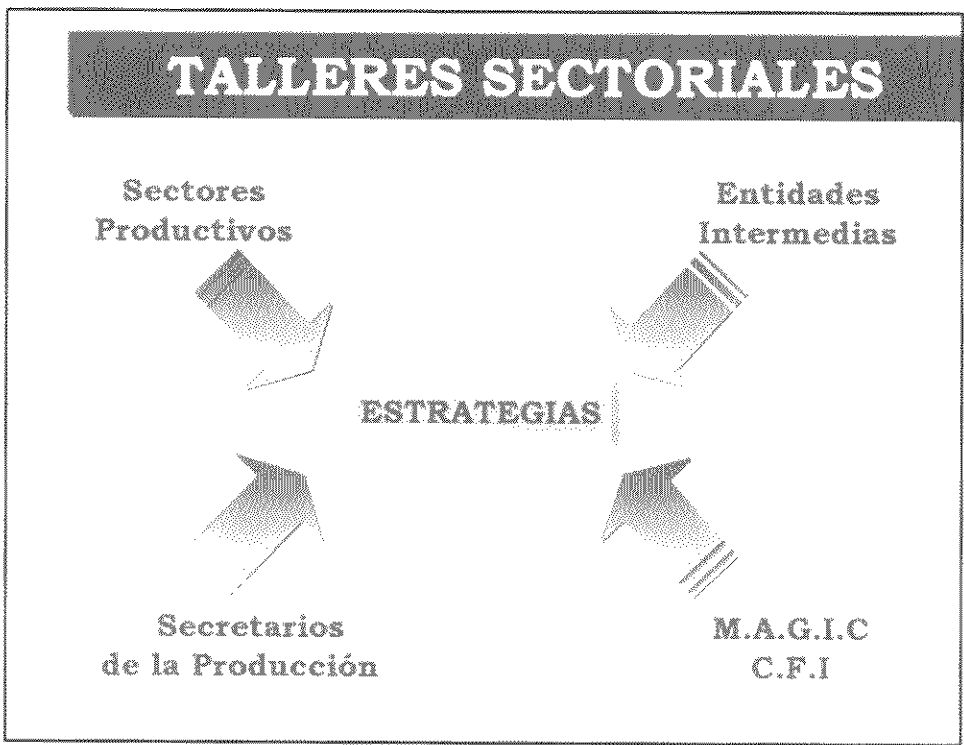
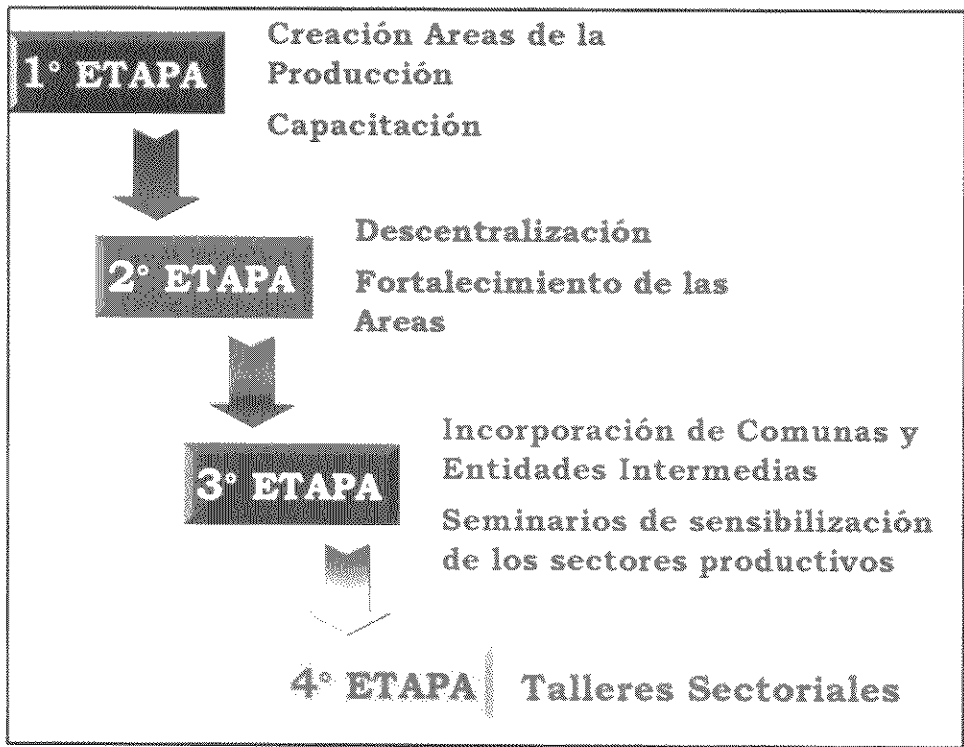
Descentralización  
en Municipios y  
Entidades  
Intermedias

# MUNICIPIOS PRODUCTIVOS

*“La Acción Local y Regional  
para la Integración  
Productiva Santafesina”*

## OBJETIVOS GENERALES

-  Fortalecer, estimular el crecimiento e integrar el Sistema Productivo de la Provincia de Santa Fe a partir de la acción Local y Regional.
-  Establecer una coordinación armónica entre Municipios, entidades empresarias y educativas, con el fin de favorecer el acceso a información y programas de trabajo para el sector productivo.



## ETAPAS

### **I. Encuentro Sectorial:**

diagnóstico y perspectivas  
en el mediano y largo plazo

### **II. Encuentros Territoriales:**

identificación de líneas de  
trabajo comunes para el  
sector y acercamiento con  
otras regiones de la  
Provincia.

### **III. Encuentro Final:**

conclusiones y bases para el  
proyecto de trabajo año  
2000

## Objetivos que se persiguen:

- **Integrar** a los empresarios de un mismo sector para intercambiar experiencias y debatir sobre problemas comunes.
- **Afianzar** la relación regional con otros empresarios de la Provincia.(feedback del sector)
- **Capacitar**
- **Fortalecer** la relación del empresariado con entidades intermedias y su accionar institucional
- **Sensibilizar** al empresariado para que planifique estratégicamente su negocio.
- **Sentar bases** para proponer acciones conjuntas para el sector.

**"PARA RECORRER UN CAMINO  
DE MILES DE KM. HAY QUE  
COMENZAR POR EL  
PRIMER PASO"**

**CFI**

**SABIDURÍA CHINA.**

  
**Santa Fe**  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN



## ***CAPACITACION***

**ES NECESARIO LA IMAGEN  
EN EL MARKETING  
DE UNA PYME.**

**LIC. ADRIAN SPUCHES**

**PENSAR EN GRANDE...**

**ACTUAR EN PEQUEÑO...**

# TENDENCIAS

- Reducción de los volúmenes de venta.
- Regionalización interna de la comercialización.
- Mercados altamente oligopolizados.
- Mayor importancia de empresas con gran volumen de negocios.
- Mayor influencia del poder de compra.
- Menos fabricantes. Más marcas.
- Venta directa por parte del fabricante.
- Competencia excluyente basada en el precio.
- Nuevos sistemas de distribución.
- Aparición de sistemas verticales de marketing.
- Se abandonan conceptos tradicionales en materia de línea de producción (estrategia diversificada p/minoristas de demanda diversa)
- Análisis profundo de las líneas más ventajosas.



# **LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA**

---

**AÑOS 60**

**Se  
Competía  
en  
Base  
a:**

**PRODUCTO**

**AÑOS 80**

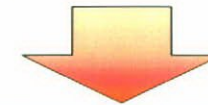
**Se  
Competía  
en  
Base  
a:**

**PRECIO**

**AÑOS 90**

**Se  
Competía  
en  
Base  
a:**

**CALIDAD-DISEÑO  
SERVICIOS**



**Definen una identidad**

# IMAGEN

```
graph TD; A([IMAGEN]) --> B[LA PERCEPCION QUE SE TIENE DE UNA EMPRESA.]; A --> C[COMO UN GRUPO DE PERSONAS VEN UNA EMPRESA.]; D[PARA DETECTAR LA IMAGEN REAL] --> E[INVESTIGACION]; F[PARA CONTRUIR LA IMAGEN DESEADA] --> G[PLANEAMIENTO];
```

**LA PERCEPCION QUE  
SE TIENE DE UNA  
EMPRESA.**

**COMO UN GRUPO  
DE PERSONAS  
VEN UNA EMPRESA.**

**PARA DETECTAR LA IMAGEN REAL**



**INVESTIGACION**

**PARA CONTRUIR LA IMAGEN DESEADA**



**PLANEAMIENTO**



# COMPARATIVA MARKETING / RELACIONES PUBLICAS

**MARKETING**



**RELACIONES PUBLICAS**



**EL CENTRO  
ES EL PRODUCTO**



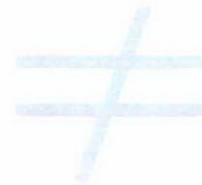
**EL CENTRO ES EL  
AMBITO SOCIAL Y  
LA ORGANIZACIÓN**



**EL CENTRO NO  
ES EL PRODUCTO**



**EL CENTRO ES LA  
ORGANIZACIÓN.**



**CREACION DE IMAGEN CORPORATIVA**

**ANALISIS DEL SECTOR**



**POSICIONAMIENTO**



**IDENTIDAD CORPORATIVA**



**AUDITORIA DE  
COMUNICACIONES**



**IMAGEN CORPORATIVA**



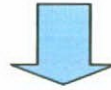
**DISONANCIA**



**DEFINICION DE OBJETIVOS**



**COMPETIDORES  
POTENCIALES**



Amenaza de nuevos  
competidores potenciales

Poder negociación  
de los proveedores.

**COMPETIDORES  
DEL SECTOR**



Rivalidad entre las  
firmas existentes.

Poder de negociación  
de los compradores

**PROVEEDORES**



**COMPRADORES**

Amenaza de nuevos productos  
o servicios que reemplacen  
a los existentes.



**NUEVOS PRODUCTOS  
O SERVICIOS QUE PUEDEN  
SUSTITUIR A LOS EXISTENTES**

**Alto**

## Compromisos de Organización

**Consorcios y alianzas estratégicas**

**Acuerdos de coproducción y licencia**

**Acuerdos cooperativos I+D**

**Acuerdos contractuales de management y servicios**

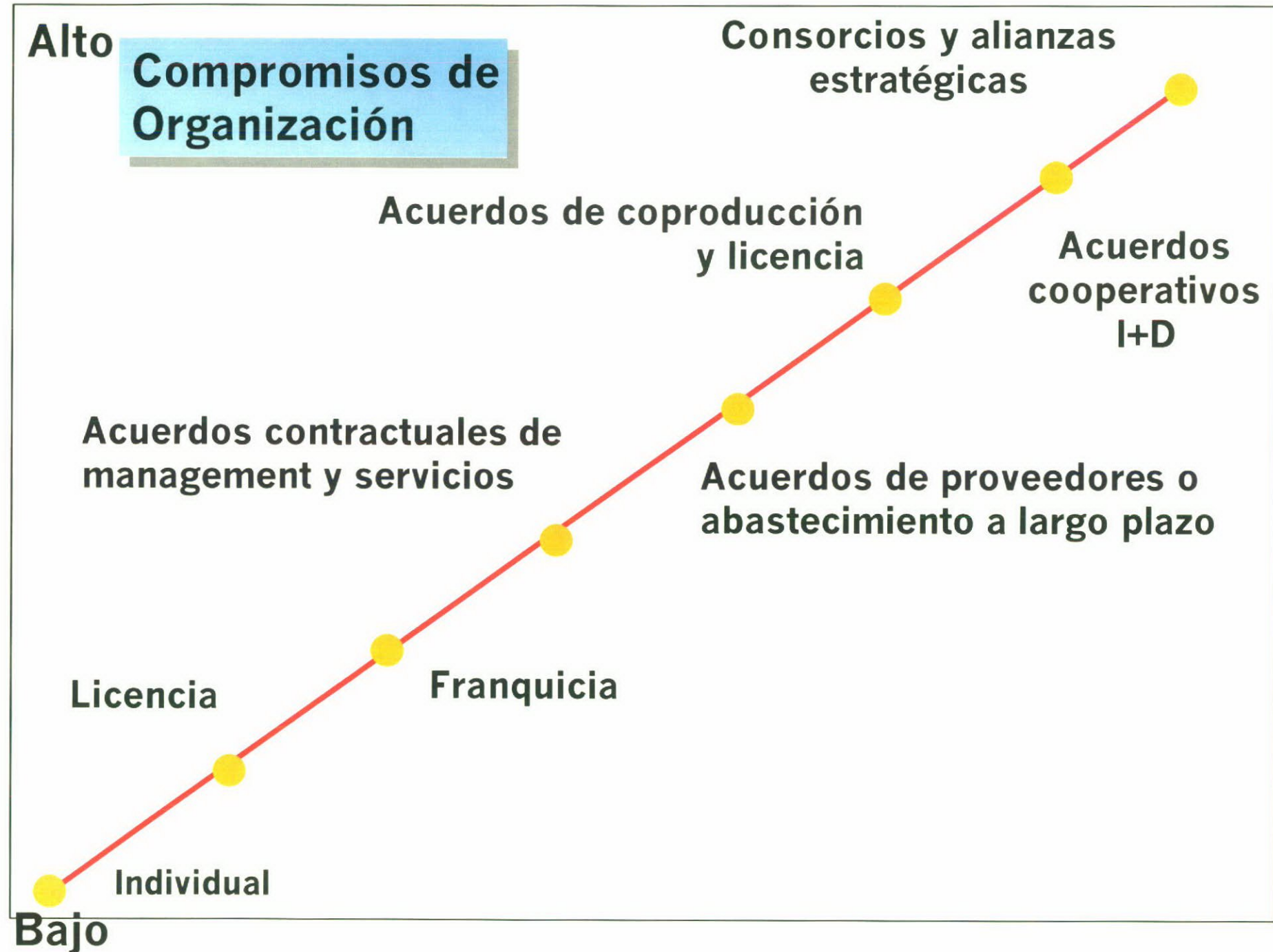
**Acuerdos de proveedores o abastecimiento a largo plazo**

**Licencia**

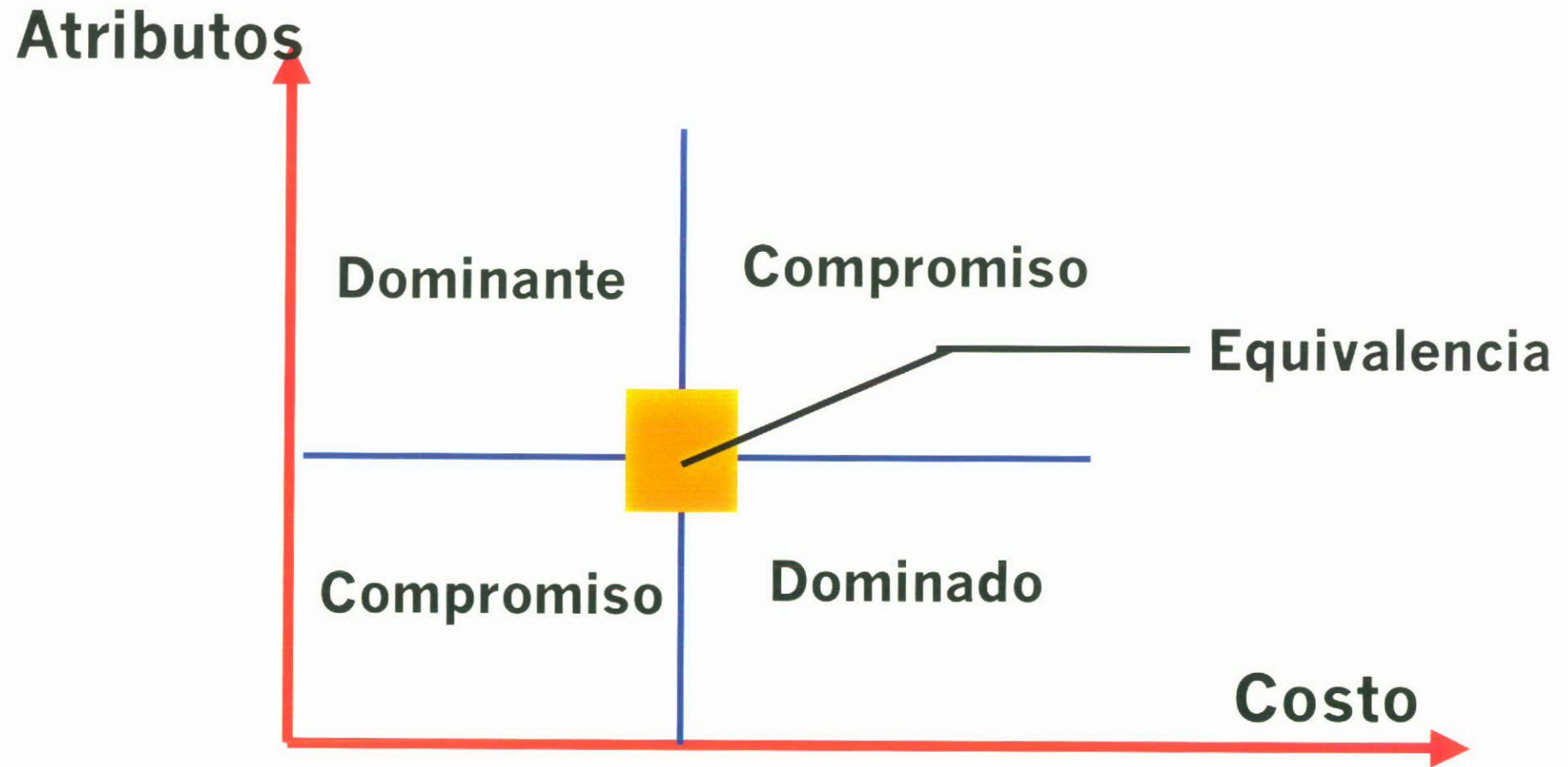
**Franquicia**

**Individual**

**Bajo**



# TIPOS POSIBLES DE RELACIONES





# **ANALISIS DEL MERCADO RECESIVO**

## **propuesta del marketing**

**VEO LO  
QUE CREO**

**Realidad**



- \* Mayor incertidumbre
- \* Depresión
- \* Falta de competitividad
- \* Ausencia de estímulos
- \* Falta de rentabilidad
- \* Menor interés en cambiar

**CREO LO  
QUE VEO**

**Marketing**



- \* Análisis real del mercado
- \* Análisis de las posibilidades competitivas
- \* Mantener alerta (información)
- \* Ser innovador
- \* Ser eficientes

# ASPECTOS CLAVES EN MARKETING PARA PYMES

## Correcto Análisis del Escenario

- ✎ Contexto Económico.
- ✎ Contexto de Mercado.
- ✎ Contexto Competitivo.

## Clara Definición de Objetivos

- ✎ A que mercado quiero llegar.
- ✎ Que tipo de empresa quiero.
- ✎ Que participación de mercado quiero.
- ✎ Que líneas de productos quiero vender.

## Aprovechamiento de las vent.competitivas

- ✎ Estructuras Pequeñas.
- ✎ Rapidéz en la toma de desiciones.
- ✎ Rápida adaptación a los cambios.

## Correcto Análisis de los Recursos

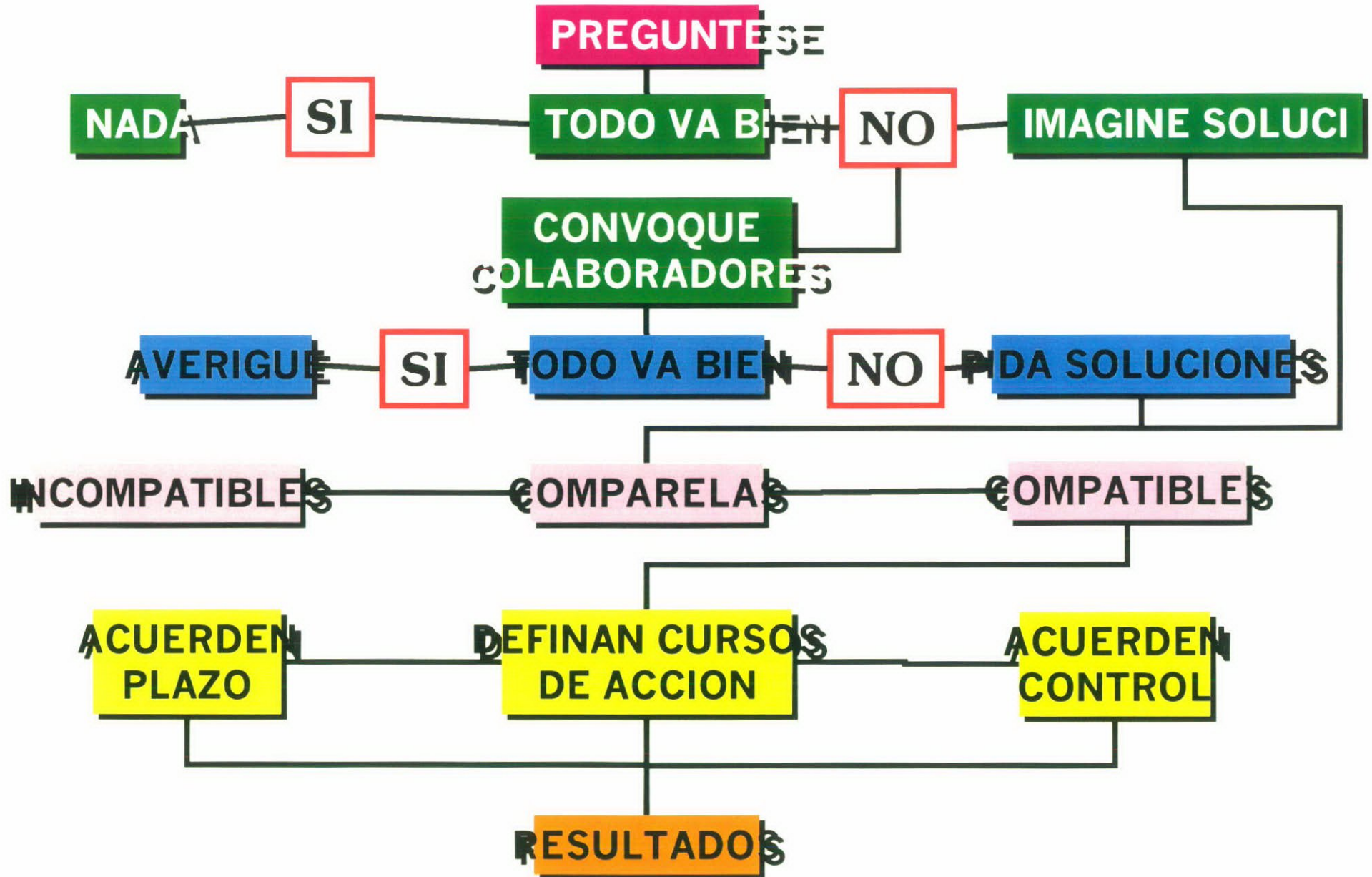
- ✎ Organizaciones.
- ✎ Competitivos.
- ✎ Financieros.

## Desarrollo de un Plan Comercial

- ✎ Oportunidades Estratégicas.



# DIAGNOSTICO DE LA SITUACION



# ECUACION DEL EXITO

Clara  
Definición  
de

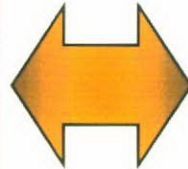
**OBJETIVOS**

Correcto  
Análisis  
de

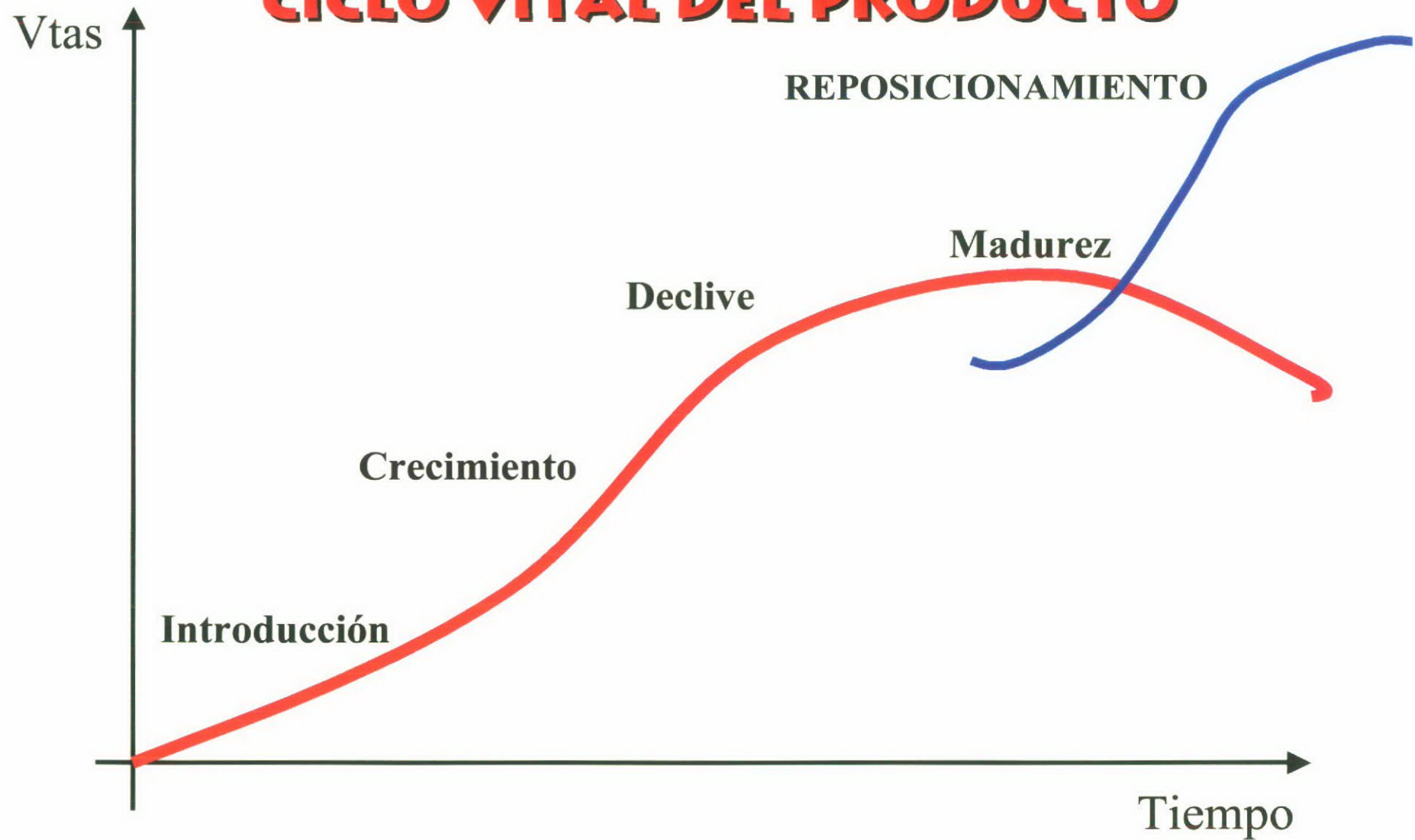
**RECURSOS**

Aprovechamiento  
Estratégico  
de

**OPORTUNIDADES**

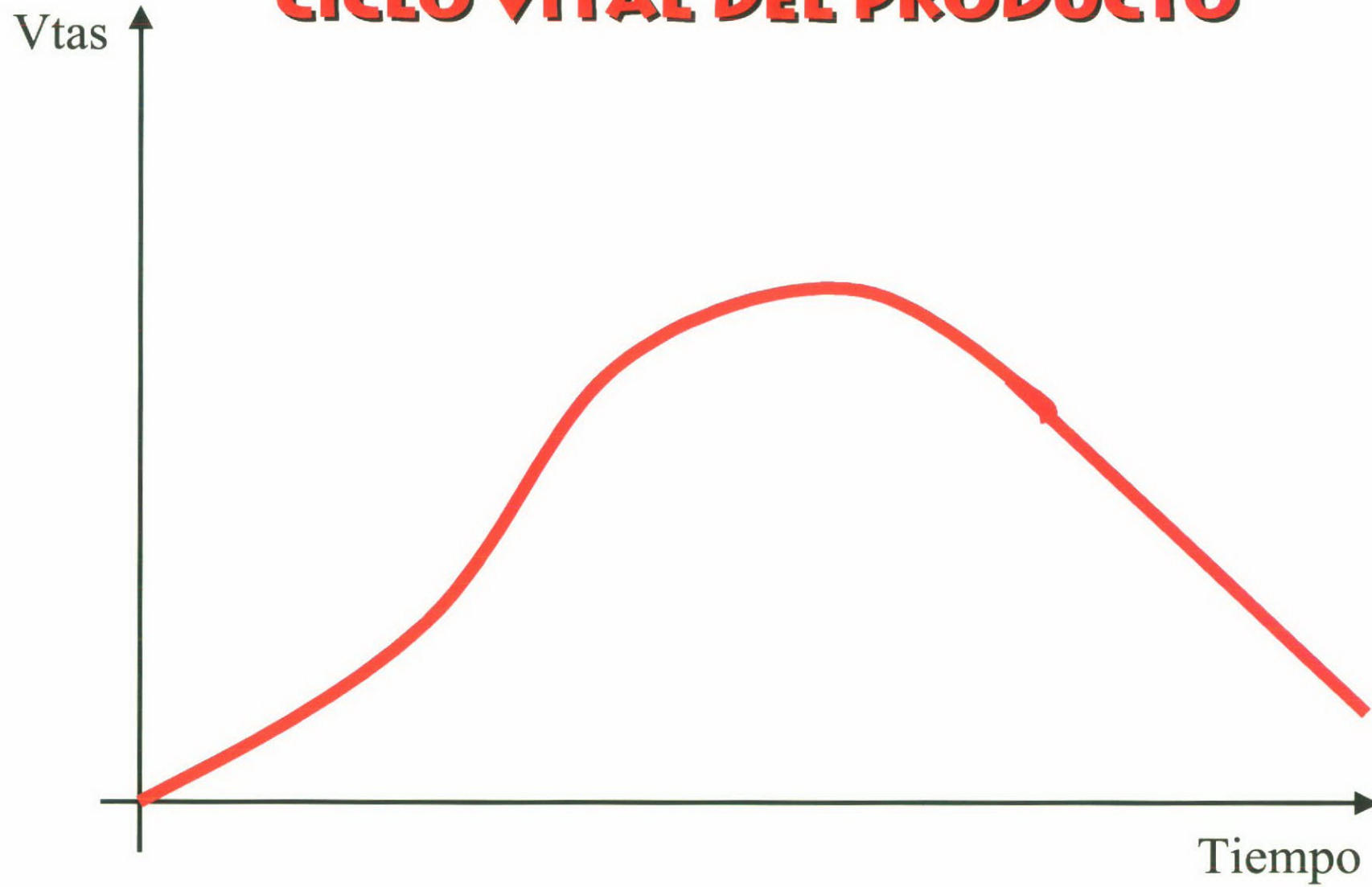


# CICLO VITAL DEL PRODUCTO





# **CICLO VITAL DEL PRODUCTO**



# FALTA DE ORGANIZACIÓN INTERNA

**CULTURA  
DE LA  
ORGANIZACION**

**Administración para que**

**Organización Interna**

**Antes**

**Solo  
contable**

**Solo  
impositiva**

**Esfuerzo  
Experiencia  
Transpirar la camiseta  
Ponerse la camiseta  
Llegar a horario  
Querer a la empresa**

**Ahora**

**Información  
de gestión**

**Información  
analizada p/  
tomar decisiones**

**Politica empresa familiar  
Objetivo - Metas  
Planes  
Estrategias: escritas  
consensuradas**

**Estadísticas  
de Ventas**

- Análisis de vta por producto.
- Rentabilidad por producto.
- Análisis de vta. por cliente

# Ausencia de Organización y Control

Organización

ANTES

Yo caudillo



**Controlo**

**Ejecuto**

**Hago mejor que nadie las cosas**

**Defino los cursos de acción a seguir**

AHORA



Organización

**Organización eficiente: Delegar**

**Plan de Trabajo**

**Funciones**

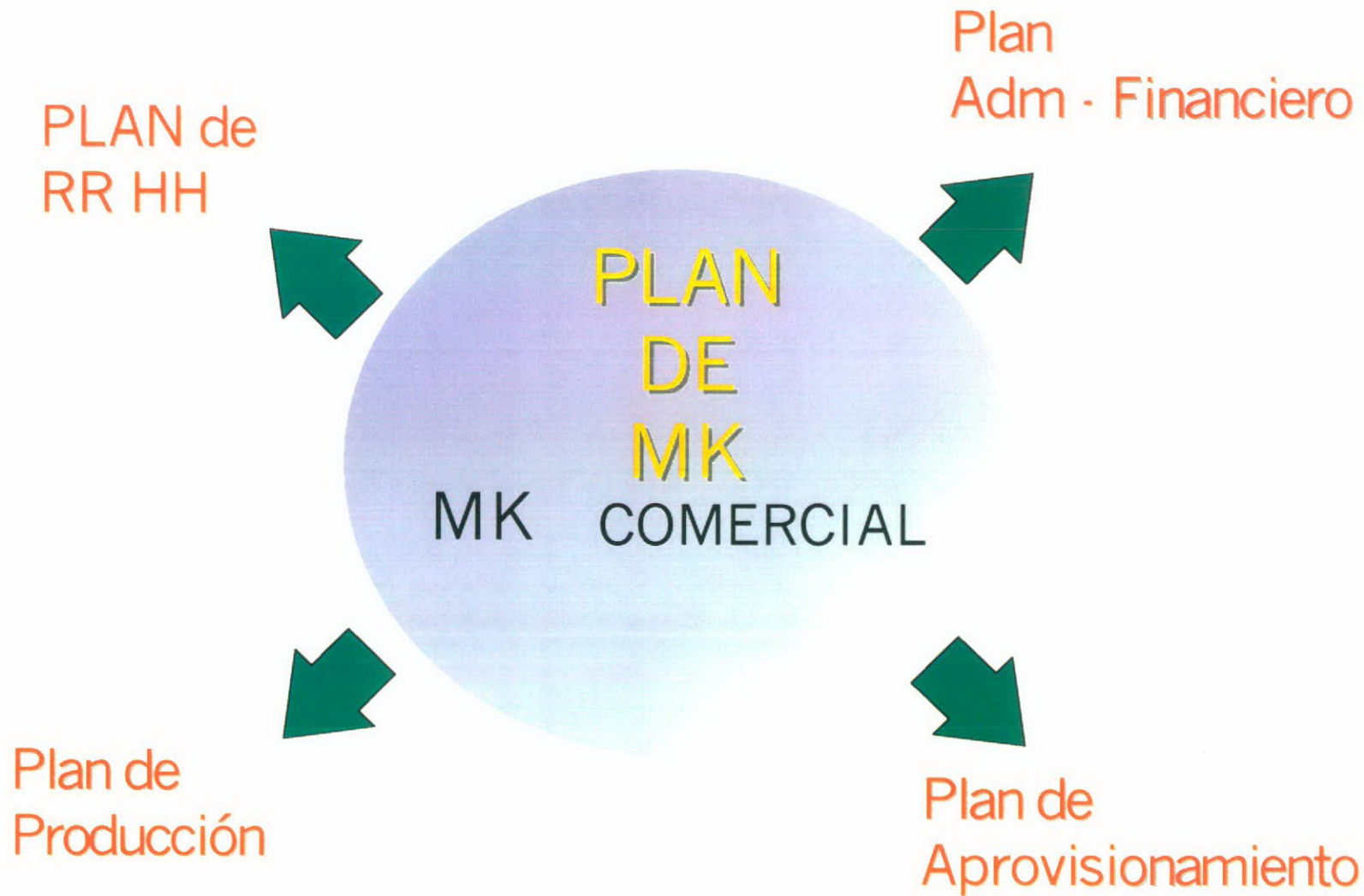
**Premios y Castigos**

**Incentivos**

**Como seleccionar el Personal**



# PLAN ESTRATEGICO



# PRODUCTO

- VARIEDAD DE PROD.
- CALIDAD
- DISEÑO
- SERVICIO

- CARACTERISTICAS
- NOMBRE DE MARCA
- EMPAQUETADO
- TAMAÑO

- GARANTIAS
- DEVOLUCIONES

**MARKETING  
MIX**

**DISTRIBUCION**

- CANALES**
- VARIEDAD**
- INVENTARIO**

- COBERTURA**
- LOCALIZACION**
- TRANSPORTE**

**PUBLICO  
OBJETIVO**

**PRECIO**

**LISTA DE PRECIOS  
DESCUENTOS  
REBAJAS  
CREDITOS**

**PUBLICIDAD**

**PROMOCION DE VENTAS  
RELACIONES PUBLICAS  
MARKETING DIRECTO**

# **ETAPAS O PASOS PARA LA ELABORACION DEL P**

- 1- Análisis de la situación del mercado.**
- 2- Análisis de oportunidades y amenazas, puntos fuertes y débiles.**
- 3- Análisis de los pasos 1 y 2, desde el punto de vista dela Organización Comercial.**
- 4- Fijación de Objetivos como conclusión de los pasos 1,2 y 3.**
- 5- Estrategias a seguir, utilizando los elementos del Marketing Mix.**
- 6- Programa de acciones ( Quién, qué, cómo, cuando )**
- 7- Presupuestos.**
- 8- sistema de evaluación y control.**



**A**

**Escriba los nombres de los cinco productos que serán más rentables para su negocio dentro de cinco años. (Utilice pesos o márgenes de utilidad totales).**

- 1)-----
- 2)-----
- 3)-----
- 4)-----
- 5)-----

**B**

**Escriba los nombres de sus cinco clientes más importantes dentro de cinco años:**

- 1)-----
- 2)-----
- 3)-----
- 4)-----
- 5)-----

**C**

**Escriba los nombres de sus cinco competidores más grandes dentro de cinco años.**

- 1)-----
- 2)-----
- 3)-----
- 4)-----
- 5)-----

# PLAN ESTRATEGICO

## PREGUNTAS CLAVES

**1- DONDE ESTAMOS**

**2- A DONDE QUEREMOS IR.**

**3- COMO LLEGAMOS ALLI.**

## FASES DEL PROCESO

**ANALISIS DE  
LA SITUACION**

**DEFINICION DE  
OBJETIVOS**

**DESARROLLO  
DE ACCIONES**



**ADECUACION** → **PARA**

**ALLANAR OBJETIVOS**  
**APROVECHAR OPORTUNIDADES**  
**REDUCIR AMENAZAS**

**VALIDEZ** → **DE**

**LOS SUPUESTOS DEL ENTORNO**  
**LAS PREVENCIONES.**

**CONSISTENCIA** → **ENTRE**

**OBJETIVOS**  
**ELEMENTOS.**

**POSIBILIDAD** → **DE**

**DISPONEN DE RECURSOS**  
**ACEPTACION**

**VULNERABILIDAD** → **DE**

**SER IMITADA**  
**IMPACTO EN EL ENTORNO.**

**RESULTADOS  
POTENCIALES** → **DE**

**PARTICIPACION DE**  
**IMAGEN SATISFACTORIA.**  
**RESULTADOS SUPERIORES**  
**A LA MINIMA.**



# VENTA



## FIN DEL VENDEDOR

**X** Llegar al cliente e indicarle que comprar.

**X** Solamente experimentado

Repetitivo

Esquemático

**X** Sin incentivo y ajeno a los resultados.

**X** Ajeno a la política comercial de la empresa.

## PRINCIPIO DEL VENDEDOR

**X** Estudiar al cliente y ofrecerle soluciones y beneficios.  
(Un buen negocio).

**X** Técnico con experiencia



Creativo

**X** Con incentivo y participe de los resultados.

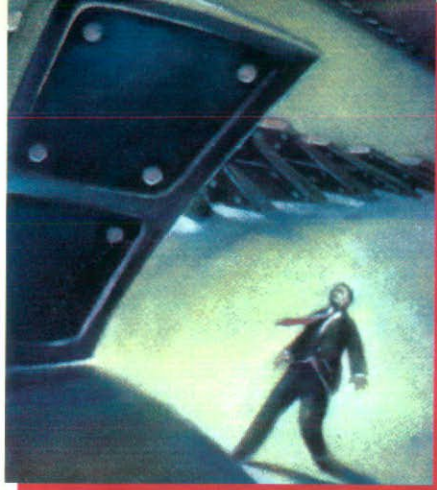
**X** Conocedor de la estrategia de la empresa.



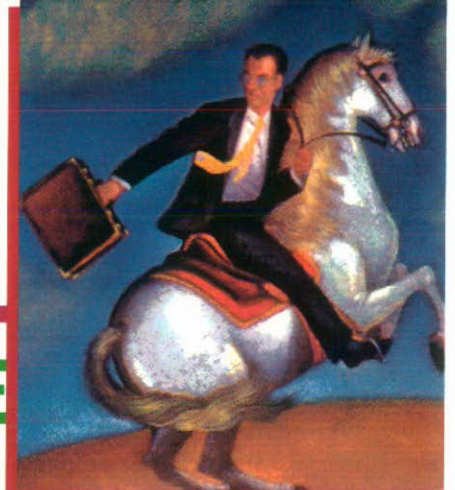
# PRODUCTO

- ANALISIS A FONDO DE LAS LINEAS MAS VENTAJOSAS Y DE MAYOR RENTABILIDAD
- ELECCION DE LAS LINEAS QUE PUEDA ATENDER EFICIENTEMENTE
- DIRECCIONAR LAS LINEAS A SEGMENTOS DE MERCADO ESPECIFICOS
- ANALISIS ESTADISTICO DE LAS
  - POR LINEA
  - POR PRODU





# DISTRIBUCION



## FIN DEL DISTRIBUIDOR PRINCIPIO DE DISTRIBUIDOR

**Intermediario estéril**

**Integrado a la empresa**

**Sin estructura comercial**

**Que genera valor  
agregado en servicios**

**Sin conocimientos  
comerciales**

**Que estudia mercados**



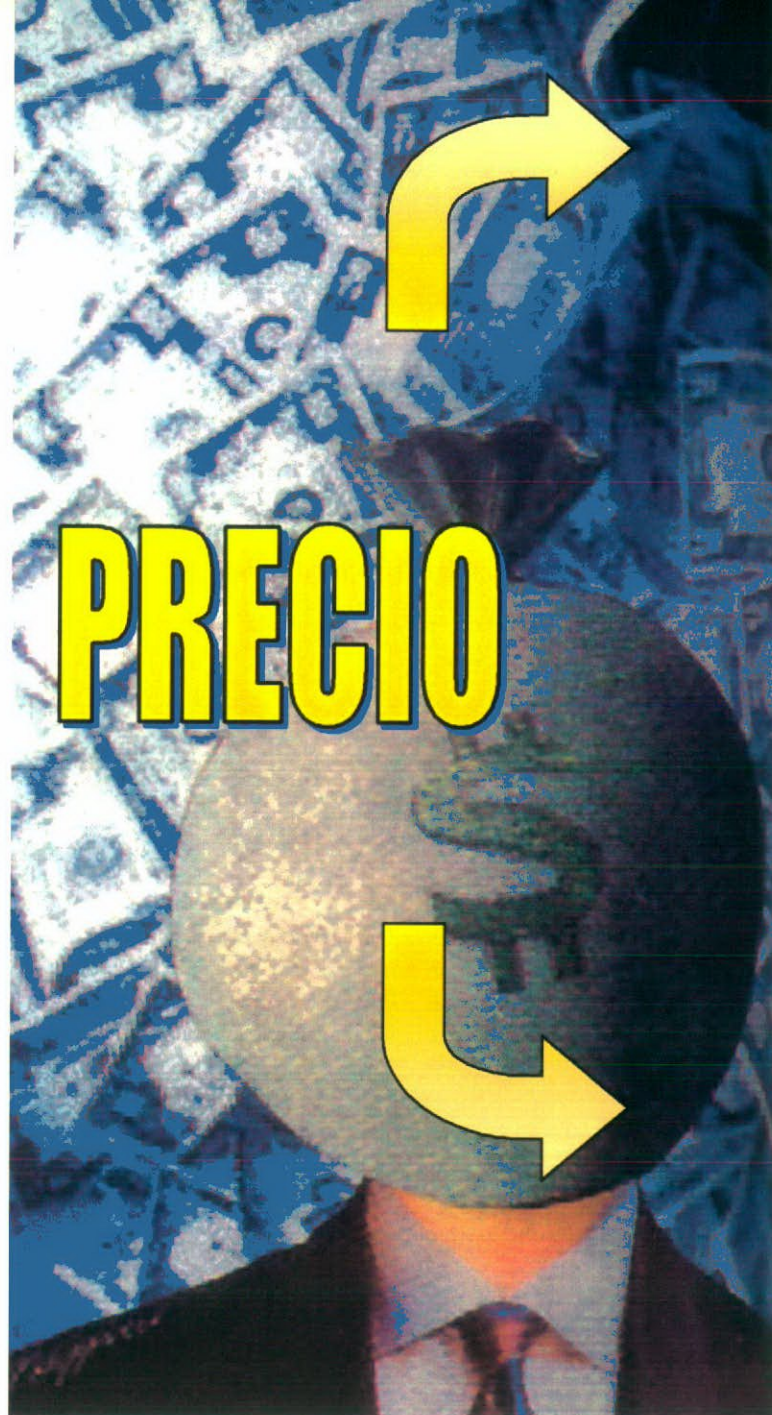
# Publicidad y Promoción

El producto es lo que  
la gente cree que es



**MEJORAR  
EFICIENCIA  
EN:**

- ✓ Determinación de objetivos de campaña publicitarias y promociones.
- ✓ Los mensajes
- ✓ La estrategia de medios
- ✓ Los métodos promocionales



➤ **LOS CONSUMIDORES PREFERIR  
PRODUCTOS QUE CUESTAN MENOS**

➤ **MEJORAR LA EFICIENCIA DE  
TODAS LAS ÁREAS**

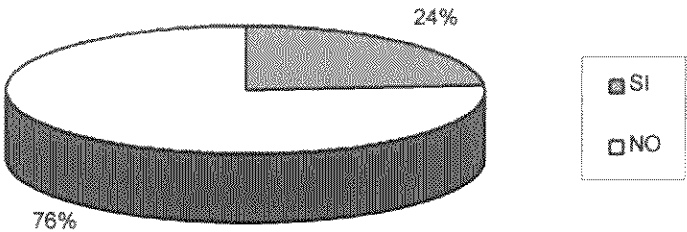
➤ **VENTAJA DIFERENCIAL COMPETITIVA  
TIENE QUE VER CON LA INNOVACIÓN**

➤ **CONCENTRAR C/ESTRUC. PRODUCTIVA  
EN UN CONJUNTO DE: PRODUCTOS, TEMAS,  
VOLUMENES Y MERCADOS LIMITADOS  
MANEJABLES.**

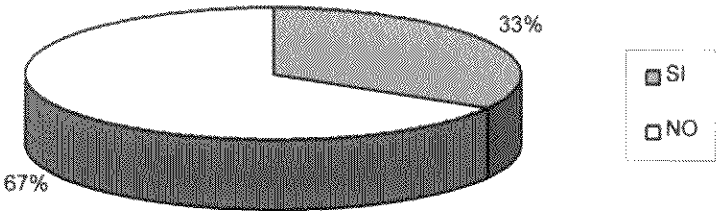
## ***EVALUACION DE LOS TALLERES***

**PROCESAMIENTO DE DATOS DE LAS ENCUESTAS**

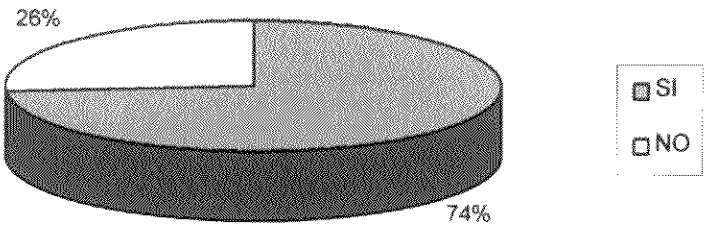
¿LE PROPUCIERON ANTERIORMENTE UNA INICIATIVA COMO  
ESTA CON EMPRESARIOS DE SU SECTOR?



SI SE LO PROPUCIERON, ¿ASISTIO?

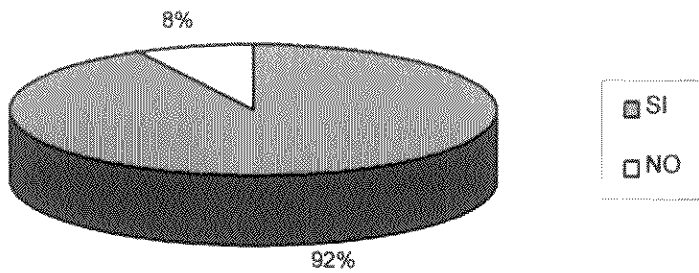


¿PARTICIPO EN ALGUN OTRO TUPO DE EXPERIENCIA  
CONJUNTA CON EMPRESARIOS DE SU SECTOR?

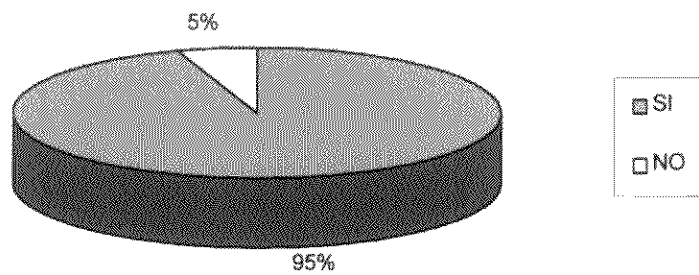




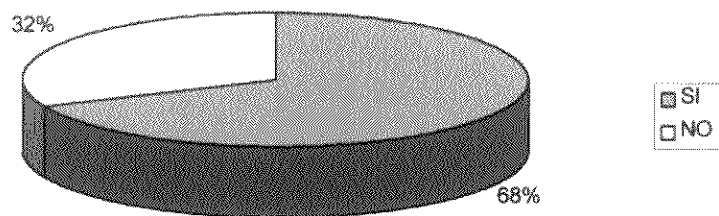
¿ASISTIRIA NUEVAMENTE A UN TALLER QUE PROFUNDICE ACCIONES EN BENEFICIO DEL SECTOR?



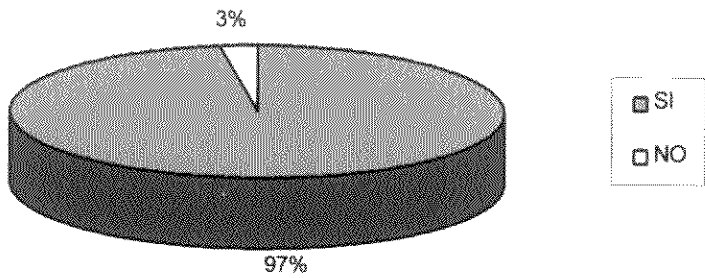
¿LE INTERESARIA QUE SE TRATEN OTRO TEMAS DE GESTION COMO CAPACITACION EN LOS TALLERES?



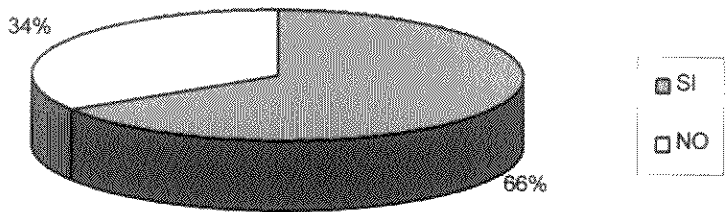
¿ESTE TALLER LE PERMITIO PENSAR DISTINTO?



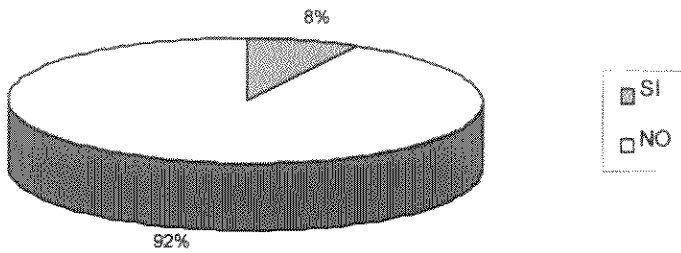
¿CONSIDERA PROPICIA ESTE TIPO DE ACTIVIDAD PARA LA DIFUSION DE PROGRAMAS DE APOYO A SU SECTOR?



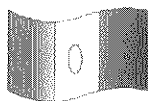
¿PERTENECE A UNA CAMARA O ENTIDAD INTERMEDIA?



¿CONSIDERA QUE PERDIO EL TIEMPO?



## ***ENCUESTAS***



**GOBIERNO DE SANTA FE**

**PROVINCIA EN CRECIMIENTO**

(M.A.G.I.C.)



**Santa Fe**

el mejor lugar del Mercosur para invertir

Santa Fe  Argentina

## **PROGRAMA: "MUNICIPIOS PRODUCTIVOS"**

### **EVALUACIÓN CONFERENCIA**

**"¿Es necesaria la imagen en el marketing de una PyME?"**

Disertante: Lic. Adrián Spuches.

Fecha:

Lugar:

Sector:

Empresa:

(Califique de 1 a 5 los siguientes ítems)

#### **1.- Disertante:**

a) Con respecto a sus expectativas de la conferencia.

No satisfechas	1	2	3	4	5	Completamente
----------------	---	---	---	---	---	---------------

b) Claridad con los conceptos.

Confuso	1	2	3	4	5	Claro
---------	---	---	---	---	---	-------

c) Lenguaje utilizado.

Complicado	1	2	3	4	5	Sencillo
------------	---	---	---	---	---	----------

d) Aclaración de dudas efectuadas por consulta.

Pocas	1	2	3	4	5	Muchas
-------	---	---	---	---	---	--------

e) Ritmo otorgado a la conferencia.

Aburrido	1	2	3	4	5	Entretenido
----------	---	---	---	---	---	-------------

f) Considera que logró transmitir sus conocimientos.

Escasamente	1	2	3	4	5	Totalmente
-------------	---	---	---	---	---	------------

#### **2.- Tema Tratado: "¿Es necesaria la imagen en el marketing de una PyME?"**

a) Usted considera que el tema es

Intrascendente	1	2	3	4	5	Necesario
----------------	---	---	---	---	---	-----------

b) Los conceptos expuestos fueron

Poco comprensibles	1	2	3	4	5	Bien entendidos
--------------------	---	---	---	---	---	-----------------

c) Respecto a su empresa este tema resulta.

No aplicable	1	2	3	4	5	Fácilmente aplicable
--------------	---	---	---	---	---	----------------------

d) Desearía Ud. profundizar el tema tratado

**SI NO**

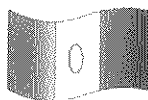
(Tache lo que no corresponda)

**Dirección Provincial de Desarrollo Regional y Local**

Bv. Pellegrini 3100 Piso 1° - 3000 - Santa Fe

☎ : (0342) 4560926 / 4560920 - Int. 4176 / 4141 / 4228 - Fax (0342) 4560920 - int. 4141

E-mail: dregiona@magic.santafe.gov.ar - mypm.sfe@smtp.cfi.startel.com.ar



**GOBIERNO DE SANTA FE**

**PROVINCIA EN CRECIMIENTO**

[M.A.G.I.C.]



**Santa Fe**  
el mejor lugar del Mercosur para invertir

Santa Fe  Argentina

### 3.- Organización:

- a) Cumplimiento de los horarios

Mal	1	2	3	4	5	Muy Bien
-----	---	---	---	---	---	----------

- b) Lugar de disertación.

No adecuado	1	2	3	4	5	Adecuado
-------------	---	---	---	---	---	----------

- c) Horario de la disertación.

No adecuado	1	2	3	4	5	Adecuado
-------------	---	---	---	---	---	----------

- d) Califique la forma de notificar la conferencia por parte de las entidades organizadoras.

Incorrecta	1	2	3	4	5	Correcta
------------	---	---	---	---	---	----------

### 4.- General: (Tache lo que no corresponda)

- a) ¿Le propusieron anteriormente una iniciativa como esta con empresarios de su sector? **SI NO**
- b) Si se lo propusieron, ¿Asistió? **SI NO**
- c) ¿Participó de algún otro tipo de experiencia conjunta con empresarios del sector? (Ej. : Ferias, Exposiciones, Relaciones de subcontratación, etc.) **SI NO**
- d) ¿Asistiría nuevamente a un taller que profundice acciones en beneficio del sector? **SI NO**
- e) ¿Le interesaría que se traten otros temas de gestión como capacitación en los talleres? **SI NO**
- f) ¿Este taller le permitió pensar distinto? **SI NO**
- g) ¿Considera propicia este tipo de actividad para la difusión de programas de apoyo para su sector? **SI NO**
- h) ¿Considera que perdió el tiempo? **SI NO**
- i) ¿Conoce el Programa "Municipios Productivos" que está efectuando el Ministerio de la Producción? **SI NO**
- j) ¿Pertenece a alguna Cámara o entidad intermedia? **SI NO**
- k) ¿Sabe quién es el responsable de la Secretaría de la Producción de su Municipio? **SI NO**

**Dirección Provincial de Desarrollo Regional y Local**

Bv. Pellegrini 3100 Piso 1° - 3000 - Santa Fe

☎ : (0342) 4560926 / 4560920 - Int. 4176 / 4141 / 4228 - Fax (0342) 4560920 - int. 4141

E-mail: dregiona@magic.santafe.gov.ar - mypm.sfe@smtp.cfi.startel.com.ar

***EMPRESARIOS DE LA INDUSTRIA DE  
MUEBLES DE OFICINA***

EMPRESA	CALLE	NRO	LOCALIDA	CP	PREF	TEL	PREF	FAX	RUBRO	CONTACTO	PROVINCIA
Adrián F. Pironti	Chile	129	Arteaga	2187	03467	450182	03467	450182	Muebles Para Oficina y Computación	Adrian Pironti	Santa Fe
José W. y Alberto J. Baimi	Lavalle	1570	Cañada de Gómez	2500	03471	422834	03471	422834	Sillas Oficina Base De Hierro Tapizada	Alberto Baimi	Santa Fe
Edgardo Luis y Jorge Bartomioli	H. Irigoyen	4052	Casilda	2170	03464	424822	03464	424822	Muebles de Madera Para Computación	Edgardo Bartomioli	Santa Fe
Oswaldo Ramón Vizcaya	Lisandro de la Torre	1425	Correa	2506	03471	492218-492318	03471	492218-492318	Amoblamientos Para Oficina (Melamina)	Oswaldo Ramon Vizcaya	Santa Fe
Fabrica de Sillas Esperanza SRL	1º de Mayo	2613	Esperanza	3080	03496	421412	03496	421412		Rodolfo Mechelini	Santa Fe
Modickra SRL	Guernes	2332	Esperanza	3080	03496	421204	03496	421204	Muebles de Oficina	Rogelio Kraus	Santa Fe
Oscar José Polini	Castellanes	555	Esperanza	3080	03496	421227				Oscar Polini	Santa Fe
Derio B. Vaillart	Estanislao López y Ruta Provincial Nro 70	2050	Humboldt	3081	03496	480160	03496	480550	Muebles Para Oficina De Madera	Omar Vaillart	Santa Fe
Pedro Miguel Porta	Córdoba	28	María Susana	2527	03401	466217	03401	466217	Amoblamientos De Oficinas	Sebastian Porta	Santa Fe
Garella y Luchini SH	14 de Julio	544	Rafaela	2300	03492	427897			General (interes)	Roberto Garella	Santa Fe
Juan Rafael Adormi	Av. Italia	303	Rafaela	2300	03482	425136				Juan Adormi	Santa Fe
Nazareno Tabellone	Av. Santa Fe	2178	Rafaela	2300	03492	423953	03492	423953		Nazareno Jose Tadelone	Santa Fe
Dielfe SRL	Battle y Ordoñez		Rosario	2000	0341	4644998	0341	4644998	Muebles de Oficina	Guido Sermonetta	Santa Fe
Distrimad SRL	Galvez	5648	Rosario	2000	0341	4805454			Muebles de Oficina	Victor Alvarez	Santa Fe
Docampo López S.A.	Arevalo	6735	Rosario	2000	0341	4561620-4251265-4254361	0341	4251265-4254361	Muebles De Madera Para Oficina	Horacio Docampo Lopez	Santa Fe
Muebles Metálicos Petit S.R.L.	Juan José Paso	6452	Rosario	2000	0341	4574535	0341	4574535	Archivos Metálicos Para Oficinas	Marisa Weyer	Santa Fe
Roberto Daniel Colacrai	Hilarión de La Quintana	521	Rosario	2000	0341	4648919	0341	4648919	Escritorios De Oficina, Computación	Roberto Daniel Colacrai	Santa Fe
Volpe Hnos. S.R.L.	Yapeyú	4331	Rosario	2000	0341	4555765	0341	4551097	Muebles Metálicos Equipamiento Oficina	Francisco Volpe	Santa Fe
Fabrimuebles	9 de Julio	1901	Santa Fe	3000	0342	4598485	0342	4598485	Muebles De Oficina De Madera	Carlos Conde	Santa Fe
Maderfer S.A.	Cochabamba	4947	Santa Fe	3000	0342	4892216	0342	892216	Muebles De Madera Para Oficinas, Bancos	Hugo Bode	Santa Fe
Miguel Angel Costamagna	Javier de La Rosa	2145	Santa Fe	3000	0342	4609521-4553641	0342	4609521	Muebles Para Oficina	Miguel Angel Costamagna	Santa Fe
Oscar Viso e Hijos SRL	Urquiza	2598	Santa Fe	3000	0342	4535736			Muebles de Oficina	Bernardo Fluxa	Santa Fe
Alberto Squaglia	Santiago del Estero	2951	Santo Tomé	3018	0342	4741098			Muebles De Oficina	Alberto Squaglia	Santa Fe
Urbano Della Agustina	Av. 7 De Marzo	1801	Santo Tomé	3018	0342	4742455			Muebles de Oficina	Domingo Della Agustina	Santa Fe
Aldo y Luis Malpassi y Aberti	Colón	355	Venado Tuerto	2600	03462	423417	03462	425726	Sillones Para Oficinas	Luis Malpassi	Santa Fe
Dario Perotti	Moreno	2025	Venado Tuerto	2600	03462	430382	03462	430382	Muebles Para Oficina De Madera	Dario Perotti	Santa Fe

***EMPRESARIOS DE LA INDUSTRIA DE  
EQUIPAMIENTO MEDICO***



# STORY EQUIPAMIENTO MEDICO

RAYMED SRL	CAP BERMUDEZ	25 DE MAYO	367	SANTA FE	2154	0341-4913682	0341-4913682	ALTAMORE MIGUEL	3311
RAUL EDUARDO ORTIGALA	CASILDA	FRAY MAMERO ESQUIU	6742	SANTA FE	2170	03464-422748-422984	03464-422748-422984	GRACIELA GISMONTI	3311
ING. QUIMICO HUGO MAZA	CERES	REM. DE ESCA. DE SAN MARTIN	285	SANTA FE	2340			HUGO MAZA	
KARSON-VITTORE Y FRANCIA S.DE HECHO	FRONTERA	CALLE 66	195	SANTA FE	2438	03564-421487	03564-421487	OSCAR VITTORE Y OSCAR FRANCIA	3311
PIERO ORTOPEDIA	FUNES	INDEPENDENCIA	2035	SANTA FE	2132	0341-4931353	0341-4931353	BUFARINI ANDRES Y JOSE	
CARDENA SRL	Granadero Baigorria	CALLAO	1345	SANTA FE	2152	0341-4710442	0341-4710442	MAÑEROSANA	
CALZADO ORTOPÉDICO	LAS ROSAS	SAN LORENZO	855	SANTA FE		03471-452873		RUBIOLO HUGO	
HUGO BRESCIA SA	PILAR	PJE TISCORNIA	2882	SANTA FE	3085	03404-470124	03404-470103	NORBERTO WEINER	3311
MENENDEZ Y CIA SRL	PILAR	ITURRASPE	1770	SANTA FE	3085	03404-470390	03404-470103	NORBERTO WEINER	3311
IBE ARGENTINA DE CATAPANO NORBERTO	RECONQUISTA	ENTRE RIOS	1445	SANTA FE	3550	03482-421401	03482-428555	CONTI MONICA	
ALTAMEDIC ALTAMORE MIGUEL	ROSARIO	25 DE MAYO	367	SANTA FE	2000	0341-4485178		CATALINA BISET	3312
AMBULANCIAS LUJAN	ROSARIO	OV. LAGOS	1171	SANTA FE	2000	0341-4216137			
AMBULANCIAS MEDICAS CORDOBA	ROSARIO	27 DE FEBRERO	3061	SANTA FE	2000	0341-4330894			
AMBULANCIAS MEDICAS OV. LAGOS	ROSARIO	ITUZATINGO	1449	SANTA FE	2000	0341-4815997			
ARTHROS CIRUGIA Y ORTOPEDIA	ROSARIO	URQUIZA	2341	SANTA FE	2000	0341-4371053			
BALBAZONI HNOS SRL	ROSARIO	MENDOZA	8175	SANTA FE	2000	0341-4571020	0341-4571020	CASCO CARLOS	
BANCO ELEMENTOS ORTOPEDICOS	ROSARIO	VIAMONTE	565	SANTA FE	2000	0341-4854746			
BAYFER SRL	ROSARIO	27 DE FEBRERO	1329	SANTA FE	2000	0341-4388451	0341-4371107	ROBERTO J ROLANDO	3312
C. MARELLI Y CIA	ROSARIO			SANTA FE	2000				
C.G. COMUNETTI Y GRZYCIUK	ROSARIO	ALVARADO	1370	SANTA FE	2000	0341-4581737			
CAMPANINI HNOS Y CIA SOC. COLECTIVA	ROSARIO	ALVEAR	546	SANTA FE	2000	0341-4257358	0341-4257358	EDGARDO S.E.CAMPANINI	3312
CEDEX SRL DIVISION BIOMEDICA	ROSARIO	PARAGUAY 1º Piso of. 1	1028	SANTA FE	2000	0341-4264030			
CIA INDUS. FAB DE INSTR. DE CONTROL SRL	ROSARIO	CRESCO	136	SANTA FE	2000	0341-4388451		SR GIORDANO	3312
CIRUGIA CIENTIFICA ROSARIO	ROSARIO	CORDOBA	699	SANTA FE	2000	0341-4247401			
CIRUGIA MEDICA DE PABLO PIÑEYRO	ROSARIO	SABOTO	1069	SANTA FE	2000	0341-4824304			
DEPORTIVA HSN	ROSARIO	PARAGUAY	1423	SANTA FE	2000	0341-3409255			
DESARROLLOS MEDICOS SRL	ROSARIO			SANTA FE	2000				
DESTRADIE INDUSTRIAL SRL	ROSARIO	PJE. 803	1582	SANTA FE	2000	0341-4390843	0341-4390843	KOZENITZKY RAUL	
FALCONE BODETTO Y DOTTI SA	ROSARIO	SANTA FE	4545 PA	SANTA FE	2000	0341-4370838	0341-4370838	LORENZO ANTONIO	
G.T. LABORATORIOS SRL	ROSARIO			SANTA FE	2000				
GALENO'S IM	ROSARIO	SANTA FE	3031	SANTA FE	2000	0341-4372700			
GALVACROM SRL	ROSARIO	MENDOZA	1340	SANTA FE	2000	0341-4329468	0341-4323366-4325455	DANIEL BRESCIA	3312
GRIMAC SRL	ROSARIO	PTE. ROCA	1239	SANTA FE	2000	0341-4263899			
IGUALAR ROSARIO	ROSARIO	SAN LUIS	2502	SANTA FE	2000	0341-4472030			
INGENIERIA MEDICA SRL	ROSARIO	3 DE FEBRERO	144	SANTA FE	2000	0341-4241006-4494829	0341-4494829	CARLOS PAOLASSO	3311
IOA ORTOPEDIA SACT	ROSARIO	JUAN MANUEL DE ROSAS	1022	SANTA FE	2000	0341-4485930			
IP MEDICAL SA	ROSARIO	BV. OROÑO	790	SANTA FE	2000	0341-4265551			
LA UNION SH	ROSARIO	CAFFERATA	3122	SANTA FE	2000	0341-4328881			
MANAVELLA	ROSARIO	SAN JUAN	864	SANTA FE	2000	0341-4492526			
MEDIO MEDICO SRL	ROSARIO	LIMA	992	SANTA FE	2000	0341-4308045	0341-4308045	AGUIRRE CLAUDIO	
MEDITON SRL	ROSARIO	PARAGUAY	532 P3	SANTA FE	2000	0341-4253486			
MICELI SRL	ROSARIO	SAN NICOLAS	1945	SANTA FE	2000	0341-4326567	0341-4835262-4626033	GUSTAVO GEROSEA	3312
NARDI Y HERRERO SRL	ROSARIO	COLON	2899	SANTA FE	2000	0341-4815522	0341-4815522	FERRERO SERGIO	3311
NOBLEX COMERCIAL	ROSARIO	LAPRIDA	3146	SANTA FE	2000	0341-4816486			
OCIMED ORTOPEDIA	ROSARIO	RIOJA	2885	SANTA FE	2000	0341-4480341			
Olga Lezcano De Puppe, Norberto y Otro SH (ING. MEDICA)	ROSARIO	AV PTE PERON	5975	SANTA FE	2000				
ORTOPEDIA BARLETTA SRL	ROSARIO	LAPRIDA	834	SANTA FE	2000	0341-4483066			3311
ORTOPEDIA DEL BLACK	ROSARIO	BALCARCE	446	SANTA FE	2000	0341-4252870			
ORTOPEDIA EL ARTE BOLIVIANO	ROSARIO	3 DE FEBRERO	1229	SANTA FE	2000	0341-4216861			
ORTOPEDIA ITALIANA	ROSARIO	CORRIENTES	1583	SANTA FE	2000	0341-4490004			
ORTOPEDIA OTTADO	ROSARIO	GORRITI	760	SANTA FE	2000	0341-4384648			
ORTOPEDIA SANTA FE	ROSARIO	SANTA FE	1441	SANTA FE	2000	0341-4409039			
ORTOPEDIA SCHNEIDER	ROSARIO	RIOJA	1483	SANTA FE	2000	0341-4262160			
ORTOPEDIA Y CORSETERIA ARGENTINA	ROSARIO	SALTA	2981	SANTA FE	2000	0341-4392873			
PLASTICA REMO DE IUDICA ORLANDO	ROSARIO	1º DE MAYO	3148	SANTA FE	2000	0341-4828669	0341-4828947	IUDICA ORLANDO	
PROMED SRL	ROSARIO	OCAMPO	3757	SANTA FE	2000	0341-4314033	0341-4314033	RAUL EDUARDO ORTIGALA	3312
PROMEDON SA	ROSARIO	PTE. ROCA	474	SANTA FE	2000	0341-4257155			
RE HNOS. S.C.C.	ROSARIO	TUCUMAN	4333	SANTA FE	2000	0341-4382567		RE ALFREDO	
ROLANDO PROSPERI Y JUAN OFERO SH	ROSARIO	CASTELLANOS	2052	SANTA FE	2000	0341-4818334	0341-4818334	ERIC SCHELLHAS	3311
TEPE SRL	ROSARIO	AMENABAR	3425	SANTA FE	2000	0341-4819788	0341-4819788	ANTONIO NICOLOSI	3313
WEINER COMPANIA SRL	ROSARIO	27 DE ABRIL	1229	SANTA FE	2000	0341-4330223-4330225-4330231	0341-4321688	BONAVIA MIGUEL ANGEL	3311
ORTOPEDIA NORTE	SAN LORENZO	SAN MARTIN	1053	SANTA FE	2200	03476-426151			
ORTOPEDIA Y CIRUGIA SAN LORENZO SRL	SAN LORENZO	RICCHIERI	636	SANTA FE	2200	03476-422868			
S.V. FABRICA ELEMENTOS ORTOPEDICOS	SAN VICENTE			SANTA FE					
ANTONIO NICOLOSI	SANTA FE	35 AIRES	3135	SANTA FE	3000	0342-4531497	0342-4531497	HECTOR VILLAR	3311
C.E.R. INGENIERIA	SANTA FE			SANTA FE	3000				
ENRIQUE OJALVO Y CIA-SRL	SANTA FE	HIPOLITO IRIGOYEN	2860	SANTA FE	2000	0341-4531491/4535218		ALFONSO MICELI	3311
INGENIERO RICARDO GEROSEA SRL	SANTA FE	CEPEDA	5135	SANTA FE	3000	0342-4530980		ANGELA SANCHEZ DE MENENDEZ	3312
MARIO GASPAR Y NICOLAS DE MIGUEL	SANTA FE	CORRIENTES	698	SANTA FE	3000	0342-4538994		ROLANDO PROSPERI	3311
MA AR ACRILIC SRL	SASTRE	AV. MITRE	1232	SANTA FE	2440	03406-480575			
ORTOPEDIA FERNANDEZ	VENADO TUERTO	SAN MARTIN	516	SANTA FE	2600	03462-436461/420554			
TECNOMEDICAL SA.	VENADO TUERTO			SANTA FE					

AMOBILIAMIENTOS MEDICOS (ESTRUCTURAS METALICAS)	FERIA HOSPITALAR			
CAMILLAS AUTOMATICAS EN ALEACION DE ALUMINIO Y MAGNESIO PARA AMBULANCIAS				
EQUIPOS PARA LABORATORIOS DE BIOQUIMICOS, ESTUFAS DE ESTERILIZAR, ETC.				
CALZADO ORTOPEDICO				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	FERIA HOSPITALAR			
MUEBLES PARA HOSPITALES				
CALZADO ORTOPEDICO				
CALZADO ORTOPEDICO				
SILLONES DE RUEDAS				
BOMBAS DE INSUFLADO, EQUIPOS DE VIDEO Y LAPAROSCOPIA				ibear@trcnet.com.ar - medelect@eidigital.com.ar
BALANCEADORAS DE RUEDAS				
CAMAS ORTOPEDICAS, SILLAS DE RUEDA, MULETAS.				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO				
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				artihros@hotmail.com
CRISTALES OFTALMICOS				bh@bolbazoniro.com.ar
APARATOS ORTOPEDICOS				
MAQUINERIA VERSALES DE ENSAYOS (DINAMOMETROS P/TRACCION C/PRESION PLEGADO, DUREZA, ET				
APARATOS ORTOPEDICOS				
PIROMETRO TERMOMETROS				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO				cedex@ba.net
REGULADOR P/GAS ENVASADO DE GARRAFA APROBADO				
APARATOS ORTOPEDICOS				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	FERIA HOSPITALAR			
MESAS CON TUNEL DE ACRILICO PARA USO QUIRURGICO		Acuerdos Comerciales, Tecnológicos, Transf. Conoc.		destinadein@arnet.com.ar
CRISTALES OFTALMICOS				fbdsal@citynet.net.ar
				galenos@eidigital.com.ar
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				
CENTRALIZACION DE GASES PARA USO MEDICO (OXIGENO-ASPIRACION-AIRE COMPRIMIDO Y O	FERIA HOSPITALAR			iguellar@ciudad.com.ar
APARATOS ORTOPEDICOS				lmcervo@arnet.com.ar
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO				
PLANTILLAS COMPUTARIZADAS, PROTESIS				
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	FERIA HOSPITALAR			comercial@mediomedica.com.ar - WEB: www.mediomedica.com.ar
EQUIPOS DE LABORATORIO P/ENSAYOS DE MASAS DE MOLDEO P/LA IND. DE LA FUNDICION				
APARATOS DE RAYOS X DE METAL (CHAPA) P/DISTRIB. EN SANATORIOS Y HOSPITALES		Acuerdos Comerciales		ISO 9000
APARATOS ORTOPEDICOS				
RESPIRADOR INFANTIL A FLUJO CONTINUO CONTROLADO X MICROPROCESADOR	FERIA HOSPITALAR			
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				arteboli@eidigital.com.ar
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				
APARATOS ORTOPEDICOS				
ENVASES PLASTICOS PARA LABORATORIO, JERINGAS, ETC.				
MECANIZADOS DE PRECISION MAQUINADO DE PIEZAS CON TOLERANCIAS ESTRECHAS				
CRISTALES OFTALMICOS MINERALES Y ORGANICOS / MULTIFOCAL PROGRESIVOS		Adquirir Maquinaria y Equipo.	Acuerdos Comerciales, Tecnológicos, Transf. Conoc.	
INSTRUMENTAL (HERRAMIENTAS) P/OPTICAS				
CALIBRE-DISPOSITIVO Y MECANIZADO DE PRECISION DE MAQUINARIAS EN GRAL				
APARATOS DE RAYOS X				raymed@arnet.com.ar
APARATOS ORTOPEDICOS				ISO 9000
APARATOS ORTOPEDICOS	FERIA HOSPITALAR			
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO				
APARATOS PARA USO EN LABORATORIOS (ESTUFAS, BAYOS TERMOSTATIZADOS, DESTILADORES	FERIA HOSPITALAR			
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	FERIA HOSPITALAR			
CALZADO ORTOPEDICO EN CUERO SUELA Y GOMA		Acuerdos Comerciales		
REPARACION DE PIEZAS DE LOS SURTIDORES DE COMBUSTIBLES		Acuerdos Comerciales		
PROTESIS DENTAL, ACRILICO METAL Y ACRILICO/PORCELANA				
				dfernse@waycom.com.ar
EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	FERIA HOSPITALAR			

## ***EMPRESARIOS DE INFORMATICA***

Razon Social	Calle Su	Pro P.O.	Localidad	Pro	Ci.	Fa	E-Mail	Contacto
ASSIST SA	MENDOZA	844	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4490013	comercial@assistsa.com	Alexis Sattler
CONSULTORA INFORMATICA SRL	ALVEAR	431	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4219167		Andres Vilosio
AIROLDI EMILIO E HIJOS	CORRIENTES	733	ROSARIO	SANTA FE	2000	03414254114/15/16		Carlos Airoidi
CMG SRL	MITRE	1151	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4215838		Carlos Moretti
PELLEGRINO Y ASOCIADOS	URQUIZA	1358	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4483688		Daniel Pellegrino
PASCAL SRL	ENTRE RIOS	658	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4493917		Eduardo Aveurun
CVE COMPUTACION SRL	SAN LORENZO	1015	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4258956/4262073		Eduardo Viapiano
ING. FABIANA CERASETO	MORENO	1580	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4264624		Faviane Cereseto
FUTUREKIDS ROSARIO SRL	MORENO	878	2 ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4486753		Fernando Serra
EASYWARE INFORMATICA	CORRIENTES	1052	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4218091		Gilberto Acuña
NEURALSOFT	3 DE FEBRERO	389	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4490008		Gustavo Viceconti
ESTUDIO ING. PEDRO BAZET	SAN JUAN	685	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4495425		Ing. Pedro Bazet
DRUIDICS SRL	SAN MARTIN	951	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4264554		Javier Ferrero
ELEPE SERVICIOS	VIAMONTE	638	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4853806		Luis Baraldi
BELT SRL	CORDOBA	1977/83	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4489666		Mario Vignolo
RS COMPUTACION	PTE. ROCA	743	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4485190		Miguel Mancogliese
COLINET TROTTA SA	ESPAÑA	37	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4246181		Norberto Trotta
DATAMECSA SRL	3 DE FEBRERO	1265	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4210074/4493803		Otto Salvat
DEEP	CATAMARCA	1941	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4496860		
E y C ELECTRONICA Y COMPUTACION	MENDOZA	1256	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4260839		
ELDIGITAL.COM.SRL	ESPAÑA	991	1 6 ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4482020/4245228		
ERREPAR SOFT SA	CERRITO	1641	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4825243		
FACILITY	PJE. ESPORA	1353	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4493535/4261158		
FLAK	RIOJA	1353	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4245378/4260073		
FULL DATA SRL	BALCARCE	86	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4481408/1410		
FULL SOLUTIONS	CORRIENTES	861	P5 ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4264844	0341-4482681 fullsol@impsat1.com.ar	
GABBEE INFORMATICA	3 DE FEBRERO	1326	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4480179/4472020		
GPL Y ASOC. SRL	CORRIENTES	1320	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4492475		
GREEN SA	SANTA FE	1356	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4494541		
HARDTEC	ZEBALLOS	2363	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4264754	0341-4400631 hardtec@hardtec.com.ar	
INFOMAX COMPUTACION	1º DE MAYO	1338	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4258057		
INFOSHOP	SANTA FE	1588	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4801523		
INGEBART SRL	SARMIENTO	991	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4487740		
INGENIERIA INFORMATICA	SANTIAGO	1490	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4218003		
INSTALNET COMUNICACIONES	CALLAO	1419	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4482114/4487966		
INTERLINK SRL	CORRIENTES	161	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4248123/4214865		
KADIMA COMPUTACION	RIOJA	1634	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4483126		
KIT INGENIERIA ELECTRONICA SRL	TUCUMAN	995	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4215050		
LINARI MICHELETTI Y ASOC.	OROÑO	77	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4252003		
LOGICIAL BASE ING. DE SOFTWARE	CORDOBA	4125	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4380534		
LOGIN INFORMATICA SA	SAN LUIS	2382	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4801122		
MAGENTA FOTO COLOR	AV. SAN MARTIN	1226	ROSARIO	SANTA FE	2000	03476-460643		
MASTERNET SC	CORDOBA	3753	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4307008		
MASTERSOFT	SGTO. CABRAL	591	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4217466		
MAX	SAN LORENZO	1657	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4470800		
MAX ROSARIO	COCHABAMBA	1463	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4850131		
MODEM	AV. FRANCIA	1299	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4304338		
MS SYSTEM ARGENTINA	AV. ALBERDI	725	P1 ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4300439		
MUGGERI SIST.	MAIPU	528	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4402380		
NASA COMPUTACION	PTE. ROCA	475	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4260551/4403677		
NETSYS COMPUTACION	PUEYRREDON	786	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4492987		
NETWORK	ZEBALLOS	1091	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4471813		

NEWT SRL	9 DE JULIO	154	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4244084
NUEVO SISTEMAS INTEGRALES	SALTA	2452	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4383651
ONLY SOFT	MITRE	1853	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4813999
OPEN WARE	SALTA	1354	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4217645
PLUG AND PLAY COMPUTACION	MAIPU	1148	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4816252
PRODAL PRODINA ALTA TECNOLOGIA SA	SAN JUAN	1476	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4472631
RESPALDO INFORMATICO	MORENO	112	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4488685
ROSARIO SISTEMAS 2	MENDOZA	3454	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4393942
SEREDICZ Y ASOCIADOS	9 DE JULIO	1842	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4481284/4401971
SERVERS	ITALIA	934	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4491622
SERVICIOS GRAFICOS VELOX	MILAN	1902	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4624809
SHOP SISTEM SRL	ITALIA	837 PA	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4214225
SIC SRL	SANTA FE	2567	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4250080
SIGMA SA	RIOJA	1841	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4403929
SISTEMAS DEL PARANA	COCHABAMBA	1463	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4850131
SISTEMATICA INGENIERIA DE SOFTWARE SH	CORRIENTES	1715	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4854610
SITIOS DIGITALES SRL	CORRIENTES	751 4	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4802080
SPC ROTULACION COMPUTADA	ENTRE RIOS	1753	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4852157
STAHLI JORGE	TUCUMAN	2180	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4264097
SYGRAMA	J.M. DE ROSAS	1958	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4827580
TALAMONTI LO RE SH	SARMIENTO	784 1	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4217682
TECNOLOGIA INFORMATICA SRL	DORREGO	1421	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4405558
TESIS INFORMATICA	SAN MARTIN	1282	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4499602
TODO COMPUTACION	SAN MARTIN	1051 29	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4401317
TOWER INFORMATICA	PTE. ROCA	1626	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4217162
TRES D COMPUTACION	MENDOZA	4128	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4372595
TRIVISONO SRL	SAN MARTIN	1898	ROSARIO	SANTA FE	2000	03476-422855
WALLYN SA	AV. FRANCIA	1322	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4370117
WINCENTER	CORRIENTES	2416	ROSARIO	SANTA FE	2000	0341-4821581

0341-4216037 sigma@satlink.com