

O/F. 331.7

NEA/5-1201

46720

Adelina

Provincia de Buenos Aires

Estudio Integral para la difusión del Parque Industrial de Benito Juárez

Informe Final

Abril 2007

Equipo de Trabajo

Fernando Mendía / Coordinador
Laura Beain / Asistente
Silvana Picone / Asesora
Claudio Enríquez / Asesor

IDEB Benito Juárez



Índice

| | Pág. |
|---|------|
| Introducción | 4 |
| Etapa I - Investigación | |
| Estado de Situación | 7 |
| Historial | 9 |
| Datos Técnicos | 11 |
| Informe de Entrevistas y Focus Group | 13 |
| Técnica FODA | 17 |
| Benchmarking | 19 |
| Brief de Comunicación | 21 |
| Etapa II - Planificación | |
| Definición de Marca | 32 |
| Definición de la identidad institucional | 37 |
| Planificación y realización de Eventos | 42 |
| Diseño del plan de comunicación para medios | 50 |
| Diseño e implementación de estrategias de e-marketing | 55 |
| Diseño y armado de una base de datos | 57 |
| Identificación y definición del grupo interesados | 59 |
| Diseño de esquema para el registro del historial | 61 |
| Diseño de los circuitos y rutinas legales y administrativos | 63 |
| Diseño de un plan para la organización de eventos y desayunos con los empresarios seleccionados. | 65 |
| Diseño de la comunicación para publicitar y difundir los resultados del plan. | 67 |

Etapas III - Plan de Acción y Puesta en Marcha

| | |
|---|----|
| Convocatoria a grupo de interesados | 69 |
| Visitas Guiadas | 71 |
| Presentación de rutinas legales y administrativas | 73 |
| Confección de contrato para la radicación empresas | 74 |
| Presentaciones informativas en la zona de influencia | 75 |
| Asesoramiento en el armado de la carpeta de política ambiental e impositiva | 76 |
| Gestión ante el Municipio de los beneficios referentes a las obras | 81 |

| | |
|--|----|
| Conclusiones y alcance del proyecto | 82 |
|--|----|

Anexos

| | |
|--|-----|
| Anexo I – Mapa de Aglomerados Industriales | 87 |
| Anexo II – Ubicación y Diagramación Sector Industrial | 88 |
| Anexo III – Notas periodísticas - Rondas de Prensa | 90 |
| Anexo IV – Notas periodísticas varias | 92 |
| Anexo V – Base de Datos | 94 |
| Anexo VI – Segmentación Base de Datos | 96 |
| Anexo VII – Modelo Carta solicitud compra de parcelas | 97 |
| Anexo VIII – Modelo Boleto Compra – Venta | 98 |
| Anexo IX – Documentación Política Ambiental | 100 |

Introducción

El siguiente informe tiene por fin la presentación final del Proyecto de Difusión del Sector Industrial Benito Juárez.

En él se desarrollarán las diferentes acciones que formaron parte de este proyecto concluyendo con una síntesis centralizada en los alcances del mismo.

El objetivo es el de diseñar un Plan de Comunicación orientado a difundir y posicionar al Sector Industrial Benito Juárez con el fin de estimular la radicación de nuevas empresas.

Sobre estas se trabajará para obtener a su finalización una nómina de interesados sobre los cuales efectuar una acción directa bajo la guía y recomendaciones que se pauten

El informe se divide en tres etapas principales según se segmentó el área de acción y seguimiento:

- Investigación
- Planificación
- Plan de acción y puesta en marcha

En cada una se desarrollarán las acciones correspondientes orientadas al logro de los objetivos.

Este informe contará con la información necesaria para actuar de manual o guía para una buena difusión y una clara estrategia de comunicación sobre las cuales se deberá centralizar las acciones futuras.

Etapa I
- Investigación -

El desarrollo de esta etapa del informe tiene como objetivo presentar, en forma ordenada, los distintos resultados alcanzados provenientes de la utilización de diferentes herramientas de investigación.

El mismo está estructurado de tal manera que permita una lectura de lo general a lo particular, en el grado de importancia de la información presentada.

Para tal fin se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

Entrevistas personales

Resultado buscado: Información interna

Focus Group

Resultado buscado: Percepción externa

Técnica F.O.D.A.

Resultado buscado: mapa estratégico con dos entradas interna y externa

Benchmarking

Resultado buscado: estudio de casos exitosos y puntos claves de éxito

Brief de Comunicación

Resultado buscado: documento interno y guía de la acción a seguir

La **finalidad** de dichas herramientas fueron combinar datos externos e internos al objeto de estudio: **Sector Industrial de Benito Juárez.**

La información relevada permitió **planificar** las acciones a realizar, minimizando los riesgos y maximizando los beneficios de utilización del accionar. Definir una visión en común e identificar la misión o razón de ser.

La investigación dio como resultado la **estrategia** a seguir, las ventajas diferenciales más importantes a tener en cuenta y el público objetivo (target) que se debe alcanzar.

Se definieron los **objetivos** de comunicación, marketing y medios promocionales a utilizar. Estos objetivos en su conjunto trabajan en la búsqueda de un posicionamiento adecuado y efectivo.

Estado de Situación

En el contexto en el que hoy se desenvuelven la producción y la economía mundial, el espacio geográfico se presenta cada vez más fragmentado por el sistema económico, destacándose como efecto relevante en el proceso de especialización territorial.

Como resultado, surgen cambios en los antiguos patrones de localización de las actividades sociales y productivas. Los parques industriales, entonces, constituyen un ejemplo de un conjunto más amplio de regulaciones que tiende a diferenciar territorialmente las funciones urbanas.

El parque industrial debe constituir un instrumento de planificación estratégica de la actividad industrial. Es decir, un instrumento que contribuya a la organización industrial, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: a) la estructura sectorial; b) la actividad en general y c) la dimensión territorial, entendiendo al territorio como un ámbito geográfico que incluye a las relaciones sociales (en sus dimensiones política, económica y cultural) y la forma en que interactúan en dicho ámbito.

Los parques industriales representan para las empresas ventajas de localización, de costos y de desarrollo de infraestructura, permitiendo que se alcancen interesantes economías de escala y aglomeración. Adicionalmente, desde el punto de vista del Estado favorecen el desarrollo de la planificación urbana, el cuidado del medio ambiente y promueven las acciones de política pública asociada a la provisión de servicios productivos y asistencia empresarial.

Los beneficios de compartir costos de mantenimiento y servicios, y recibir beneficios impositivos, son algunos de los aspectos que privilegian las empresas, sobre todo Pymes, para instalarse en los parques industriales de la provincia de Buenos Aires, que operan como verdaderos epicentros de desarrollo industrial de la región.

Si bien no son condición suficiente para que la integración y complementación suceda, son condición necesaria ya que se constituyen en el espacio propicio para la formación y consolidación de polos de desarrollo.

En la provincia de Buenos Aires existen **24** Parques Industriales y **30** Sectores Industriales Planificados donde se encuentran radicadas alrededor de **1192** empresas que generan aproximadamente **33** mil puestos de trabajo. De los parques industriales **16** son oficiales y **8** privados. Mientras que en los sectores existen **28** oficiales y **2** mixtos, según fuentes del Ministerio de la producción (año 2004) . (Ver Anexo I)

En este contexto y dentro de la política Provincial de promoción de exportaciones y desarrollo industrial de la Provincia y el Municipio se radica el Sector Industrial Benito Juárez.

Su ubicación estratégica y su cercanía a la materia prima lo presentan como una opción de gran atractivo en el momento de elección de la empresa para su radicación.

Historial

En la Argentina los primeros proyectos de parques industriales datan de la década del 50 y el 60. En 1980 se produjo una gran expansión de parques y otras aglomeraciones industriales, muchos de ellos estimulados por políticas de promoción industrial, regional y sectorial. Como consecuencia de esta expansión, a mediados de la década del 90 existían alrededor de 150 aglomeraciones industriales planificadas.

Los antecedentes del Sector Industrial Benito Juárez los encontramos a partir de la necesidad de buscar una zona para la radicación de industrias locales, principalmente curtiembres.

El Partido de Benito Juárez cuenta con un Sector industrial, desde el año 1981. Desde ese año se viene trabajando en la incorporación de servicios de energía eléctrica, gas y agua.

El Municipio promulgó la Ordenanza 1086/81 con su Decreto Reglamentario 2329-325/81 para la creación del Parque Industrial, siendo convalidado por Decreto del Poder Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires N° 669/86, la Ordenanza N° 1.573/86 con su Decreto Reglamentario N° 332/86 sobre condicionamientos de las transferencias de las parcelas industriales de dicha Zona Industrial Planificada.

La ciudad de Benito Juárez por su parte, cuenta con una Ordenanza de adhesión a la Ley Provincial N° 2.102/91 y por el mismo posee un plan de Desarrollo Industrial.

Este proyecto se enmarca dentro de la política Provincial de promoción de exportaciones y desarrollo industrial de la Provincia y el Municipio.

El 20 de Septiembre de 2005 queda inaugurado oficialmente el Sector Industrial de Benito Juárez. Desde su inauguración se alcanzaron diferentes

etapas pautadas con anterioridad: tener el Sector Industrial, incorporar los servicios y por último la instalación de empresas.

El 8 de marzo de 2006 se llevó a cabo la firma de compra - venta por tres lotes entre el Municipio y Cerámica Benito Juárez S. A. Esta última es la primera empresa en instalarse en el Parque Industrial. La compañía estará dedicada a la fabricación de ladrillos huecos cerámicos.

Datos Técnicos

Nombre: Sector Industrial Benito Juárez

Tipo: Público - Privado

Ubicación: Benito Juárez

Ubicación geográfica: Sudeste de la provincia de Buenos Aires

Ubicación territorial: Ruta Provincial Nº 86, distante 2 km. de la planta urbana

Ente Promotor: IDEB / MUNICIPIO

Año Creación: 2004

Contacto: Municipio Benito Juárez / IDEB Benito Juárez

Teléfono: 02292-453131 / 02292-451350

E-mail: info@iparqueindustrial.com.ar

Superficie: Cantidad de hectáreas 10.9

Superficie Ampliada: Cantidad de hectáreas 32.8

Tipo de acceso: Compra

Principal centro urbano: Benito Juárez a 3 Km.

Aeropuerto: aeroclub 100 Mts.

Red vial: Ruta Prov. 86 = 3 Km. / Ruta Nac. 3 = 10 Km. / Ruta Prov. 74 2 Km.

Infraestructura y servicios:

Agua potable: perforación

Telefonía

Energía eléctrica

Estación transformadora

Caminos internos

Seguridad

Lote y Naves industriales

Con Lotes disponibles
Valor: \$ 500 por lote
Superficie de lote menor 4740 m2
Superficie de lote mayor 19205 m2
Extensión total: 10.9 hectáreas
Extensión ampliada: 32.8 hectáreas
División: en parcelas
Denominación de la división:
Circunscripción I – Sección B – Chacra 239,
fracción II y IV.

Medidas de parcelas

Sector Frente

| | |
|------|-------------|
| N 1: | 6211.00 M2 |
| N 2: | 8724.74 M2 |
| N 3: | 19205.00 M2 |
| N 4: | 6511.00 M2 |

Sector Fondo

| | |
|------|------------|
| N 1: | 8350.00 M2 |
| N 2: | 8350.00 M2 |
| N 3: | 8350.00 M2 |
| N 4: | 5011.20 M2 |
| N 5: | 5009.40 M2 |
| N 6: | 4739.40 M2 |

(Ver Anexo II)

Informe de Entrevistas y Focus Group

La **entrevista** es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto. Como técnica de recolección va desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre, en ambos casos se recurre a una guía que puede ser un formulario o esquema de cuestiones que han de orientar la conversación.

La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes nos proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes, expectativas, etc.

Mediante su uso podemos obtener información cualitativa además de la posibilidad de ahondar en los puntos de interés que surjan en su desarrollo.

En este caso en puntual, el objetivo de la formulación de entrevistas se basó en la búsqueda de datos internos de la ciudad de Benito Juárez y de su relación con este proyecto. Para tal fin se coordinaron encuentros personalizados de 20 minutos (aproximadamente) cada uno y se realizaron preguntas abiertas de múltiples respuestas y preguntas cerradas.

Dicha formato de investigación fue elegida en función de evaluar el contenido cualitativo de la respuesta del entrevistado, dejando de lado un valor cuantitativo.

En esta etapa de investigación se entrevistó a 11 referentes de la Ciudad de Benito Juárez. Entre ellos se encontraban empresarios, autoridades municipales y medios de comunicación, para conformar un panorama general de las ventajas diferenciales que ofrece la ciudad de Benito Juárez para la radicación de nuevas empresas en el Sector Industrial.

El formulario guía, base para los entrevistadores, estaba constituido por los siguientes interrogantes:

¿Qué ventajas puede describir de la ciudad para la radicación de una empresa?

¿Qué beneficios debe dar un sector industrial a los interesados?

¿Cuáles son los puntos más fuertes de la ciudad de Benito Juárez?

¿Qué debilidades presenta la ciudad para la radicación de empresas?

¿Qué sector de la ciudad puede estar en contra del Sector Industrial?

¿Qué áreas de la ciudad son las más atractivas para mostrar?

¿Qué necesidades encontrarían las empresas próximas a instalarse?

¿Encuentra en el Sector Industrial un futuro para la ciudad?

¿Qué grado de compromiso tiene la población con respecto al Sector Industrial?

¿En qué beneficiaría el Sector Industrial a su sector?

Del primer grupo de observación se obtuvieron visiones diferentes pero la mayoría reconocía como puntos claves y diferenciales del Sector Industrial y de la Ciudad de Benito Juárez los siguientes:

- Ubicación estratégica
- Cercanía materia prima agroganadera y minera
- Seguridad y calidad de vida
- Compromiso en la población frente a temas de interés
- Apoyo total del estado
- Cercanía a puerto
- Visión positiva hacia el crecimiento
- Creación de nuevos rubros por el avance tecnológico
- Necesidad de trabajo en equipo
- Incorporación de servicios a las actividades primarias que generen valor

Ven como potenciales empresas a radicarse en el Sector a aquellas que dependen de la materia prima de la región para alguno de sus procesos o a

empresas complementarias de las ya radicadas en el Municipio. Asimismo reconocen que la cercanía al puerto puede ser de interés a empresas exportadoras que encuentren en este hecho un atractivo de radicación.

Algunos sectores reconocieron como fortaleza la mano de obra calificada que el Municipio de Benito Juárez puede aportar a las empresas que elijan radicarse en el Parque mientras que otras discrepaban considerando que existen falencias y falta de profesionales calificados.

En contraposición se realizó un **Focus Group** con el fin de obtener la percepción de los agentes externos al objeto de estudio.

El Focus Group es una de las formas de estudio cualitativo en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un producto, servicio o concepto. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica donde los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

En este caso en particular, fue realizado con empresarios (directores y cargos medios con poder de decisión), principalmente de la Ciudad de Buenos Aires, para descifrar las motivaciones que influyen en la elección de la zona de radicación de una empresa y que atractivos encontrarían o motivarían su radicación en el Sector Industrial Benito Juárez.

Se desarrollaron dos encuentros con cinco participantes cada reunión. Los mismos tuvieron una duración de 30 minutos cada uno. La metodología de trabajo estuvo desarrollada por un moderador que cumplió la función de coordinar y orientar la comunicación.

La comunicación de los entrevistados fue analizada en dos ejes: una vertical (entrevistado – coordinador) y en forma horizontal (participación entre los entrevistados). El trabajo estuvo focalizado en encontrar palabras claves que permitan detectar sus valoraciones en forma cualitativa. Además se

entregaron cartones con falsas identidades institucionales para orientar estilos de diseño apropiados.

Del Focus Group realizado se obtuvo como conclusión que las motivaciones que influyen en la decisión de la zona de radicación de una empresa están principalmente impulsadas por el factor económico.

Los beneficios tributarios así como los bajos costos de instalación gracias a las facilidades proporcionadas por el municipio son de gran atractivo.

Los tiempos y la logística también actúan como elemento significativo en la economía de la empresa por lo cual la ubicación estratégica del Sector Industrial constituiría un factor fuerte de decisión.

En cuanto a imágenes mentales de identidad el mejor posicionado resulta el Parque Industrial de Pilar como así también el que lidera el escalón más alto de recordación. Su justificación es por tener la mayor presencia en los medios de comunicación, por la cantidad de empresas radicadas y la importancia de las mismas.

Técnica F.O.D.A.

El análisis FODA es una herramienta de investigación que permite conformar un cuadro de la situación actual de una empresa, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la empresa, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta más difícil modificarlas.

El objetivo de utilización de la técnica F.O.D.A. está basado en obtener un mapa estratégico del estado de situación actual de doble vía. Por un lado analizar en forma interna el Sector Industrial de Benito Juárez y por otro lado los datos externos y el mercado.

A continuación se presenta el cuadro FODA en forma de listado para una mejor comprensión de los datos y su fácil utilización.

| Variable In | Variable Out | Variable in | Variable out |
|---|-----------------------------------|--|--|
| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
| Ubicación estratégica | Apoyo gubernamental a Pymes | Lejanía al mayor centros de consumo | Sectores industriales cercanos en funcionamiento |
| Cercanía a materias primas agroganaderas y minera | Alto crecimiento en Pymex | Pocas empresas instaladas | Sectores Industriales cercanos con mayores dimensiones |
| Cercanía a puerto | Crecimiento del sector industrial | Dimensiones (has). acotadas con respecto a otros parques | Parques industriales cercanos con mayor poder de instalación |
| Acceso rutas Provinciales y | Inversiones extranjeras en | Falta de profesionales especializados | Cercanía a centros urbanos con fuerte |

| | | | |
|--|--|---|---|
| Nacionales | aumento | | actividad industrial |
| Beneficios impositivos | Situación económica favorables para inversionistas | No existen servicios diferenciales | Conflicto gremiales en puerto Quequén |
| Costo mínimo de instalación | Desarrollo del Puerto Quequén | Poco personal involucrado en el parque | Infraestructura de puerto en mejoras |
| Acceso aéreo | Necesidad de actividades complementarias | Sin líneas de comunicación externa | Rutas en un estado de mantenimiento medio |
| Mano de obra calificada | Empresas generadoras de valor agregado | Proceso largo de toma de decisión del comprador | Rutas sin servicio de seguridad |
| Municipio con alto nivel de salud, educación y seguridad | Trabajo en equipo para productos finales | Imagen mental vacía del parque en la población | Sectores Instalados más cercanos a puerto |
| Servicios básicos | Nuevos rubros por avance tecnológico | Ninguna empresa local instalada | Gran oferta de parques en Provincia Bs. As. |

Benchmarking

Se describe a esta técnica como el proceso continuo y sistemático de evaluar los productos, servicios o procesos de las organizaciones que son reconocidas por ser representativas de las mejores prácticas para efectos de mejora organizacional.

Es una técnica de gestión empresarial que pretende descubrir y definir los aspectos que hacen que una empresa sea más rentable que otra, para después adaptar el conocimiento adquirido a las características de nuestra propia compañía.

El gran acierto de esta técnica es que nos permite tomar decisiones en base de hechos y no de intuición. La clave está en localizar quiénes son los mejores haciendo algo y aprender de sus aciertos. Nos permite no tener que reinventar soluciones que ya existen y que aplican otras empresas acelerando los procesos de mejora

Con la utilización de la herramienta de Benchmarking logramos identificar puntos clave de éxito a nivel nacional como así también experiencias extranjeras. Para la elección de los casos observados la investigación se basó en los integrantes de mayor importancia de bloques económicos: La Unión Económica Europea, El NAFTA (Tratado de libre comercio de América del Norte), MERCOSUR y ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático). Se focalizó con mayor interés en el Grupo BRIC (Brasil, Rusia, India y China).

En el orden nacional la investigación se centró en la observación de casos desarrollados dentro de la provincia de Buenos Aires.

Los puntos principales de coincidencia a nivel internacional rescatados de los parques y aglomeraciones industriales se destacan los siguientes:

Proteccionismo industrial

Beneficios económicos

Ventajas Impositivas

Regiones con única actividad para un mejor posicionamiento internacional

Creación de Consorcios para compartir insumos y materia prima

Alianzas estratégicas

Conglomerados para ganar poder de negociación frente a proveedores

Conglomerados para ganar poder de negociación frente a Clientes

Tendencia de mercados a la creación de bloques internacionales frente a países

Fuerte comunicación cooperativa

A nivel nacional, tras el estudio y el análisis de ejemplos de promoción de Parques y Sectores Industriales, encontramos que no hay una política de difusión de los mismos ni de sus atractivos. La inexistencia de una política de comunicación en forma grupal es para aquellos parques oficiales como para los privados.

La información de estos se obtiene por la única vía de acercamiento del interesado a los mismos careciendo de elementos en dirección opuesta que faciliten y estimulen su elección.

Los casos que presentan mayor tendencia a este tipo de comunicación los encontramos en los Parques Industriales privados, los cuales tienen un índice de ocupación notoriamente superior al de los oficiales. Un ejemplo claro de esto es el Parque Industrial de Pilar.

Si bien la mayoría de estos se encuentran situados en el Gran Buenos Aires, lo cual favorece su crecimiento, recurren a estrategias de comunicación que apuntalan esta fortaleza y mantienen su presencia.

Las líneas de comunicación comunitarias de las empresas integrantes son escasas y no corresponden a una identidad definida que facilite la recordación y la elección de sus beneficios diferenciales.

Brief de Comunicación

La comunicación es un instrumento esencial de cualquier sociedad y de las diferentes organizaciones que se integran en ella.

Todas ellas necesitan comunicar con su entorno y por ello deben plantearse una política de comunicación coherente con sus objetivos y eficaz en sus resultados. Una comunicación que contemple todas las perspectivas posibles: desde los públicos internos hasta la comunicación exterior.

Comunicación y publicidad no deben considerarse como fenómenos aislados o exclusivos de la vida comercial, sino como algo que va más allá de lo cotidiano y lo cultural, ofreciendo expectativas crecientes de desarrollo.

El Brief de comunicación es el documento que cuenta con la información necesaria que permite encarar el desarrollo de los elementos de comunicación. Este refleja la estrategia comercial definiendo con precisión:

- El producto que se quiere promocionar
- El público a cual se dirige el producto
- El beneficio que el cliente recibe del producto

Categoría de Producto

Sector Industrial

Marca

Sector Industrial Benito Juárez

Producto

- Descripción Física

10,9 hectáreas, extensibles a 32,8 hectáreas, delimitado por alambre olímpico, subdividido en diez parcelas cuyas dimensiones oscilan entre 4739m² y 19205m², Ubicado geográficamente al Sudoeste de la Provincia

de Buenos Aires en el Partido de Benito Juárez a 2km de la planta urbana sobre la Ruta Provincial N° 86.

Cuenta con la siguiente infraestructura:

Perforación de agua potable

Telefonía

Energía eléctrica

Estación transformadora

Caminos internos

Seguridad

- Descripción conceptual

Beneficio básico

- Ubicación estratégica
- Cercanía materia prima: agropecuaria, ganadera y minera.
- Cercanía puerto Quequén

Evidencia de Apoyo

- Ubicado en el centro de la Provincia de Buenos Aires en la intersección de la Ruta Prov. N°86, Ruta Nac. N° 3 y Ruta Prov. N° 74.
- Polo de alto desarrollo agropecuario y ganadero en Partido de Benito Juárez y linderos. Explotación de Industria minera.
- Aproximadamente a 140 km. De recorrido directo por Ruta Prov. N°86

Público Objetivo

- Perfil

- Pymes Nacionales no instaladas.
- Pymes Nacionales con necesidad de ampliación de su capacidad instalada.
- Pymex nacionales con necesidades logísticas para exportación
- Inversionistas extranjeros con mira a radicar su empresa en el territorio Nacional.

- Segmentación por rubro

Actividades Primarias

Nos centramos en las actividades primarias de la región: agricultura, ganadería y minería y sus actividades complementarias que brinden valor agregado a la actividad principal.

Actividades Secundarias

Actividades secundarias que faciliten el desarrollo de procesos para productos elaborados destinados al consumo regional y la exportación. Como también todas aquellas actividades nuevas relacionadas al avance tecnológico (software técnico y electrónico, tecnología agropecuaria y biotecnológicos de alta utilidad y complejidad)

- Comprador - Decisor - Influenciador - Usuario

Usuario: Recursos Humanos destinados a ocupar las diferentes áreas de la empresa, como administración, producción, dirección, etc.

Influenciadores Internos: Comisión directiva, accionista o niveles gerenciales, jefes de sectores según estructura de la empresa. Familiares directos.

Influenciadores Externos: Asesores, Entes gubernamentales, embajadas, líderes de opinión y grupos de referencia.

Decisor: Dueño, comisión directiva o accionistas según estructura de la empresa.

Comprador: Dueño, comisión directiva, accionistas, apoderado, encargado área contable o financiera.

Mercado

- Competencia

Primaria

Zonas y Sectores Industriales Planificados Nacionales.

87 Zonas y Sectores en todo el sector Nacional de los cuales 29 se encuentran localizados en la Provincia de Buenos Aires.

Secundaria

Parques Industriales Nacionales

79 parques industriales en todo el territorio Nacional de los cuales 24 se encuentran localizados en la Provincia de Buenos Aires

Genérica

Aglomeraciones o zonas industriales no planificadas (sin datos estadísticos)

- Segmentación

Segmentación por dimensión y capacidad instalada

| Partido | Sup (Has) | Parque Industrial | | Sector Industrial | |
|--------------------|-----------|-------------------|---------|-------------------|----------------|
| | | Oficial | Privado | Oficial | Mixto Empresas |
| Pilar | 920 | | | | 167 |
| General Pueyrredón | 310 | | | | 38 |
| Almirante Brown | 258 | | | | 125 |
| Ramallo | 240 | | | | 50 |
| Olavarria | 192 | | | | 44 |
| Bahía Blanca | 170 | | | | 51 |
| Campana | 170 | | | | 1 |
| Junin | 105 | | | | 7 |
| Tandil | 100 | | | | 40 |
| Malvinas Arg | 90 | | | | 22 |
| Tres Arroyos | 85 | | | | 30 |
| Chivilcoy | 84 | | | | 28 |
| General Paz | 82 | | | | 7 |
| Azul | 82 | | | | 4 |
| Coronel Pringles | 80 | | | | 2 |
| Pergamino | 77 | | | | 36 |
| Bragado | 77 | | | | 14 |
| Escobar | 70 | | | | 64 |
| La Plata | 58 | | | | 13 |
| Coronel Suárez | 51 | | | | 8 |
| Trenque Lauquen | 50 | | | | 9 |
| Villarino | 49 | | | | 1 |
| Saavedra | 45 | | | | 48 |

| | | | | | | |
|-------------------|------|--|--|--|--|----|
| Dolores | 43 | | | | | 0 |
| Bolivar | 41 | | | | | 9 |
| Berazategui | 34.5 | | | | | 28 |
| Patagones | 34 | | | | | 0 |
| Navarro | 33 | | | | | 5 |
| Azul | 32 | | | | | 10 |
| Luján | 28 | | | | | 15 |
| Lincoln | 26 | | | | | 8 |
| Monte | 25 | | | | | 0 |
| Rauch | 24 | | | | | 14 |
| Coronel Dorrego | 23 | | | | | 6 |
| Carlos Casares | 22 | | | | | 9 |
| 25 de Mayo | 22 | | | | | 8 |
| Moron | 19 | | | | | 39 |
| Mercedes | 19 | | | | | 6 |
| Suipacha | 19 | | | | | 5 |
| Roque Perez | 15 | | | | | 3 |
| Adolfo Alsina | 15 | | | | | 3 |
| General Belgrano | 13 | | | | | 0 |
| Alberti | 11.5 | | | | | 6 |
| Laprida | 11 | | | | | 3 |
| General Pinto | 10 | | | | | 1 |
| Benito Juárez | 10 | | | | | 0 |
| Berisso | 9 | | | | | 71 |
| Daireaux | 9 | | | | | 9 |
| Ayacucho | 8 | | | | | 8 |
| Saladillo | 8 | | | | | 7 |
| Hipólito Yrigoyen | 7 | | | | | 9 |
| San Martín | 5 | | | | | 43 |
| Lanus | | | | | | 58 |
| Necochea | | | | | | 0 |

Objetivos de Marketing

- Objetivo 1

Lograr un alto índice de contacto en medios y referentes que funcionen como líder de opinión o Influenciador de grupos de referencia.

- Objetivo 2

Lograr un alto índice de contacto con el target a nivel informativo

- Objetivo 3

Alcanzar la mayor cantidad de contactos depurados por grado de interés en la radicación al Sector Industrial

Estrategia de Comunicación

Target Group

Hombres de 45 a 60 años con lugar de residencia en Capital Federal o Provincia de Buenos Aires con capacidad de decisión o función de referente.

Posicionamiento

Se busca un posicionamiento en el Target que haga referencia a un lugar estratégico con condiciones óptimas para la radicación de empresas.

Generar la Imagen mental de que el éxito de una empresa tiene una relación directa con su localización estratégica.

Herramientas de comunicación

- Identidad Institucional

Marca Institucional

Manual de identidad

Papelería institucional

Aplicaciones

- Carpeta presentación

Beneficios diferenciales del parque

Técnico de Parque Industrial

Contenido Legal del Parque Industrial

Ficha de reserva de parcela

Información institucional de contacto: dirección postal, teléfono, correo electrónico, web page.

- **Presentación Electrónica**

Beneficios diferenciales del parque
Técnico de Parque Industrial
Contenido Legal del Parque Industrial
Ficha electrónica de reserva de parcela

- **Folleto Informativo**

Concepto de marca
Beneficios y ventajas diferenciales
Datos de contacto

- **Sitio Web**

El sitio web tiene como objetivo cumplir las funciones de carpeta presentación electrónica favoreciendo su capacidad de almacenamiento y su bajo costo de mantenimiento.

Se busca de la página web que tenga un contenido institucional amplio y permita la consulta electrónica de los interesados. Una forma de contacto con empresas proveedoras locales y un lugar donde se podrá encontrar información relacionada a negocios y links de interés.

Botón 1 : Home

Botón 2: Institucional

Botón 3: Beneficios

Botón 4: Ubicación

Botón 5: Contáctenos

- **Evento lanzamiento Interno**

El lanzamiento interno tiene como objetivo principal captar la atención del Cliente Interno (referentes de la ciudad de Benito Juárez) para que funcione como difusor interno del Sector Industrial.

Para tal fin se llevará a cabo las siguientes actividades:

Modalidad: Presentación

Duración: 50 minutos aproximadamente

Agenda: Apertura, presentación institucional audiovisual, palabras de representantes y autoridades y encuesta de satisfacción

Lugar: Centro Cultural Universitario de Benito Juárez

Día: 21 o 28 de Octubre de 2006

Horario: 10:15 hs.

Cocktail: desayuno empresarial

- **Evento Lanzamiento externo**

El lanzamiento externo tiene como objetivo principal captar la atención de referentes, medios de comunicación y autoridades gubernamentales que funcionen de porta-vos del Sector. Además lograr el mayor contacto con el target. Para tal fin se llevarán a cabo las siguientes actividades:

Modalidad: presentación institucional

Duración: 120 minutos aproximadamente

Agenda: Apertura, presentación institucional audiovisual, palabras de representantes y autoridades y encuesta de satisfacción. Entrega de material institucional.

Lugar: Salón Hotel de Buenos Aires

Día: 29 de Marzo

Horario: 18:15 hs.

Cocktail: de ingreso y egreso

- **Gacetilla de prensa**

Esta herramienta tendrá como objetivo ganar espacio en los medios de comunicación especializados. Entre los de mayor interés figuran:

Suplemento Clarín Económico

Suplemento La Nación Económico

Suplemento Clarín Agro

Suplemento La Nación Agro
Revista PYMES Clarín
Ámbito financiero
Infobaes económico
Perfil Económico
Revista Mercado
Revista Apertura
Revista Mañana
Revista Gestión
Revistas especializadas
Revistas de cámara industrial
Revistas de Organismos gubernamentales
Portal Intermanager
Portal decidir
Portal Yahoo económico
Portal Hotmail económico
Radio: Mitre / Continental / América / entre otras
TV Cable: Vehículo Política y Economía
Vehículo Canal Rural

- **E-marketing**

Esta herramienta ayuda y refuerza las demás utilizadas. Se trabaja bajo el concepto de Marketing viral (envío de contenido multimedia vía e-mail para que pueda ser expandido por tu contenido de interés)

Estrategia Creativa

Resolución Creativa

La comunicación estará basada en recursos informativos con utilización de metáforas con la intención de facilitar la recepción del mensaje emitido.

Racional Creativo

El proceso de decisión requiere contar con la información suficiente para respaldar y motivar una decisión de tal envergadura.

Etapa II

- Planificación -

Esta Etapa del Informe tiene como objetivo presentar la identidad visual del Sector Industrial Benito Juárez así como las acciones complementarias para su difusión.

En ella se podrá observar la estética seleccionada para el diseño en comunicación visual con los ítems más representativos.

El desarrollo de las tareas estuvo sujeto a los resultados de la Etapa I, la cual proyectó, mediante el brief de comunicación, las fortalezas del objeto de estudio.

Se tomaron en cuenta los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las herramientas de investigación: Benchmarking, técnica F.O.D.A., entrevistas personales, investigación de escritorio y focus group.

La finalidad de la identidad integral está focalizada en facilitar la decisión de los interesados, ayudar a la recordación de marca y lograr un posicionamiento positivo en el público objetivo.

Se busca mediante el diseño una total diferenciación con respecto a otros sectores industriales como actores competitivos.

La aplicación de una estética única a los diferentes procesos del circuito del interesado, mejora la comunicación e influye en la toma de decisión.

Esto se ve complementado con las diferentes acciones de difusión y por un esquema para el seguimiento con el fin de mantener buena comunicación con el interesado.

Marca



La identidad visual -definida como el sistema de signos visuales por los que una institución o empresa es reconocida en el medio - forma parte de la personalidad y cultura de la misma.

Su adecuado uso permite dotarlas de una imagen gráfica coherente y facilita la identificación y el reconocimiento de la misma.

El presente Manual de Imagen Corporativo contiene las principales normas que se han de considerar para la utilización del sistema de identidad visual del Sector Industrial Benito Juárez y pretende ser una guía para su correcta aplicación en medios impresos y digitales de uso común, tales como papelería corporativa, administrativa, obsequios, vehículos, y sitios web, entre otros.

Con el adecuado uso de los elementos se logrará un alto impacto y recordación.

Es esencial aplicarlos en forma estricta para reforzar las labores de marketing y acciones publicitarias.

El Isologotipo que se presenta en esta la página es la versión principal. Puede ser usado en papelería comercial, folletos, publicidad, presentaciones y aplicaciones electrónicas.

El sistema de identidad visual del la marca Sector Industrial Benito Juárez, está formado por el símbolo o isotipo y el logotipo (texto nominativo), los que deben ser utilizados como un sólo elemento gráfico (no por separado) y sin alterar las distancias y proporciones entre ellos.

Usar el Isologotipo correctamente es vital para una presentación consistente y positiva de la marca.

Isologotipo

Logotipo

Símbolo abstracto que connota el punto estratégico de ubicación del Sector Industrial: Intersección de las rutas principales que cruzan.

La psicología de los colores permiten comunicar: ecología, campo, mar, entre otras variables positivas.



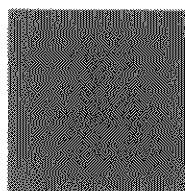
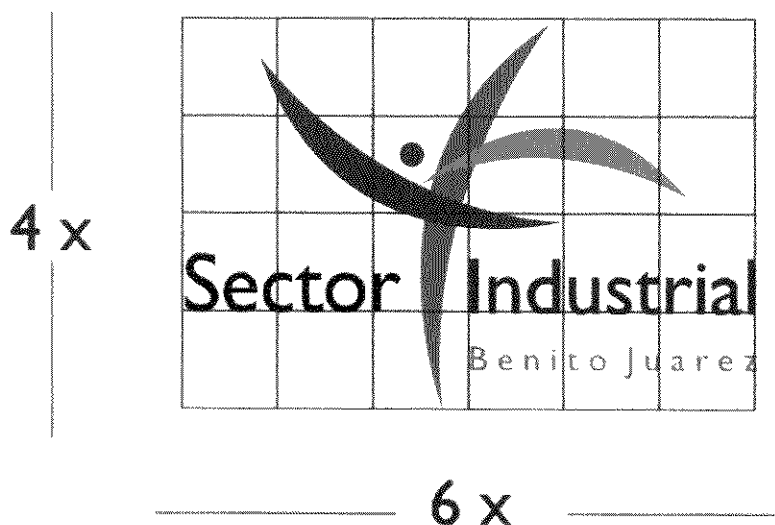
Isotipo

La utilización de una marca literal y con mucha información sobre la misión, permite trabajar en forma conjunta con un Iso abstracto.

Sector Industrial

Benito Juárez

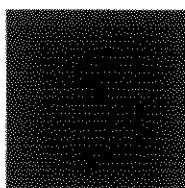
Tamaño y Color



Pantone: 2727 C
CMYK: C:70 M:40 Y:5 K:0
RGB: R:79 G:110 B:177
Web: 4F6EB1



Pantone: 376 C
CMYK: C:50 M:0 Y:100 K:0
RGB: R:127 G:195 B:28
Web: 7FC31C



Pantone: Process Black C
CMYK: C:0 M:0 Y:0 K:100
RGB: R:0 G:0 B:0
Web: 000000

Tipografía



La Tipografía complementaria a utilizar junto al logo del Sector Industrial Benito Juárez es la Arial.

Esta fuente es recomendada para acompañar documentos y presentaciones institucionales.

Obsérvese también las diferentes tipografías y sus ubicaciones en la construcción del logotipo.

Se recomienda usarla en cuerpo 12 para los textos y 14 para titulares

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

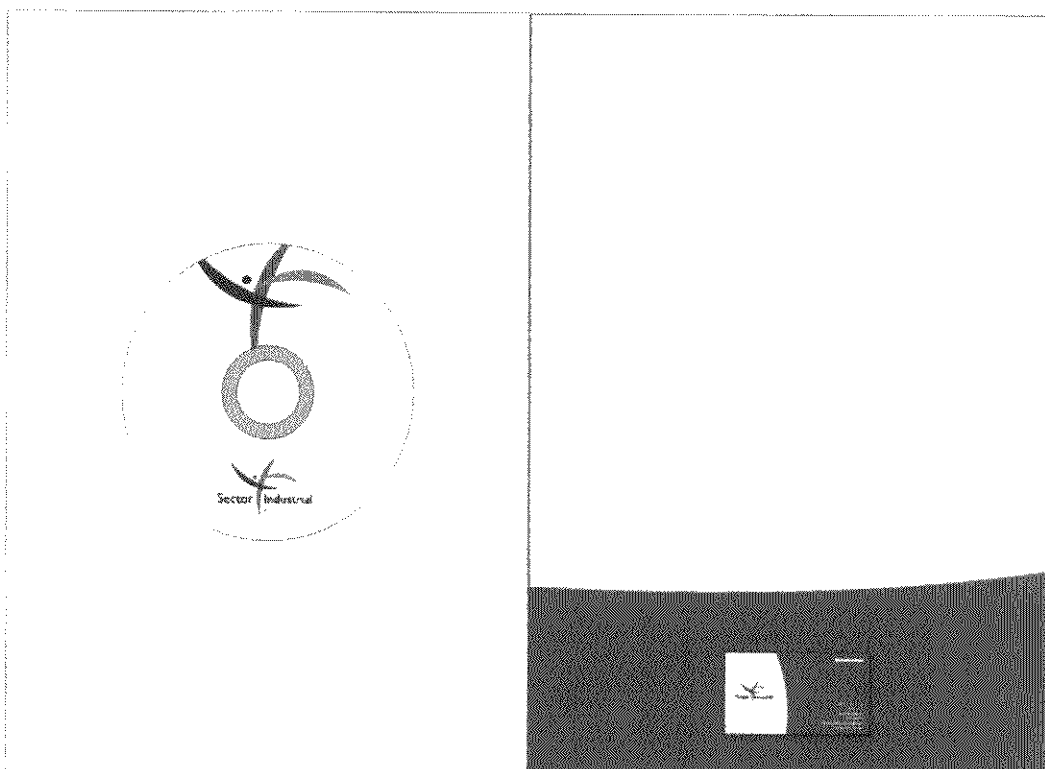
Definición de la identidad institucional

Papelería



Aplicación de marca en papelería comercial. Papel Membrete, Tarjeta personal y Sobre

Carpeta

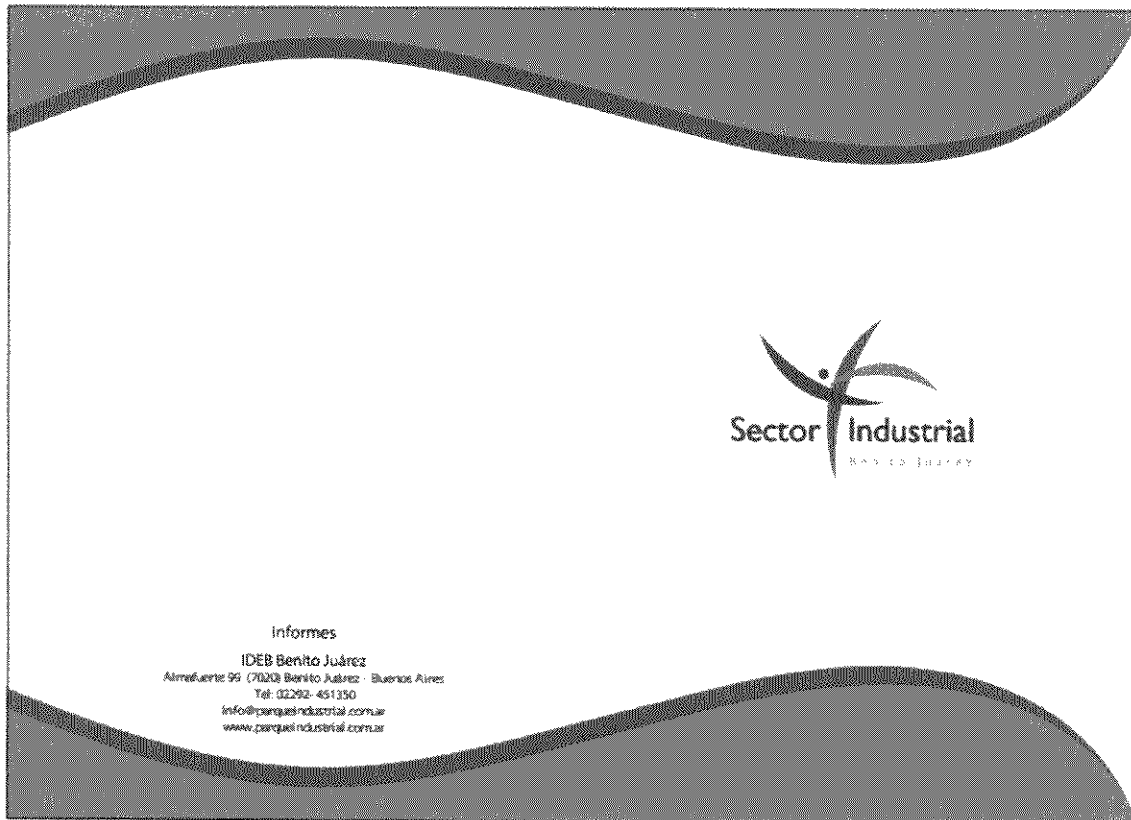





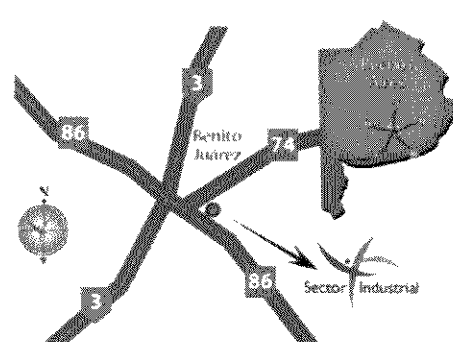
CD Interactivo Institucional



Marca Institucional
con efectos para aplicación
digital



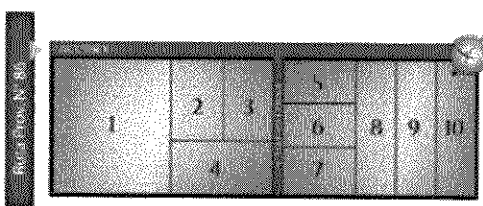
Descubra los ventajas de instalar su empresa en un lugar estratégico con los mejores beneficios que ofrece Argentina.

Situado en el centro de la Provincia de Buenos Aires, en la intersección de la Ruta Prov. N° 86, Ruta Nac. N° 3 y Ruta Prov. N° 74, el Sector Industrial Benito Juárez es la solución para todas aquellas empresas que reconocen la importancia del fácil y rápido acceso a los puntos de consumo y exportación, sumado a la cercanía a materia prima como la agroganadera y minera.

¿Por qué elegir el Sector Industrial Benito Juárez?

| | |
|--|---|
| <p>Ubicación estratégica</p> <p>Distancia a puertos</p> <p>Beneficios fiscales</p> <p>Costo simbólico de adquisición de parcela</p> <p>Agrupar Mano de obra</p> | <p>Intersección de la Ruta Prov. N° 86, Ruta Nac. N° 3 y Ruta Prov. N° 74.</p> <p>140 km puerto de Quequén.</p> <p>Exentos del pago de los impuestos a los Ingresos Brutos, Inmobiliario y Tasas Municipales por 9 años.</p> <p>Exentos de derechos de construcción.</p> <p>Costo simbólico de adquisición de parcela.</p> <p>Facilidades para la construcción.</p> <p>Provisión de hormigón en obra y maquinaria para movimientos de suelo al costo.</p> <p>Planes de formación profesional para abastecer de Recursos Humanos especializados.</p> |
|--|---|





Sector Industrial
Benito Juárez

El Sector Industrial
Beneficios
Ubicación
Diagramación
Municipio de Benito Juárez
Contactenos

Descubra las ventajas de instalar su empresa en un lugar estratégico con los mejores beneficios que pueda imaginar

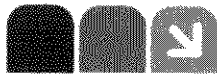
Ubicado en el centro de la Provincia de Buenos Aires en la intersección de la Ruta Prov. N° 86, Ruta Nac. N° 3 y Ruta Prov. N° 74, el Parque Industrial Benito Juárez es la solución para todas aquellas empresas que reconocen la importancia del fácil y rápido acceso a los puntos de consumo y exportación, sumado a la cercanía a materia prima como las agroganadera y minera.

Actualmente cuenta con una superficie de 10,9 hectáreas, extensibles a 32,8 hectáreas subdivididas en 10 parcelas cuyas dimensiones oscilan entre los 5000 y 19000 m2, y los servicios necesarios para satisfacer las demandas de toda aquella empresa que decida radicarse.



MUNICIPIO DE BENITO JUÁREZ

Sitio Web
Vista Home

 www.parqueindustrial.com.ar



Presentación
Electrónica
Vista portada



Planificación y realización de Eventos afines al objeto de estudio

Como parte de la estrategia de difusión del Sector Industrial Benito Juárez se planificaron dos eventos. Uno de carácter interno y otro externo.

El primero con el fin de informar a la comunidad de Benito Juárez y contribuir en la comunicación interna.

El segundo orientado a los empresarios y/o potenciales clientes del sector y agentes de difusión.

Evento Lanzamiento Interno

Con el fin ya mencionado tuvo lugar el evento de Lanzamiento Interno del Sector Industrial orientado a los referentes de la ciudad de Benito Juárez.

En él se presentó a los convocados los resultados obtenidos en la etapa de investigación con sus conclusiones y la estrategia de comunicación a seguir focalizando en las ventajas diferenciales.

También se dio a conocer la nueva imagen institucional del Sector Industrial Benito Juárez.

Con el lema "Su opinión nos interesa" se estimuló al público para que transmita su opinión respecto a los elementos presentados.

El encuentro fue un gran aporte para seguir alimentando de información las acciones planificadas como parte de la estrategia definida y de esta manera maximizar los beneficios de difusión.

Se cumplió el objetivo principal de la reunión y experimentó una fuerte participación de la audiencia calificada.

Desde el comienzo de la investigación la comunidad tuvo una participación activa en el proyecto y por tal motivo era de gran importancia obtener la opinión de los referentes más importantes de la comunidad, en cuanto a los avances del trabajo para que de esta forma se conviertan en agentes difusores del proyecto.

El encuentro nos permitió evaluar el nivel de compromiso por parte de los ciudadanos al objeto de estudio.

El éxito de las metas planteadas dependen en muchos casos de la buena voluntad de los ciudadanos y mantenerlos informados y activos en su participación es la mejor manera de integrar y desarrollar el trabajo en forma conjunta.

Ficha técnica

Evento: Lanzamiento Interno

Lugar: Centro Regional Universitario

Dirección: Almafuerte 99 – Benito Juárez

Día: 2 de noviembre 2006

Horario: 20:15 hs.

Oradores:

Fernando Mencia / Coordinador

Silvana Picone / Asesora

Claudio Enriquez / Asesor

Julio Marini / Intendente de Benito Juárez

Audiencia:

Autoridades Municipales

Instituciones y agrupaciones

Empresarios

Medios de Comunicación

Otros

Encuesta de Satisfacción

En este contexto se presentó una encuesta que brindó elementos claves para el desarrollo del Proyecto

La finalidad de la encuesta de satisfacción fue lograr la participación de los referentes más importantes de la ciudad de Juárez que habían concurrido al Evento Lanzamiento, por medio de una herramienta que permitiese captar la opinión de todos logrando la mayor objetividad en las observaciones.

Recabar información de los participantes con respecto a la estrategia de comunicación elegida, fortalezas surgidas a partir de la investigación, identidad integral y concepto de marca.

La misma fue de carácter anónimo con el fin de que los comentarios fueran lo más objetivos posibles.

Modelo Encuesta

1 - ¿Considera que la estrategia de promoción del Parque refleja los atractivos y ventajas que tiene el mismo para la radicación de nuevas empresas?

SI

NO

Medianamente

2- ¿Qué otros factores claves del Parque que no fueron mencionados cree que son de vital importancia?

3- ¿Como calificaría la Imagen Institucional del Parque Industrial Benito Juárez?

Buena

Muy Buena

Excelente

4- ¿Cree que la misma transmite la imagen y ventajas en las que se centra la estrategia de promoción?

SI

NO ¿Porqué?

5- ¿Qué tipo de empresas considera que pueden tener mayor interés de instalarse en el Parque?

6- ¿Cuál cree que puede ser el aporte de la comunidad para la difusión?

7- Comentarios - Observaciones

Respuestas

1 - ¿Considera que la estrategia de promoción del Parque refleja los atractivos y ventajas que tiene el mismo para la radicación de nuevas empresas?

88 % SI

0 % NO

12 % Medianamente

2- ¿Qué otros factores claves del Parque que no fueron mencionados cree que son de vital importancia?

Reflejar los beneficios impositivos de radicación

La calidad en referencia a la tranquilidad del lugar

Destacar la seguridad de la ciudad

Que exista una permanencia en el tiempo del proyecto

Ubicación geográfica dentro de la ciudad

Apoyo gubernamental

Deberían figurar los aspectos culturales de la ciudad

Tomar el tema como gestión de estado

Posibilidad favorable para la radicación de familias

3- ¿Como calificaría la Imagen Institucional del Parque Industrial Benito Juárez?

25 % Buena

67 % Muy Buena

8 % Excelente

4- ¿Cree que la misma transmite la imagen y ventajas en las que se centra la estrategia de promoción?

100 % SI

0 % NO ¿Porqué?

5- ¿Qué tipo de empresas considera que pueden tener mayor interés de instalarse en el Parque?

Metalúrgicas

Maderas

Constructoras

Textil

Agroganaderas

Mineras

Alimenticias

Agroindustriales

Pesqueras

Derivados Oleaginosas

Producción Biodisel

6- ¿Cuál cree que puede ser el aporte de la comunidad para la difusión?

Estar totalmente informada

Si conoce las ventajas, cree en el proyecto

De mucha importancia para la difusión boca a boca

Compromiso con el proyecto

Incentivar a los visitantes interesados

Buena atención a los visitantes

Difusión en otras ciudades de la provincia

Encauzar las acciones a un mismo destino
Que la comunidad se apropie del proyecto
Participación activa en las acciones
Reuniones periódicas
Mostrar la vida en Juarez comparada con grandes ciudades

7- Comentarios - Observaciones

Felicitaciones al equipo de trabajo por el proyecto y focalizar bien en las fortalezas
Más presencia del municipio en la imagen del parque
Se debe incorporar el impacto ambiental
Muy buen porcentaje de fortalezas
Se debe incluir las políticas industriales y líneas de créditos
Muy buena impresión del trabajo
Utilizar los medios de comunicación para informar a la comunidad.
Buena elección de estrategia con metas factibles de realizar
Agregar más información técnica
Muy buena presentación y exposición
Gracias por pedirnos la opinión
Felicitaciones por dejar participar a la comunidad.

Datos Extras:

Porcentaje de respuesta de la audiencia: 60%
Característica de la audiencia:
Líderes de opinión
Influenciadores
Con poder de decisión

Evento Lanzamiento Externo

Con la finalidad de posicionar al Sector Industrial y realizar una primera aproximación con el público objetivo y los referentes influenciadores tuvo lugar el Lanzamiento Externo en la Ciudad de Buenos Aires.

El criterio de convocatoria fue realizado en base al Target Group surgido del Brief de Comunicación: Empresarios con poder de decisión y referentes que actúen como agentes difusores.

El mismo fue de índole informativa donde representantes del Municipio, del Ministerio de Producción y del equipo de trabajo de este proyecto, transmitieron datos referentes a las ventajas de la radicación en los aglomerados industriales en general y a los beneficios diferenciales del Sector Industrial Benito Juárez en particular.

También se destacaron los atractivos de la Ciudad de Benito Juárez y del Municipio en las diferentes áreas de desarrollo.

La culminación del mismo se centró en un Coffe con la finalidad de compartir inquietudes y aclarar cualquier consulta o duda.

Se reconoció un alto interés y fue una efectiva vía de comunicación con el público objetivo.

Ficha técnica

Evento: Lanzamiento Externo

Lugar: Argenta Tower Hotel & Suites

Dirección: Juncal 868 - Ciudad de Buenos Aires

Día: 29 de marzo 2007

Horario: 18:15 hs

Oradores:

Julio Marini / Intendente de Benito Juárez

Dr. Ernesto Fatigati / Dirección Provincial de Desarrollo y Promoción Industrial

Fernando Mendia / Coordinador

Silvana Picone / Asesora

Claudio Enriquez / Asesor

Audiencia:

Autoridades y organismos gubernamentales

Embajadas

Cámaras Nacionales y Binacionales

Empresarios

Medios de Comunicación

Diseño e implementación del plan de comunicación para los medios de prensa

Para fortalecer los eventos de lanzamiento y posicionar el Sector Industrial en la mente del potencial consumidor para que se convierta en un referente en el momento en que este posea una necesidad concreta, se planificaron acciones de prensa y difusión.

Estas acciones se clasificaron en dos niveles:

Rondas de Prensa

Organización de eventos donde se informe de ventajas y atractivos del Sector Industrial y de la evolución del mismo a los medios para que estos se conviertan en agentes de difusión.

Para el Lanzamiento Interno del Sector Industrial Benito Juárez se convocó a los medios locales y regionales.

Luego del evento los oradores brindaron información y respondieron preguntas a los mismos para fortalecer los conceptos y ventajas sobre los que se centra la difusión del Sector Industrial. (Ver Anexo III)

Al mismo concurren representantes de los siguientes medios:

Medios Gráficos

Diario El Fénix

Revista Día 7

Medios Televisivos

TV Sol

Medios Radiales

FM Sol

Para el Lanzamiento Externo se mantuvo la misma estrategia pero se apuntó a medios masivos de difusión Nacional.

Los que consideramos de mayor atractivo para convocar y los que mayor aporte proporcionarían a la estrategia de comunicación son:

Medios Gráficos:

Suplemento Clarín Económico

Suplemento La Nación Económico

Suplemento Clarín Agro

Suplemento La Nación Agro

Revista PYMES Clarín

Revista Mercado

Revista Apertura

Revista Mañana

Revista Gestión

Revistas especializadas

Revistas de cámara industrial

Revistas de Organismos gubernamentales

Portales de Internet

Portal Relecturas

Portal Intermanager

Portal decidir

Portal Yahoo económico

Portal Hotmail económico

TV Cable

Vehículo Política y Economía

Vehículo Canal Rural

Gacetillas de Prensa

Con el fin de fortalecer las demás acciones y contribuir a la difusión de un único mensaje que refuerce los conceptos y ventajas del Sector Industrial se recurrirá a la utilización de gacetillas de prensa.

Esta será redactada según la ocasión para fortalecer la acción en curso y favorecer la difusión.

La misma actuará de principal agente difusor para los lanzamientos al comunicar el evento en los medios ya mencionados, tanto Locales como Nacionales.

Gacetilla de Prensa Lanzamiento Interno

*"El pasado Jueves 2 de Noviembre en el Centro Regional Universitario, tuvo lugar el Lanzamiento Interno del Sector Industrial Benito Juárez en el marco del proyecto **"Estudio integral para la difusión del Parque Industrial de Benito Juárez"***

*Con el lema **"Su opinión nos Interesa"** se presentaron las primeras dos etapas del trabajo, correspondientes a las tareas de investigación y estrategia de comunicación. La audiencia pudo ver en pantalla una síntesis del mismo y los puntos más sobresalientes.*

La finalidad del encuentro estuvo focalizada en intercambiar opiniones, comentarios y observaciones. Por tal motivo al finalizar la exposición los participantes contestaron una encuesta confeccionada especialmente para recabar la opinión de los presentes.

Como resultado de la misma surgieron datos de muchísimo valor y lo más destacable fue la buena predisposición de los invitados en participar y compartir su opinión.

Entre la información obtenida y sumada al trabajo final se destaca: la necesidad de información técnica del Parque Industrial, ubicación geográfica y datos adicionales de la ciudad como educación, salud, cultura, etc.

La presentación fue sumamente positiva para el trabajo final y la experiencia de desarrollar este tipo de encuentros abiertos, donde la información más importante es la opinión de la audiencia, fue altamente satisfactoria destacando principalmente el grado de compromiso y participación por parte de los concurrentes.

La siguiente etapa a desarrollar corresponde a volcar toda la información obtenida por las diferentes vías de investigación en las distintas herramientas de comunicación que se utilizarán para la difusión, en donde la comunidad debe cumplir un rol de suma importancia para el éxito del proyecto.”

Gacetilla de Prensa Lanzamiento Externo

“El pasado jueves 29 de Marzo en el Argenta Tower Hotel & Suites de la Ciudad de Buenos Aires, tuvo lugar el lanzamiento a nivel nacional del Sector Industrial Benito Juárez con la disertación del Intendente Julio Cesar Marini, el Sr. Fernando Mendía y el Dr. Ernesto Fatigati, de la Dirección Provincial de Desarrollo y Promoción Industrial,

El mismo contó con la presencia de autoridades y organismos gubernamentales, embajadas, cámaras nacionales y binacionales, empresarios de diferentes sectores y prensa.

El proyecto que precedió este lanzamiento se centró en la visión de que no existen vías de comunicación desde los Parques y Sectores Industriales y esta desinformación no fomenta la radicación en los mismos.

El trabajo de Investigación y desarrollo de una imagen institucional y de herramientas que faciliten el logro de este fin estuvo en manos de la agencia de comunicación Watts en conjunto con el IDEB y el Municipio de Benito Juárez.

Esta estrategia se centró en las ventajas diferenciales que presenta el Sector Industrial Benito Juárez entre las que se destacan su ubicación estratégica (intersección de la Ruta Nac. N°3, Ruta Prov. N°86 y Ruta Prov. N°74), la proximidad al puerto (140 km. del puerto de Quequén) y la cercanía a la materia prima agroindustrial y minera."

Diseño e implementación de estrategias de e-marketing

El atractivo del e- marketing radica en la cantidad de contactos logrados sin ningún tipo de inversión. La fuerte expansión de Internet y la utilización masiva de correo electrónico hace de esta herramienta una excelente opción de difusión.

La clave de su efectividad radica en el atractivo de la estética y la claridad del mensaje enviado. Como primer objetivo se debe sortear la posibilidad de que el mismo sea desechado sin ninguna atención y estos factores son claves para evitarlo.

La comodidad de contacto es otro punto importante. El lector está conectado a un medio que le permite ampliar la información visitando la Página Web o bien solicitarla vía e-mail.

Modelo e-mailing

El mismo estará conformado por un texto corto que convoque a la búsqueda de mayor información y genere interés, algunas fotografías decorativas y el logo con el link a la Página Web del Sector para mayor información.

Actuará sobre las bases de datos generadas a partir de los eventos para reforzar el interés y sobre bases de datos externas vinculadas con los grupos de interés o influenciadores de los mismos para trabajar bajo el concepto de marketing viral (envío de contenido multimedia vía e-mail para que pueda ser expandido por su contenido de interés).

Para fortalecer su efectividad, se realizarán envíos que apunten esta estrategia con información atractiva para el interesado.

Inicio

Borrero Edición Ver Herramientas Acciones

Responder Responder a todos Abrir Enviar y recibir Buscar

tipo Buscar Buscar en: todos Buscar ahora Opciones K

Carpetas favoritas

- Bandeja de entrada
- Correo sin leer
- Para repuntaje
- Elementos enviados
- Carteles por correo
- Todos los carpetas de correo
- Carpetas personalizadas
 - Bandas de entrada
 - Escritorio
 - SPAM
 - Mis contactos
 - Recibidos
 - Correo en espera
 - Correo en estado
 - Boletines
 - Correos electrónicos no deseados
 - Correos eliminados (BORR)
 - Elementos borrados
 - Mis favoritos
 - Carpetas de búsqueda
 - Borrero

| De | Para | Fecha | Tamaño |
|--------|--------|-------------------------------|--------|
| Franco | Franco | Miércoles 25/11/2009 10:44 a. | 13 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 24/11/2009 13:44 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 24/11/2009 13:37 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 24/11/2009 13:36 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 24/11/2009 15:35 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 24/11/2009 09:59 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Jueves 12/11/2009 12:58 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Jueves 12/11/2009 12:41 a. | 15 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 11/11/2009 09:56 a. | 16 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 11/11/2009 09:55 a. | 16 Kb |
| Franco | Franco | Miércoles 11/11/2009 09:53 a. | 16 Kb |
| Franco | Franco | Jueves 12/11/2009 10:11 a. | 22 Kb |

Francia, Francia, Francia, SE - Francia

Enviar por correo electrónico y compartir

Ver esta imagen

Enviar por correo electrónico (780 Kb)

Descubra las ventajas de instalar
su empresa en un lugar estratégico con los mejores
beneficios que pueda imaginar

Sector Industrial

DND conectado

Inicio Bandeja de correo Información de correo Actualizar correo

10:23 a.m.

Diseño y armado de una base de datos

Una Base de Datos está constituida por una serie de datos relacionados con diferentes modos de organización para diferentes objetivos. Esta permite organizar y almacenar elementos del mundo real con un propósito específico.

Para lograr mayores vías de contacto es importante la recolección de la mayor cantidad posible de información del contacto.

Esto permite que el mismo reciba información por las diferentes vías y la comunicación se vea fortalecida.

La base de datos se realizó mediante la información solicitada al ingreso del evento de Lanzamiento Externo en forma de acreditación o por Internet como preacreditación para el mismo, por las vías de comunicación del Sitio Web y contactos directos con el IDEB o el Municipio.

Se focalizó en la calidad de los contactos y no en la cantidad.

Prevaleciendo sobre todas las cosas el dirigirnos al Target Group surgido del Brief de Comunicación, se busco apuntar a empresarios o emprendedores con poder de decisión o a personas u organismos que sean referentes y actúen como agentes difusores de esta iniciativa.

Esta información fue tabulada según los siguientes datos de interés:

Empresa / Organismo

Rubro

Contacto

Dirección

Teléfono

E-mail

Web

Todo nuevo contacto surgido por las diferentes vías de comunicación debe ser asentado en una base de datos en formato Excell la cual será nombrada "Base de Datos General". Siempre debe asentarse en la misma independientemente del esquema de registro que se le de posteriormente.

La base de datos surgida de las acciones de comunicación ya realizadas puede visualizarse en el Anexo correspondiente (Ver Anexo V)

Identificación y definición del grupo de empresarios interesados en la radicación

Tras el análisis de los datos surgidos en la etapa de investigación se reconocieron los siguientes grupos de interés:

Empresas cuya actividad principal esté basada en los recursos de la región.

- Ganaderas
- Agrícolas
- Mineras

Empresas que desarrollen actividades complementarias

- Empresas que desarrollen productos elaborados a partir de las materias primas de la región.
- Productos, procesos o servicios que brinden valor agregado.

Empresas o entidades focalizadas en la exportación / importación.

- Empresas de Comercio Exterior
- Cámaras de Comercio Nacionales y Binacionales.

Consideramos que estos grupos serán los que se verán más motivados por las ventajas diferenciales que proporciona el parque y a quienes se convocó para el Evento de Lanzamiento Externo.

El grado de interés y motivación será medido en base a la respuesta a las convocatorias y a los contactos posteriores que tenga el interesado con las vías de comunicación.

De la base de datos surgida del evento y los diferentes medios de contacto se segmentó según estos grupos de interés descriptos. El orden de los grupos en la misma es el que consideramos de mayor atractivo.

Esta será la segmentación a tener en cuenta para acciones futuras y bajo la cual se clasificarán las nuevas empresas interesadas.

Para visualizar esta segmentación aplicada a la Base de Datos surgida de las acciones de marketing ya realizadas (Ver Anexo V!)

Diseño de esquema para el registro del historial del grupo de firmas interesadas

Es indispensable para poder realizar un seguimiento exhaustivo de las firmas interesadas en radicarse en el Sector Industrial que la información obtenida y/o suministrada por las mismas sea adecuadamente registrada.

Para tal fin se sugiere el siguiente esquema de registro:

Se generarán diferentes Planillas en formato Microsoft Excel para registrar la evolución de los interesados.

Existirá una planilla la cual será nombrada "Base de Datos General" donde se asentarán todos los contactos que hayan participado de alguno de los eventos o hayan tenido algún tipo de contacto relacionado con el Sector Industrial.

Luego se generarán una serie de Planillas que tendrán como fin la organización de la información directa de los interesados.

La primera se nombrará "Primer Contacto". En ella se asentará el contacto posterior a cualquier evento o acción que realice cualquier interesado previamente registrado en la "Base de Datos General".

Se registrarán los siguientes datos:

Empresa

Rubro

Contacto

Dirección

Teléfono

E-mail

Web

Fecha de Contacto

Consulta

N° seguimiento

El número de seguimiento es un número único para cada contacto que servirá de motor de búsqueda a futuro. Este será asignado en forma correlativa siguiendo como orden la fecha del primer contacto del interesado.

Si algunas de estas empresas tienen un segundo contacto se generará una Planilla personal a la cual se le asignará el número de seguimiento dado en el primer contacto, acompañado del nombre de la firma.

En esta planilla se irán asentando las diferentes consultas, presentaciones y cualquier acción relacionada a esta firma.

En la misma se asentará:

Fecha

Persona que realizó contacto

Persona que atendió

Consulta

Estado de situación al momento

Paralelamente en el caso de ser necesario para almacenar información en formato papel, se abrirá una carpeta a la cual se le asignará el mismo número de orden y nombre que a la planilla relacionada.

Una vez que el interesado toma carácter de comprador se asentará perfectamente la documentación presentada y los plazos asignados para dichas presentaciones.

Cada contacto como documentación recibida deberán ser debidamente registrados y archivados de ser necesario, para poder contar con un correcto orden y facilitar el seguimiento y control.

Diseño de los circuitos y rutinas de procedimientos legales y administrativos para la instalación de las firmas

La persona que opte por radicarse en el Sector Industrial Benito Juárez deberá presentar y cumplir con una serie de procedimientos legales y administrativos que serán los que se utilicen para evaluar si cumple con las condiciones necesarias para radicarse en el Sector.

Estos deberán ser presentados en tiempo y forma para su análisis y posterior aprobación.

El Centro IDEB Benito Juárez actuará como agente intermediario entre el interesado y el Municipio para atender las consultas, acompañar el proceso y realizar la supervisión del material presentado.

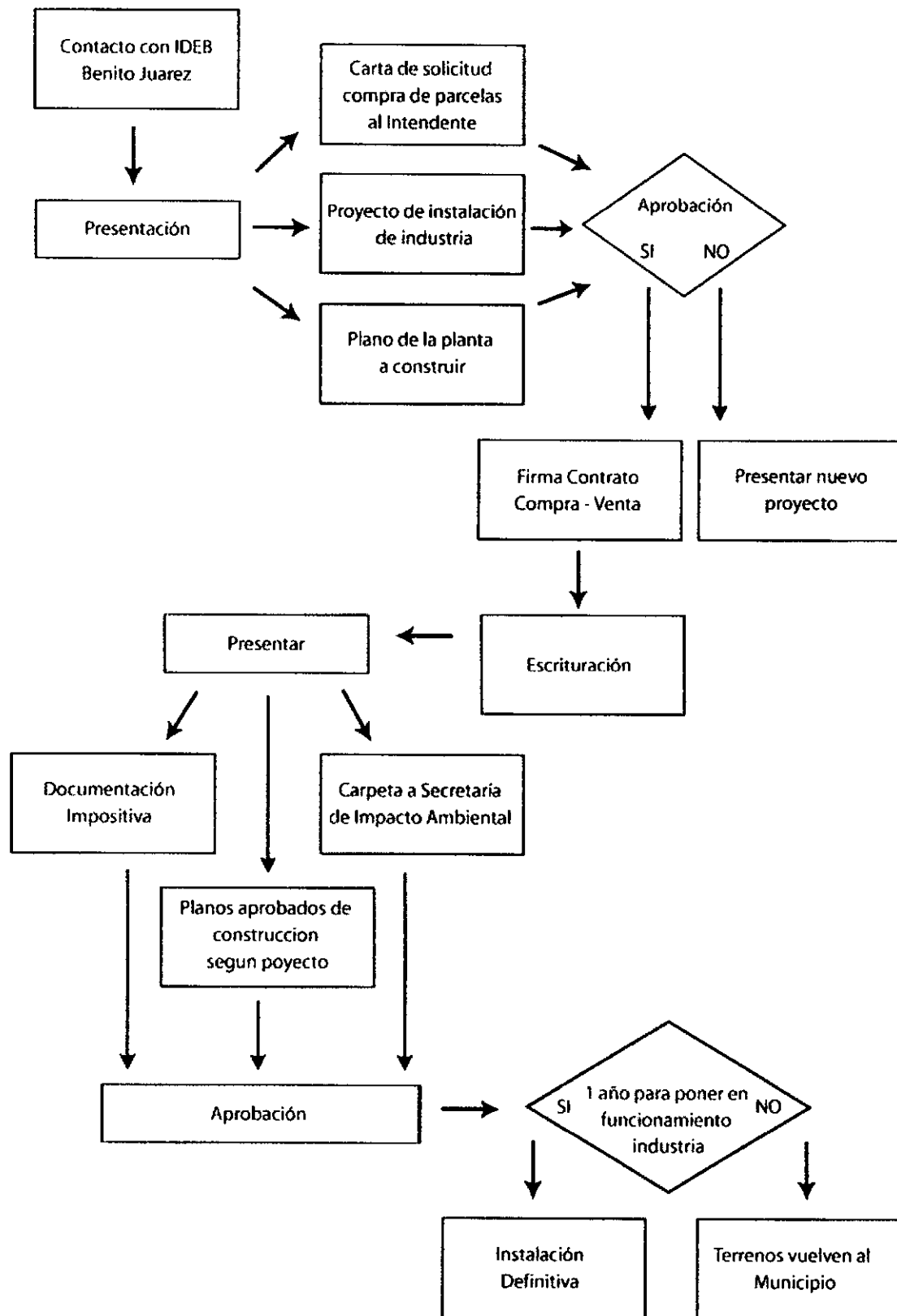
Es de suma importancia que el interesado sea debidamente informado de este circuito de procedimientos para agilizar los trámites y lograr resultados y efectividad en menor tiempo.

La rapidez en la etapa legal y administrativa favorece la predisposición del interesado y genera en él un estímulo mayor, evitando que los procesos largos puedan influenciar en la decisión de cancelar el contrato.

Es de suma importancia agilizarlos para generar otro punto diferencial respecto a los demás Parques.

Para evitar este efecto se recomienda que se establezcan tiempos máximos para cada etapa y que estas tengan una correlación lógica y ordenada.

Para tal fin hemos diseñado un Diagrama de Flujo donde se simboliza en forma lógica y ordenada el proceso legal / administrativo para la adquisición de parcelas y radicación en el Sector Industrial Benito Juárez.



Diseño de un plan para la organización de eventos y desayunos de trabajo con los empresarios seleccionados

Luego del lanzamiento externo y otras acciones de comunicación surgió una nómina de empresarios la cuál fue segmentada por actividades y grado de interés a quienes se convocará a rondas de negocios y desayunos empresariales para informarlos más profundamente respecto a las ventajas de la radicación en el Sector Industrial y estimular una motivación colectiva entre sus participantes.

Se buscó formar estos grupos por sector de público objetivo con el que se relaciona la firma, siguiendo como guía la segmentación asignada a la base de datos y la complementariedad entre las mismas.

La idea es generar grupos de interés que aporten su visión y motivación para apoyar y estimular la toma de decisión.

Estos eventos estarán en manos de un coordinador quien actúe como agente informador a la vez de motivar la participación para el intercambio de opiniones sobre los temas propuestos que estarán directamente relacionados con los beneficios de la radicación en los sectores industriales y las ventajas diferenciales del Sector Industrial Benito Juárez.

El objetivo es que los empresarios encuentren mayor interés no solo en el hecho de los beneficios brindados por el Sector Industrial, sino también en las posibilidades de expansión que surgirán en su interacción con otras empresas del sector.

Agenda del Evento

Recepción

Entrega de material Informativo (Folletería y CD Interactivo)

Presentación Audiovisual

Palabras Apertura a cargo de Coordinador

Objetivos

Información General

Generación de temas de interés a cargo de coordinador.

Debate / Intercambio Información.

Palabras cierre

Desayuno

Diseño de la comunicación para publicitar y difundir los resultados del plan

Los resultados y avances del Plan de Difusión del Sector Industrial Benito Juárez se expondrán periódicamente en el Sitio Web donde se generará una sección destinada a novedades.

En ella se informará de los eventos relacionados con el Sector Industrial, la radicación de nuevas empresas, los avances en infraestructura y servicios y toda aquello que pueda ser de interés.

Para complementar este medio y lograr también mayor impacto se darán a conocer de forma más masiva a través de los medios de prensa anteriormente mencionados.

Mediante rondas de prensa y gacetillas se buscará llegar a la población local para seguir fortaleciendo su función difusora y a la nacional a fin de fortalecer el posicionamiento del Sector Industrial y generar interés en los potenciales clientes.

Es clave que el Sector Industrial Benito Juárez mantenga una presencia constante en los medios para afianzar la recordación de marca.

Toda la línea de comunicación apuntará a fortalecer una imagen cada vez más concreta del Sector Industrial Benito Juárez dando a conocer los logros y avances del mismo, generando a su vez elementos para aumentar la confianza en el Proyecto.

(Ver Anexo IV)

Etapa III

- Plan de acción
y
puesta en marcha -

Convocatoria a grupo de interesados

Basándonos en la Base de Datos surgida de las acciones de comunicación y centralizándonos en la segmentación posterior, se conformaron grupos de interesados los cuales son convocados a la ciudad de Benito Juárez para conocer las instalaciones del Sector Industrial y compartir diferentes actividades.

La coordinación esta a cargo del IDEB de Benito Juárez, actuando su representante como guía de las diferentes actividades pautadas.

Esta convocatoria tiene como fin que el interesado pueda tener un contacto directo con el producto y comprobar sus ventajas diferenciales sobre las cuales se focaliza a lo largo de toda la jornada.

El objetivo de una convocatoria en grupo es que a través de diferentes acciones y temas pautados para la conversación y/o debate, se genere una motivación colectiva que influya en el interés y predisposición respecto al producto.

El cronograma de Actividades para esta convocatoria es el siguiente:

Desayuno empresarial

Luego de la llegada a la ciudad y de un tiempo cauteloso para la instalación de cada concurrente se los invita a compartir un desayuno en el Centro Regional Universitario, donde cuenta con su sede el IDEB de Benito Juárez

Se centraliza en el motivo de la convocatoria y se les informa del itinerario de la jornada.

Asimismo se realiza la introducción de los concurrentes generando el primer punto de contacto entre los mismos.

Presentación Informativa

Concluido el desayuno, tiene lugar en el salón del mismo predio una presentación informativa del Sector Industrial.

La misma está constituida por información técnica del Sector, los Beneficios Impositivos brindados y principalmente en sus ventajas diferenciales

A continuación se impulsa a los visitantes a que planteen sus dudas y consultas las cuales son el puntapié para el intercambio de opiniones con el fin de promover el dialogo entro los participantes.

Ronda

Con el fin de que el interesado entable un vínculo con el Municipio y conozca de su apoyo y compromiso con el proyecto se realiza una ronda con el Intendente.

El mismo informa sobre los beneficios brindados por el municipio para quien decida radicarse y destaca la situación del municipio frente a la producción y el desarrollo industrial.

Visitas Guiadas

La jornada de convocatoria concluye con una visita guiada descrita en el siguiente punto de este informe.

Visitas Guiadas

La convocatoria a los grupos de interesados son acompañadas por visitas guiadas al Sector Industrial y a los lugares de Interés del Municipio de Benito Juárez.

Las mismas se realizan basándose en el concepto utilizado para toda la campaña de comunicación: quien decida radicarse en el Sector Industrial Benito Juárez elige asimismo a la ciudad para su radicación.

Por tal motivo se intenta transmitir al empresario el estilo de vida del habitante de Benito Juárez como así también las bellezas de la ciudad y sus áreas de desarrollo culminando con la visita al Sector Industrial.

La visita es coordinada por un representante del IDEB o del Municipio que se encuentra debidamente interiorizado de todos los puntos de interés del itinerario en general y del Sector Industrial en particular.

La visita guiada tiene una duración promedio de 2 horas adaptable al grado de interés y tiempo disponible de el/los interesados.

El itinerario se realiza en vehículos (auto o combi según necesidad) y se realiza una breve descripción de los lugares visitados y de su influencia en la comunidad.

En su culminación se lleva a el/los interesados al Sector Industrial Benito Juárez y se realiza una visita recorriendo sus instalaciones y a las empresas ya radicadas.

La persona responsable de coordinar esta actividad cuenta con el conocimiento técnico necesario para satisfacer cualquier inquietud que surja al interesado a lo largo de este recorrido.

Si los tiempos lo disponen se realiza una visita a la ciudad de Barker para poder visitar su atractivo turístico y generar un vínculo más distendido con el interesado.

Itinerario de Visita Guiada

Lugar de Inicio: Centro Regional Universitario

Palacio Municipal

Iglesia Nuestra Señora del Carmen

Plaza Independencia

Hospital Dr. Alfredo Saintout

Polideportivo Municipal

Escuela Municipal de formación técnica

Planta de Tratamiento de Residuos Sólidos

Sector Industrial Benito Juárez

Instalaciones

Empresas radicadas y en proceso de radicación

Ciudad de Barker

Finalización: Centro Regional Universitario

Presentación de circuito y rutinas legales y administrativas

La presentación del circuito de rutinas legales y administrativas se realizará de acuerdo a los pasos planteados y esquematizados en el diagrama de flujo del punto de la Etapa II "Diseño de los circuitos y rutinas de procedimientos legales y administrativos".

Sin excepción deberán seguirse todos los pasos correspondientes a esta rutina y presentar toda la información y documentación requerida.

Como bien se estableció anteriormente para un ordenado seguimiento del mismo se recomienda estipular los tiempos máximos para el desarrollo de cada etapa.

Debido a que la mayoría de los trámites están en manos de organismos externos a los entes coordinadores del Sector Industrial se apelará a su apoyo y colaboración para poder alcanzar tiempos lógicos que favorezcan la predisposición del interesado y la pronta radicación de las nuevas empresas.

Los formularios y contratos pertinentes para cumplir con estas rutinas se adjuntan en los Anexos VII, VIII y IX y deberán ser presentados en tiempo y forma.

Confección de contrato para la radicación de nuevas empresas

Como se observó en el Diagrama de Flujo de rutinas Legales y Administrativas, una vez aprobado el proyecto tendrá lugar la firma de el Boleto de Compra - Venta de las Parcelas (Ver Anexo VIII).

El mismo conformará el documento Legal que actuará a manera de contrato entre las partes interesadas.

La firma del boleto se realizará ante la conformidad de ambas partes: el comprador y el Intendente de la ciudad de Benito Juárez como representante legal del Municipio.

Este documento actuará de comprobante Legal de adquisición de la Parcela y futura radicación en el Sector Industrial hasta la escrituración definitiva.

Mediante la firma de este boleto el comprador declara conocer y aceptar en todas sus partes la Ordenanza Municipal N° 1573 de fecha 18 de agosto de 1986, y su modificatoria 350904 que reglamenta la cesión de los terrenos que forman parte de la Zona Industrial Planificada de Benito Juárez.

Presentaciones informativas en la zona de influencia

La presentación utilizada para el evento de lanzamiento externo actuará como soporte magnético para las sucesivas presentaciones que se realicen a fin de captar nuevos interesados.

Ante la presentación espontánea de un interesado al municipio y si los tiempos lo disponen, se le proyectará al mismo la presentación y se compartirá la información pertinente como así también se cumplirá con la visita al Sector Industrial.

En el caso de no contar con el tiempo necesario para este itinerario se le dará la presentación en formato CD acompañada de la folletería y material pertinente para que pueda analizarlo y a su vez se pautará una fecha para desarrollar las actividades restantes.

Este mismo esquema se utilizará para las convocatorias a los interesados surgidos de las nuevas acciones de comunicación

A su vez, periódicamente se realizarán presentaciones informativas sobre los avances del parque y su crecimiento y evolución con el fin de captar nuevos interesados, fortalecer la toma de decisión de los clientes potenciales y afianzar su imagen institucional.

Las mismas tendrán el mismo esquema de las utilizadas en los eventos actuales (Introducción en Macromedia Flash y Desarrollo informativo en Power Point) y se seguirá la línea de comunicación utilizada: coloquial y centralizada en las ventajas diferenciales.

Asesoramiento en el armado de la carpeta de presentación ante política ambiental e impositiva

Para la evolución de las rutinas previas a la radicación en el Sector Industrial se deberá realizar la presentación de las carpetas con la información pertinente a su condición Impositiva y la influencia de la empresa a radicar sobre el medio ambiente.

Para la tramitación de las exenciones impositivas deberá presentarse en la Secretaría de Hacienda donde solicitarán los comprobantes impositivos requeridos al día.

Para la aprobación de gestión ambiental deberá concurrir a la Secretaría de Política Ambiental donde le será requerido el formulario adjunto en el Anexo IX completo.

La siguiente es una guía para su interpretación y correcta ejecución:

Instructivo para la Confección de Planillas

PLANILLA A

Superficie

Urbana: Se considerará la Correspondiente a la localidad o centro poblado

Rural: Se indicará la superficie del área rural comprendida en la localidad si correspondiera

Total: Se indicará la Superficie total de la Localidad

Población

Indicar específicamente la población residente en la localidad discriminando el área urbana y el área rural

Servicios

En el Ítem se solicita indicar el porcentaje de población que dispone de cada uno de los servicios.

Se requiere además proveer de documentación gráfica bajo las siguientes referencias de formato de archivos., para cada uno de los servicios indicados en la planilla:

- | | |
|---------------|--------------------------------|
| ▪ ARCVIEW 3.1 | EXTENSIÓN .DBF/SHP/SHX/SBN/SBX |
| ▪ AUTOCAD | EXTENSIÓN .DWG |
| ▪ COREL DRAW | EXTENSIÓN .CDR |
| ▪ IMÁGENES | EXTENSIÓN .JPG/BMP |

En caso de no disponer de documentación bajo el tipo de archivo mencionado, se podrán suministrar planos o croquis impresos actualizados que disponga el municipio.

Proceso de Ordenamiento Territorial Según Ley 8912

Se indicará con una X la etapa del proceso alcanzada.

Se requiere asimismo, suministrar documentación gráfica en la que se detalle la zonificación del partido o localidad, bajo la preferencia de archivo indicada en el punto servicios.

Se solicita al mismo tiempo proveer de documentación gráfica por partido o localidad, con indicación de redes de agua superficial, (arroyos, ríos, canalizaciones) e indicación de cuencas, bajo la misma preferencia de presentación.

Normas Municipales vinculadas con Medio Ambiente

Se requiere indicar si el municipio cuenta con normas específicas y en tal caso detallar su tipo y alcance.

Radicación de Establecimientos Industriales

Se indicará la cantidad de establecimientos instalados en cada una de las áreas citadas.

Centros de Tratamiento

Se indicará en cantidad, el total de plantas existentes.

En el ítem capacidad, la disponibilidad de tratamiento expresada en la unidad correspondiente al sistema (m³, TON, etc.)

En Operador, la empresa o institución a cargo de la planta, centro de disposición o tratamiento.

En Funcionamiento, se indicará si la instalación de tratamiento de efluentes cloacales funciona y en tal caso en que porcentajes, o si no funciona.

Aspectos ambientales relevantes de la Localidad

Se marcará con una X el recurso que se considera afectado, definiendo en el cuadro inferior sus posibles causas y el área que se encuentra comprometida.

Existencia de Áreas protegidas

Se identificará el área (parque, laguna, reserva ecológica, etc.) y se informará su jerarquía y organismo responsable de la declaración (municipal, regional, provincial, etc.).

PLANILLA B

Empresa

Razón Social: Indicar el nombre de la empresa conforme a los datos de su propietario o tipo de sociedad constituida y su N° de CUIT, registrando en caso de contar con la información, el N° de identificación industrial otorgado por la S.P.A.

Rubro específico: Se requiere señalar el rubro de la actividad real desarrollada en el establecimiento, prescindiendo de indicaciones de tipo genérico.

Domicilio: Consignar el domicilio de la planta industrial o su nomenclatura catastral en el caso de predios ubicados en áreas rurales, cuando no sea posible ubicarla por ruta y km.

Coordenadas Geográficas: Indicar las coordenadas geográficas en caso de disponer de esta información, o de poder obtenerla por medio de un Sistema de Posicionamiento Global o GPS.

Croquis de Ubicación: La información del croquis es de fundamental importancia para permitir volcar el dato de localización preciso en los sistemas de la Secretaría. En este caso es necesario indicar con la mayor exactitud posible la ubicación de la empresa en la manzana o fracción, modificando cuando sea necesario el esquema incluido en la planilla.

Superficies: Indicar la superficie del predio en que se encuentra instalada la empresa y la superficie de áreas productivas, cubiertas o no, y de zonas accesorias de depósito o almacenamiento de productos terminados o materias primas.

Usos del Suelo en la zona de implantación del establecimiento

Uso Dominante: Señalar el uso real preponderante en la zona en que se encuentra instalado el establecimiento.

Otros Usos: Indicar otras actividades que se desarrollan en la misma zona considerando las más relevantes o mayoritarias.

Aspectos habilitatorios

Categorización: Consignar los datos requeridos en los casos en que se disponga de ellos, de acuerdo a la información que surja de antecedentes de gestión Municipal.

C.A.A. Indicar los datos referentes al otorgamiento del Certificado de Aptitud Ambiental en caso de que se disponga de ellos.

Habilitación Municipal: Registrar los datos relativos a la Habilitación Municipal conforme a lo consignado en el formulario.

Aspectos Relevantes a criterio del municipio

Se indicarán con una X aquellos aspectos del establecimiento que el Municipio estime son relevantes en cuanto al funcionamiento de la empresa ya sea en forma real o potencial, consignando esta situación en forma específica en "Observaciones ", detallando las circunstancias que motivan a considerarlo como tal.

Aspectos Ambientales denunciados

Se mencionarán las denuncias mas representativas recibidas en el Municipio por el funcionamiento del establecimiento a juzgar por su magnitud o reiteración, ya sean estas de carácter eventual, periódica ó frecuente.

Efluentes Gaseosos

Se indicará con una X si las emisiones gaseosas generadas por el establecimiento provienen de fuentes puntuales (chimeneas), ó fuentes difusas (plantas de tratamiento, sistemas de ventilación, etc.)

Efluentes Líquidos

Destino: Se indicará con una X el destino primario de los efluentes líquidos generados por la empresa. En el caso que se conozca, se mencionará el destino final del efluente consignando el Canal, Arroyo ó Río al que es volcado.

Gestión ante el Municipio de los beneficios referentes a las obras

Como estrategia de valor agregado para la radicación de nuevas empresas en el Sector Industrial se otorgan beneficios desde el Municipio referentes a la construcción.

El objetivo es minimizar los costos de radicación a fin de estimular la decisión y acortar los tiempos de establecimiento de las empresas.

El Municipio de Benito Juárez, proveerá a las empresas que se instalen en el Sector Industrial, de hormigón en obra y de maquinaria pesada para movimientos de suelo al costo.

Para contar con estos beneficios deberá dirigirse a la Secretaria de Infraestructura, Vivienda y Servicio Público y realizar el trámite pertinente para este fin.

CONCLUSIÓN

A lo largo de este informe se desarrollaron las principales herramientas que constituyeron el medio para alcanzar el objetivo deseado en este proyecto: La difusión del Sector Industrial Benito Juárez.

Mediante la etapa de Investigación conocimos el producto, tanto en su contexto interno como externo, pudiendo detectar las ventajas diferenciales que constituirían la columna principal sobre la cual se centrarían el discurso y las diferentes acciones de difusión.

Asimismo se detectó al público al cual orientar esta comunicación, sus características como receptor y la mejor manera de lograr el contacto deseado con el mayor éxito posible.

Contando con esta información se desarrolló una imagen que acompañara estas ventajas y le diera una personalidad al Sector Industrial Benito Juárez.

La misma contribuyó a la diferenciación de los competidores y a desarrollar una imagen más fuerte frente al público.

La función difusora de estos elementos fue desarrollada mediante las acciones que consideramos de mayor impacto según el Target definido.

Fueron claves en esta función los eventos de lanzamiento, tanto interno como externo.

Mediante los mismos se tuvo un contacto directo con el público objetivo y los agentes difusores de este proyecto. Esto no solo contribuyó a la imagen y posicionamiento del Sector, sino también a poder recibir el feedback necesario para detectar logros y errores y encarar las demás acciones concientes de estos.

Las acciones de comunicación que se sucedieron contribuyeron a afianzar la imagen y posicionar al Sector Industrial, siendo las acciones de prensa un elemento fundamental para este objetivo.

La participación asidua de los medios locales y regionales a los eventos y acciones de prensa fortalecieron la predisposición de la ciudad en este proyecto y su acción difusora.

Los medios nacionales informaron colaborando en el posicionamiento y recordación de marca y en el conocimiento y definición de sus ventajas competitivas.

Creemos que la clave de todo el trabajo y lo que contribuirá a la diferenciación y perdurabilidad respecto a otros Sectores y Parques Industriales radica en que somos los primeros en dotar a uno de una imagen y personalidad propia y diferencial.

La experiencia de difundir un Sector Industrial es algo completamente nuevo y la no existencia de usos similares hizo que el desafío sea más fuerte y la experiencia más rica.

No es un producto masivo por lo que no buscamos cantidad de interesados sino calidad, que es lo que conseguimos con las acciones realizadas y sobre los que actuaremos con las diferentes herramientas y estrategias.

La base de la comunicación utilizada durante toda la difusión fue de carácter coloquial a fin de acortar las distancias y crear un vínculo de mayor acercamiento al interesado.

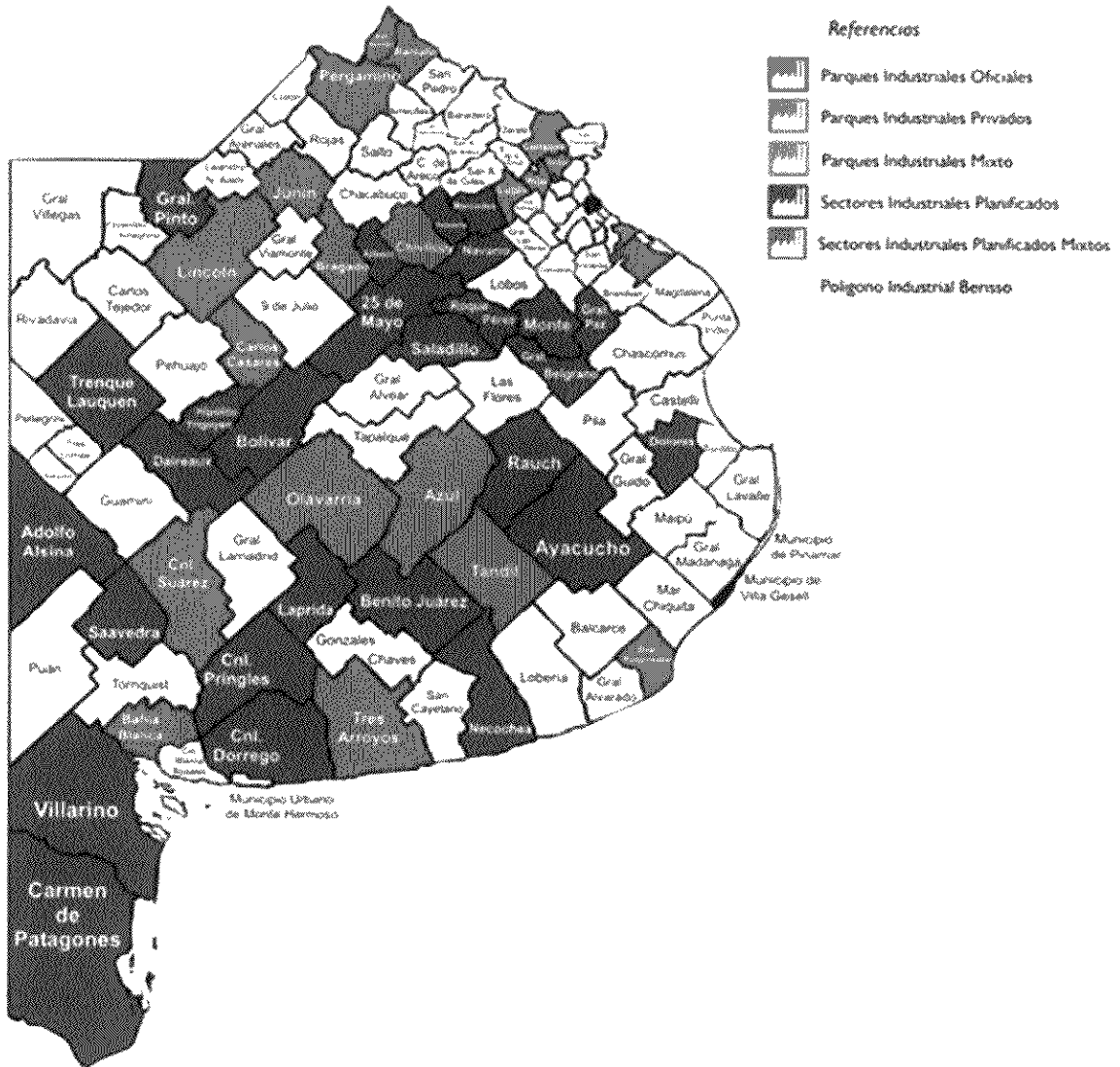
Las acciones personalizadas como las convocatorias al Sector y las visitas guiadas permitieron crear el vínculo necesario para el desarrollo de un contacto con gran potencialidad.

Debido a que la decisión de radicación en un Sector Industrial conlleva un paso muy grande para cualquier organización o emprendimiento, somos concientes que los tiempos de definición son largos.

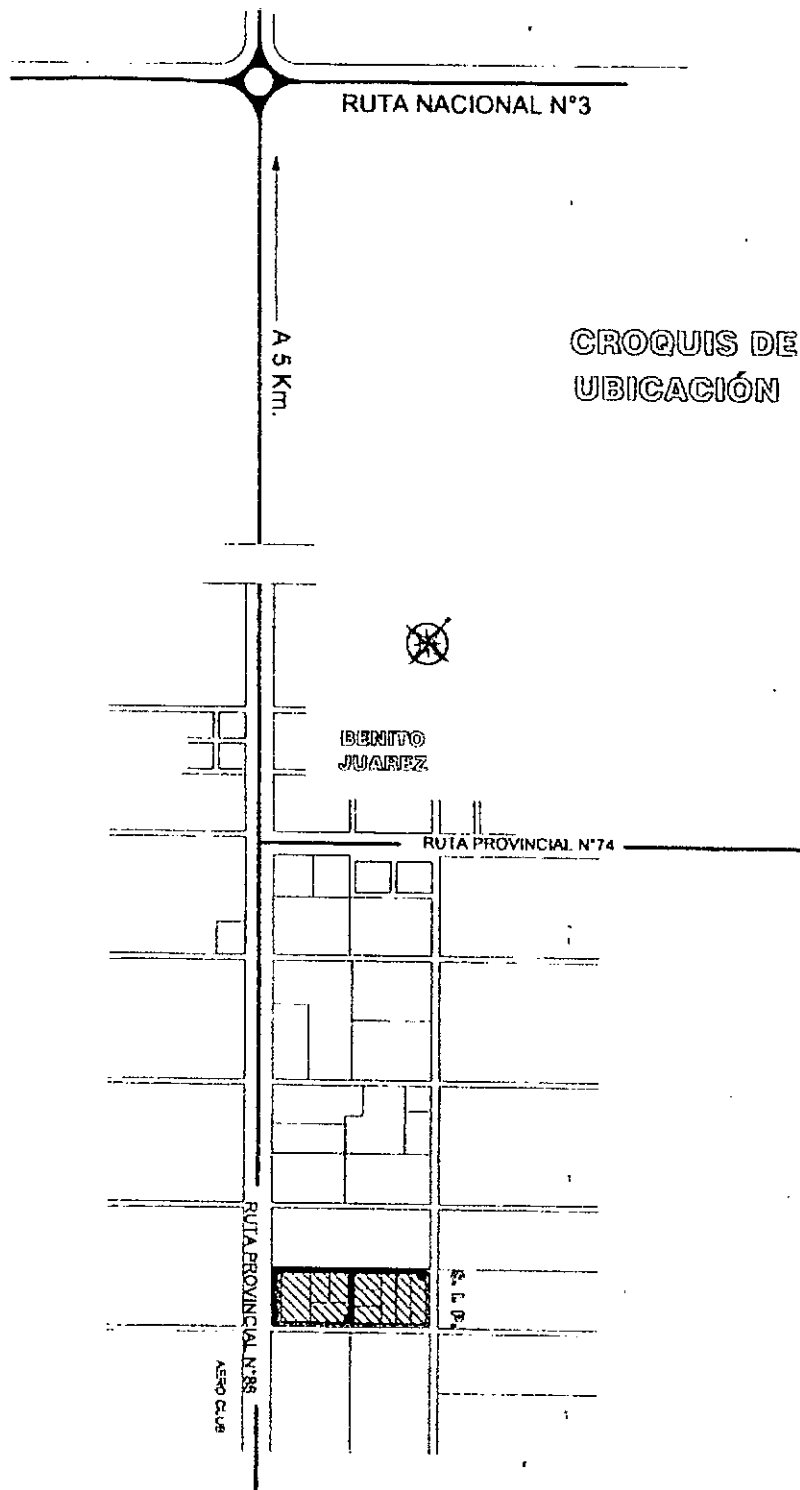
Por tal motivo las herramientas surgidas de este estudio nos proporcionarán la manera de acompañar ese proceso y fortalecer y agilizar las decisiones, como también actuar constantemente para contribuir en el crecimiento y desarrollo del Sector Industrial.

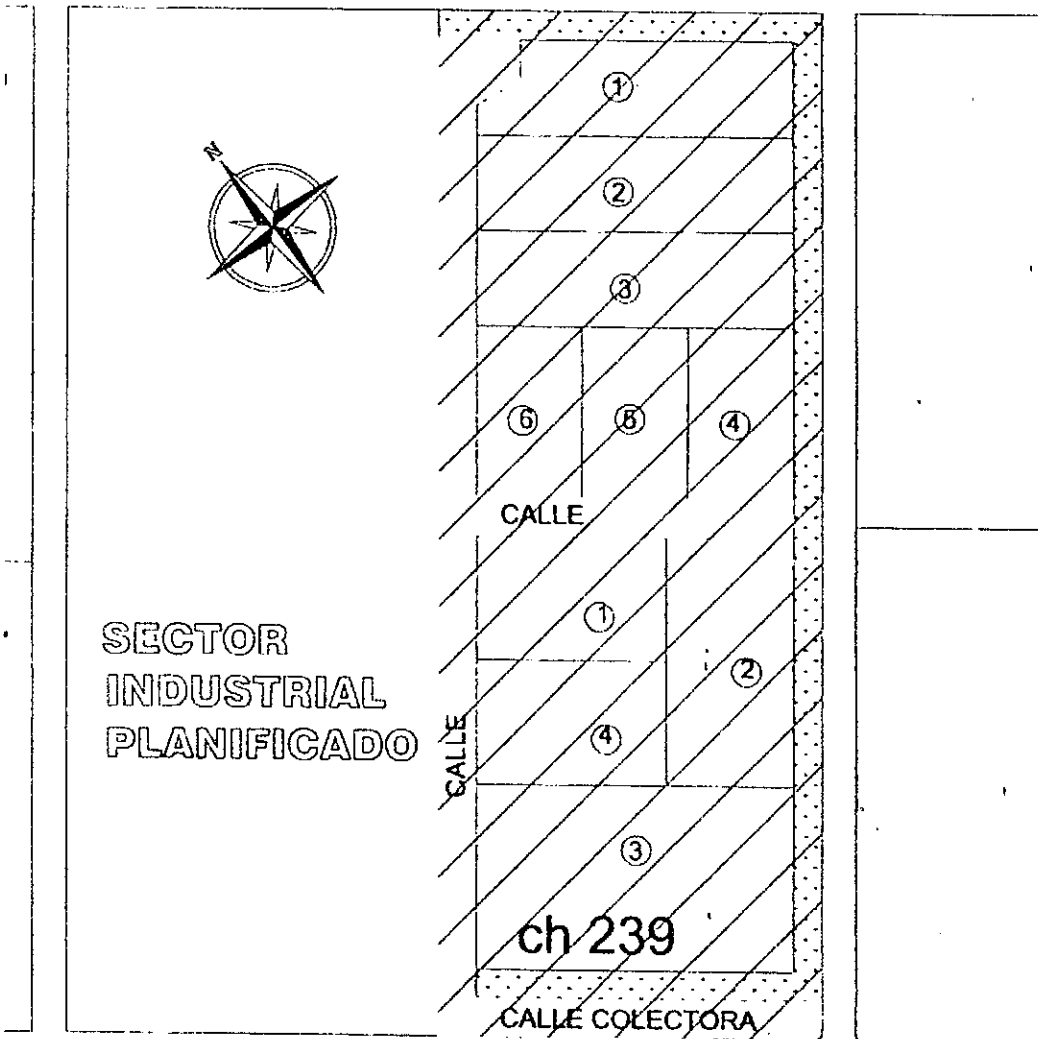
ANEXOS

Anexo I – Mapa de Aglomerados Industriales de la provincia de Buenos Aires



Anexo II – Ubicación y Diagramación Sector Industrial Benito Juárez





Ruta Pcial. N° 86



ACCESO

AERO CLUB

EL FENIX Bando Juárez, viernes 3 de noviembre de 2006

5

Anoche en el CRU

Se realizó el lanzamiento del Parque Industrial de B. Juárez

Fue un evento de carácter íntimo, con la participación de autoridades estatales, del Consejo Ictel, invitados especiales como los gerentes de las autoridades del Banco Pasañuca y de la Nación, representantes de instituciones y de los medios de prensa. Se encontraban también presentes el estudiante de Nilla Allende (Chihuahua) con parte de su gabinete quienes han participado de la Jornada de Trabajo Municipal anunciada oportunamente.

• Segunda etapa

La exposición del tema estuvo a cargo de los Licenciados Claudio Enriquez y Silvana Pazco quienes integran la consultora Watts, encargada de llevar adelante el proyecto de colocación del Parque Industrial. Como se recordará, estos jóvenes consultores fueron a su cargo junto con el Consejo Ictel local, la tarea de implementar una técnica novedosa como es la de "vender" el parque industrial fuera de nuestro ámbito. Lo que ayer se pudo apreciar definió por los organizadores como la segunda etapa del plan, es un adelanto de lo que será exhibido en otros foros, por medios de Cds, entrevistas, folletería y página Web, entre otros.

• Lic. Claudio Enriquez

Frente a la exposición, en diálogo con El Fenix, el Lic. Enriquez sostuvo que todos los datos recogidos fueron volcados a una estrategia de comunicación, de selección de herramientas para darle una identidad al Parque Industrial "se rescataron sus fortalezas más importantes y todas ellas se volcaron a una identidad con lo cual se elaboró un pequeño plan que servirá las ac-

ciones a seguir para salir a la búsqueda de los interesados".

En cuanto al resultado de las encuestas realizadas a los distintos estamentos de la sociedad, una de las fortalezas usadas para hacer el sondeo previo, sostuvo que en principio se notó una buena predisposición de la gente hacia el crecimiento o desarrollo del parque y como fortaleza del proyecto mencionó al cruce de las rutas, la cercanía al puerto de Nacochea y la tranquilidad y proximidad a una ciudad con buen nivel educativo de educación.

En cuanto a los puntos débiles mencionó como principal a la distancia que hay de nuestra ciudad hasta la Capital Federal, si se tiene en cuenta la fabricación de ciertos productos "si salimos a buscar a este tipo de fabricantes estamos perdiendo. Los mismos estados nos indican que hay que ponerle la línea a la agroindustria" dijo Enriquez.

• La palabra del IDEB

Fernando Morella, titular del Ictel por su parte, manifestó que el mismo trabajo que ha continuado se habrá de mostrar, está pensado hacerse en breve en la Capital Federal, "donde se han de invitar a empresarios relacionados con los rubros que el estudio ha indicado como los más adecuados para la oferta (Minería y Agroindustria). Hoy queremos hacer una presentación interna para que los comerciantes, medios de prensa y personal que hemos invitado especialmente nos den su punto de vista para que el día que salgamos a presentar el programa lo hagamos con los correctores hechos" concluyó Morella. Minutos más tarde, los men-



Enriquez y Pazco, durante la exposición de ayer

ciados para el lanzamiento José María, precedidos a mostrar un adelanto del video que se ha de llevar a distintos

foros para recibir e iniciar colares el Parque Industrial en B. Juárez.

JG/BB

Se llevó a cabo un adelanto del lanzamiento del Parque Industrial

Fue un evento de carácter íntimo que se llevó a cabo anoche en el Aula Magna del Centro Reg. Universitario, al que asistieron autoridades comunales, del Centro Idet, invitados especiales como los gerentes de las sucursales del Banco Provincia y de la Nación, representantes de instituciones y de los medios de prensa. La idea fue mostrar un trabajo que preferentemente será exhibido a industriales de la Capital Federal entre otros.

* Información en pag. 3



Foto realizada ayer en el CRU

Importante paso

En un hotel capitalino se llevó a cabo la presentación del Parque Industrial de Juárez

Asistieron al jefe comunal en este importante evento de carácter íntimo que se llevó a cabo en el Hotel Argento, el jefe Operativo del Idet Fernando Mendía, el secretario, Jorge Díaz, el Ing. Luis Chaves y Jorge Insaurralde. El representante especialmente designado a empresas, cámaras comerciales y profesionales, representantes de distintos organismos que habrán sido invitados. Funcionarios del gobierno provincial, del Banco de la Provincia de Bs. Aires y del Consejo Federal de Inversiones (CFI) también asistieron con su presencia más puntual.

Detalles de la presentación Fernando Mendía y el ingeniero Luis Chaves en el despacho de este último, ayer por la noche se encargaron de dar detalles de este importante encuentro. Presentando Mendía al respecto mencionó que el trabajo de estudio previo de terreno y la posterior ubicación fue una propuesta que usó el financiamiento

del CFI "que con este evento comienza el proyecto". "Yo considero que con las gestiones que se hicieron en un intento de lo llevado a cabo y además que la presencia en la mesa del director provincial de Desarrollo y Promoción Industrial Dr. Enrique Farioli fue un punto muy importante ya que plantó la nueva política de la provincia en cuanto a las propuestas industriales, y las posibilidades que puede haber en la inversión, luego de lo cual se hizo la presentación del trabajo, y posteriormente comenzaron un diálogo con los asistentes, dando lugar a sugerencias, efectuaron interrogatorios y el mismo intercambio de tarjetas y datos personales, señaló Mendía.

Respecto a la respuesta, aseguró que la presentación fue más que nada para demostrar que el parque de Juárez puede ser una alternativa viable para reducir una industria y hacer mejor que nada el crecimiento de los posibles interesados en un medio tan importante no-



El jefe operativo del Idet, Fernando Mendía, y el ingeniero arquitecto Luis Chaves, durante la presentación llevada a cabo en el Hotel Argento de la Capital Federal

mo al capitalino "don Julio (Méndez) pensó que se necesitan que salir de Buenos y mostrarlo en otro lugar y con que tuviera buena respuesta".

También Mendía destacó que la tranquilidad la genera, antes

un espacio para otros desarrollos, hoy se ha trasladado en una Estación que hoy que empieza, teniendo en cuenta la seguridad que se vive en la capital, el oportunismo y los grandes cambios. A su tiempo, Méndez fue quien

colabora con las expansiones

del jefe del Idet y agregó que todo el trabajo realizado hasta el momento y los logros, han sido el trabajo de muchos años en gestiones de parque privado y luego conseguir los fondos para su debido funcionamiento.

El motivo del encuentro llevado a cabo se describió como "un desafío muy fuerte" ya que en Buenos Aires existe un consenso en un terreno consensado y por otra parte para de solventar el hecho de haber estado manejado por funcionarios de la provincia que "no sé si se agotaron sino que existieron intenciones de que pudo haber sucedido. Esto es solamente fue un gran logro" concluyó el asistente comunal, destacando un detalle de la presentación del Parque Industrial de Juárez en la Capital Federal. más



El ministro Lopetegui acompañado por Marín y Mariñel, en el momento de la entrega del subsidio al municipio.

ENTREGA DE SUBSIDIO

El ministro Lopetegui entregó un importante subsidio al municipio

La entrega tuvo lugar en el despacho del intendente Marín, luego de la reunión efectuada en el CRU. En el acto, el alto funcionario provincial dejó en manos del jefe comunal un cheque de 100 mil pesos que serán destinados a las obras del parque industrial.

• Página 6

El ministro Lopetegui entregó un subsidio de 100 mil pesos al municipio

En un momento importante para las obras del Parque Industrial, según lo manifestado por el intendente, la entrega se llevó a cabo en el despacho del jefe comunal, luego de la reunión efectuada en el CRU.

■ La crónica

El ministro de la Producción, Comercio Exterior e Inversión, Carlos Lopetegui, acompañado por el intendente Marín y el jefe comunal, entregó un subsidio de 100 mil pesos al municipio.

El ministro de la Producción, Comercio Exterior e Inversión, Carlos Lopetegui, acompañado por el intendente Marín y el jefe comunal, entregó un subsidio de 100 mil pesos al municipio.

Este subsidio será destinado a las obras de infraestructura en el parque industrial, para permitir la llegada de nuevas empresas a este lugar y permitir brindar a la empresa que ya

está en el lugar (Caribolita S.A.) un subsidio de 100 mil pesos que serán destinados a las obras de infraestructura en el parque industrial, para permitir la llegada de nuevas empresas a este lugar y permitir brindar a la empresa que ya

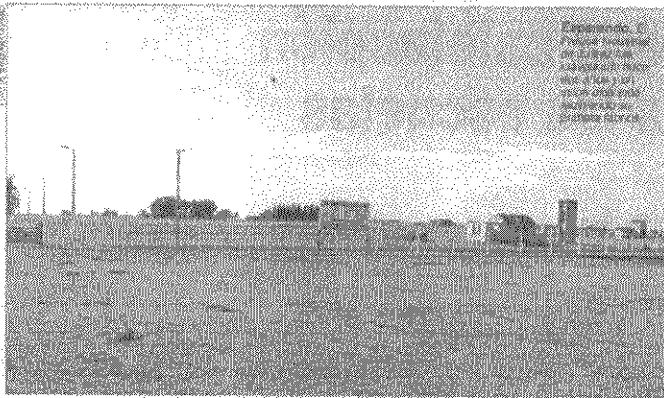
está en el lugar (Caribolita S.A.) un subsidio de 100 mil pesos que serán destinados a las obras de infraestructura en el parque industrial, para permitir la llegada de nuevas empresas a este lugar y permitir brindar a la empresa que ya

está en el lugar (Caribolita S.A.) un subsidio de 100 mil pesos que serán destinados a las obras de infraestructura en el parque industrial, para permitir la llegada de nuevas empresas a este lugar y permitir brindar a la empresa que ya



El intendente Marín en el momento de la entrega del subsidio.

UNA FÁBRICA DE LADRILLOS ES LA PRIMERA EN INSTALARSE El Parque Industrial de Juárez espera la radicación de empresas



Esperando el primer ingreso de empresas al Parque Industrial de Juárez. En la foto se puede apreciar la gran actividad de construcción que se está llevando a cabo en el parque.

BENITO JUÁREZ. Una fábrica de ladrillos cerámicos es la primera en instalarse en el Parque Industrial y se espera que el mes próximo comience la instalación de otras dedicadas a la producción industrial avícola. Desde el Centro IDEB, su titular, Fernando Muela, sostiene que no es fácil captar empresas interesadas en instalarse en el predio no obstante sostuvo que comienzan a hacer uso de herramientas que ayudan a optimizar la búsqueda.

Hace dos años, en los afueras de la planta urbana, fue inaugurado sobre la ruta 205 el Parque Industrial, acontecimiento que contó con la presencia de funcionarios gubernamentales y desde ese momento ha sido difícil para el IDEB conseguir empresas que quieran instalarse en el predio debido sus problemas y servir como fuente de trabajo a las vocaciones juveniles.

De todos modos, hay una luz de esperanza para el Parque Industrial, que en estos días está recibiendo a su primera fábrica, una empresa de ladrillos cerámicos y en el caso del Consejo Coordinador se está estudiando la posibilidad de instalar a un frigorífico avícola.

Ladrillos y aves

“Está costando mucho, pero de alguna manera tenemos las posibilidades concretas”, expresó el jefe del IDEB, Fernando Muela.

La fábrica de ladrillos cerámicos surge de la dirección de este fábrica. “Muy en el país hay una gran demanda de este tipo de productos y esta nueva actividad contará una empresa que estaba desahuciada en Buenos Aires, la trasladó y la está armando acá”. Con suerte hacia fines de este año serán las primeras ve-

laciones de producción. Lo más importante de la incipiente actividad en el Parque Industrial es la generación de nuevas plantas de empresas, que en este caso son 15 y la inversión comercial que se establece con terceros. Además, “generalmente, Juárez es el lugar apropiado para la instalación, las obras de Bases con

agua y electricidad para una zona que va hasta La Parra y ahora podrán competir bien con el resto”, explicó Muela. Por otro lado, instalas una fábrica en el predio del Parque Industrial le trae beneficios a los empresarios. Muela comentó que se les desgracia impuestos, privilegios, por un periodo de entre 9 y 15 años

y hay oportunidades para otras actividades involucradas. “Mientras alguien se que con las primeras empresas busquen que traer de hacer los trámites referente a muchos alcances para que se realicen”, agregó. Sobre el caso del frigorífico, el Consejo Coordinador está estudiando la posibilidad de instalarlo dentro del

instalado. A grandes rasgos, Muela dijo explicó que es un frigorífico avícola y también procesará carne de cerdo y vaca. “El proyecto viene de La Plata, la inversión inicial aproximada es de 250 mil dólares y generará trabajo para 24 personas de Juárez”.

Estudio de mercado

La región ahora se está considerando empresas para instalarse en el predio del Parque Industrial, sosteniendo además que la idea de su creación no ha sido buena. “En realidad, los terrenos son una realidad distinta en cada ciudad y del momento económico que está viviendo el país. Hoy, hay diferenciación cultural de la producción que se están moviendo y si esas relaciones coinciden con la geografía de Juárez, nos va a ir mejor”.

La realidad es que el IDEB está considerando alguna planta de tipo de empresas conexas y para eso a través del CFI harán un estudio de mercado, para saber cuáles son las empresas que por distintos motivos se beneficiarán si se instalan en Juárez. “Se trata de un programa de ayuda que es un estudio y que supone un estudio de mercado, ese tipo de empresas le conviene estar en Juárez y por eso y esa lo hacemos mediante una empresa consultora. La segunda etapa, luego que estén todo lo que implica la documentación y preparación de estos temas y la tercera con reuniones y reuniones de reuniones para presentar el Parque Industrial a empresarios, inversionistas y otros que se van a ir instalando”.

Este servicio de guía y de apoyo para saber hacia dónde apuntar y ofrecer parcelas a los empresarios que realmente les interesa.

Importar (continuación)

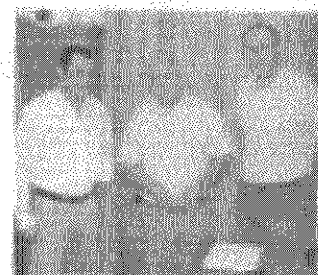
Una fábrica de ladrillos cerámicos se establecerá en el Parque Industrial

Al inaugurarse la fábrica de ladrillos cerámicos en el Parque Industrial de Juárez, se espera que el mes próximo comience la instalación de otras dedicadas a la producción industrial avícola. Desde el Centro IDEB, su titular, Fernando Muela, sostiene que no es fácil captar empresas interesadas en instalarse en el predio no obstante sostuvo que comienzan a hacer uso de herramientas que ayudan a optimizar la búsqueda.

Hace dos años, en los afueras de la planta urbana, fue inaugurado sobre la ruta 205 el Parque Industrial, acontecimiento que contó con la presencia de funcionarios gubernamentales y desde ese momento ha sido difícil para el IDEB conseguir empresas que quieran instalarse en el predio debido sus problemas y servir como fuente de trabajo a las vocaciones juveniles.

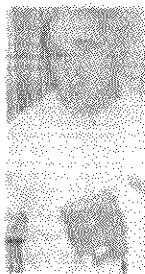
De todos modos, hay una luz de esperanza para el Parque Industrial, que en estos días está recibiendo a su primera fábrica, una empresa de ladrillos cerámicos y en el caso del Consejo Coordinador se está estudiando la posibilidad de instalar a un frigorífico avícola.

La realidad es que el IDEB está considerando alguna planta de tipo de empresas conexas y para eso a través del CFI harán un estudio de mercado, para saber cuáles son las empresas que por distintos motivos se beneficiarán si se instalan en Juárez. “Se trata de un programa de ayuda que es un estudio y que supone un estudio de mercado, ese tipo de empresas le conviene estar en Juárez y por eso y esa lo hacemos mediante una empresa consultora. La segunda etapa, luego que estén todo lo que implica la documentación y preparación de estos temas y la tercera con reuniones y reuniones de reuniones para presentar el Parque Industrial a empresarios, inversionistas y otros que se van a ir instalando”.



Se está estudiando la posibilidad de instalar a un frigorífico avícola dentro del Parque Industrial de Juárez.

Con Muela



Fernando Muela, jefe del IDEB.

Este servicio de guía y de apoyo para saber hacia dónde apuntar y ofrecer parcelas a los empresarios que realmente les interesa.

Este servicio de guía y de apoyo para saber hacia dónde apuntar y ofrecer parcelas a los empresarios que realmente les interesa.

Este servicio de guía y de apoyo para saber hacia dónde apuntar y ofrecer parcelas a los empresarios que realmente les interesa.

Anexo V - Base de Datos

| APPELLIDO | NOMBRE | EMPRESA | RUBRO | DOMICILIO | LOCALIDAD | TELEFONO |
|---------------|------------|---|-------------------|------------------------|-----------------|--------------------|
| Asla | Esteban | Gob. De la Provincia | Asuntos Muni. | Calle 6 y 53 | (1900) La Plata | |
| | | Bco. Provincia | Banco | Alberdi 67 | Benito Juárez | |
| Games | Rodolfo | Ministerio Producción | Ministerio | Calle 51 N°735 | La Plata | 0221 4277145 |
| Rulli | Juliana | Ministerio de Gobierno | Ministerio | Calle 6 y 53 | La Plata | 0221-429462 |
| Dr. Fatigati | Ernesto | Ministerio de Producción | Ministerio | Calle 12 esq. 53 | (1900) La Plata | 0221 4295730 |
| Kistrop | Claudia | Ministerio de Gobierno | Sub. Asuntos Muni | 6 e/51 y 53 | (1900) La Plata | 0221 4294063 |
| Ing. Geagante | Luis | Vialidad Provincial | Vialidad | Calle 122 N°825 | (1900) La Plata | 422 3429 |
| Ing. Curto | Arcánge | Vialidad Provincial | Vialidad | Calle 122 N°825 | (1900) La Plata | 0221 4832727 |
| Lic. Argemi | Marcelo | Vialidad Provincial | Vialidad | Calle 122 N°826 | (1900) La Plata | 0221 4273501 |
| Todorovich | Omar José | Cámara Empresaria Argentino - Yugoslaba | Cámara Binacional | Av. Eva Perón 590 | Gral. Rodríguez | 0237 4843478 |
| Lic. Avogrado | Enrique | Confederación de la Mediana Empresa | Comercio Exterior | Florida 1 - 3° Piso | Capital Federal | 5556-5556 |
| Venier | Carlos | Confederación de la Mediana Empresa | Comercio Exterior | Florida 1 - 3° Piso | Capital Federal | 5556-5557 |
| Dr. Rota | Cayetano | Cámara de Comercio de la Rep Argentina | Cámara | Florida 1/15 4°P | Capital Federal | 4331-0813 |
| Vaquér | Isabel | Cámara Comercio Argentino - Boliviana | Cámara Binacional | 25 de mayo 611 2°Piso | Capital Federal | 4312-3126 |
| Dr. Stefanich | Juan | Cámara Comercio Argentina - Paraguaya | Cámara Binacional | Viamonte 1355 - 4° - C | Capital Federal | 4371-9395 |
| Borda | Ignacio | Cámara Comercio Argentina - Paraguaya | Cámara Binacional | Viamonte 1355 - 4° - C | Capital Federal | 4371-9396 |
| Porro | Jorge | APYMET | Cámara | | Tandil | |
| Saporiti | Oswaldo | Circulo Argentino de Periodistas Agrarios | Prensa | Bolivia 4939 | Capital Federal | 4571-0034 |
| Daffra | Italo | Relecturás | Prensa | | Capital Federal | |
| Alvarez | Marcos | Burson-Marsteller Argentina | Prensa | Rivadavia 620, 4° Piso | Capital Federal | 4338-1000 |
| Orta | Claudio | Cerámicas Juárez S.A. | Cerámicos | | Tres Arroyos | 0298 315528476 |
| Máuregi | Juan | Frigorífico Maurégi | Frigorífico | | La Plata | 0221 15420276 |
| Oviedo | Fabian | Metalurgica Oviedo | Metalurgica | Otamendi y Ruta 86 | Benito Juárez | 02281 15404027 |
| Guiáro | Agustin | | Comunicación | | Capital Federal | |
| Magnanini | Marta | | | | Benito Juárez | 02281 15586215 |
| Colazzo | Jorge | Colazzo y Asbc. | | De las Violetas 6262 | (1684)Palomar | 4751 6639 |
| Picone | Valeria | Finning Argentina | Máquina Viajes | Bancajarí 2955 | San Fernando | 4725-8800 |
| Stolarski | Teresa | Arrigo | Administración | Av. Suárez 1740 - 2°P | Capital Federal | 4302-1642 |
| Arrigo | Juan | Arrigo | Administración | Av. Suárez 1740 - 2°P | Capital Federal | 4302-1643 |
| Gamoleri | Alberto | | | | Benito Juárez | |
| Oddo | Jorge Luis | Ingeniería Sol | Energía | J. M. de Rosas 9999 | Laferriere | 4457-1715 |
| Cardinale | Claudia | Sunrise | Comercio Exterior | San Vicente 206 | Avellaneda | 4353- 0220 Int 103 |

| APPELLIDO | NOMBRE | EMPRESA | RUBRO | DOMICILIO | LOCALIDAD | TELEFONO |
|----------------|------------|-------------------------|----------------|-----------------------|-----------------|--------------|
| Zato | Jorge | IFCO | | | | |
| Rodriguez | Rosalía | ELT Argentina | Iluminación | Cochabamba 881 | Villa Martelli | 4709-1111 |
| Brunner | Hugo | | | | Capital Federal | |
| Valdez | Diego | Brady Corporation | Logística | | | 4719-6533 |
| Peluso | Armando | RA Inter Trading | Textil | Av. Rucci 3951 | Capital Federal | 4601-8755 |
| Alvarez | Andrea | CPA Copicha | Fumigaciones | Av. Belgrano 234 | Avellaneda | 4353-2258 |
| Dr. D'Ambrosio | Ricardo | CPA Copicha | Fumigaciones | Av. Belgrano 235 | Avellaneda | 4353-2259 |
| Nizzoli | Gustavo | Donto S.A. | Cuero | Tucumán 637 1° Piso | Capital Federal | 4322-3303 |
| Salenave | Juan | Donto - Barraca Salnave | Cuero | Ruta 86 y Muñiz | Benito Juárez | 02292 451777 |
| Salenave | Pedro | Donto - Barraca Salnave | Cuero | Ruta 86 y Muñiz | Benito Juárez | 02292 451777 |
| Perez | Angel | Lema | Higiene | Fonrouge 2545 | Capital Federal | 4635-2999 |
| Rodriguez | Evangelina | Lema | Higiene | Fonrouge 2546 | Capital Federal | 4635-3000 |
| Garegnani | Carlos | | Alimentación | Gounot | Hurlingham | |
| Gomez | Carlos | Trick S.A. | Caucho | Fitz Roy 273 | Capital Federal | 4857-5854 |
| Pegasano | Agustín | Predicson | Mantenimiento | Independencia 2670 | Luján | 02323 423128 |
| Picone | Próspero | WCI de Argentina | Comunicaciones | Quesada 3232 | Capital Federal | 4545-1800 |
| Gandolfi | Gustavo | WCI de Argentina | Comunicaciones | Quesada 3233 | Capital Federal | 4545-1801 |
| Enriquez | Sonia | Payroll | RRHH | Pte. Roca 620 Piso 10 | Capital Federal | 4543-6277 |
| Avogrado | Enrique | Bairexport | Exportación | Chacabuco 869 2°F | Capital Federal | 4362-2091 |

Anexo VI – Segmentación Base de Datos

| | | | |
|---------------|------------|---|---------------------------|
| Todorovich | Omar José | Cámara de Comercio Argentino - Yugoslaba | Cámara Binacional |
| Lic. Avogrado | Enrique | Confederación Argentina de la Mediana Empresa | Comercio Exterior |
| Venier | Carlos | Confederación Argentina de la Mediana Empresa | Comercio Exterior |
| Dr. Rota | Cayetano | Cámara de Comercio,e Industria Argentina | Cámara |
| Vaquer | Isabel | Cámara de Comercio Argentino - Boliviana | Cámara Binacional |
| Dr. Stefanich | Juan | Cámara de Comercio Argentina - Paraguaya | Cámara Binacional |
| Borda | Ignacio | Cámara de Comercio Argentina - Paraguaya | Cámara Binacional |
| Porro | Jorge | APYMET | Cámara |
| Cardinale | Claudia | Sunrise | Comercio Exterior |
| Avogrado | Enrique | Bairexport | Comercio Exterior |
| | | | |
| Mauregi | Juan | Frigorífico Mauregi | Frigorífico |
| Nizzoli | Gustavo | Donto S.A. | Cuero |
| Salenave | Juan | Donto - Barraca Salnave | Cuero |
| Salenave | Pedro | Donto - Barraca Salnave | Cuero |
| Peluso | Armando | RA Inter Trading | Textil |
| Orta | Claudio | Cerámicas Juárez S.A. | Cerámicos |
| Oviedo | Fabian | Metalurgica Oviedo | Metalurgica |
| Picone | Valeria | Finning Argentina | Máquinas Viales |
| D'Ambrosio | Ricardo | CPA Copicha | Fumigaciones |
| Gomez | Carlos | Trick S.A. | Caucho |
| | | | |
| Picone | Próspero | WCI de Argentina | Comunicaciones |
| Guiaro | Agustín | | Comunicación |
| Stolarski | Teresa | Arrigo | Administración |
| Arrigo | Juan | Arrigo | Administración |
| Pegasano | Agustín | Predicson | Mantenimiento |
| Zato | Jorge | IFCO | Logística |
| Rodriguez | Rosalía | ELT Argentina | Iluminación |
| Valdez | Diego | Brady Corporation | Mantenimiento y Seguridad |
| Perez | Angel | Lema | Higiene |
| Rodriguez | Evangelina | Lema | Higiene |
| | | | |
| Asla | Esteban | Gob. De la Provincia | Asuntos Municipales |
| Games | Rodolfo | Ministerio Producción | Ministerio |
| Rulli | Juliana | Ministerio de Gobierno | Ministerio |
| Dr. Fatigati | Ernesto | Ministerio de Producción | Ministerio |
| Kistrop | Claudia | Ministerio de Gobierno | Sub. Asuntos Municipales |
| Ing. Geagante | Luis | Vialidad Provincial | Vialidad |
| Ing. Curto | Arcángel | Vialidad Provincial | Vialidad |
| Lic. Argemi | Marcelo | Vialidad Provincial | Vialidad |

Anexo VII – Modelo Carta solicitud compra de parcelas

Membrete de la sociedad constituida

Lugar y Fecha

*Se or Intendente
Municipalidad de Benito Ju rez
Don Julio Marini.
SID _____*

De nuestra consideraci n:

Por intermedio de la presente nota nos dirigimos a UD. para que tenga a bien autorizar la compra de la parcela con nomenclatura catastral circunscrita a la secci n E chacra 239, fracci n I y II. parcelas: para la radicaci n de esta nueva Empresa en el Parque Industrial de la Ciudad de Benito Ju rez, nombre empresa, que se dedicara a actividad.

Se adjunta nota informativa del proyecto.

Sin otro particular y esperando una pronta respuesta favorable a nuestra solicitud lo saludamos muy atentamente.

Por

.....
Con firma y documento de identidad

Firma el apoderado o todos los integrantes detallando nombre apellido DNI y cargo.

MODELO BOLETO DE COMPRAVENTA

Entre la Empresa con domicilio legal y comercial en, representada en este acto por , DNI:, por una parte, en adelante “el comprador”, y la **MUNICIPALIDAD DE BENITO JUAREZ**, representada en este acto por el **Intendente Municipal, Sr. Julio César Marini, DNI: 12.196.264**, con domicilio en calle Mitre 42 de la misma ciudad, por la otra, en adelante “el vendedor”, se conviene celebrar el siguiente Boleto de compra- venta:

La Empresa compra a la Municipalidad de Benito Juárez y ésta vende, lotes de terreno ubicados dentro de la denominada Zona Industrial Planificada (conforme Decreto N°669/86) sita sobre la Ruta Provincial N°86, que se designan en el plano 53-33-82, y cuya nomenclatura catastral es la siguiente: **sección E , chacra 239 , fracción II , parcela de la sección**

Todo de acuerdo a lo actuado y aprobado en el expediente Letra "G" N°35/04, que es ratificado por las partes en forma expresa.-

La venta se realiza por la suma de **Pesos** cada terreno conformando un total de **Pesos**, pagaderos al contado sirviendo el presente de suficiente recibo.- Dicho importe surge de lo dictaminado por el Jefe de compras que se ajusta a lo prescripto por el art. 159, inc. 3 f) y párrafos subsiguientes de la Ley Orgánica de las Municipalidades.-

El vendedor declara que el título es perfecto y las partes convienen que la escritura traslativa de dominio será otorgada por ante el escribano que el vendedor designe, y los gastos y honorarios que se originen

serán satisfechos en su totalidad por el adquirente, siendo evaluados y retenidos por el notario interviniente al momento de la confección de la escritura correspondiente.- La escrituración será con posterioridad a la cancelación total del valor de esta compra.-

La posesión real y efectiva se otorgará al momento de la escrituración.- Se deja expresamente aclarado que a los efectos de esta operación el comprador tiene a la vista y declara conocer y aceptar en todas sus partes la Ordenanza Municipal N° 1573 de fecha 18 de agosto de 1986, y su modificatoria 350904 que reglamenta la cesión de los terrenos que forman parte de la Zona Industrial Planificada de Benito Juárez.-

Se deja constancia que las mejoras y construcciones a realizarse son de exclusiva pertenencia del comprador.

Con la copia del presente Boleto se entrega al comprador una copia de la Ordenanza N°1573/86 y su modificatoria N° 3509/04 .-

Las partes constituyen domicilio: el vendedor, en calle Mitre 42 de esta ciudad y el comprador en calle..... de la ciudad de Pcia. Bs. As.

EN PRUEBA DE CONFORMIDAD, se firman tres (3) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto en la ciudad de Benito Juárez, a los días del mes de de 20....-

**SECRETARIA DE POLITICA AMBIENTAL
PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

| | |
|----------|---|
| PLANILLA | A |
|----------|---|

REEMPADRONAMIENTO INDUSTRIAL PROVINCIAL 2004-2005

MUNICIPIO
 LOCALIDAD CABECERA DE PARTIDO
 REFERENTE
 APELLIDO NOMBRES
 CARGO TEL.

1 SUPERFICIE

URBANA RURAL TOTAL

2 POBLACION

URBANA RURAL TOTAL

3 SERVICIOS

POBLACION SERVIDA

| | | |
|--------------------------------------|----------------------|---|
| ENERGIA ELECTRICA | <input type="text"/> | % |
| AGUA CORRIENTE | <input type="text"/> | % |
| CLOACAS | <input type="text"/> | % |
| GAS NATURAL | <input type="text"/> | % |
| CALLES PAVIMENTADAS EN AREAS URBANAS | <input type="text"/> | % |

4 PROCESO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL SEGUN LEY 8912

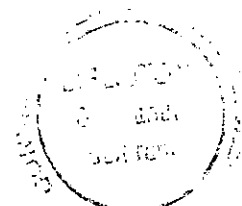
DELIMITACION PRELIMINAR DE AREAS
 ZONIFICACION SEGUN USOS
 PLAN DE ORDENAMIENTO MUNICIPAL

5 NORMAS MUNICIPALES VINCULADAS CON MEDIO AMBIENTE

DECRETOS N° FECHA
 TEMA
 ORDENANZAS N° FECHA
 TEMA

6 RADICACION DE ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES

EN AREA URBANA
 EN AREA RURAL
 EN AREA COMPLEMENTARIA
 PARQUE INDUSTRIAL



7 CENTROS DE TRATAMIENTO

| PLANTAS DEPURADORAS DE LIQUIDOS CLOACALES | | CAPACIDAD | FUNCIONA | % |
|---|--|-----------|----------|---|
| OPERADOR | | | | |
| OPERADOR | | | | |

CENTROS DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS DOMICILIARIOS

CANTIDAD CAPACIDAD

OPERADOR

CENTROS DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS ESPECIALES

CANTIDAD CAPACIDAD

OPERADOR

CENTROS DE DISPOSICION FINAL DE RESIDUOS DOMICILIARIOS

CANTIDAD CAPACIDAD

OPERADOR

CENTROS DE DISPOSICION FINAL DE RESIDUOS ESPECIALES

CANTIDAD CAPACIDAD

OPERADOR

8 ASPECTOS AMBIENTALES RELEVANTES DE LA LOCALIDAD

RECURSOS AFECTADOS

| | |
|--------------------|----------------------|
| SUELO | <input type="text"/> |
| AIRE | <input type="text"/> |
| AGUA SUPERFICIAL | <input type="text"/> |
| AGUAS SUBTERRANEAS | <input type="text"/> |
| FLORA | <input type="text"/> |
| FAUNA | <input type="text"/> |

DEFINIR TIPO DE AFECTACION Y AREA, CUENCA, BARRIO Ó SECTOR INVOLUCRADOS

| |
|----------------------|
| <input type="text"/> |
| <input type="text"/> |
| <input type="text"/> |
| <input type="text"/> |
| <input type="text"/> |

9 EXISTENCIA DE AREAS PROTEGIDAS

| TIPO | DECLARADA POR |
|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |

| |
|------------------|
| Por el Municipio |
| Firma |
| Aclaración |

REEMPADRONAMIENTO INDUSTRIAL PROVINCIAL 2004-2005

MUNICIPIO
 LOCALIDAD

1 EMPRESA

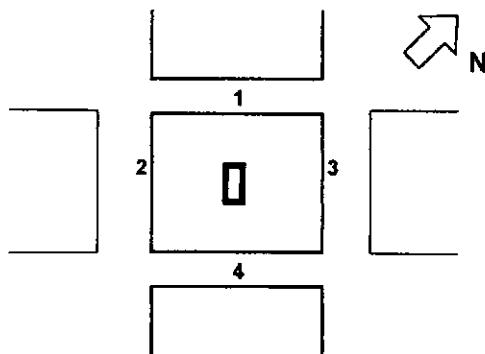
RAZON SOCIAL
 RUBRO ESPECIFICO
 CUIT N° IDENTIF. INDUSTRIAL

DOMICILIO
 CALLE N°
 RUTA KM.

NOMENCLATURA. CATASTRAL
 CIRC. SECC.
 PARCELA QTA./MZ./FRACC.
 SUBPARC.

COORDENADAS GEOGRAFICAS (GAUSS-KRUGER)
 EN X
 EN Y

CROQUIS DE UBICACIÓN



- | | | |
|---|-------|--|
| 1 | Calle | |
| 2 | Calle | |
| 3 | Calle | |
| 4 | Calle | |

SUPERFICIES

SUP. PREDIO m²
 SUP. OCUPADA m²

2 USOS DEL SUELO EN LA ZONA DE IMPLANTACION DEL ESTABLECIMIENTO

USO DOMINANTE
 OTROS USOS

3 ASPECTOS HABILITATORIOS

CATEGORIZACION

| | | | | | |
|----------|--|----------|--|--------|--|
| POSEE | <input style="width: 90px; height: 20px;" type="text"/> | NO POSEE | <input style="width: 90px; height: 20px;" type="text"/> | E/T | <input style="width: 90px; height: 20px;" type="text"/> |
| EXPTE. | <input style="width: 300px; height: 20px;" type="text"/> | | | N.C.A. | <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/> |
| DISP. N° | <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/> | FECHA | <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/> | CATEG. | <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/> |

C.A.A.

| | | | | | |
|---------|----------------------|----------|----------------------|-----------|----------------------|
| POSEE | <input type="text"/> | NO POSEE | <input type="text"/> | E/T | <input type="text"/> |
| EXpte. | | | | | |
| REG. N° | <input type="text"/> | FECHA | <input type="text"/> | RESOL. N° | <input type="text"/> |

HAB. MUNICIPAL

| | | | | | |
|---------|----------------------|----------|----------------------|-----|----------------------|
| POSEE | <input type="text"/> | NO POSEE | <input type="text"/> | E/T | <input type="text"/> |
| DEC. N° | <input type="text"/> | ORD. N° | <input type="text"/> | | |

4 ASPECTOS AMBIENTALES RELEVANTES A CRITERIO DEL MUNICIPIO

| | |
|---------------------|----------------------|
| EMISIONES GASEOSAS | <input type="text"/> |
| EFLUENTES LIQUIDOS | <input type="text"/> |
| GESTION DE RESIDUOS | <input type="text"/> |
| RUIDOS | <input type="text"/> |
| OLORES | <input type="text"/> |
| OTROS | <input type="text"/> |
| OBSERVACIONES | <input type="text"/> |
| | <input type="text"/> |
| | <input type="text"/> |

5 ASPECTOS AMBIENTALES DENUNCIADOS

| | |
|--------------------|----------------------|
| EN FORMA EVENTUAL | <input type="text"/> |
| EN FORMA PERIODICA | <input type="text"/> |
| EN FORMA FRECUENTE | <input type="text"/> |

6 EFLUENTES GASEOSOS

TIPO DE EMISIONES GENERADAS

| | |
|-------------------|----------------------|
| FUENTES PUNTUALES | <input type="text"/> |
| FUENTES DIFUSAS | <input type="text"/> |

7 EFLUENTES LIQUIDOS

DESTINO

| | | |
|---------------------|---------------------------------|------------------------------|
| ABSORCION POR SUELO | <input type="text"/> | |
| COLECTORA | PLUVIAL <input type="text"/> | CLOACAL <input type="text"/> |
| | INDUSTRIAL <input type="text"/> | PROPIA <input type="text"/> |
| CANAL | <input type="text"/> | |
| ARROYO | <input type="text"/> | |
| RIO | <input type="text"/> | |

| |
|------------------|
| Por el Municipio |
| Firma |
| Aclaración |