

CÓRDOBA, ARGENTINA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROYECTO DE FOMENTO Y DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN
A LA INVERSIÓN – INVEST CÓRDOBA

**PRODUCTO 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL ÁREA DE PROMOCIÓN
DE INVERSIONES Y CÓRDOBA TRADE OFFICE**

INFORME FINAL

JUNIO, 2025

JAVIER SEDINI

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. RESULTADOS DE LA CONSULTORÍA.....	3
3. REPORTE DE ACTIVIDADES	3
3.1 DEFINICIÓN DE SECTORES ESTRATÉGICOS Y ELABORACIÓN DE INDICADORES DE IMPACTO (KPI's)	3
3.2 DESARROLLO DE UN PLAN DE ACCIÓN DE 12 MESES	9
3.3 IDENTIFICACIÓN DE DOS MISIONES INTERNACIONALES DE PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA.....	12
3.4 DISEÑO Y SOPORTE EN LA REDACCIÓN DE UNA GUÍA DEL INVERSOR PARA LA PROVINCIA DE CÓRDOBA.....	14
3.5 CAPACITACIÓN DEL EQUIPO INTERNO EN LA METODOLOGÍA DE LAS IPA.....	14
3.6 DISEÑO INSTITUCIONAL DE CÓRDOBA TRADE OFFICE	15
4. CONCLUSIONES.....	16

JAVIER SEDINI

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe recoge los avances en la consultoría orientada a la revisión y optimización de la estrategia de atracción de inversiones de la Agencia ProCórdoba. Este trabajo se enfoca en la creación de un "one-stop shop" de servicios al inversor, con el objetivo de alinear las operaciones de la Agencia con las mejores prácticas internacionales en la captación y gestión de inversiones extranjeras directas.

Este informe detalla los avances alcanzados desde el inicio de las actividades hasta el 10 de junio de 2025.

2. RESULTADOS DE LA CONSULTORÍA

- Identificación de sectores clave para el desarrollo económico de la provincia respaldada por un análisis de mercado inicial. Para la elección de estos sectores se consideraron principalmente las condiciones para el desarrollo de un atractivo de inversión aún cuando su potencial en exportación pudiera diferir. Los mismos se presentan a la Agencia ProCórdoba para su inclusión en la estrategia general.
- Desarrollo del conjunto indicadores para evaluar el impacto del trabajo del área de Inversiones.
- Elaboración del plan de acción a 12 meses y las actividades principales a ejecutar.
- Identificación y justificación de los beneficios de cada evento propuesto para visitar, con especial énfasis en lograr
- Desarrollo completo del contenido de la guía del inversor en texto plano
- Avance en las sesiones de capacitación para el equipo interno del área
- Presentación de proyecto y cronograma de Córdoba Trade Office

3. REPORTE DE ACTIVIDADES

3.1 DEFINICIÓN DE SECTORES ESTRATÉGICOS Y ELABORACIÓN DE INDICADORES DE IMPACTO (KPI's)

A. Sectores estratégicos

En base al trabajo realizado junto al equipo de Agencia ProCórdoba, se han priorizado sectores tanto para la inversión como para las exportaciones. Aunque la definición se tomó en base a las ventajas comparativas de Córdoba y la apuesta política de la gestión en ciertos nichos productivos, resulta necesario aún un contraste más profundo con la oferta externa de oportunidades disponibles.

JAVIER SEDINI

Se detallan a continuación los 8 sectores productivos priorizados y un resumen de las principales ventajas comparativas identificadas para cada uno.

Industria automotriz y autopartista

- Importancia del sector: El sector automotriz-autopartista es una de las principales ramas de actividad dentro de la industria cordobesa, con una fuerte integración y complementación a nivel mundial-regional.
- Contribución a la economía: El complejo automotriz es responsable de un porcentaje significativo del empleo industrial total y de las exportaciones de manufacturas. Tiene un aporte importante en la captación de IED y de inversión en I+D.
- Estructura del sector: En Córdoba, coexisten empresas de capital local con autopartistas globales. Los fabricantes de partes y piezas son principalmente empresas cordobesas, mientras que las terminales son filiales de empresas multinacionales.
- Entorno privilegiado para la inversión: Córdoba ofrece talento en los recursos humanos, una industria desarrollada y apoyo del Estado para el desarrollo del sector automotriz-autopartista. Además, Argentina cuenta con acceso preferencial al mercado latinoamericano: una condición de competencia entre países productores de vehículos y empresas interesadas en la región.

Agroindustria y alimentos

- Condiciones agroecológicas: gracias a sus suelos fértiles y clima favorable, Córdoba posee abundante disponibilidad de materias primas. Esta combinación permite producir una amplia variedad de cultivos y criar diversos tipos de ganado. La producción de oleaginosas, cereales, leche y carne, son pilares fundamentales de una industria alimentaria de alta calidad.
- Ventajas competitivas: Córdoba es pionera a nivel nacional en innovación tecnológica agrícola y ganadera, con la aplicación de siembra directa, biotecnología y agricultura de precisión. La ganadería bovina y porcina adopta tecnologías avanzadas en genética y manejo. La lechería destaca por sus avances en alimentación, procesos, calidad y recursos humanos.
- Tradición productiva: Una base sólida de experiencia y conocimiento en el sector ha permitido desarrollar prácticas eficientes, tecnología avanzada y una red de recursos humanos que aumentan la productividad y facilitan el acceso a los mercados.

- Proyección internacional: Córdoba se posiciona internacionalmente gracias al reconocimiento de sus productos de alta calidad, impulsando la exportación de productos con alto valor agregado. Además, gracias a su capacidad productiva es capaz de responder al crecimiento de la demanda y a los cambios en los patrones de consumo mundiales.

Economía del conocimiento

- Talento altamente calificado: las universidades de Córdoba forman profesionales en áreas clave como software, biotecnología, ingeniería y ciencias de datos. Su diversa oferta académica genera una fuerza laboral altamente capacitada, con habilidades alineadas a las demandas del sector, permitiendo a las empresas acceder a talento especializado con estándares internacionales.
- Complejo exportador consolidado: una amplia mayoría del desarrollo local de economía del conocimiento está destinado a la exportación, posible gracias a su alta calidad y tecnología de vanguardia.
- Crecimiento sostenido: el sector ha experimentado un crecimiento exponencial impulsado por la iniciativa privada, incentivos gubernamentales, innovación constante y la creciente demanda de soluciones tecnológicas. La capacidad de adaptación y especialización en las nuevas tendencias brindan un entorno favorable para inversiones.
- Ecosistema de actores: Córdoba cuenta con un ecosistema diverso que involucra a startups, pymes tecnológicas, empresas multinacionales, clústers, universidades y centros de I+D. La colaboración consolidada entre estos actores fomenta la competitividad, el desarrollo de nuevas tecnologías y la generación de oportunidades para la inversión.

Maquinaria agrícola

- Base empresarial y capacidades locales: Un ecosistema empresarial sólido y experiencia en el sector permite implementar nuevas tecnologías como la robotización de los procesos productivos y adaptarse a otros sectores industriales. Por ejemplo, las capacidades de la metalurgia cordobesa le permiten ser proveedora de maquinaria compleja para el sector minero.
- Especialización en sectores: el sector se caracteriza por su diversificación, con empresas especializadas en todos los segmentos de la actividad. Esto permite a las empresas diferenciarse y ofrecer soluciones a medida, adaptadas a las necesidades específicas de los mercados internacionales.

- Perspectivas internacionales favorables: la demanda global de alimentos impulsa la necesidad de maquinaria agrícola y las empresas cordobesas cuentan con la capacidad para dar respuesta.
- Volumen del mercado interno: Argentina tiene una importante actividad agrícola, generando demanda interna de maquinaria. Las exportaciones del sector se encuentran en actual expansión, demostrando potencial en el mercado internacional.

Biotecnología y ciencias de la vida

- Oferta de talento de alto nivel: universidades de prestigio que forman profesionales en biotecnología, bioquímica, bioingeniería, ciencias aplicadas y disciplinas afines. A esta sólida base académica se suma una presencia de investigadores que supera el promedio nacional.
- Tradición científica-tecnológica: Córdoba cuenta con más de 190 instituciones de I+D distribuidas en todo el territorio. El fuerte vínculo entre la academia y las empresas facilita la innovación aplicada y la respuesta a las demandas del sector.
- Diversidad productiva: la economía diversificada de la provincia facilita la investigación, desarrollo y aplicación de productos y servicios biotecnológicos en un abanico de áreas: agricultura, reproducción animal, salud humana, equipamiento médico, industria alimenticia. Esta diversidad crea oportunidades para la integración y expansión del sector.
- Políticas de apoyo: el gobierno provincial impulsa políticas como la Ley de Economía del Conocimiento, el Clúster de Biotecnología, el Clúster Agtech, el financiamiento de investigaciones y la coinversión en startups, fomentando la innovación, la colaboración y la creación de empresas.

Biocombustibles y economía circular

- Riqueza en recursos naturales: Córdoba es una provincia con abundancia de recursos agrícolas. Como primer productor nacional de maíz, es un lugar privilegiado para la producción de bioetanol.
- Mercado en expansión: aprovechando su producción agrícola, Córdoba puede capitalizar la creciente demanda internacional de energías limpias. La industria de biocombustibles y el uso de subproductos agrícolas para energía renovable representan una oportunidad para seguir impulsando un sector de alto valor agregado.

- Políticas de apoyo a la economía circular: Córdoba tiene un creciente enfoque en la sostenibilidad, lo que abre oportunidades para inversión en proyectos que integren prácticas de economía circular. Esto abarca desde la gestión de residuos hasta la promoción de energías renovables.

Turismo

- Diversidad de la oferta: atrae a públicos segmentados, generando oportunidades de inversión en nichos de alta rentabilidad. El auge del enoturismo, la gastronomía, el turismo de aventura, el ecoturismo y el turismo de congresos hacen de Córdoba un destino integral.
- Dinamismo del sector: Córdoba fomenta el desarrollo de nuevos productos y experiencias: creación de rutas temáticas, promoción de eventos y festivales, y la puesta en valor de recursos naturales y culturales. La rentabilidad de la inversión en proyectos turísticos está sustentada por el respaldo gubernamental al sector.
- Oportunidad de demanda internacional: la provincia ya se encuentra trabajando en el crecimiento en la demanda turística internacional con una estrategia de promoción activa: posicionamiento en el extranjero, creación de alianzas con operadores turísticos internacionales y la facilitación de la conectividad aérea y terrestre.
- Obras de infraestructura: Córdoba no ha detenido la obra pública e invierte un porcentaje importante del presupuesto en infraestructura turística (fundamentalmente vial), reconociendo el impacto económico del sector en su matriz productiva.

Industrias creativas (audiovisual, artes escénicas, artes visuales)

- Ecosistema en crecimiento: Destaca por el talento de sus artistas, técnicos, agentes culturales locales y su infraestructura en expansión. El auge de festivales, coproducciones y eventos internacionales consolidan a Córdoba como un centro creativo emergente en el país.
- Riqueza cultural y recursos naturales: el patrimonio cultural y los recursos paisajísticos de Córdoba ofrecen escenarios únicos para la producción audiovisual. La provincia atrae productoras extranjeras en busca de localizaciones auténticas y visualmente impactantes.
- Conectividad y logística: Córdoba tiene acceso a mercados clave en América Latina y, por su cercanía a Buenos Aires, se beneficia de la infraestructura logística y comercial de la capital. El impulso al sector tecnológico genera complemento con las industrias creativas.

- Sinergia entre la cultura y el turismo: la demanda creciente de turismo cultural es una oportunidad para el desarrollo de rutas culturales, festivales y experiencias inmersivas. La importancia del sector turístico en Córdoba crea un entorno privilegiado para la interacción entre industrias.

La información sobre las oportunidades de inversión y la información sectorial relevante no siempre está organizada de manera adecuada para la toma de decisiones por parte de los inversores. Se sugiere el desarrollo de un sistema para obtener reportes de gestión y resultados que faciliten el control y la evaluación de las estrategias de inversión y exportación.

B. Indicadores de impacto

Descripción	Objetivo
<u>Volumen de IED atraído</u> Monto total de la inversión extranjera directa recibida en la provincia como resultado de las acciones de la Agencia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medir el impacto en millones de U\$D de capital extranjero atraído con la intervención de la asistencia técnica del área 2. Aumentar en un 10% el flujo de IED a la provincia a través de la intervención del área *de acuerdo a línea base pre-establecida
<u>Proyectos registrados</u> Cantidad de proyectos de IED recepcionados y gestionados desde el área.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir técnicamente al menos 50 proyectos de IED anualmente 2. Concretar la radicación de al menos 8 proyectos de IED en los próximos tres años
<u>Número de empleos generados</u> Incremento de nuevos empleos registrados tanto directa como indirectamente por la radicación de proyectos de IED en la provincia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar al menos 500 empleos directos en los próximos tres años 2. Generar al menos 2000 empleos indirectos en los próximos tres años

<u>Participación de proveedores locales en cadenas de valor internacionales</u> <p>Porcentaje de empresas locales que han comenzado a ser parte de cadenas de suministro internacionales gracias a las inversiones extranjeras.</p>	<p>1. Lograr que al menos 30 empresas locales se integren a cadenas de suministro globales como proveedores directos en los próximos tres años</p>
<u>Localización geográfica de radicación de IED</u> <p>Medición de la distribución geográfica de los proyectos. Identificar en qué regiones o ciudades se concentran los proyectos y su impacto en las áreas más o menos desarrolladas.</p>	<p>1. Concretar la radicación de al menos 2 proyectos de IED en el arco noroeste y el sur-sur los próximos tres años</p>

3.2 DESARROLLO DE UN PLAN DE ACCIÓN DE 12 MESES

El presente plan de actividades tiene como objetivo consolidar y fortalecer el rol de ProCórdoba en la atracción y radicación de inversiones extranjeras para la provincia. Elaborado en validación con el equipo del área, busca abordar los desafíos más urgentes, optimizar procesos, mejorar la visibilidad internacional de Córdoba y generar relaciones más efectivas con los inversionistas. Contempla 5 actividades eje:

1. Fortalecimiento institucional

Considerando que el área, desde su incorporación al organigrama de la Agencia, ha atravesado cambios en su personal, reestructuración de tareas y la ampliación de su equipo técnico, se priorizará la consolidación de las capacidades internas, implementación de procesos y definición clara de roles y responsabilidades. En esta instancia debe terminar de concretarse la incorporación de las tareas del área al CRM de la Agencia para mejorar el seguimiento de inversores y proyectos. Se recomienda a Agencia Procórdoba la estructuración de un CRM que permita la trazabilidad completa del proceso de inversión, deslindando de su actual base de “Exportadores Córdoba”.

JAVIER SEDINI

El objetivo final es fortalecer las competencias profesionales del equipo en temas específicos de inversiones (legales, técnicos, financieros, impositivos, logísticos, etc.), permitiendo al área operar de manera efectiva y sostenible en el largo plazo, generando confianza tanto en inversores potenciales dentro del empresariado cordobés y el mismo Gobierno. Se recomienda la incorporación de secciones de derivación del proyecto a otras dependencias gubernamentales en el caso de corresponder.

2. Profundización de la propuesta de valor y posicionamiento

Esta actividad se enfocará en refinar y comunicar de manera efectiva los atributos únicos que hacen de Córdoba un destino atractivo para la inversión extranjera directa, tal y como se hubiera desarrollado previamente en el documento Why Córdoba. Se realizará un análisis exhaustivo de las ventajas competitivas de los sectores productivos prioritarios, identificando sus fortalezas, oportunidades y potencial de crecimiento. Se desarrollarán mensajes clave diferenciados para cada sector y mercado objetivo, resaltando los beneficios específicos que Córdoba ofrece a los inversores (ej. talento humano calificado, infraestructura, ecosistema de innovación, incentivos fiscales).

Se trabajará en la construcción de una narrativa coherente y persuasiva que posicione a Córdoba como un socio estratégico confiable y con visión de futuro. Esto incluirá la identificación de nichos de mercado con alto potencial y la adaptación de la propuesta de valor a las necesidades específicas de los inversores. El objetivo es lograr un posicionamiento claro y distintivo en el escenario internacional de la atracción de inversiones. Se recomienda el desarrollo de una iniciativa de coordinación intergubernamental para la selección de la información a transmitir sobre todo en productos/sectores productivos que tuvieran relaciones pre-existentes con otros Ministerios y Agencias, siendo la duplicación de mensajes diferenciados el principal riesgo.

3. Construcción y actualización de materiales de promoción

Se seguirá trabajando en la elaboración de brochures sectoriales detallados y en la comunicación de casos de éxito a medida que se alcancen. Es necesario un procedimiento interno de chequeo de datos, consulta a fuentes primarias (contacto asiduo con el área estadística de cámaras y clusters sectoriales) y actualización periódica de los materiales para asegurar su vigencia y relevancia. En línea con el punto anterior, se recomienda el desarrollo de una estrategia intergubernamental alineada que permita receptar y unificar la información estadística.

Se sugiere diseñar descargables específicos para la página web y contenido audiovisual por sector, en múltiples idiomas y adaptados a las particularidades culturales de los mercados prioritarios.

4. Consolidación de la red de contactos

El objetivo es ampliar las relaciones con inversionistas y actores clave del ecosistema internacional de la promoción a las inversiones. Aunque ProCórdoba lleva más de dos décadas desarrollando oferta exportable, el área de atracción de inversiones es reciente, por lo que es crucial consolidar nuevos vínculos estratégicos.

Se recomienda un trabajo de mapeo, acercamiento y seguimiento personalizado a las relaciones existentes: representaciones argentinas en el extranjero, organismos multilaterales y otras agencias de promoción de exportaciones e inversiones. En segunda instancia, es prioritario ampliar la cartera de contactos a través de la participación en eventos nacionales e internacionales específicos sobre inversiones. Se recomienda el establecimiento de vínculos con las Agencias de Inversión o análogas mapeadas en informes anteriores.

5. Facilitación de inversiones

Si bien la facilitación de inversiones es una actividad actualmente desarrollada por el área, dista de ser el foco principal de las tareas que lleva a cabo o recaen bajo su responsabilidad. Su procedimiento de atención al inversor se encuentra en una etapa incipiente. El principal desafío radica en la naturaleza aislada de las tareas de atención al inversor, que carecen de una estructura o proceso definido.

En esta línea, se sugiere elaborar un manual de atención interno que basado en la ruta crítica establecida en la práctica, recorra y explique los siguientes pasos: la recepción de la consulta; la categorización de la misma para determinar el organismo provincial de influencia y cuál es su importancia; la asignación de un responsable y de los recursos humanos necesarios para su atención; la preparación de una propuesta de valor; la organización de una visita a la provincia y reunión con actores relevantes; la concreción de la inversión y el aftercare.

Se identifica, asimismo, una alta dependencia de la intervención del Presidente de la Agencia en la gestión de los casos: dado que el posicionamiento del área todavía no es óptimo, muchos de los contactos o facilitación de trámites los gestiona la autoridad de manera personal. La consolidación de la red de contactos resulta fundamental para corregir este desafío, que por el momento representa un obstáculo para la agilidad y eficiencia.

JAVIER SEDINI

Se elaboró, además, el cronograma preliminar para los próximos 12 meses:

Actividad	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may
Fortalecimiento institucional	X	X	X	X	X	X						
Profundización de la propuesta de valor y posicionamiento	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Construcción y actualización de materiales de promoción	X							X	X			
Consolidación de la red de contactos						X	X	X	X	X	X	X
Facilitación de inversiones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3.3 IDENTIFICACIÓN DE DOS MISIONES INTERNACIONALES DE PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA

Annual Investment Meeting (AIM) Congress

Una plataforma global con sede en los Emiratos Árabes Unidos, dedicada a fomentar la inversión extranjera directa y la colaboración económica entre naciones. Reúne a gobiernos, inversores, empresas, emprendedores y expertos para explorar oportunidades, compartir conocimientos y construir asociaciones estratégicas. El congreso abarca diversos sectores y se enfoca en tendencias actuales y futuras de la inversión global.

Para Córdoba, este evento es estratégico, ya que brinda visibilidad internacional para promocionar sus oportunidades de inversión ante tomadores de decisiones e inversores. Permite establecer contactos directos con fondos de inversión, empresas multinacionales y otras API, abriendo puertas a posibles proyectos y colaboraciones. Además, ofrece la oportunidad de aprender de las mejores prácticas en atracción de IED de otras regiones. Dada su relevancia internacional, sería muy valioso que la comitiva esté encabezada por el Gobernador y/o el Ministro de Economía y Gestión Pública, lo cual aumentaría el impacto de la participación.

JAVIER SEDINI

Página web: <https://aimcongress.com/>

China International Import Expo (CIIE)

Con sede en Shanghái, es un evento comercial de gran magnitud enfocado en impulsar las importaciones al país asiático. Esta feria atrae a una amplia gama de compradores chinos, desde empresas estatales y privadas hasta distribuidores y minoristas, lo que representa una puerta de acceso al vasto mercado de consumo chino.

Agencia ProCórdoba tiene planeado visitar la CIIE 2025 por primera vez, en el marco de Córdoba Day, llevando consigo una delegación de empresarios cordobeses con objetivos fundamentalmente comerciales.

Córdoba puede maximizar el valor agregado de la visita estableciendo contactos con inversores chinos que buscan oportunidades de negocio y colaboración a largo plazo, trascendiendo el intercambio comercial inmediato. Aprovechar la plataforma de vinculación que ofrece CIIE para la atracción de inversiones es posible con sólo con una estrategia coordinada y un portfolio de proyectos elaborado con anticipación. Dado que ProCórdoba ya trabaja con consultores especialistas en el mercado, se sugiere elaborar un plan de trabajo específico para el objetivo.

Página web: <https://www.ciie.org/zbh/en/>

Se incorporan además dos eventos de relevancia internacional a los cuales el Presidente de la Agencia ProCórdoba ya ha participado en ocasiones anteriores, y que sirven tanto para el posicionamiento internacional de la Agencia como de las empresas cordobeses:

SELECT USA

SelectUSA es un programa del gobierno de Estados Unidos diseñado para atraer y facilitar la inversión extranjera directa (IED) en el país, ofreciendo oportunidades significativas para las empresas extranjeras que buscan expandirse en el mercado estadounidense. Participar en SelectUSA brinda a las empresas de Córdoba la oportunidad de entrar en uno de los mercados más grandes y dinámicos del mundo. Esto puede significar mayores ventas, expansión de la base de clientes y crecimiento de los negocios. Además, facilita el contacto con potenciales inversores y socios comerciales en Estados Unidos. Esto puede llevar a inversiones directas en Córdoba, impulsando la economía local y creando empleo. De esta manera se potencian las relaciones comerciales que generarán impactos sumamente positivos en la Provincia de Córdoba.

JAVIER SEDINI

Página web: <https://www.selectusasummit.us/>

CIFIT China

Este evento es organizado por el Ministerio de Comercio de la República Popular China y en los últimos años se ha consolidado como una de las principales plataformas internacionales para fomentar la inversión bilateral, compartir información clave y debatir las tendencias globales en inversión.

La presencia de la Agencia ProCórdoba en CIFIT es de importancia estratégica y operativa, ya que permitirá no solo fortalecer la proyección internacional de Córdoba, sino también abrir nuevas oportunidades comerciales para nuestras empresas. CIFIT ofrece un espacio propicio para establecer contactos directos con líderes industriales, funcionarios gubernamentales de alto nivel y empresarios de todo el mundo, lo que puede resultar en valiosas alianzas y colaboraciones estratégicas.

Participar en este evento brinda a Córdoba la oportunidad de posicionarse como un destino atractivo para la inversión extranjera, facilitando el contacto directo con inversores y socios comerciales en China, lo que puede traducirse en inversiones directas que beneficiarán a la provincia. Para ProCórdoba, como organismo mixto encargado de promover y consolidar las exportaciones provinciales, esta es una oportunidad única para expandirse y fortalecer su papel en el comercio global.

Página web: <https://www.chinafair.org.cn/CifitSystem/index/#/>

3.4 DISEÑO Y SOPORTE EN LA REDACCIÓN DE UNA GUÍA DEL INVERSOR PARA LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Se adjunta a esta presentación el documento borrador de la guía. Incluye la estructura y contenido propuesto desarrollado. A la entrega del presente informe, se encuentra disponible para su revisión por el Presidente y para anexar la información que pueda surgir de esta instancia. Posteriormente se pasará a la etapa de diseño gráfico y publicación.

3.5 CAPACITACIÓN DEL EQUIPO INTERNO EN LA METODOLOGÍA DE LAS IPA

La capacitación se dictó en formato workshop en las oficinas de Agencia ProCórdoba. Se organizó en cuatro módulos temáticos, dos por jornada, con el objetivo de fortalecer las capacidades del equipo en las áreas clave de la promoción de inversiones. Incluyó:

Módulo 1: Panorama general de la promoción de inversiones

JAVIER SEDINI

Fundamentos de las IPA, su rol en la atracción de IED y la diversidad de mandatos que pueden asumir. Diferencias entre agencias de países desarrollados y agencias de países en vías de desarrollo. El caso de las agencias subnacionales. Visión integral de las estructuras, recursos y enfoques institucionales predominantes.

Módulo 2: Funciones de las IPA

Funciones clave que definen la acción de las IPA: construcción de imagen, generación de inversiones, facilitación y retención, y promoción de políticas. Cómo estas funciones se articulan entre sí y se distribuyen los recursos y el personal. Prioridades estratégicas según las características y capacidades de cada agencia.

Módulo 3: Actividades complementarias de la promoción de inversiones

Campañas de marketing, misiones comerciales, reuniones con inversores, asistencia en trámites y servicios post-inversión. Gestión de incentivos, apoyo legal y logístico, y mecanismos de resolución de conflictos. Cómo adaptarlas al contexto de la agencia y medir su impacto.

Módulo 4: Indicadores de gestión y especialización

Índices de especialización funcional. Relación entre la asignación presupuestaria, la estructura de actividades y la eficiencia institucional. Oportunidades de mejora, prioridades estratégicas y gestión basada en datos. Estudio de caso: Invest Chile

3.6 DISEÑO INSTITUCIONAL DE CÓRDOBA TRADE OFFICE

Córdoba Trade Office pretende establecer una red de 5 representantes en oficinas comerciales de la Agencia ProCórdoba en el exterior, con el fin de aumentar la visibilidad internacional e incrementar los vínculos comerciales y de inversión de la provincia de Córdoba.

Si bien los análisis de inteligencia comercial de la Agencia y las vinculaciones previas han permitido preseleccionar los mercados de Paraguay, Brasil, China, Emiratos Árabes Unidos y Estados Unidos, la definición final de los destinos está sujeta a la realización de estudios de factibilidad y costos más exhaustivo en cada uno de ellos.

Se avanzó en el cronograma preliminar de trabajo que se presenta a continuación, la ejecución del proyecto se encuentra sujeta a decisión de Agencia ProCórdoba:

Actividad	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Priorización de sectores productivos	X	X										
Estudio de viabilidad de mercados		X	X	X								
Identificación de demanda potencial		X	X	X	X	X						
Identificación de actores y socios	X	X	X	X	X	X						
Armado de agenda	X	X	X	X	X	X						
Vinculación institucional	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Inicio de actividades comerciales				X	X	X						
Generación de contenidos periódicos		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Análisis y seguimiento de resultados							X	X	X	X	X	X

4. CONCLUSIONES

El trabajo realizado hasta la fecha ha permitido consolidar una visión más robusta y alineada con estándares internacionales, tanto para el área específica como para la promoción de inversiones en la provincia en general. Se logró establecer una base que articula diagnóstico, alineamiento institucional y desarrollo de herramientas orientadas a fortalecer la capacidad de gestión actual.

Estos avances aportan coherencia y proyección a la labor del área, incorporando una lógica de mejora continua, profesionalización del equipo técnico y consolidación de vínculos estratégicos. Restan sin embargo, tareas de coordinación intergubernamental que no deben soslayarse. Si bien la Agencia ProCórdoba enfrenta desafíos importantes en su posicionamiento como Agencia de Inversiones, también cuenta con oportunidades concretas para afrontarlos. Cabe destacar que a priori, las acciones desarrolladas en esta etapa implica costos relativamente bajos y pueden considerarse más alineadas con la facilitación de información resultando una actividad más pasiva que otras políticas de atracción de inversiones más tradicionales y activas. En este sentido, la construcción de una imagen de la provincia y la generación de inversiones son servicios de mayor complejidad.

JAVIER SEDINI

De igual modo, la promoción de políticas y los servicios de post establecimiento son componentes clave que buscan resolver problemas de coordinación necesarios para facilitar las inversiones. Esta dimensión de la promoción de exportaciones aún no ha sido explorada por lo incipiente del establecimiento de la oficina, aunque se recomienda que se considere su desarrollo en los próximos semestres.

En este contexto, resulta fundamental no descuidar aspectos clave como la disponibilidad presupuestaria, la consolidación de vínculos institucionales sólidos y la adecuada coordinación y dotación de recursos humanos. Asimismo, persisten desafíos asociados a su integración dentro de una agencia concebida originalmente para la promoción de exportaciones. Todos estos factores constituyen elementos críticos que deben ser abordados para avanzar hacia una estrategia de atracción de inversiones que sea sostenible, eficaz y alineada con las capacidades y objetivos provinciales.



Javier Augusto Sedini

DNI N° 20552549

JAVIER SEDINI