

MAYO DE 2008



PROPUESTA DE HERRAMIENTAS DE MARKETING  
PARA LA ATRACCIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES  
A LA PROVINCIA DE SANTIAGO DEL ESTERO



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE  
SANTIAGO DEL ESTERO.**

**FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD.**

**TITULO:**

**“PROPUESTA DE HERRAMIENTAS DE MARKETING PARA LA ATRACCIÓN DE  
EMPRESAS INDUSTRIALES A LA PROVINCIA DE SANTIAGO DEL ESTERO”**

**TRABAJO FINAL**

**De:**

**ROSA GRACIELA LUJANA**

**Director:**

**Lic. María Luz Palomares de Feijóo**

**MAYO DE 2008**

---

**A MI FAMILIA  
POR SU APOYO INCONDICIONAL**

**A MIS AMIGOS  
POR CREER EN MI**

**Y**

**A FUNCIONARIOS Y COLEGAS  
POR BRINDARME SU TIEMPO  
PARA LLEVAR ADELANTE ESTE TRABAJO**

## INDICE

<b>Caratula</b> .....	2
<b>Dedicaciones</b> .....	3
<b>Índice</b> .....	4
<b>1. Introducción</b> .....	5
<b>2. Desarrollo</b> .....	6
<b>Capítulo 1: Análisis de la situación actual</b> .....	10
Escenario .....	10
Situación de otras provincias .....	11
Situación de nuestra provincia .....	28
<b>Capítulo 2: Los requisitos de las empresas industriales</b> .....	39
Análisis del sector .....	39
Análisis de las empresas con posibilidades de radicación en la provincia .....	41
Análisis de las empresas actualmente radicadas en la provincia .....	44
<b>Capítulo 3: Las herramientas de marketing propuestas</b> .....	46
Análisis FODA .....	46
Objetivos .....	48
Estrategias .....	49
Tácticas .....	50
Presupuesto .....	52
Control .....	54
<b>Conclusión</b> .....	56
<b>Bibliografía</b> .....	58
<b>Anexos</b> .....	59

## 1. INTRODUCCIÓN

Un gran pensador y ferviente defensor de la importancia que tiene la industria en el desarrollo de Santiago del Estero como lo es el Ing. Néstor René Ledesma<sup>1</sup> realiza una definición de la palabra Industria, diciendo que “Industria es sinónimo de desarrollo. No transformar industrialmente las materias primas, significa quedar estancado en estado primario o en el subdesarrollo”. Acota que resulta absurdo que se realicen grandes esfuerzos para extraer materias primas y la terminen elaborando otros, ya que el proceso de elaboración conlleva un componente de valor agregado mayor que el que contiene la materia prima.

En la actualidad estudios han demostrado que son cada vez más los municipios, provincias, países, regiones, etc. que incorporan entre sus objetivos la consolidación del desarrollo industrial y agroindustrial sustentable, a través de la Integración, el fortalecimiento y modernización de las cadenas de valor, promoviendo el uso de nuevas tecnologías en la producción que mejoren su competitividad. Uno de los percances con los que se encuentran a la hora de cumplir con estos objetivos es la de armonizar los incentivos fiscales a la producción e industria, el desarrollo de áreas y parques industriales; desarrollar incentivos específicos y diferenciados para orientar y promover la radicación empresarial.

El presente trabajo presenta un plan de marketing gubernamental para promocionar el producto “Santiago del Estero” a fin de atraer a los empresarios industriales a radicarse en la Provincia. Con este se pretende contribuir a revelar las necesidades del empresariado industrial, aplicando acciones promocionales que ataquen directamente a las necesidades detectadas. Los resultados que se obtengan del presente trabajo pueden ser aplicados por el gobierno provincial a modo de referencia, ampliando el estudio a fin de lograr mayor precisión en los datos e información recopilada.

El problema que se investigó fue la armonización de los incentivos de promoción como lo son: la Ley de Promoción Industrial y el Desarrollo de Áreas o Parques Industriales. Esta armonización solo se logra conociendo las necesidades del empresariado industrial radicado actualmente y a radicarse en la Provincia.

---

<sup>1</sup> Desarrollo de Santiago del Estero, Néstor René Ledesma, Pág. 84, Santiago del Estero, Argentina, 2006.

La forma fue través de herramientas de marketing ampliamente usadas en una economía de mercado, como lo son: el plan de marketing, análisis FODA, encuestas y entrevistas, ajustadas al sector gubernamental con cambios sutiles en su constitución.

Uno de los objetivos a alcanzar fue el de lograr una comunicación institucional o gubernamental de Santiago del Estero efectiva y bien direccionada, atacar con las necesidades y requerimientos de los empresarios industriales, a fin de atraer las inversiones del sector. Este objetivo se logra a través de varias investigaciones tanto cualitativas como cuantitativas a modo de determinar dos aspectos básicos a tener en cuenta. El primero es la investigación de la situación actual de la provincia lo que permite dimensionar las ventajas que esta puede brindar a las empresas del sector. En segundo lugar se investiga el sector, tanto en función a las empresas que actualmente se encuentran instaladas en la provincia como aquellas que se estén por instalar y las que tienen potencialidades de radicación. La combinación de estos dos estudios, permitirá: detectar los requerimientos reales de las empresas para instalarse en una zona determinada e identificar que herramientas posee la Provincia actualmente para atraer las inversiones de radicación de estas empresas.

En consecuencia este trabajo se realizó con la convicción de que las actividades tendientes a promocionar un producto como ser “Santiago del Estero como Zona de Radicación de Empresas Industriales” deben hacerse teniendo en cuenta a quienes van destinadas, cuáles son los requerimientos de aquellas y las herramientas de promoción con las que se cuentan para llevar a cabo las estrategias y tácticas de comunicación tendientes al logro de los objetivos propuestos. Además se pretende lograr la optimización de los recursos invertidos direccionando las acciones promocionales lo que permitirá mejorar los resultados de las mismas a un menor costo.

## **2. DESARROLLO**

En el presente trabajo se trató de incorporar la metodología ampliamente aplicada en el marketing tradicional como lo es el plan de marketing al marketing gubernamental. Para ello se tomó el esquema general del plan de marketing y se le realizó algunas modificaciones en cuanto a los elementos de estudio, pero el concepto en fin sigue siendo el mismo; “aplicar operativamente las soluciones ya inventadas<sup>2</sup>”.

---

<sup>2</sup> Manual Integral de Marketing – Publicación conjunta Clarín – Mercado. Fascículo 1, Pág. 16.-

A lo largo del presente trabajo se realizará lo siguiente:

1. **Un análisis de la situación actual.** En el cual se analizará la situación actual en materia de la provincia como factor de atracción de empresas industriales o de inversiones de empresas industriales.  
Primero se estudiará el escenario en el que está inmerso la provincia, en cuanto a la realidad económica, social, política e institucional.  
Segundo veremos como actúan otras provincias a la hora de actuar como factor de atracción de inversiones (cómo se comunican, cuál es su estrategia).  
Por último analizaremos cómo se comunica la provincia, cuál es su estrategia y en que se encuentra trabajando actualmente para la atracción de inversiones.
2. El análisis de mercado o al target al cual va dirigido el plan de marketing gubernamental. Esto se logrará realizando un estudio en tres etapas:
  - a. Análisis del sector: recopilación de información necesaria para describir el sector industrial, su volumen, crecimiento, etc.
  - b. Análisis de las empresas con potencialidades de radicación en la provincia.
  - c. Análisis de las empresas actualmente radicadas en la provincia, el mismo permitirá determinar qué factores se tuvieron en cuenta a la hora de radicarse en Santiago del Estero.
3. Se definirá el plan de marketing gubernamental 7 puntos cruciales:
  - a) **Análisis FODA:** Con los elementos obtenidos de los análisis anteriores se procede a desarrollar un exhaustivo y pormenorizado examen de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del gobierno y de sus productos destinados a la atracción de inversiones.  
El análisis FODA es vital para la determinación de objetivos y estrategias aunque suele ser realizado con grandes desvíos, por exceso o por defecto, en las apreciaciones necesariamente subjetivas.
  - b) **Objetivos:** Definir los objetivos es una de las tareas más difíciles del Plan de Marketing. Aunque generalmente se considera que la parte esencial de un plan es indicarnos cómo conseguir los objetivos deseados, quizá un

aspecto mucho más importante es la definición con respecto a que objetivos realmente vale la pena perseguir.

- c) **Estrategias:** Aquí se definen las grandes directrices estratégicas de marketing del Gobierno. Son los cursos o modos de acción a través de los cuales se alcanzarán los objetivos propuestos.

En este enfoque, se excluyen todas aquellas estrategias coyunturales que responden a problemáticas puntuales y transitorias.

- d) **Táctica:** En este punto se desarrollarán las variables de marketing mix, no de la manera tradicional sino con otro enfoque.

- **Marca:** se desarrollara un concepto de marca de la Provincia Santiago del Estero como polo productivo.
- **Producto:** lo constituyen todas las herramientas con que cuenta la provincia para atraer inversiones de empresas industriales (ejemplo: Ley de promoción industrial, Parque Industrial, Asistencia Crediticia, etc.).
- **Promoción:** como se promocionaran los productos con que cuenta la provincia para la atracción de inversiones.
- **Comunicación:** acciones tendientes a comunicar de la manera más adecuada los beneficios con que contarán las empresas que se instalen en la provincia.

Cada una de ellas debe ser relevante en si misma y consistente con las demás para maximizar la sinergia y la complementariedad.

- e) **Programas:** Se exponen aquí, con mayor detalle, las acciones y quienes serán los responsables de llevarlas a cabo con una agenda específica que, a la vez, ensambla en forma just-in-time con la secuencia global de todos los programas que ejecute el plan.

- f) **Presupuesto:** En este punto se procederá a cuantificar las acciones del plan y de cada uno de los programas de acción. Se determinara:

- Costo de atracción de empresas industriales.

## CAPITULO 1: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

### A) ESCENARIO

El contexto internacional muestra un panorama poco alentador, “las bolsas se desploman y la desconfianza va en aumento como una epidemia. En la Argentina, fuera del ámbito bursátil, el impacto de las subas y bajas en las últimas semanas aún no se siente. Los especialistas creen que no volverá a ocurrir una crisis como esas que estuvieron maltratando a los argentinos durante tanto tiempo. Pero algún tipo de impacto sobre la economía podrá haber en el mediano plazo”<sup>3</sup>.

Según predicciones de analistas económicos la Argentina no afrontaría en el corto plazo crisis como las que nos vinieron maltratando anteriormente, lo cierto es que un factor determinante de este equilibrio económico eran los precios de las materias primas (en especial la soja) cuyos valores se encontraban en alza en los mercados mundiales lo cual generaba y hasta el momento sigue generando un efecto de holgura económica que se ve reflejado en un crecimiento sostenido de la economía.

Lo cierto es que para una economía volátil como lo es la Argentina no es conveniente aferrar la misma a los precios de las materias primas ya que ocasionará, como ya lo estamos viendo en una pequeña medida, una desinversión en los otros sectores de la economía como ser el de la Industria.

La industria es uno de los sectores más importantes de una economía moderna. La fortaleza industrial es el rasgo que históricamente caracterizó a las economías desarrolladas de occidente, mientras que el rápido crecimiento industrial es el rasgo distintivo de los Nuevos Países Industrializados asiáticos. Estos tuvieron tasas de crecimiento económico mayores a las alcanzadas por nuestro país, debido principalmente a las características particulares de la industria con respecto a la producción primaria ya que la primera genera mayor utilización de mano de obra directa favoreciendo así al desarrollo económico.

Si queremos lograr un país desarrollado debemos invertir en la industria, la generación de las mismas debe ser fomentado por los gobiernos y las instituciones que tienen los recursos para realizarlo.

---

<sup>3</sup> Ezequiel Burgo. Suplemento Económico de Clarín – 18/06/2006

## B) SITUACIÓN DE OTRAS PROVINCIAS

### **Instrumentos de Promoción Industrial Provinciales**

#### Buenos Aires

Mediante la Ley provincial 10.547 de Promoción Industrial y el Decreto 1904/1990 establece una serie de facilidades a fin de posibilitar el desarrollo industrial.

Las empresas acogidas en el régimen, podrán gozar de los siguientes beneficios y franquicias:

- Compra de inmueble de dominio privado del Estado.
- Exención de impuestos provinciales (Ingresos Brutos e Impuesto Inmobiliario) por un periodo de hasta 10 años según el plan de desarrollo industrial.
- Propiciamiento y/o otorgamiento de créditos, garantías o avales.
- Asistencia técnica y científica y facilidades para la capacitación profesional en organismos públicos o privados nacionales o extranjeros.
- Preferencia en la provisión de fuerza motriz y gas por redes. Como así también en las licitaciones del Estado Provincial en caso de igualdad de condiciones con otras empresas no comprendidas en el régimen.

#### Catamarca

La ley Provincial 2.968 establece los beneficios para aquellas empresas que desarrollan o se propongan desarrollar en adelante actividades industriales, de servicios y/o asistencia directa a las mismas.

Asimismo, el gobierno provincial procura prestar apoyo al rubro bodeguero, por lo que estableció un régimen especial destinado a las mismas, por el cual se desgravara parcial y decrecientemente por el termino de 12 años de los impuestos sobre los ingresos brutos, inmobiliario y sellos.

La provincia cuenta además con un régimen de promoción turística, que promueve la construcción y/o refacción de hoteles, salas de convención, centros recreativos, como así también elaboración, comercialización y difusión de la artesanía tradicional autóctona y la construcción y equipamiento de talleres artesanales.

Además Catamarca cuenta con una zona de radicación industrial denominada “El Pantanillo” ubicada en proximidades de la capital provincial.

### Chaco

La ley de promoción industrial comprende la exención de todo tipo de impuesto provincial que grave los actos y tramitaciones inherentes a suscripción o aumento de capital social, constitución, transformación de sociedades y sus actos en el registro público. A su vez, establece otros beneficios, tales como:

- Reintegro de hasta el 50% de las inversiones realizadas en infraestructura que beneficien el proyecto. A efectos del reconocimiento de este beneficio, la empresa deberá acordar previamente con la provincia la localización de la planta industrial.
- Provisión de energía y otros servicios provinciales a precios diferenciales.
- Adjudicación de tierras fiscales.
- Reconocimiento de hasta el 25% de los montos por fletes de transporte de productos terminados en origen, a otros mercados fuera de la provincia.
- Facilidades para la compra, locación o comodato de bienes de dominio del estado.

La provincia cuenta con 5 parques Industriales en actividad en las localidades de Puerto Tirol, Fontana y Machagai, General San Martín y Presidencia de la Plaza.

### Chubut

El régimen de la Promoción Industrial beneficia a las actividades que elaboren materia prima original, productos de consumo regional o que sean complementarias con otras industrias. Exime de la tributación sobre el Impuesto Inmobiliario, Ingresos Brutos e Impuesto a los Sellos sobre los contratos.

En lo que respecta a los parques industriales, la provincia cuenta con 6, 4 de los cuales se encuentran al noroeste de la provincia a corta distancia entre sí, mientras los dos restantes se

ubican uno en el sur contra el atlántico en la Ciudad de comodoro Rivadavia y el otro al noroeste entrando en la zona cordillerana.

Los establecimientos industriales que se localicen en parques industriales existentes o a crearse tienen acceso a los beneficios establecidos en la Ley 5.236 de “fomento de las Inversiones y Desarrollo” y su Decreto Reglamentario (Decreto 4798/2001)

### Ciudad de Buenos Aires

Se establece una exención total de la Contribución Inmobiliaria (ABL) para todas las obras nuevas a realizarse en zona sur de la ciudad de Buenos Aires, para cualquier destino, por 3 años y del 50% para los 3 años siguientes.

A su vez, se exime del pago del impuesto a los Ingresos Brutos a Establecimientos Industriales localizados en la Ciudad de Buenos Aires.

### Córdoba

Según la Ley N° 6.230 de Promoción Industrial los beneficios son los siguientes:

- Exención Impositiva sobre los impuestos provinciales (Ingresos Brutos, Sellos e Inmobiliario) por un plazo de 10 años.
- Venta en condiciones de fomento de bienes inmuebles integrantes de su dominio privado.
- Asistencia Técnica (estudios, cursos de capacitación, información especial, etc.).
- Realización de Obras de infraestructura y equipamiento social.

El régimen diferencia dos zonas: Áreas de Promoción Especial y Regiones Especialmente Aptas. Para las primeras de ellas el plazo del beneficio será de 14 años, mientras que para las segundas se limita a 12 años.

Asimismo Córdoba cuenta con una política de fomento a la inversión en el campo de la actividad turística (Ley 7.232). Básicamente, los beneficios consisten en exenciones

impositivas y/o diferimiento en el cumplimiento de obligaciones fiscales sobre los impuestos provinciales (ingresos brutos, inmobiliario y sellos), con porcentajes y plazos variables según el tipo de inversión y el área turística provincial en la cual se localice la inversión.

En lo que respecta a los parques industriales, la provincia cuenta con 5 con reglamento y promoción y 6 Áreas Industriales.

Las actividades realizadas en parques Industriales gozarán de los beneficios por un plazo de 10 años. Para las actividades consideradas “especialmente significativas”, “de conveniente diversificación”, o que se complementen o se integren con las realizadas en establecimientos existentes, el plazo varía entre los 3 y 10 años.

Adicionalmente, los proyectos nuevos o de ampliación de MiPyMEs radicados en los parques industriales podrán incorporar los beneficios establecidos en la Ley Provincial 9.121 (Programa de Promoción y Desarrollo Industrial de Córdoba);

- Por cada empleado nuevo, la empresa tendrá durante 3 años un subsidio de 150 pesos mensuales.
- Subsidio del 50% del costo de la energía eléctrica (a excepción de Industrias Electro Intensivas).
- Línea de préstamos provinciales para estos emprendimientos, a tasas subsidiadas.

### Corrientes

A través de la ley N° 5.470, la provincia estableció recientemente un nuevo Régimen de Promoción de Inversiones, orientado no solo a las nuevas inversiones productivas, sino también a la ampliación de emprendimientos privados que ya estén en marcha. Los sectores promovidos son el industrial, agropecuario, agroindustrial y turístico (incluyendo las actividades vinculadas con la creación y esparcimiento).

Asimismo, existen ciertos beneficios y franquicias provinciales:

- Exenciones impositivas provinciales o reducción de alícuotas por tiempo determinado (hasta 10 años como máximo).
- Compra de inmuebles de dominio privado del Estado con destino al proyecto.
- Tarifas eléctricas de fomento.
- Provisión de *infraestructura*.
- Preferencias en licitaciones del estado provincial y municipal, ante casos de igualdad de condiciones de oferta ante proveedores no comprendidos en el régimen.

En lo que respecta al parque industrial, este funciona desde 1995 en Goya.

### Entre Ríos

Las industrias manufactureras que se instalen, amplíen o reactiven sus actividades en el territorio provincial pueden contar con los beneficios establecidos en el Régimen de Promoción Industrial Provincial (Ley 6.726 t.o. 1990).

Tendrán prioridad para recibir los beneficios promocionales aquellas industrias que elaboren nuevos productos, diversifiquen o integren su producción, presenten innovaciones o mejoras tecnológicas, industrialicen residuos, realicen inversiones destinadas a preservar y conservar el medio ambiente.

La relocalización (traslado) de industrias existentes a parques o áreas industriales se considera como actividad industrial nueva a los fines de su encuadramiento en la Ley de Promoción Industrial.

Los beneficios que promueven la radicación son los siguientes:

- Las empresas que queden comprendidas dentro de los regímenes son exceptuadas durante los primeros 4 años de los siguientes impuestos provinciales:
  - Inmobiliario;
  - Sellos;

- Automotores de carga y utilitarios e
- Ingresos Brutos.

A partir del 5° año y hasta el 10° año estos impuestos se tributan pero en una proporción que va del 15% para el 5° año hasta llegar al 90% durante el último año.

- Adicionalmente las empresas instaladas en los parques están exentas de los impuestos y tasas municipales durante los 5 primeros años, tributando solo el 50% de los mismos en los 5 años subsiguientes.
- El poder ejecutivo podrá acordar un 50% adicional sobre los beneficios generales establecidos por la ley a las empresas que se radiquen en lugares que a juicio de la autoridad de aplicación se considere conveniente promocionar especialmente.

Actualmente existen 6 parques industriales y 17 áreas industriales en operación en la provincia.

#### Formosa

Las Leyes Provinciales 777 y 877 eximen de los impuestos provinciales y otorgan garantías para préstamos y facilita la adquisición de tierras fiscales, por un período que va desde 15 a 20 años.

El régimen de Promoción Industrial beneficia a las empresas con la exención del Impuesto Inmobiliario, impuesto a los Ingresos Brutos, Impuesto a los Sellos y aquellos que se aplican sobre contratos y transferencias, por un plazo de 15 años (100% de beneficio para los primeros 7 años y el resto con porcentajes decrecientes), que se extiende a 20 años para las zonas de frontera.

Con respecto al parque industrial existe una fracción de terreno de 137 hectáreas en la Ciudad de Formosa.

#### Jujuy

La Ley Provincial 4.392, de Promoción Industrial, exime del pago de los impuestos a los ingresos brutos, sellos, inmobiliario y aquel que grave todo tipo de contratos y operaciones que se realicen como consecuencia directa o inmediata del proyecto.

Las actividades beneficiadas son las vinculadas con la industria manufacturera llevada a cabo por nuevas empresas, o que reactiven plantas que hubieren estado paralizadas por más de 3 años, o que efectúen un incremento de 40% o más de la capacidad productiva o que produzcan nuevas líneas de productos no producidas actualmente en la provincia.

La provincia cuenta con 2 parques industriales, uno de ellos en la ciudad de Palpalá a 13 kilómetros de San Salvador de Jujuy y el Área de Radicación Industrial "LA URBANA" a 4 Kms.

### La Pampa

La Ley Provincial 1.534 (Promoción Industrial y Minera) establece una serie de beneficios que pueden ser otorgados tanto a emprendimientos nuevos como a los que estén en marcha.

Los beneficios son los siguientes:

- Otorgamiento de créditos de fomento a tasas promocionales, con un plazo de devolución máximo de 10 años con 2 de gracia.
- Exención impositiva por un lapso de hasta 15 años para emprendimientos nuevos y hasta 7 años para emprendimientos en marcha.
- Exención impositiva por un lapso de hasta 15 años para emprendimientos nuevos y hasta 7 años para emprendimientos en marcha.
- Compra de inmuebles del estado en condiciones de fomento.
- Asistencia técnica por parte de la provincia a través de los organismos oficiales.
- Apoyo a la gestión de beneficios ante el Gobierno Nacional.

Existen 2 parques industriales, el de Santa Rosa, y el de General Pico (a 135 kilómetros de la capital provincial)

### La Rioja

La provincia cuenta con 2 parques industriales, en los Departamentos Capital y Chilecito; también existen dos Zonas Industriales en Aimogasta y Chamental, en los Departamentos de Arauco y Gobernador Gordillo.

Si bien en la Rioja no está vigente una Ley Provincial de Promoción Industrial el desarrollo industrial de esta provincia vino de la mano de la Ley Nacional de Promoción Industrial (Ley N° 22.021) que estableció un nuevo esquema promocional impulsando la instalación de varias plantas industriales.

### Mendoza

La ley Provincial N° 6.071 crea el Fondo Provincial para la Transformación y el Crecimiento, un ente autárquico del Gobierno de la Provincia de Mendoza, creado con el objeto de brindar asistencia financiera a las empresas en los sectores industrial, servicios a la producción, turismo, ganadería, minería y agrícola.

Actualmente cuenta con 3 parques industriales uno ubicado en Luján de Cuyo, actualmente utilizado como Corredor Internacional de vinculación entre Argentina y Chile.

### Misiones

La Ley N° 3.736 establece una serie de beneficios para las siguientes modalidades de turismo; ecoturismo, agroturismo, turismo aventura, turismo temático, turismo educativo y toda otra actividad afín.

Los beneficios con los que cuenta esta provincia son de tipo impositivos, que fijan una alícuota del 0% del impuesto sobre los ingresos brutos y el impuesto inmobiliario sobre los inmuebles rurales afectados a emprendimientos turísticos alternativos, educativos, en proporción a la superficie afectada al servicio y siempre que la explotación constituya su única actividad comercial.

### Neuquén

En esta provincia se promueve, mediante distintos incentivos, la instalación de nuevas industrias para la extracción, elaboración y/o aprovechamiento integral de los productos minerales, agropecuarios, forestales, los emprendimientos hidroeléctricos como así también la industria del turismo.

La Provincia garantiza que se mantendrán los gravámenes provinciales que alcanzan a la actividad hidroeléctrica en los niveles vigentes al momento de otorgarse los beneficios previstos por la presente ley. Igualmente se compromete a no crear nuevos gravámenes en la materia por igual período.

Algunos de los beneficios que otorga su Ley de Promoción Industrial (Ley N° 2.266):

- Exención de impuestos provinciales, ordinarios, de emergencia o especiales y cualquier otro gravamen creado o a crearse, por plazos, porcentajes y/o montos que se especifiquen en el convenio.
- Donación o venta a precio fiscal, de la tierra pública, cuando ella fuere indispensable para el establecimiento de la industria.
- Asesoramiento Técnico.
- Compromiso a facilitar obras de infraestructura y servicios básicos para el desarrollo de la industria.

- Compromiso de preferencia en toda licitación para la provisión o ejecución de obras públicas, siempre que ellos ofrezcan iguales condiciones de calidad y precio a los de fuera del ámbito provincial.

La ley 378 establece que las empresas que se radiquen en los parques industriales gozarán de ciertos beneficios: venta de tierra a valores fiscales, tarifa promocional de energía eléctrica, beneficios impositivos provinciales y apoyatura técnica.

### Río Negro

La Ley Provincial 1.274 establece un régimen de Promoción Industrial a partir de exenciones impositivas sobre el Impuesto a los Ingresos Brutos o mediante un Fondo de Fomento, por el cual se financian diversas actividades industriales, con tasas de interés y períodos de amortización de carácter promocional.

Con respecto a la exención o reducción de impuestos provinciales, la misma no podrá concederse por un plazo mayor de 10 años.

La provincia dispone de casi 430 hectáreas de parque industrial reconocidos por la Ley 1.274 de Promoción Económica de Río Negro.

Los Inmuebles localizados en los parques industriales de la provincia están exentos del pago del 50% del impuesto inmobiliario. A su vez las municipalidades aplican exenciones, reducciones y/o diferimiento a las Tasas Municipales.

### Salta

Las Leyes de Promoción de Inversiones y Trabajo (6.771 y 6.910) y la Ley Provincial de Promoción Turística (6.064) promueven los emprendimientos de empresas ya establecidas o a establecerse en el territorio provincial; para las áreas de explotación primaria, industrial, construcción, turismo, comercio y producción de servicios mediante la exención del impuesto a los sellos, reducción del Impuesto Inmobiliario Rural, reducción de las tarifas de gas y electricidad en los parques industriales.

La provincia cuenta con 3 parques industriales. El primero ubicado a pocos kilómetros de la ciudad capital, el segundo en el departamento General Martín Miguel de Güemes. El tercero en San Antonio de los Cobres en el cual se desarrollan actividades vinculadas con la minería.

### San Luis

A través de la Ley de Fomento de las Inversiones y Desarrollo (Ley 5.236) se declara de interés provincial a los planes y programas de inversión vinculados a los sectores industrial, agropecuario, minero, turístico y de servicios que incrementen en forma efectiva el empleo y la base productiva de la economía provincial.

Los proyectos de carácter industrial podrán, dependiendo el tipo de emprendimiento, gozar de los siguientes beneficios:

- Fiscales: exención de los impuestos provinciales (Ingresos Brutos, Inmobiliario, sellos y automotores) por un lapso de 15 años con la siguiente escala: el 100% durante los 5 años iniciales a partir de la certificación de puesta en marcha; del 50% durante los siguientes 5 años y del 25% los últimos 5 años.
- Cuando se trate de industrias electro-intensivas, podrán gozar de un subsidio de hasta el 25% del “Cargo por uso de la Red” de la facturación bruta sin impuestos en las categorías de Grandes Demandas con conexión de la red de Parques Industriales y de hasta el 30% del “Cargo por uso de la Red” de la facturación bruta sin impuesto en el resto de las tarifas.

La provincia cuenta con 5 parques industriales, 3 de los cuales se encuentran en departamento capital y 2 en los departamentos de Pringles y General Pedernera.

### Santa Cruz

La Ley Provincial 1.876 (Fondo de Desarrollo Industrial) constituye un instrumento de promoción para todo tipo de emprendimiento industrial; incluye financiamiento y apoyo técnico. No tiene tope máximo de financiamiento, pudiendo financiar hasta un 50% de la inversión total del proyecto.

El Decreto Provincial 1.369/1994 incluye, entre otras medidas, la exención de impuestos provinciales a fin de promover la industrialización en tierra derivadas de la explotación de la fauna ictícola.

### Santa Fe

La Ley de Promoción Industrial de la Provincia (Ley 8.478 modificada por Ley 9.008, t.o. Decreto 3461/1995) otorga beneficios impositivos a las nuevas radicaciones industriales y a las empresas existentes que amplíen su capacidad de producción o aumenten el número de empleados en forma significativa (se consideran significativos los incrementos del 10% en la capacidad productiva y del 20% en la mano de obra ocupada).

Los incentivos que contempla la Ley para promover la radicación son los siguientes:

- Exención, reducción y/o diferimiento de tributos por períodos determinados hasta un plazo máximo de 10 años.
- Venta, locación o donación, a precio de fomento o sin cargo de bienes del dominio público o privado del Estado Provincial.
- Expropiación de Inmuebles para facilitar la instalación y/o ampliación de Parques y/o Áreas Industriales y/o Polos Industriales.
- Construcción de Infraestructura Básicas para acondicionamiento de áreas y/o parques industriales para la radicación de industrias.
- Concesión de Créditos a mediano y largo plazo, con tasas de interés en condiciones preferenciales.

La provincia cuenta con 6 parques industriales distribuidos a lo largo de la provincia, también existen 13 áreas industriales. Además la provincia cuenta con el Parque Tecnológico Libertad, cuyo objetivo es agrupar los esfuerzos en el desarrollo de nuevos conocimientos y en áreas analíticas de alta complejidad, aplicables a la actividad productiva.

### Tierra del Fuego

Por medio de la Ley 19.640 se crea el Régimen Especial Fiscal y Aduanero de aplicación en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida Argentina e Islas del Atlántico Sur, estableciendo un conjunto de incentivos para la localización de empresas a la provincia.

En cuanto a los impuestos provinciales, se exime del pago al impuesto de los sellos, por cuanto, el único impuesto provincial que las empresas deben abonar es el impuesto a los Ingresos Brutos.

### San Miguel de Tucumán

Mediante la Ley 6.699, se promueve el desarrollo Industrial de la Provincia. Las empresas comprendidas en el régimen podrán gozar de los siguientes beneficios y franquicias:

- Cesión en comodato por tiempo determinado de inmuebles de dominio privado del Estado Provincial;
- Exención de los Impuestos Provinciales;
- Propiciamiento y/o otorgamiento de créditos, garantías o avales;
- Asistencia Técnica y científica por parte de los organismos del Estado;
- Preferencia en la provisión de fuerza motriz y gas por redes;
- Preferencia en las licitaciones del Estado Provincial en caso de Igualdad de condiciones con otras empresas no comprendidas en el régimen.

Para acogerse a los beneficios y franquicias que acuerda el régimen, las empresas deberán llevar a cabo una actividad considerada prioritaria.

**Parques Industriales del País.**

Otro factor inductor de la radicación de inversiones es la instalación de parques industriales, “un Parque Industrial es un terreno urbanizado, dotado de infraestructura y servicios comunes necesarios para el establecimiento y evolución de las industrias que en él se instalen”. Estos constituyen una atracción para las empresas industriales ya que las parcelas son accesibles y hacen evitar que la empresa tenga que realizar inversiones en caminos, instalaciones, etc. ya que el parque cuenta con todos esos servicios.

A continuación se resume en un cuadro comparativo los parques industriales del país.

<b>PARQUES INDUSTRIALES DEL PAÍS</b>	
<b>PROVINCIA DE BUENOS AIRES</b>	<b><u>PARQUES INDUSTRIALES PÚBLICOS</u></b>
	1. <b>Parque Ind. Dr. Ricardo Elicabe</b> - Municipalidad de Bahía Blanca.
	2. <b>Parque Industrial Juan Zilio</b> - Municipalidad de Coronel Suárez.
	3. <b>Parque Industrial Tres Arroyos</b> - Municipalidad de Tres Arroyos.
	4. <b>Parque Industrial Olavarría</b> - Municipalidad de Olavarría.
	5. <b>Parque Industrial Azul</b> - Municipalidad de Azul.
	6. <b>Parque Industrial Tandil</b> - Municipalidad de Tandil.
	7. <b>Parque Ind. Gral. Manuel Savio</b> - Municipalidad de General Pueyrredón.
	8. <b>Parque Industrial Carlos Casares</b> - Municipalidad de Carlos Casares.
	9. <b>Parque Industrial Lincoln</b> - Municipalidad de Lincoln.
	10. <b>Parque Industrial Junín</b> - Municipalidad de Junín.
	11. <b>Parque Industrial Bragado</b> - Municipalidad de Bragado.
	12. <b>Parque Industrial Chivilcoy</b> - Municipalidad de Chivilcoy.
	13. <b>Parque Industrial Pergamino</b> - Municipalidad de Pergamino.
	14. <b>Parque Industrial San Nicolás</b> - Ente de Promoción del Plan COMIRSA.
	<b><u>PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS</u></b>
	15. <b>Parque Industrial Campana</b>
	16. <b>Parque Industrial Escobar</b>
	17. <b>Parque Industrial Pilar</b>
18. <b>Parque Industrial Berazategui</b>	
19. <b>Parque Industrial Malvinas Argentinas</b>	

<p style="text-align: center;"><b>PROVINCIA DE CHACO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Fontana</li> <li>2. Parque Industrial Puerto Tirol</li> <li>3. Parque Industrial Machagai</li> <li>4. Parque Industrial Pres. de la Plaza</li> <li>5. Parque Industrial Gral. José de San Martín</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>PROVINCIA DE CHUBUT</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Trelew - Municipalidad de la Ciudad de Trelew.</li> <li>2. Parque Industrial Dolavón - Municipalidad de Dolavón</li> <li>3. Parque Industrial Rawson - Municipalidad de Rawson</li> <li>4. Parque Industrial Puerto Madryn y Comodoro Rivadavia.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>PROVINCIA DE LA PAMPA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Santa Rosa</li> <li>2. Parque Industrial General Pico</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>PROVINCIA DE CÓRDOBA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Río Cuarto - Municipalidad de Río Cuarto.</li> <li>2. Parque Industrial Río Tercero - Municipalidad de Río Tercero.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b><u>PARQUE INDUSTRIAL MIXTO</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Parque Industrial de San Francisco</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Parque Industrial de Luque</li> <li>5. Parque Industrial de Villa del Rosario</li> </ol>

<p style="text-align: center;">PROVINCIA DE ENTRE RÍOS</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Paraná - Municipalidad de Paraná.</li> <li>2. Parque Industrial Concordia</li> <li>3. Parque Ind. Concep. del Uruguay</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES MIXTOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Parque Industrial de Villaguay</li> <li>5. Parques Industriales Privados</li> <li>6. Parque Industrial Gualeguaychú</li> <li>7. Parque Industrial La Paz</li> </ol>
<p style="text-align: center;">PROVINCIA DE JUJUY</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial de Palpalá.</li> <li>2. Parque Industrial San Salvador de Jujuy.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">PROVINCIA DE LA RIOJA</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial La Rioja</li> <li>2. Parque Industrial Chilecito.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">PROVINCIA DE MENDOZA</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Perdriel (Luján de Cuyo)</li> <li>2. Parque Industrial Las Heras</li> <li>3. Parque Industrial General Alvear</li> </ol>
<p style="text-align: center;">PROVINCIA DE NEUQUEN</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial Neuquén</li> <li>2. Parque Industrial de Cutral-Co</li> </ol>

<b>PROVINCIA DE RÍO NEGRO</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. PIASA</li> <li>2. Parque Industrial Catriel</li> <li>3. Parque Industrial Cipolletti</li> <li>4. Parque Industrial General Roca</li> <li>5. Parque Industrial Viedma</li> </ol>
<b>PROVINCIA DE SALTA</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial de Salta</li> <li>2. Parque Industrial Güemes</li> <li>3. Parque Industrial Minero San Antonio de los Cobres</li> </ol>
<b>PROVINCIA DE SAN JUAN</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secretaría de Producción e Inversión. Sector Promoción Económica.</li> </ol>
<b>PROVINCIA DE SAN LUIS</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ministerio de Progreso. Programa Parques Industriales.</li> </ol>
<b>PROVINCIA DE SANTA FE</b>	<p style="text-align: center;"><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Industrial de Avellaneda</li> <li>2. Parque Industrial de Reconquista</li> <li>3. Parque Industrial de Rafaela</li> <li>4. Parque Industrial de Sauce Viejo</li> <li>5. Parque Industrial de Alvear</li> <li>6. Parque Industrial de Venado Tuerto</li> </ol>

<b>PROVINCIA DE SANTIAGO DEL ESTERO</b>	<p><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <p><b>1. Parque Industrial “La Isla” – La Banda.</b></p>
<b>PROVINCIA DE TUCUMAN</b>	<p><b><u>PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS</u></b></p> <p><b>1. No posee parque industrial.</b></p>

Fuente: Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa

### C) LA SITUACIÓN DE NUESTRA PROVINCIA

La provincia de Santiago del Estero tiene una superficie de 136.351 km<sup>2</sup>, que representa el 3,6% del territorio nacional. La población provincial, según datos del Censo Nacional de 2001, es de 804.457 habitantes, con una densidad de 5,9 habitantes/ km<sup>2</sup>. El 60% de la población provincial se concentra en los departamentos Capital, Banda, Río Hondo y Robles. Santiago del Estero presenta una de las tasas de población rural más altas del país, cercana al 40%, mientras que el promedio nacional no alcanza al 13%.

Casi todo el territorio de la provincia es llano, con estribaciones de las sierras pampeanas hacia el oeste y sur. Se halla comprendida en su mayor parte dentro del parque chaqueño. Debido a las características del suelo, a su clima semiárido con altas temperaturas, régimen de lluvia estacional y alto grado de evapotranspiración, se requiere del riego para la actividad agropecuaria en vastas zonas del territorio provincial.

#### **Estructura Productiva**

El Producto Bruto Geográfico (PBG) provincial representa alrededor del 0,8% del PBI nacional, siendo una de las provincias de menor desarrollo relativo del país. El PBG provincial está conformado en un 7% por el sector primario, 15% por el secundario y 78% por el terciario.

Dentro de este último, el sector público representa el 24% del mismo. La contribución del sector público provincial en el valor agregado más que duplica la del promedio nacional (11%).

La estructura productiva de la provincia se asienta sobre la producción primaria, fundamentalmente sobre los sectores agrícola, ganadero y forestal, dentro de los cuales se destacó, durante la última década, la actividad algodonera. La expansión experimentada en ese período, la constituyó en la principal actividad productiva, no sólo por la magnitud de su valor agregado, sino también por su importancia en el comercio exterior provincial y sus eslabonamientos con el sector industrial. Sin embargo, en los últimos años, dicha actividad está siendo desplazada por la creciente importancia del cultivo de la soja.

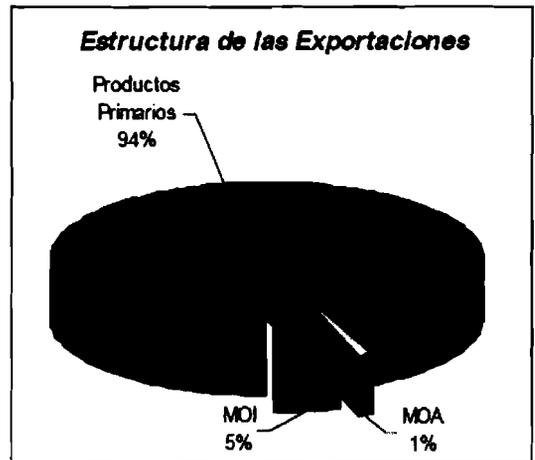
El sector manufacturero provincial tiene escaso desarrollo y la principal actividad industrial es el desmotado de algodón.

Fuente: Panorama Económico Provincial de Santiago del Estero – Ministerio de Economía, Enero 2006.-

### Las Exportaciones<sup>4</sup>

Las exportaciones de Santiago del Estero en 2004 alcanzaron los 151,3 millones de dólares, con un incremento del 7% respecto a las cifras del año anterior. Los productos primarios, principal rubro de exportación, se mantuvieron estables, las manufacturas de origen agropecuario y las de origen industrial tuvieron fuertes incrementos, especialmente en este último rubro, aumentando más de 50 veces su valor, provocando una modificación en la participación de las MOI en el total exportado.

De esta manera, la estructura de las exportaciones de la provincia se modificó, aunque siguen siendo los Productos Primarios los que cuentan con mayor peso



(94% del total), compuestas fundamentalmente por cereales y oleaginosas, entre los cuales es muy importante el peso de la soja, el maíz y el trigo, así como también el girasol, la miel y las legumbres. En segundo lugar, se ubican las Manufacturas de Origen Industrial, desplazando a las MOA, con un 5,6% del total exportado, compuesta principalmente por hilados de algodón. Finalmente las Manufacturas de Origen Agropecuario representan menos del 1% del total exportado (principalmente fibra de algodón).



El destino principal de las exportaciones son los países asiáticos, que representan el 49% del total de ventas externas, ubicándose en segundo lugar Brasil, con el 16% del total. Por último África representa el 13% del total de exportaciones y la Unión Europea participa con cerca del 9% del total.

Comparando los primeros 9 meses del año 2005 con respecto a igual período de 2004 se observa una caída del 32%. Esta disminución se registra principalmente en los principales productos de exportación de la provincia: soja, maíz y trigo cuyas exportaciones disminuyen tanto en

<sup>4</sup> Panorama Económico Provincial de Santiago del Estero – Ministerio de Economía, Enero 2006.-

cantidad como en precio medio, dando como resultado una fuerte caída en el valor total. El valor de las ventas de soja cayó un 39%, en maíz 64%, trigo 60% y girasol 45%. Una menor cantidad de productos como el algodón y el hilado y tejido de algodón registraron subas de distinta magnitud, que sin embargo no alcanzaron a compensar la caída antes mencionada.

La visión que se plantea el gobierno de Santiago del Estero es el de un “**Modelo Agroindustrial**, en el que estamos empeñados, por vocación, decisión y voluntad política, es una visión integral no extractiva de los recursos naturales, no lineal de las ciudades, de lo que queremos ser y hacer con nuestra economía, que es darle valor agregado, en un proceso de incorporación de nuevas áreas rurales de miles de hectáreas de producción de materia prima y de nuevas ciudades estratégicas de producción de bienes y servicios complementarios y de calidad ambiental e institucional, para salir de la barbarie, del atraso y la pobreza, para romper con el aislamiento insertándonos definitivamente en el contexto regional, nacional y mundial, en el marco de una economía favorable a los negocios y una gestión federal, concentrada y decidida a reparar las postergaciones históricas”<sup>5</sup>.

También podemos hacer mención de la matriz FODA desarrollada en el plan estratégico de la provincia, el cual enuncia lo siguiente:

Fortalezas:

- Posición estratégica de SE, en el centro del Norte Grande Argentino y América Latina;
- Extensas llanuras para trazar caminos de bajo costo;
- Suelos con aptitudes potenciales para producir Materias Primas;
- Vocación política de afianzar el estado de derechos;
- Decisión política de alcanzar el modelo deseado;
- Ratificación política reiterada del gobierno provincial.

Oportunidades:

- Apertura de los mercados regionales y mundiales;
- Crecimiento sostenido de la economía nacional;
- Marco federal de acuerdos de reparación histórica;

---

<sup>5</sup> Plan Estratégico Territorial para la Instalación del Modelo Agroindustrial Descentralizado de Desarrollo Humano Sustentable, de la Provincia de Santiago del Estero al 2016. Febrero 2005.-

- Mayor difusión e interés por invertir en la provincia;

Debilidades:

- La falta de infraestructura, equipamientos y servicios;
- El deterioro ambiental y primarización de la economía;
- El aislamiento, el atraso, la pobreza y la exclusión social.

Amenazas:

- Las sequías, las inundaciones, los incendios forestales;
- El analfabetismo, la contaminación y la vulnerabilidad social;
- Las enfermedades endémicas y epidémicas.

Actualmente la provincia cuenta con varias herramientas de promoción destinadas a la atracción de inversiones de empresas industriales, una de las más importantes es la ley N° 65.750 de Promoción y Desarrollo Industrial creada el 09 de Agosto de 2005, por la Cámara de Diputados, como una política de estado del Gobierno de la Provincia, con el fin de fomentar la radicación de empresas industriales.

Según una publicación periodística<sup>6</sup>, en el marco de de esta ley la provincia invirtió \$ 392.589.221 de pesos en la radicación de fábricas que posibilitaron la incorporación de 1.849 trabajadores. La mayor de las inversiones, alrededor de 300 millones, fue destinada a industrias textiles, aceites y biocombustibles, mientras que el resto se concentró en empresas dedicadas a la construcción, alimenticias, metalmecánicas, turismo y servicios.

Según declaración de titular de la Subsecretaría de Recursos Naturales, Forestación y Tierras se propicia a la instalación de nuevas industrias y la ampliación de las existentes como una manera de incentivar la actividad en las zonas con marcada tendencia migratoria, además de fomentar el aprovechamiento racional de los recursos naturales de Santiago del Estero.

---

<sup>6</sup> www.diariopanorama.com, lunes 23 de julio de 2007. Santiago del Estero – Argentina.-

A continuación se hará un resumen de lo que contempla la **Ley N° 65.750 de Promoción y Desarrollo Industrial**:

#### Objetivos

- Propiciar la instalación de nuevas industrias en la Provincia, y la ampliación de las ya existentes
- Iniciar o incrementar la actividad industrial en zonas de escasa población y con marcada tendencia migratoria
- Fomentar el aprovechamiento racional de los recursos e insumos de la Provincia.
- Promover la radicación en el Parque Industrial a fin de lograr un adecuado y eficiente desarrollo industrial.
- Apoyar la expansión y el fortalecimiento del la Micro, Pequeña y Mediana Industria.

#### Sistema Promocional

A los efectos de graduar los beneficios promocionales, se otorga prioridad a las industrias derivadas del sector agrícola, ganadero, forestal, minero, turístico, construcción y aquellas que el Poder Ejecutivo declare de interés para el desarrollo económico y social de la Provincia.

#### Condiciones

- Utilice materia prima, productos semielaborados y recursos naturales originarios de la provincia.
- Permita la producción que contribuya a sustituir las importaciones o faciliten exportaciones a condiciones convenientes de la Provincia.
- Tengan gran efecto multiplicador en la economía provincial, logrando alcanzar un mayor nivel de ocupación de mano de obra.
- Estén destinados a instalaciones industriales permanentes y con procesos tecnológicos avanzados.

- Impulsen a consolidar la industria existente o promuevan y desarrollen nuevas actividades industriales.
- Tiendan a una efectiva integración de los procesos productivos dentro de la provincia.
- Desarrollen infraestructura turística, en sus diversas facetas.

#### Beneficios de carácter promocional

- a) Devolución de hasta un treinta por ciento (30%) de la inversión nueva realizada o de la ampliación de las existentes en un plazo que no podrá exceder de los cinco (5) años, contados efectivamente a partir de la primera producción efectuada, en ambos casos considerados en términos del proyecto.
- b) Reintegro de hasta el cincuenta por ciento (50%) o crédito fiscal a los efectos del pago de futuros impuestos por las inversiones en caminos, redes eléctricas, provisión de agua, desagües y otras obras de infraestructura que realicen las empresas, vinculadas al proyecto.
- c) Exención de tributos provinciales existentes o a crearse, por un plazo de hasta diez (10) años, y en forma total o escalonada.
- d) Facilidad para la compra, locación o comodato con opción a compra dentro del plazo de los cinco (5) años y leasing, de bienes muebles e inmuebles del estado provincial.
- e) Asistencia y asesoramiento técnico por parte de los organismos del Estado, tanto en aspecto administrativo como tecnológico y financiero.
- f) Apoyo y participación estatal en la gestión de exenciones y reducciones impositivas, tarifarias, medidas de promoción o amparo y otras franquicias en el orden nacional o municipal.
- g) Subsidios de hasta el cincuenta por ciento (50%) a la tasa de interés de la línea crediticia para las empresas promocionadas.
- h) Otorgamiento de préstamos de fomento e inversión.

### Importante

Cuando en algún proyecto se establezca el otorgamiento de más de un beneficio, tal subvención no podrá superar el cincuenta por ciento (50%) de la inversión nueva realizada o la ampliación de la existente, con excepción del reintegro de la inversión en caminos, redes, etc. y la exención de los tributos provinciales, cuyos beneficios no serán considerados a los efectos del tope establecido.

En zonas y/o actividades declaradas prioritarias por el P.E., con carácter general, el plazo establecido para la exención impositiva podrá ampliarse en un cincuenta por ciento (50%).

### Beneficiarios

- Las personas físicas domiciliadas en el país, las que deberán constituir domicilio legal en la provincia.
- Las personas jurídicas, públicas, provinciales o privadas, constituidas o habilitadas para operar en el país de conformidad con la legislación vigente.
- Los inversores extranjeros que constituyan domicilio legal en la provincia, conforme a las normas vigentes.

### Recursos disponibles para el otorgamiento del beneficio

Se creó una cuenta especial denominada FONDO DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO INDUSTRIAL, que se contemplará en el presupuesto anual como crédito, lo que garantiza plenamente que los recursos se encuentren disponibles al momento de su uso.

### Autoridades de aplicación de la ley

Ministerio de la Producción, Recursos Naturales, Forestación y Tierras, quien preside una Comisión de Evaluación, Seguimiento y Control. Conformada por:

- Secretaría de Desarrollo, Ciencia, Tecnología y Gestión Pública.
- Dirección General de Industria y Comercio.
- Secretaría de Obras y Servicios Públicos y Recursos Hídricos.
- Secretaría de Planeamiento y Coordinación.

- Dirección General de Rentas.
- Tribunal de Cuentas de la Provincia.

### Parque Industrial “La Isla”

Está ubicado en La Banda, posee acceso con pavimento, cuenta con una superficie de 266 has, red de gas natural, cloacas con colectores de desagües industriales. Está ubicado a 4 kms. del principal aeropuerto provincial, a 3 kms. del ferrocarril y presenta una óptima conexión con los accesos viales.

En lo que concierne a la influencia de la Ley 65.750 de Promoción y Desarrollo Industrial desde su implementación hasta el día de hoy se han incrementado en un 62,79% las empresas que se radican en el Parque Industrial. Como se puede observar en las tablas en las tablas C1 y C2.

#### C.1. Empresas Radicadas en el Parque Industrial Instaladas antes de la Ley 65.750<sup>7</sup>

RUBRO	CANTIDAD
Alimentos	8
Construcción	11
Textil	1
Tecnología - Investigación	1
Servicio	3
Manufacturas	2
Imprenta	1
Total	27

#### C.2. Empresas radicadas y a radicarse después de la Ley 65.750 de Promoción y Desarrollo Industrial<sup>8</sup>

RUBRO	CANTIDAD
Alimentos	6
Construcción	16

<sup>7</sup> Cuadro elaborado en función de información suministrada por la Dirección de Industria y Comercio de Santiago del Estero.

<sup>8</sup> *Ibidem*

Bienes en General	11
Tecnología - Investigación	2
Combustible	2
Minería	2
Servicio	1
Textil	1
Manufacturas	2
Total	43

## CAPITULO 2: LOS REQUISITOS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES.

Cuando hablamos de requisitos de las empresas industriales, nos estamos refiriendo a las necesidades que estas desean satisfacer que a diferencia de los consumidores finales, estos no adquieren un producto ni mucho menos toman una decisión de radicación de acuerdo a percepciones, sino que deben obtener o se debe plasmar el beneficio derivado de la decisión de adquisición o radicación. A continuación procederemos a analizar el sector industrial argentino y el santiaguense.

### A) ANÁLISIS DEL SECTOR

La Actividad Industrial se define como un proceso de transformación de bienes, desarrollado por todo establecimiento destinado a la elaboración, transformación, armado, ensamble o manufactura de productos en general.

Teniendo en cuenta la publicación realizada por la Unión Industrial Argentina en su página web, en función a la realización del 6° Foro Federal de la Industria- Región NOA realizado en Salta, se consideró un esquema general con un análisis de la cadena de valor de las distintas industrias y su generación de riqueza para la zona. Según este esquema nuestra zona (la región NOA) se caracteriza por la fuerte presencia de las industrias Citrícola, Caprina, Turismo, Minera y Azucarera.

Esquema General de la Cadena de Valor por Región <sup>9</sup>	
Región	Cadena de Valor
<b>Noreste Argentino</b> Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algodón – Textil – Indumentaria</li> <li>• Foresto – Industrial</li> <li>• Arroz</li> </ul>
<b>Región Centro</b> Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autopartista</li> <li>• Avícola (huevos y ovoproductos)</li> <li>• Carne Avícola</li> <li>• Carne Bovina</li> <li>• Foresto – Industrial (muebles)</li> <li>• Maquinaria Agrícola</li> <li>• Textil – Indumentaria</li> </ul>
<b>Región Pampeana</b> Buenos Aires, La Pampa, Ciudad de Buenos Aires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Farmacéutica</li> <li>• Ind. De aceites y harinas proteicas</li> <li>• Industria Naval</li> <li>• Productos industriales de cuero</li> <li>• Software</li> <li>• Trigo</li> </ul>
<b>Región Cuyo</b> La Rioja, San Juan, San Luis, Mendoza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes de Capital</li> <li>• Durazno Industrializado</li> <li>• Minería</li> <li>• Olivícola</li> <li>• Tomate industrializado</li> <li>• Turismo</li> </ul>
<b>Patagonia</b> Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carne Ovina</li> <li>• Frutícola</li> <li>• Lana</li> <li>• Minería</li> <li>• Petróleo y Gas</li> <li>• Turismo</li> </ul>
<b>Noroeste Argentino</b> Salta, Catamarca, Jujuy, Santiago del Estero, Tucumán	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadena Citrícola</li> <li>• Cadena Caprina</li> <li>• Cadena de la Industria del Turismo</li> <li>• Cadena de la Minería</li> <li>• Cadena del Azúcar</li> </ul>

<sup>9</sup> Fuente: [www.uia.org.ar](http://www.uia.org.ar) (Sitio web de la Unión Industrial Argentina)

Las cadenas analizadas abarcan una amplia muestra de la actividad productiva de cada una de las regiones, reflejándose su impacto económico en el importante nivel de empleo, producto y exportaciones que generan, así como en su fuerte inserción en las economías regionales.

En el desarrollo de estos informes participaron a través de entrevistas personales y talleres de trabajo más de 3.000 empresarios de las industrias protagonistas, contándose además con el apoyo de las Cámaras Sectoriales y las Uniones Industriales Provinciales que hicieron un gran aporte en el suministro de información, generación de contactos e identificación de problemáticas y oportunidades. Asimismo se contó con la activa presencia de autoridades nacionales y provinciales en la validación de la Agenda Estratégica y la presentación de los resultados en los Foros.

### El Sector Industrial en Santiago del Estero

La elaboración de alimentos y bebidas es el sector industrial más relevante con cerca del 50% del valor de la producción, le sigue en importancia la industria textil que genera el 17%. Esta última rama industrial es la que más rápidamente reaccionó favorablemente a los cambios ocurridos a partir del año 2002. Tanto Fialsa, de la textil Inta, como Santista Textil Argentina (ex Grafa), evidencian un alto grado de actividad, las plantas fabriles instaladas en el parque industrial han comenzado a ampliar sus instalaciones a fin de incrementar su capacidad productiva. Otro de los rubros de gran crecimiento desde el 2005 fue el de la construcción, y en el último tiempo el desarrollo de biocombustible es un rubro que se encuentra en crecimiento debido a una necesidad de agregarle valor a la materia prima de la cual la provincia es productora por excelencia.

### **B) ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS CON POTENCIALIDADES DE RADICACIÓN EN LA PROVINCIA.**

En este punto, la investigación se divide en dos partes, en un primer lugar se realiza un relevamiento de las empresas que se encuentran con solicitud de parcela en el parque industrial o que estén realizando inversiones en la provincia con aspiraciones de radicación a fin de determinar sus necesidades en cuanto a infraestructura y servicios para su normal funcionamiento. En un segundo lugar se realizó un relevamiento de estudios realizados en el cual se determinen los rubros en los que la provincia posee potencialidad de atracción dada las

A la vez los empresarios remarcaron que los cinco factores más importantes a la hora de su radicación en el parque industrial fueron:

1. Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas, etc.
2. Cercanía al mercado;
3. Estructura Legal e Impositiva;
4. Costo y disponibilidad de la materia prima;
5. Buenos accesos y comunicaciones.

Un aspecto que sale a luz en estos resultados es la ausencia de factores técnicos como la existencia de mano de obra capacitada. Ya que la provincia a través del parque industrial brinda todos los factores antes mencionados, porque cuenta con disponibilidad de servicios, cercanía a los mercados (ubicado en un punto estratégico de comunicación), buenos accesos y comunicación. Los otros dos los brinda la provincia en si pero pareciera haber una ausencia del factor mano de obra, factor marcado como segundo en orden de importancia en el resultado de la primera pregunta.

Con respecto al conocimiento por parte de estas empresas de los mecanismos promocionales a la inversión industrial:

Un 60% manifiesta conocer la Ley 65.750 de Promoción y Desarrollo, el 40% restante desconoce de su existencia (debido a que son empresas beneficiadas con la antigua ley).

Algunos empresarios manifestaron asimetrías con respecto a que la nueva ley de promoción y desarrollo solo beneficiaba a las empresas nuevas o a las ampliaciones.

Es llamativo ver que ninguna de las empresas que se encuentran radicadas en el parque industrial reconoce la existencia del mismo como un mecanismo de promoción al desarrollo industrial, ya que no cuenta con:

- Tarifas diferenciales en luz, agua, gas o teléfono;
- Un sistema efectivo de tratamiento de afluentes;
- Seguridad las 24hs en las calles internas del parque.

Cabe destacar que en algunas parcelas no se brindan los servicios de agua y luz. Además la mayoría manifestaron que en constantes oportunidades fueron victimas de robos tanto dentro de las empresas como fuera de las mismas.

Otro instrumento de promoción a la actividad industrial es el Programa de Asistencia Crediticia a la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas el cual otorga préstamos a tasa subsidiada de hasta \$20.000 para las micro y pequeñas empresas y de hasta \$100.000 a las pequeñas y medianas empresas. El programa no fue mencionado por los empresarios en la encuesta cuando se les pregunto que mencionen los instrumentos de promoción a la actividad industrial con que cuenta la provincia.

### CAPITULO 3: LAS HERRAMIENTAS DE MAKETING PROPUESTAS.

#### **DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING GUBERNAMENTAL**

##### **ANÁLISIS FODA**

A continuación se desarrollará un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con que cuenta la Provincia para la atracción de empresas industriales:

##### Fortalezas:

- 3 Años de crecimiento sostenido de la actividad industrial en la provincia, debido principalmente a la implementación por parte del Gobierno de una Política de Crecimiento y Desarrollo Industrial;
- La existencia de la Subsecretaría de Representación Oficial de la Provincia en Santiago del Estero. La misma facilita los contactos con los consulados, estados y empresarios nacionales e internacionales.
- La existencia de obras de infraestructura (obras hídricas, viales, energéticas) de gran envergadura financiadas por el Gobierno Nacional.
- Plan estratégico de la provincia de convertirse hasta el 2016 en un polo agroindustrial. Conlleva una predisposición a implementar leyes que promuevan la actividad agroindustrial.
- Organismo de Promoción al Desarrollo Industrial.

##### Oportunidades:

- Credibilidad ante los empresarios industriales;

- Crecimiento sostenido de la economía nacional;
- Marco federal de acuerdos de reparación histórica;
- Mayor protagonismo de la Provincia en el territorio Nacional;

Debilidades:

- La poca o nula comunicación con aquellos empresarios industriales ya instalados en la provincia;
- Falta de Mano de Obra capacitada en labores industriales (tornero, operario de grúa, etc.);
- Alta influencia del Sector Público en el PBG (producto Bruto Geográfico). El doble de la media nacional.
- Escases de empresas vinculadas a la industria, tanto de servicios como productora de bienes.
- Mercado interno con escaso poder adquisitivo.

Amenazas:

- Crecimiento de la inseguridad;
- La contaminación ambiental;
- Vulnerabilidad social;
- Inflación, Hiperinflación, incremento generalizado del precio de los factores.
- Cambios climáticos;
- Crisis Energética.
- Escasez de Agua.

## **OBJETIVOS**

1. Lograr posicionar a Santiago del Estero como plaza de alto atractivo para la inversión de industrias nacionales y extranjeras. Este objetivo se podrá alcanzar siendo prioridad las materias relacionadas con la promoción, coordinación y seguimiento de las políticas de inversión directa.
2. Planificar el desarrollo y la ejecución de los instrumentos para la promoción de inversiones nacionales y extranjeras en la provincia con destino a sector industrial, proponiendo mecanismos de incentivo, así como también efectuar el seguimiento y coordinación de las inversiones radicadas en la provincia a fin de identificar las necesidades. Con esto lo que se pretende es diseñar instrumentos de promoción destinado a las actividades relacionadas con las industrias instaladas en la provincia.
3. Formular instrumentos para la expansión del comercio exterior y la internacionalización de las empresas locales, las cuales solo podrán lograrlo si son acompañadas por el estado provincial, invirtiendo en obras de infraestructura y servicios para las empresas industriales.
4. Evaluar los resultados de los programas de Promoción Industrial, beneficio de la Ley 65.750, régimen de adjudicación de parcela en el parque industrial, asistencia técnica y crediticia a fin de determinar la influencia que estos tienen en el desarrollo industrial de la provincia.
5. Lograr que el empresariado industrial reconozca los beneficios que le brinda la provincia para promocionar su actividad sin que ellos se vean desvirtuados por dificultades para su goce.
6. Fomentar la creación y utilización de energías alternativas por parte de las empresas que se radiquen en la provincia o ya se encuentren radicadas.
7. Generar conciencia del uso racional de los recursos. A fin de garantizar a largo plazo a las empresas la utilización de los mismos.

## **ESTRATEGIAS**

### **DESARROLLO DEL PRODUCTO SANTIAGO DEL ESTERO**

- Incentivar no solo la contratación de mano de obra local sino también la capacitación de la misma.
- Disminuir la incidencia del sector público en el PBG por medio de incentivos a la contratación de mano de obra local realizar un traspaso del sector publico al privado.
- Realizar una campaña direccionada a la capacitación de la mano de obra santiagueña. Lograr certificar capacidades en oficios (certificado de conocimiento del oficio de albañil, tornero, etc.). Esto se realizaría en forma conjunta con la Unidad Técnica de Certificación de Competencias Laborales, Dirección Nacional de Orientación y Formación Profesional, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.
- Invertir en el desarrollo de infraestructura, hídrica, vial, eléctrica, etc. De esta manera reducir gastos en obras públicas (construcción de caminos, tendido eléctrico, etc.) con los que tiene que afrontar una empresa cuando se radica en una zona poco urbanizada.

### **PROMOCIÓN Y PROPAGANDA**

- Formar un órgano conjunto conformado por representantes del Gobierno Provincial, Unión Industrial de Santiago del Estero, Universidad Nacional y Universidad Católica de Santiago del Estero. Este trabajará de forma permanente como organismo descentralizado con presupuesto particular.
- Fomentar la creación de instrumentos de promoción a la actividad de soporte a las industrias que actualmente se encuentran radicadas en nuestra provincia.

- Posicionar a la provincia como protectora de las inversiones existentes, lo que permitirá que el empresariado confíe en la provincia al momento de evaluar inversiones a largo plazo.

## **TACTICAS**

Las tácticas indican cómo ejecutar la estrategia. Hay dos medios fundamentales de ejecución de las tácticas en Marketing: El primero corresponde a aquellas variables de marketing que se pueden controlar. El segundo, a las condiciones del contexto.

### **Manipulación de las variables controlables**

Definimos dos variables controlables con las cuales cuenta el Estado.

Producto: existen tres maneras fundamentales de gestionar un producto: introducirlo en el mercado, modificarlo o cambiarlo y abandonarlo<sup>12</sup>.

En lo que respecta al producto “Santiago del Estero” para la radicación de inversiones industriales. Las técnicas se encontraran orientadas a introducir la marca en nuevos mercados a llamar a la captación de inversiones de países extranjeros no visitados por el actual gobierno hasta el momento. Otra de las técnicas será destinada a la modificación del producto para realizarle mejoras en la implementación de las promociones industriales y en la ejecución de los instrumentos de promoción.

Promoción: definimos cuatro tipos de promoción: trato directo o cara a cara, promoción del producto, anuncios y la publicidad. En lo que respecta a trato directo o cara a cara hay que decidir entre formar un equipo de vendedores del producto “Santiago del Estero” o realizar la tercerización del servicio. La promoción del producto se refiere a leyes especiales que beneficieren a las empresas a instalarse, la presentación de polos productivos ventajosos para la actividad industrial. En cuanto a promoción se refiere se debe comparar costos tanto de promocionar la provincia como no hacerlo, promocionar mediante una ley con beneficios fiscales o la construcción de un polo industrial ventajoso para la actividad a desarrollar.

En cuanto a tácticas de publicidad y anuncios se utilizará para dar a conocer el producto generalmente en revistas especializadas para el sector, paginas de internet, medios masivos a

---

<sup>12</sup> El Plan de Marketing; William A. Cohen; 2ª Edición; Edit. DEUSTO; pagina 93.-

nivel nacional, etc. Al definir esta táctica se deberá determinar si la gráfica, radio, televisión o internet es el medio más adecuado a fin de lograr un impacto, así como medir ese impacto en función a la respuesta obtenida a dicha campaña.

**Relaciones Públicas:** Establecer y mantener una imagen favorable en las mentes de quienes constituyen el entorno. Esta táctica la dividiremos en dos aéreas:

- **Relaciones Externas:** estas serán llevadas a cabo por medio de la Subsecretaria de Representación Oficial de la Provincia en Santiago del Estero tanto con las empresas nacionales como las extranjeras.
- **Relaciones Internas:** Se establecerá un contacto permanente con los empresarios de las empresas radicadas en la provincia a fin de identificar sus necesidades y poder responder a ellas con la mayor celeridad posible. Esto será llevado a cabo por la Subdirección de Industria de la Provincia, la cual será la encargada de emitir un informe de la situación actual del empresariado industrial en la provincia.

**Acción Política:** Posicionamiento mediante acciones concretas en búsqueda de nuevos instrumentos para el crecimiento industrial. Esto en dos frentes:

**El Poder Legislativo:** Mediante proyectos de ley para incentivar las inversiones nacionales y extranjeras.

**El poder Ejecutivo:** reglamentar las leyes para su eficiente implementación. Control de los Organismos encargados del contacto con el empresariado y de ejecución de las leyes.

**Coalición:** Unión y actuación conjunta con los interesados en lograr el Desarrollo Industrial de la Provincia. Así mismo promover la integración en políticas de promoción con las restantes provincias del interior a fin de desarrollar actividades industriales que complementadas generen una cadena de valor favoreciendo al desarrollo de la región.

**Diversificación:** Inversión realizando distintos parques industriales en posiciones estratégicas de la Provincia. Para ello se adoptará la forma de consorcio de administración público – privado en el cual las empresas serán las dueñas de los predios o en su defecto el municipio que correspondiera, la administración estaría a cargo de aquellas personas que designen los miembros del consorcio, quienes serán representantes de las empresas y del sector público. El estado provincial contribuirá permitiendo que las empresas radicadas en aquel parque industrial gocen automáticamente de los beneficios de la ley de promoción industrial. Así como descuentos en la tarifas de luz, agua y gas.

**Disuasión:** Se disuadirá a aquellas empresas locales, nacionales o extranjeras que por cuya actividad generen un daño ambiental irreversible para nuestra provincia. Esto en función de buscar que se instalen empresas industriales que no produzcan daño ambiental o que este sea mínimo.

**Publicidad No Tradicional (PNT):** Se hará con la participación de funcionarios de la provincia en programas de difusión nacional (ej. Argentina para Armar, TN).

**Publicidad Direccionada:** Se publicitará a la provincia en los rubros propuestos como potenciales en el capítulo 1, los mismos serán realizados mediante graficas en revistas especializadas, internet y televisión. Otra publicidad direccionada estaría dada por la presencia a través de stand de la provincia en ferias y exposiciones de los rubros propuestos.

**Tácticas Definidas:**

1. Táctica de modificación del producto:
2. Táctica de introducción en nuevos mercados:
3. Táctica de promoción del producto “Santiago del Estero”:

**PRESUPUESTO**

En este punto se procederá a cuantificar las acciones del plan y de cada uno de los programas de acción. Se proyectaran los costos a afrontar:

**Costos Propuestos**1. Presupuesto de la Representación Oficial de la Provincia en la Ciudad de Santiago del Estero<sup>13</sup>

<b>Gastos Corrientes</b>		<b>\$ 1.350.532</b>
<b>Gastos de Consumo</b>		<b>\$ 1.335.532</b>
Gastos en Personal:	\$ 481.376	
Bienes de Consumo:	\$ 129.756	
Servicios no Personales:	\$ 724.400	
Transferencias Corrientes	\$ 15.000	
Transferencias corrientes:	\$ 15.000	
<b>Gastos de Capital</b>		<b>\$ 283.320</b>
Inversión Real	\$ 283.320	
10 Trabajos Públicos	\$ 283.320	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.633.852</b>

2. Fondo Fiduciario para la Promoción Industrial<sup>14</sup>**Transferencias de Capital**

Aporte al Fondo Fiduciario Ley Promoción Industrial	\$ 15.000.000
---	---------------

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.000.000</b>
--------------	----------------------

---

<sup>13</sup> Se realizó en base a la Abstracción de la Ley de Presupuesto 2007 de La Provincia de Santiago del Estero.

<sup>14</sup> *Ibidem*

### 3. Presupuesto de la Dirección de Industrias y Comercio para el Desarrollo de la Actividad Industrial.

#### Inversión Financiera

Activos Financieros		4.000.000
Préstamos		4.000.000
A Particulares	2.000.000	
Otros Préstamos	2.000.000	
Para Emprendimientos en Forma Asociativa e Instituciones	2.000.000	
<b>TOTAL</b>		<b>4.000.000</b>

### 4. Presupuesto de la Subdirección de Industrias para el Desarrollo de la Actividad Industrial.

#### Gastos de Consumo

Publicidad y Propaganda 300.000

#### Gastos de Capital

Inversión Real 4.300.000

Trabajos Públicos (Parques Industriales) 4.300.000

**TOTAL 4.300.000**

**TOTAL GENERAL \$ 24.9338.852**

## CONTROL

Los controles se harán en base ha indicadores de gestión, como ser:

- Empresas radicadas en la provincia sobre aquellas enunciadas como potenciales de radicación. Para llevar un control se realizara una analogía al semáforo para determinar los estados de situación de la implementación de los planes.

	0 – 10%
<b>Amarillo</b>	10 – 30%
	+ 30%

- Incidencia del sector público en el PBG.

	+ 24 %
<b>Amarillo</b>	24 - 11%
	- 11%

- Otros Ratios Representativos de la Actividad Industrial a tener en cuenta.
  - Nivel de la Actividad Industrial en la Provincia.
  - Utilización de la Capacidad Instalada.
  - Salario Nominal Industrial
  - Exportaciones de Origen Industrial desde la provincia
  - Costo Energético.

### 3. CONCLUSION

Resulta importante para cualquier provincia que quiera promocionar la actividad y el desarrollo industrial de la misma la implementación de una ley de promoción industrial. Pero de la investigación llevada a cabo se vió que la ley que posee la provincia actualmente es genérica (promociona la actividad industrial en general y en especial la instalación de empresas nuevas generando asimetrías con las empresas con potencialidades de crecimiento pero que ya se encantaban instaladas en la provincia. Así mismo al ser general se pierde el efecto de desarrollo y crecimiento buscado, ya que los recursos con los que cuenta para promocionar las actividades son apenas \$ 20.000.000 escasos para efectuar una promoción industrial general. De esto se desprende la necesidad de afrontar la promoción con los recursos originales pero direccionar la ley hacia aquellas actividades industriales que cuenten con potencialidades de crecimiento y brinden mayor desarrollo a la provincia.

Otro dato en particular resultado de la investigación es que en general las empresas industriales no deciden su radicación permanente en función de políticas de promoción, sino en la existencia de polos industriales o también llamados parques industriales los cuales deben contar con todos los servicios necesarios para garantizar el normal funcionamiento de la empresa y encontrarse ubicado estratégicamente (con buenos accesos y vías de comunicación) cerca del lugar de extracción o provisión de la materia prima y también lo mas cerca posible del mercado objetivo determinado por la empresa.

Además de lo antes mencionado el empresariado consultado hizo referencia a la existencia de una buena voluntad política para facilitar su radicación. Esta se demuestra no solo con leyes sino con acciones concretas y un trabajo eficiente de los organismos gubernamentales.

En lo que atañe a lo comunicación gubernamental, podemos mencionar que actualmente el gobierno no determina su publico objetivo al momento de comunicarse generando procesos ineficientes de comunicación además sin la realización de un control o medición de los resultados obtenidos fruto de la comunicación efectuada. Además se deja de lado la comunicación de los servicios que brinda y brindará al empresariado sin tomar en cuenta que estos son importantes a tractores de inversiones.

Por lo antes mencionado es que el plan de marketing determinado en el presente trabajo propone la modificación del producto “Santiago del Estero” para modificarlo en cuanto a sus

contenidos en cuanto a la atracción de inversiones industriales se refiere. Para ello se determinaron los rubros industriales con potencialidades de crecimiento en nuestra provincia y las necesidades que tenían estos para lograr el crecimiento. En este marco se determinaron 5 rubros: Biocombustible, Horticultura, Frutícola, Carne Caprina y Minera.

Se realizarán distintos spots publicitarios con el objetivo de captar la atención de los empresarios de los rubros que se determinaron como estratégicos para el desarrollo industrial de la provincia en donde se comunicarán las acciones que la provincia lleva a cabo para el desarrollo de esa actividad en el territorio de Santiago del Estero.

La implementación de un nuevo programa de comunicación gubernamental y el desarrollo de la marca **“Santiago del Estero, donde vive el desarrollo Industrial”**, asimismo se distribuyeron los medios en donde se comunicará la marca para lograr una captación de la atención del empresariado objetivo.

Por último se realizó la propuesta del presupuesto del desarrollo del plan asimilando a las características del presupuesto 2007 del Gobierno Provincial y se determinaron los puntos a tener en cuenta para la realización del control de la eficiencia del plan de marketing gubernamental.

Concluyo diciendo que el presente trabajo fue fruto del análisis de las complejas circunstancias actuales, las cuales afronta día a día la provincia, con el objetivo de lograr el desarrollo de todos los habitantes y el de las generaciones venideras. Espero que este trabajo pueda ser usado de referencia a fin de determinar políticas tendientes a mejorar las políticas de comunicación orientadas a atraer inversiones foráneas a la provincia y esto beneficie a todos los Santiagueños.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Gustavo Santiago – Analía Varela. **Marketing político electoral para municipios**, La Crujía Ediciones, 2006.-
- Martínez – Pandiani, Gustavo. **La irrupción del Marketing Político en las Campañas Electorales de América Latina**, 2000.-
- Maarek, Philippe. **Marketing Político y Comunicación**, Paidós, Buenos Aires, 1995.
- Perimutter, David. **Political Communication**. Louisiana State University Press, 1999.
- Plan Estratégico Territorial para la Instalación del Modelo Agroindustrial Descentralizado de Desarrollo Humano Sustentable, de la Provincia de Santiago del Estero al 2016.-
- Publicaciones Clarín – Revista Mercado. **Manual Integral de Marketing**.-
- Sartori, Giovanni. **Hommo Videns. La Sociedad Teledirigida**, Taurus, Madrid, 1997.-
- Bases Programáticas para el Desarrollo de la Provincia de Santiago del Estero – Frente Cívico, 2005.-
- GUSTAVO SANTIAGO – ANALÍA VARELA, 2006. Marketing político electoral para municipios. La crujía ediciones, pag. 26-57.-
- JEAN-JACQUES LAMBIN, Marketing Estratégico, Ediciones McGraw-Hill
- Programa de Gobierno para el Desarrollo de Santiago del Estero – Frente Cívico, 2005.-

ANEXO

**Encuesta Destinada a Empresas Industriales**

**Objetivo: Determinar Factores de Influencia en la Decisión de Localización.**

1. A continuación se enunciarán factores influyentes en las decisiones de localización para empresas industriales. Solicitamos que marque en una escala de ponderación de importancia de 0 a 5. Siendo 5 determinante, 4 muy importante, 3 importante, 2 indiferente, 1 poco importante, 0 nada importante.

- 1. Factores Técnicos;
- 2. Legales;
- 3. Tributarios;
- 4. Sociales;
- 5. Ambientales;
- 6. Económicos;
- 7. Políticos;
- 8. Motivaciones Personales.

2. De los siguientes factores elija 5 de los cuales considere más importante a la hora de decidir la localización de su planta.

- 1. Medios y Costo de Transporte;
- 2. Disponibilidad y Costo de la Mano de Obra;
- 3. Cercanía a las fuentes de Abastecimiento;
- 4. Política de Saneamiento Ambiental;
- 5. Cercanía del Mercado;
- 6. Costo y Disponibilidad de la Materia Prima;
- 7. Costo y Disponibilidad de los Terrenos.
- 8. Topografía de Suelos.
- 9. Estructura Impositiva y Legal.
- 10. Disponibilidad de Agua, Energía y Otros Suministros.
- 11. Buenos Accesos y Comunicaciones.
- 12. Posibilidad de desprenderse de desechos.
- 13. Otros.....

**3. Para las empresas que actualmente se encuentran radicadas en Santiago del Estero.  
Enuncie por lo menos 5 (cinco) factores que influyeron en la decisión de localización de su planta.**

1.	.....
2.	.....
3.	.....
4.	.....
5.	.....

**4. Mencione Mecanismos Promocionales a la Industria con los que cuenta la Provincia.  
Enuncie solo los que conoce de su existencia.**

•	.....
•	.....
•	.....
•	.....
•	.....

**5. Datos de la Empresa.**

**Razón Social:** .....

**Actividad:** .....

**Domicilio:** .....

**Provincia:** .....

## **SANTIAGO DEL ESTERO**

### **INFORME ECONOMICO<sup>15</sup>**

Ubicada en el centro norte del país, integra la región conocida como NOA (noroeste argentino). Posee una superficie total de 136.351 km<sup>2</sup> (el 4,9% del total continental nacional) un territorio similar al que ocuparían en conjunto Bélgica, Suiza, Holanda e Israel.

La capital provincial lleva el mismo nombre que la provincia. La división política de Santiago del Estero establece 27 departamentos con poderes políticos y administrativos propios. Los principales Departamentos en cuanto a concentración de población y desarrollo económico son Capital y Banda.

El territorio provincial es una vasta planicie que presenta una leve inclinación en dirección noroeste-sureste y es cruzada por los ríos Dulce y Salado, los cuales difieren tanto en sus caudales como en sus posibilidades de aprovechamiento. En las últimas décadas se ha construido una red de represas, diques, presas compensadoras, canales de derivación y canales de intercomunicación, para el aprovechamiento del agua, que en un 95% se destina a la actividad agrícola-ganadera.

El clima de Santiago del Estero es cálido similar al de las regiones subtropicales. La temperatura media anual es de 21,5°C, con una máxima absoluta en verano de hasta 47° C y una mínima absoluta en invierno de -5°C. Se distinguen dos estaciones: lluviosa, de octubre a marzo, y seca, de abril a septiembre. Las lluvias, abundantes sobre todo en la época estival, disminuyen de este a oeste. A lo largo del año oscilan entre 750 mm y 600 mm, y el promedio anual es de 695 mm. Los vientos dominantes son los del norte, en verano, y del sur en la temporada invernal. Estos últimos son los más beneficiosos, ya que provocan lluvias frontales. Las heladas se producen entre mayo y agosto, y el granizo, que es poco frecuente, suele ocurrir entre octubre y marzo. El clima de Santiago del Estero favorece el desarrollo vegetal en el período de alta temperatura y abundante precipitación.

Con respecto a los indicadores educativos de la población, se puede mencionar que la tasa de analfabetismo asciende al 6,0% y la tasa neta de escolarización combinada entre el nivel

---

<sup>15</sup> ADI (Agencia de Desarrollo de Inversiones) Secretaría de Comercio y Pyme. Mayo 2004

primario y secundario es del 78,3%. El principal aglomerado urbano cuenta con el 46,4% de su población económicamente activa (PEA) con estudios secundarios completos. La provincia cuenta con dos centros universitarios (uno público y uno privado) y 53 centros de educación superior no universitaria a los cuales asisten un total de 21.586 alumnos.

De acuerdo al último censo nacional de población y vivienda (año 2001) la población asciende a 804.457 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional de 1,8% (en la Unión Europea es de 0,2% y en Estados Unidos es de 1,2%). La esperanza de vida al nacer es de 73 años. La población de menos de 15 años representa el 35,7% del total, los que tienen más de 65 representan el 7,1% mientras que el 37,0% de la población tiene entre 20 y 50 años. La población se concentra en un 66,1% en centros urbanos, los más importantes son los municipios de Santiago del Estero y La Banda ubicados a tan solo 10 kilómetros de distancia entre si, que concentran el 40,5% de la población provincial.

La estructura productiva está orientada hacia la actividad primaria, fundamentalmente sobre el sector agrícola ganadero. La participación del sector manufacturero dentro de la Provincia es poco relevante siendo la principal actividad industrial el desmotado de algodón seguido por las hilanderías y manufacturas de algodón.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA PROVINCIAL**

El producto bruto geográfico (PBG) alcanzó en Santiago del Estero durante el 2000 los 2.280 millones de dólares representando el 0,9% del producto nacional. En la composición del producto provincial sobresalen en el sector primario las actividades relacionadas con el sector agropecuario y la silvicultura que representan el 12,5% del PBG, en el sector secundario las actividades vinculadas con el suministro de electricidad, gas y agua y la construcción (8,5%) y en el sector terciario (sin considerar las vinculadas con los servicios sociales) las actividades más importantes son las relacionadas con el comercio, restaurantes y hoteles (18,5%) y la intermediación financiera (14,0%). Todas estas actividades en conjunto conforman el 53,5% del producto provincial.

<b>Composición PBG</b>	<b>%</b>
Sector Primario	12,6
Sector Secundario	14,7
Sector Terciario	72,8

## SECTORES CON MAYOR DESARROLLO

### Sector agropecuario:

Santiago del Estero, cuenta de acuerdo a los datos del último Censo Nacional Agropecuario (CNA año 2002) con 20.871 explotaciones agropecuarias, cubriendo una superficie total de 5.271.177 hectáreas (has) de las cuales 872.986 has. se encuentran implantadas con diversos cultivos. Entre los mismos sobresalen las oleaginosas como la soja y el algodón y los cereales como maíz y trigo.

Con respecto a la ganadería cuenta con un rodeo de poco más de 2 millones de cabezas entre las cuales sobresalen el ganado bovino y el caprino, de este último la provincia da cuenta del 17,7% del stock nacional.

El número de explotaciones y la superficie total comprendida por las mismas se mantuvo relativamente estable (crecieron 1,2% y 9,0% respectivamente ) con respecto al anterior censo (año 1988). Sin embargo, la superficie implantada creció de manera significativa al más que duplicarse (112,3%).

En la actividad agraria se destacan la horticultura, el algodón y la soja. Salvo las salinas, el suelo es fértil y apto para todos los cultivos. Se dan dos tipos de agricultura, bajo riego, y de secano. El Sistema del río Dulce, abarca una región de 290.000 has., y comprende los Departamentos Banda, Robles, Silípica, Sarmiento y Loreto. Se cosecha melón, cebolla, batata, sandía, tomate, zapallo y lechuga. También algodón, alfalfa, trigo, maíz, sorgos y pasturas. El área de riego del río Salado cubre 19.000 has., y especialmente el Departamento. Figueroa, allí se cultiva algodón, alfalfa y maíz.

En el área de riego del río Horcones y Urueña (Departamento. Pellegrini), se cultiva garbanzo y soja.

Los sembradíos de secano se localizan al sudeste de la provincia, en el límite con Santa Fe. Son cultivos típicos de allí el zapallo, sorgo, algodón, girasol y maíz.

**Algodón:** La suba de los precios internacionales de mediados de los '90 motivó un fuerte aumento de la producción en varias provincias entre las que se destacó Santiago del Estero (la segunda provincia productora después de Chaco). Parte del procesamiento del algodón en bruto (desmotado) cosechado localmente es realizado en la propia provincia, el resto se desmota en otras provincias como Chaco, Catamarca o Santa Fe. Durante mediados de los '90 el sector recibió inversiones que permitieron incrementar la capacidad de desmote en Santiago del Estero (incremento de un 30% de la capacidad instalada).

El desarrollo del cultivo se ve favorecido por las propicias condiciones agro climáticas y la ausencia del "picudo". La calidad obtenida es muy buena predominando las variedades de fibra larga e intermedia.

El crecimiento del sector determinó que el área cultivada se multiplicara por 10 entre 1990 y 1998 (llegando a las 200 mil hectáreas sembradas y las 310 mil toneladas de producción). La actividad algodonera enfrentó en el período 1999-2002 una de las situaciones más críticas debido a que a la caída de la demanda interna se sumó un frente externo sumamente desfavorable. Sin embargo, el nuevo contexto macroeconómico mejoró la competitividad local de la cadena del algodón especialmente en la etapa de hilados y tejidos, al mismo tiempo en los últimos meses mejoró el precio internacional de la fibra de algodón lo que permitió mejorar la rentabilidad de los productores.

**Soja:** Ocupa cerca del 24% de la superficie provincial sembrada mostrando en los últimos 10 años un crecimiento del 100%. Durante el 2000 la producción alcanzó las 631 mil toneladas, con rendimientos del orden de los 2.000 kg/ha. La provincia no cuenta con plantas procesadoras de soja por lo que la producción se debe industrializar fuera de la Provincia. Los establecimientos productores de mayor tamaño pertenecen a firmas tucumanas y santafesinas que trasladan el cultivo a sus respectivas provincias para la industrialización y exportación.

**Maíz:** La producción provincial es de 470 mil toneladas ocupando un 15% del área sembrada total, si bien es el tercer cultivo en importancia para la provincia su participación en el total nacional es poco significativa (2%).

El maíz es un insumo importante para la producción avícola y porcina por lo que se espera que la expansión de esos sectores pueda impulsar la producción de maíz.

**Carbón vegetal:** Santiago del Estero es la principal provincia productora representando cerca del 50% total nacional. La producción proviene del bosque nativo destinándose principalmente al consumo del mercado interno. La producción de carbón actualmente solo puede realizarse a partir de procesos de desmonte con fines agrícolas o ganaderos con lo cual la actividad se ha contraído.

**Hortalizas:** Santiago del Estero es la cuarta provincia productora luego de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza si se considera la cantidad de superficie sembrada. Los principales cultivos son los de zapallo, batata, cebolla y tomate. Cabe destacar que la producción de cebolla presenta buenas perspectivas por la recuperación del mercado brasileño y el abastecimiento al mercado interno.

**Ganadería:** la actividad pecuaria se da tanto con la ganadería bovina como caprina. Santiago del Estero con un stock de 1.056.043 cabezas de ganado bovino concentra el 48% de las existencias de la región NOA. Las explotaciones están dedicadas a la cría vendiendo el ganado en pie a otras provincias.

El proceso de engorde y la mayor parte de la faena se produce fuera de la provincia. En los últimos veinte años, al igual que muchos lugares del país, se incorporó el Cebú, realizándose varias clases de cruces. En gran parte de la superficie que se dedica a la ganadería, en zonas de secano, se realiza la explotación de cría y recria sobre pasturas naturales con monte, llegando hasta un 10% las pasturas cultivadas y rastrojos de cultivo, en los que también en interesante grado se realiza engorde

La introducción de nuevas técnicas de manejo, cultivos apropiados a la zona, el desmonte y la habilitación de nuevas tierras, la difusión de razas, etc., son factores que en los últimos años son factores que han determinado que la provincia sea una de las regiones de mayor posibilidad pecuarias dentro del área que rodean la zona pampeana.

#### **Sector industrial:**

**Industria:** La elaboración de alimentos y bebidas es el sector industrial más relevante con cerca del 50% del valor de la producción, le sigue en importancia la industria textil que genera el 17%. Esta última rama industrial es la que más rápidamente reaccionó favorablemente a los

cambios ocurridos a partir del año 2002. Tanto Fialsa, de la textil Inta, como Santista Textil Argentina (ex Grafa), evidencian un alto grado de actividad, las plantas fabriles instaladas en el parque industrial han comenzado a ampliar sus instalaciones a fin de incrementar su capacidad productiva. La compañía Bolland por ejemplo inició la construcción de una planta de procesamiento en el departamento Banda.

## **OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN**

**Ganado caprino:** La provincia posee el principal rodeo caprino del país. El gobierno provincial a puesto en marcha el Plan Caprino por el cual se pretende a partir de un mejor manejo de los rodeos incrementar el stock de ganado y mejorar la calidad de la leche, carne y cueros.

El plan incluye la difusión de nuevas técnicas de manejo y el mejoramiento de los rodeos con servicios de monta natural y de inseminación artificial con las razas Anglo Nubiam y Saannen a través de los centros de reproducción establecidos en las distintas zonas cabriteras de la Provincia.

**Actividad Apícola:** Santiago del Estero presenta condiciones ambientales con gran diversidad de especies vegetales mellíferas y poliníferos (algarrobo, molle, mistol, itín, quebracho, etc.) en un ambiente predominantemente de monte. La actividad cuenta en la actualidad con 60.000 colmenas las cuales presentan mieles de excelentes características organolépticas debido a los bosques nativos de los cuales es recogido el néctar. La actividad cuenta con un plan de promoción provincial ha permitido obtener avances en materia de producción realmente significativos en un lapso de tiempo relativamente breve.

**Playa de transferencia y consolidación de cargas Frías:** El proyecto de transferencia y consolidación de cargas consiste en la reutilización de una instalación ferroviaria en desuso en la Ciudad de Frías, de modo tal que aprovechando la infraestructura existente y la proximidad con el aeropuerto local y el cruce de rutas viales se pueda convertir en una instalación apta para recibir y despachar los insumos y la producción de esta importante zona de influencia y servir de posta de recambio (de un sistema de transporte a otro) del cruce del corredor Norte - Sur; con el corredor Este - Oeste: Océano Atlántico - Océano Pacífico.

**Industria alimenticia:** El nuevo marco económico genera las condiciones propicias para el desarrollo de emprendimientos en los rubros de enlatado de tomate y de envase para

hortalizas con posibilidades de ser exportados. Las plantas elaboradoras de frutas y hortalizas trabajan en "contraestación" respecto a las otras provincias del país, lo que constituye una ventaja competitiva de radicación en la provincia.

### **EXPORTACIONES:**

El monto de las exportaciones santiagueñas cambia sustancialmente a partir de 1999, debido fundamentalmente a la caída del complejo algodonero. Durante el 2002 las ventas al exterior fueron de 48,5 millones de dólares. Las mayores exportaciones se registraron en 1996 (174 millones de dólares) en ese momento tan solo las ventas al exterior de fibra de algodón fueron de 114 millones. Las estimaciones preliminares respecto al comportamiento de esta variable durante el 2003 muestran una evolución favorable alcanzando los valores más altos de los últimos 4 años, aunque todavía muy lejos de los valores de mediados de los '90.

<b>EXPORTACIONES (1998 - 2003) en millones de dólares</b>					
<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>143</b>	<b>105</b>	<b>60</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>65</b>

Tradicionalmente la estructura de exportaciones provinciales estuvo sesgada fuertemente hacia los productos primarios que representan en promedio el 98% de las exportaciones totales. El resto se divide entre manufacturas de origen industrial (MOI) y manufacturas de origen agropecuario (MOA). Los principales productos que integran la canasta de bienes exportados son algodón des-motado, maíz y sorgo en grano, trigo, soja, miel natural y poroto blanco y negro que en conjunto representaron el 90% de las exportaciones provinciales.

Algunas de las principales firmas que exportan desde la provincia son Grandes Fábricas Argentinas (GRAFA), Safico, Viega y Tonani del complejo algodonero e Industrias Magromer y Lagarto Argentino (cueros), Golden Nectar de Argentina (miel) y Overwheels (carbón vegetal).

En cuanto a los destinos de exportación el Mercosur es el bloque con el cual concentra mayor intercambio abarcando el 35% de sus exportaciones totales, le siguen en importancia la Unión Europea con el 30% y los restantes países que conforman la ALADI (Chile, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) 26%.

Los principales países destinos de exportación por país son Brasil, España, Italia y Perú (en ese orden) que representan en conjunto el 63,6% de las exportaciones totales.