



**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
SOCIALES**

MAESTRÍA EN MARKETING ESTRATÉGICO

**Distrito
Tecnológico**
de la Ciudad de Buenos Aires

Titulo de Tesis: “*Estudio para determinar el potencial de la utilización del Distrito Tecnológico de Parque de los Patricios como herramienta para la atracción de inversión extranjera directa a la Ciudad de Buenos Aires.*”

Alumna: Lic. Soledad Girasol

Legajo: 43.132

Tutor: Mg. Ing. Marcelo Volpi

Año: Julio 2013

INDICE

1 - Marco General

1.1 Titulo.....	Pág.4
1.2 Problema.....	Pág.4
1.3 Justificación.....	Pág.4
1.4 Objetivos Generales.....	Pág.5
1.5 Objetivos específicos.....	Pág.5
1.6 Hipótesis.....	Pág.5
1.7 Resultados alcanzar.....	Pág.5

2. Marco Teórico

2.1. ¿Qué son los Distritos/Parques/ Clusters?	Pág.7
2.2 Historia del movimiento. Casos exitosos de Clústeres Tecnológicos en el exterior.....	Pág. 12
2.3 Clusters Tecnológicos en la Argentina.....	Pág. 21
2.4 Crecimiento sostenido de la industria Tecnológica en la Argentina.....	Pág. 26
2.5 El rol del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y sus industrias estratégicas	Pág. 30
2.6 ¿Qué es y cómo funciona el Centro de Atención al Inversor?.....	Pág. 33
2.7 ¿Porqué invertir en áreas estratégicas de negocio de Buenos Aires.? ...	Pág. 45
2.8. Distrito tecnológico de Parque de los Patricios.....	Pág. 48

3. Marco de la Investigación

3.1 Objetivo de la investigación.....	Pág. 79
3.2 Resultados.....	Pág. 79
3.3 Primeras Conclusiones	Pág. 83

4. Marco propositivo

4.1 Propuesta: Plan de Promoción Internacional para el Distrito Tecnológico.....	Pág.85
4.2 FODA.....	Pág.85
4.3 Análisis De Las Fuerzas Competitivas Del Sector.....	Pág.86
4.4 ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?	Pág.88
4.5 Posicionamiento.....	Pág.90
4.6 Segmentación.....	Pág.113

4.7 Promoción.....Pág.110

4.8 Análisis y Presupuesto
.....Pág.123

5. Conclusiones Finales.....Pág.124

6. Bibliografía.....Pág.127

7. Anexo IPág. 129

Ley del Distrito Tecnológico

Nomenclador de actividades

1 - Marco General

1.1 Título

Estudio para determinar el potencial de la utilización del Distrito Tecnológico de Parque de los Patricios como herramienta para la atracción de inversión extranjera directa a la Ciudad de Buenos Aires

1.2 Problema

Una de las preocupaciones de los gobiernos nacionales, provinciales y municipales es poder generar una estrategia que permita el desarrollo económico de las ciudades. Desde hace unos años, empezaron a proliferar con más fuerza los parques científicos y tecnológicos como nuevos espacios productivos del futuro. Si bien el gran caso de éxito comenzó en Silicon Valley, en la década del 70. Hoy en día existen por ejemplo más de 300 polos/distritos/parques tecnológicos en el mundo. En el caso de Argentina, cuenta con más de 30 clusters Tecnológicos. El más novato es el Distrito Tecnológico de Parque de los Patricios ubicado en uno de los barrios de zona sur de la Capital Federal. Principalmente mediante beneficios impositivos consiguió en 2 años crear un espacio donde se han radicado hasta el momento 103 empresas del rubro IT y pretende llegar al 2015 con 250 empresas trabajando allí.

En síntesis, lo que se plantea esta tesis es un análisis de la estrategia de promoción de inversión en la Ciudad de Buenos Aires mediante la creación de un cluster tecnológico (Distrito Tecnológico de Parque Patricios) que tiene como objetivo la radicación de inversión tanto nacional como extranjera. Y por otro lado, proponer un plan de promoción del Distrito a nivel internacional la cual pueda atraer inversión directa extranjera a la ciudad.

1.3 Justificación

El presente trabajo pretende establecer algunas orientaciones sobre este tema, del cual por lo menos no existe mucha bibliografía de autores argentinos. El tema ha sido sobre todo tratado desde diferentes medios de comunicación, sobre todo medios especializados en tecnología, negocios y real State. Tres sectores altamente vinculados con el Distrito.

En el exterior el tema ha sido abordado por autores españoles como Sotelo napolitano y Ondategui, Julio Cesar.

Desde la óptica de este trabajo, la conformación de creación de nuevas centralidades en forma de clusters tecnológicos (polos, distritos y parques) son una estrategia para el desarrollo económico de las ciudades donde se encuentran insertos, lo que involucra también un salto de calidad de los recursos humanos que trabajan allí.

Desde estos nuevos espacios se fomenta una nueva forma de trabajo que involucra la conjunción de 3 actores: el gobierno, las empresas y los centros de estudios. El primero como impulsor de estas iniciativas, los segundos como beneficiarios directos y el tercero como generador de rr.hh cualificados.

1.4 Objetivos Generales

A partir de estudiar el potencial del Distrito Tecnológico de la ciudad de Buenos Aires como herramienta para la atracción de inversión extranjera directa el objetivo central será llevar adelante un plan de promoción internacional para dicho distrito con el objetivo de atraer empresas del exterior.

1.5 Objetivos específicos

- Analizar las Fortalezas y Debilidades del Distrito tecnológico.
- Lograr que el Distrito Tecnológico se convierta en la zona de mayor atracción de inversión extranjera directa de América del sur.
- Establecer la importancia del rol del gobierno local en la promoción del cluster tecnológico.

1.6 Hipótesis

La promoción de industria tecnológica es un factor determinante para el desarrollo de las zonas en donde se desarrollan.

1.7 Resultados alcanzar

- Definir el grado de importancia del gobierno local en la promoción del cluster tecnológico.

- Proponer un plan de posicionamiento internacional para Distrito Tecnológico.
- Conseguir la radicación de 6 empresas extranjeras en un año.

2. Marco Teórico

2.1 ¿Qué son los Distritos/Parques/ Clusters?

En los cinco continentes, muchas empresas de la industria tecnológica o también llamada “del conocimiento” han adoptado un concepto que podría esgrimirse como un grito de guerra para pelear en los mercados como: “Juntos somos más”.

La mayoría de las grandes ciudades del planeta compiten por albergar a este tipo de industrias - que se reúnen constituyendo **polos o distritos** - y que son consideradas como parte de una política de estado.

El objetivo de este trabajo es desarrollar el caso del **Distrito Tecnológico de Parque de los Patricios**, que nace mediante la aprobación de la ley 2.972 sancionada por la legislatura porteña el 4 de diciembre de 2008, con un consenso amplio: 41 votos a favor y sólo 11 en contra.

Este proyecto tiene como objetivo generar un **centro de promoción y desarrollo de tecnología, innovación y conocimiento que concentra a empresas TIC (Tecnologías de la información y la comunicación)**. El mismo se ubica principalmente en la zona sur de la Capital federal (abarcando los barrios de: Parque de Patricios, Nueva Pompeya y Boedo. Barrios con características similares entre la que podemos destacar como falta de inversión y desarrollo durante años)

Pero antes de seguir avanzando con la presentación de este cluster, es necesario saber que actualmente se utilizan diversos vocablos que se podrían ubicar dentro del concepto de estos sistemas locales productivos y si bien tienen semejanzas no son lo mismo. A continuación conoceremos la diferencia entre los conceptos: Distrito Industrial, Distrito Tecnológico, Parque Tecnológico, Parque Industrial y Cluster.

a) Distrito Industrial

Alfred Marshall¹ un matemático y economista inglés, fue quién tras analizar ejemplos de concentraciones industriales acuñó el término de **Distrito Industrial**.

¹ En su libro The principles of Economics publicado en 1890, el autor discute el concepto y las características de los distritos industriales, definidos como “concentraciones de sectores especializados en una localidad específica”. Fuente: <http://www.eumed.net/rev/oidles/00/bp.htm>

Lo que observó Marshall, especialmente en las ciudades de Lancashire y Sheffield, fue que se trataba de ciudades que basaban su *vocación productiva en un sector específico* por ejemplo, los textiles. Marshall comprendió que estas ciudades *concentraban numerosas pequeñas empresas, con especializaciones parecidas y con actividades complementarias* o ramas de la producción que estaban articuladas directa o indirectamente al mismo sector.

Adicionalmente, estos conglomerados productivos poseían algunas **características comunes**: a) Producían para un mercado externo a la zona: en algunos casos para otras ciudades dentro del mismo país, y en otros, para el mercado internacional. b) Se consideraba importante el criterio de **profundización del mercado**, lo cual estaba representado por una variedad de productos en pequeñas series o lotes. Los métodos de producción utilizados en estos distritos se alejaban de los modelos de producción en masa de las grandes empresas fordistas, no obstante obtenían excelentes resultados desde el punto de vista productivo. c) También existía en estas ciudades una **competencia pero con un alto sentido de colaboración**, en otras palabras, existían pactos o convenios en donde el objetivo era conseguir mercados pero en determinados casos se prestaban entre las empresas mano de obra, maquinaria, materia prima y capacidad productiva. Además estaba arraigado el concepto de subcontratación para poder cumplir con los pedidos o solicitudes de los clientes.

En estos Distrito industriales, también Marshall observó que existían una *especie de redes* o un **conjunto de instituciones vinculadas entre ellas**, que se dedicaban al fomento de la actividad del distrito. a) Las instituciones públicas como los ayuntamientos y gobiernos locales se dedicaban a cumplir un papel promotor de estas actividades empresariales. b) así mismo existía una estrecha relación entre la academia y las empresas, los institutos de enseñanza técnica se especializaban en formar las habilidades y destrezas que demandaban las unidades productivas. c) existían además asociaciones de productores que velaban por la preservación de intereses comunes. e) también hacían parte de esta red institucional los organismos consulares que facilitaban el establecimiento de contactos con el mundo exterior.

b) Distrito Tecnológico

Este concepto surge **en Italia a finales de la década de los años setenta**. Uno de sus precursores fue Giacomo Becattini², quien adoptó el término de Marshall y lo traspasó a la teoría de la empresa para describir fenómenos que se estaban presentando en Italia, específicamente en la región de Umbría y concretamente en algunas ciudades como: Perugia y Orvieto que se encuentran localizadas en el centro del país y por su grado de desarrollo se diferencian del grado de desarrollo de las ciudades la Lombardia al norte, la región mas productiva, y de las poblaciones de la región sur que tiene una productividad mas baja. Con base en esta marcada diferencia regional se acuñó el término de tercera Italia para diferenciarla de las otras dos.

Los italianos neo-marshallianos inicialmente se preocuparon por describir el concepto de distrito tecnológico retomando de Marshall y la importancia que tenían las externalidades tecnológicas tales como: mano de obra, especialización de proceso y difusión de la innovación. En relación con estos temas, desde la década de los ochenta incursionaron en este campo los italianos Becattini en 1979, Cappechi en 1987 y posteriormente Rullani en 1996. Hoy en día los italianos regresaron al concepto de distrito industrial propuesto por Marshall y existe un club compuesto por 27 distritos industriales.

El tema de las externalidades es coincidente tanto en Marshall como en los italianos. Ambos observaron que la **proximidad geográfica constituye una condición favorable** para la difusión de las externalidades tecnológicas, especialmente cuando se trata de empresas de la **misma actividad o sector productivo**, lo cual contribuye a acrecentar los rendimientos productivos.

Adicionalmente, el aporte de los italianos esta encaminado a resaltar la importancia que tiene **la cultura de valores** que se genera entre los empresarios y los lazos de **cooperación** que se tejen con las instituciones de estas localidades geográfica.

Podría decirse que el criterio de Marshall de Distrito Industrial se concentra más en lo productivo y empresarial mientras que el tema de Distrito Tecnológico, además de lo productivo y empresarial enfatiza en los valores, lazos de cooperación e integración institucional como una condición para desarrollar un verdadero distrito tecnológico.

² Economista italiano nacido en 1927 quién a firmaba en sus escritos la necesidad de explotar las riquezas de los distritos industriales, representados por la intensa acumulación de conocimiento y experiencia por parte de los empleadores y los trabajadores, con el fin de promover el desarrollo económico del país. Fuente: <http://www.treccani.it/enciclopedia/giacomo-becattini/>

A diferencia de Marshall, los italianos enfatizan en la cultura de formación de valores en donde la sociedad en forma colectiva adquiere un comportamiento que apunta siempre al mismo objetivo generar un producto en donde cualquier persona de este distrito si puede lograr cualquier tarea o acción directa o indirecta en pros de la obtención del resultado final del proceso productivo que sería la obtención de los productos o servicios se considera bienvenida.

El otro cambio de actitud en los distritos es la **confianza entre los diferentes actores**. Esta buena fe fortalece el entendimiento la **transparencia del mercado** y por ende aminora los costos. Este comportamiento de pacto colectivo no requiere ni de abogados ni convenios ni de firmas solemnes en notarias lo cual se traduce en una disminución de costos.

Otro de los objetivos de los distritos tecnológicos esta orientado a crear un clima propicio hacia **la innovación basada en actividades de conocimiento** cuyo propósito es **mejorar los procesos productivos y optimizar el uso de los recursos**.

c) Parque tecnológico

Se trata específicamente de áreas y construcciones especiales que están en las **afueras de una ciudad que puede ser o no de excelencia**.

El concepto de parque tecnológico se remonta a los años cincuenta cuando surge **Silicon Valley** (California), el primer parque del mundo, lo cual evidencia que la idea de este tipo de proyectos surge en los Estados Unidos. Posteriormente proliferarían en Europa en los años ochenta.

Un parque tecnológico es un asentamiento industrial donde se prevé la instalación de empresas de avanzada tecnológica y actividades innovadoras integrando a las universidades y a los centros de Ciencia y Tecnología a estas empresas. En este sentido un parque tecnológico constituye uno de los mayores esfuerzos que una región realiza para promocionar y evolucionar las estructuras de Investigación y desarrollo y a través de su tejido empresarial con una apertura de la economía hacia el entorno internacional y la atracción de inversiones.

Un parque tecnológico **exige una alta calidad urbanística** con amplios y modernos

servicios de: cableado de banda ancha, aprendizaje tecnológico, incubadoras de empresas, conexión a centros de investigación y otros servicios complementarios tales como: Auditorios, restaurantes, librerías y papelerías.

El concepto de parque tecnológico es muy diferente al de distrito tecnológico y más bien podría afirmarse que dentro de un distrito tecnológico es pertinente a sus objetivos que se fomente y se promueva la existencia de parques tecnológicos.

d) Parque industrial

Se trata de unos complejos arquitectónicos en donde se construyen locales destinados a albergar empresas del sector o manufacturero y reúnen condiciones favorables de extensión, infraestructura, comodidades de carga y descarga de la mercancía, vigilancia, vías, servicios públicos que son lugares atractivos para este tipo de producciones, **la mayoría de estos parques están situados al borde de canales, mares, ríos, o grandes autopistas.**

Difiere del concepto de parque tecnológico en el sentido que los **parques industriales no necesariamente tienen vínculos con los centros de investigación y las universidades.** Muchas ciudades del mundo tienen parques industriales, pero en muy pocas hay parques tecnológicos y son aun más pocas las ciudades del conocimiento.

e) Cluster.

Es un concepto nacido como herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria específica incorporar nuevos eslabones en su **cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración.** Estas ideas provienen del trabajo pionero de **Michael Porter**³ y colaboradores, quienes analizan la adquisición —por parte de concentraciones territoriales de empresas— de ventajas comparativas en ciertos sectores del comercio manufacturero mundial.

³ El concepto Clúster fue popularizado por el economista Michael Porter en el año 1990, en su libro *The Competitive Advantage of Nations* ("Ventaja Competitiva de las Naciones").

En este contexto, **Porter define «clúster» como concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia**, pudiéndose observar en el mundo gran variedad de clústeres en industrias como la automotriz, tecnologías de la información, turismo, servicios de negocios, minería, petróleo y gas, productos agrícolas, transporte, productos manufactureros y logística, entre otros.

Desde el trabajo pionero de Porter sin embargo, han aparecido una gran variedad de investigaciones, enfoques y perspectivas de análisis, lo que en la práctica no permite afirmar a priori una definición que satisfaga o reúna los elementos que cada autor considera como relevantes.

En lo que si la mayoría coincide es en que el análisis clúster es un instrumento analítico de gran utilidad a la hora de describir la complejidad de las actividades productivas y para comprender la relación que éstas tienen con el territorio, aunque algunos autores indican que se podría apreciar una convergencia de definiciones con la de distrito industrial de Marshall.

Cabe aclarar que durante este trabajo vamos a utilizar el término de cluster como sinónimo de Distrito tecnológico.

Por otro lado, vamos a continuar este camino conociendo un poco de la historia de este movimiento y viendo algunos casos éxito.

2.2 Historia del movimiento. Casos exitosos de Clústeres Tecnológicos en el exterior

Luego de conocer distintos conceptos que son utilizados, muchas veces para hablar de lo mismo aunque no sea exacto, vamos a continuar con una breve reseña de los clusters más importantes del mundo. Haciendo un breve paréntesis, es importante saber que a raíz del surgimiento de los clusters a nivel mundial, se ha conformado una asociación que los nuclea a su mayoría y que se llama **IASP** (Asociación Internacional de Parques Tecnológicos). Fue fundada en 1984 y tiene su sede mundial en el Parque Tecnológico de Andalucía, en Málaga (España) y una oficina regional en Pekín (China). Esta institución conecta a profesionales de parques científicos de todo el mundo y proporcionan servicios que conducen al crecimiento y a la eficacia a sus miembros, contribuyendo al desarrollo económico global por la innovación, el espíritu emprendedor, y la transferencia de conocimiento y tecnología. Anualmente se realiza

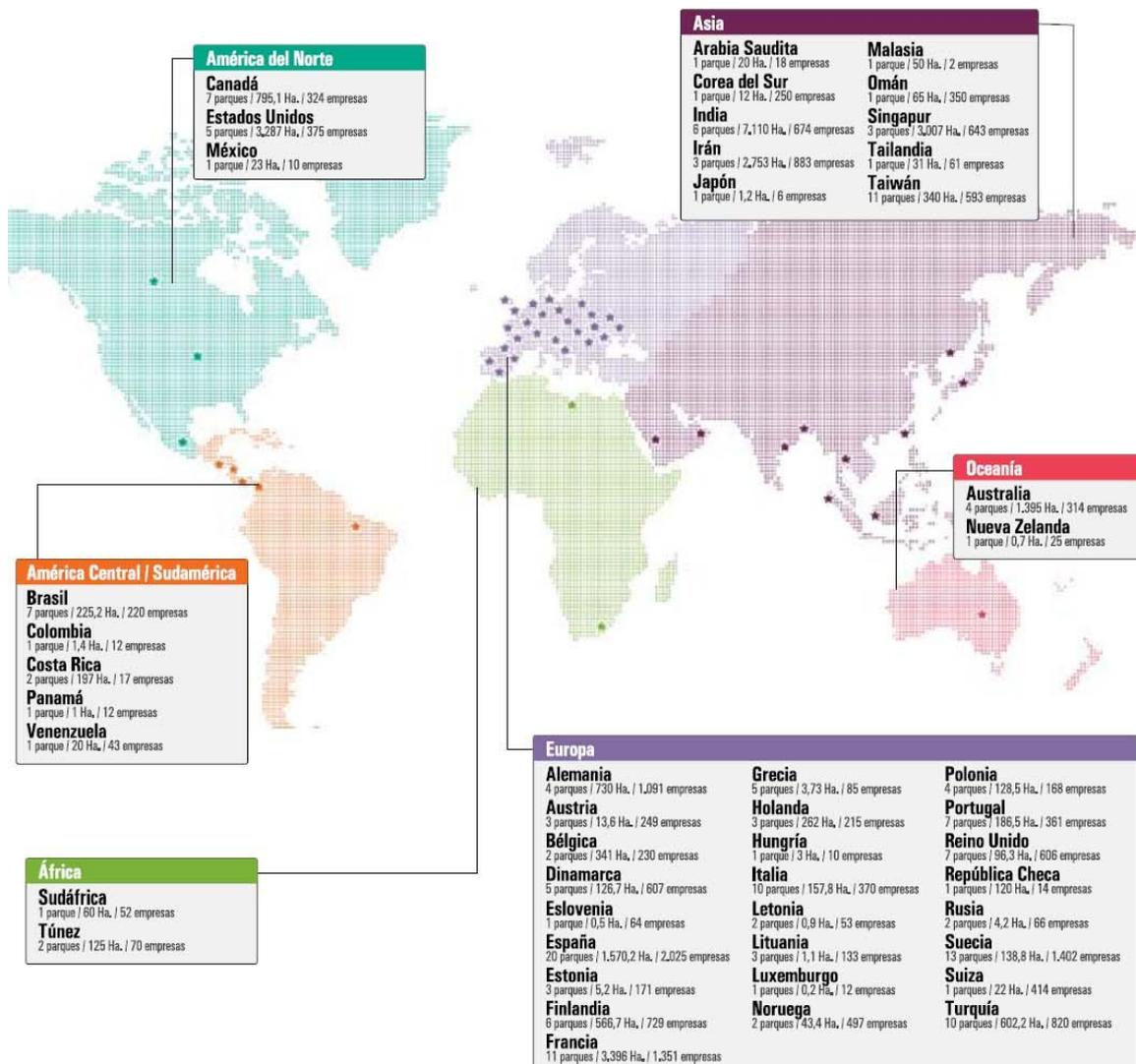
un congreso mundial, en el 2013 se realizará en Porto Digital, Recife, Brasil. El objetivo de compartir buenas prácticas y problemáticas o inquietudes comunes.

A continuación se podrá ver un mapa con los principales países y cantidad de parques asociados, lo que nos dará un panorama de la importancia de este movimiento.

Parques Tecnológicos del mundo nucleados en la IASP

Relevamiento efectuado en la primer semana de febrero 2010 de algunos de los parques de los 5 continentes.
Fuente: L.J.Ramos Brokers Inmobiliarios en base a datos de International Association of Science Park

La International Association of Science Park (IASP) es una de las asociaciones, entre varias a nivel global. Es una muestra que permite tener idea de la magnitud del fenómeno de los polos, distritos y parques tecnológicos, que sigue evolucionando a gran velocidad.



Tal como mencionábamos anteriormente, conoceremos los casos de clusters extranjeros en los que el Distrito tecnológico se inspiró y/o son modelos a seguir: Silicon Valley, @Barcelona, Porto Digital y Bangalore.

A) El caso estadounidense: El pionero Silicon Valley

Retomando la historia de los clusters y como hemos mencionado párrafos atrás, Silicon Valley es el caso más referente de este fenómeno. Nació en los años 50, de un plan ideado por Frederick Terman, decano de la Escuela de Ingeniería de Stanford, para crear un parque industrial en tierras en desuso pertenecientes a la universidad.

Si bien la denominación "Silicon Valley"⁴ es una invención periodística de la década del '70, se trata de un espacio geográfico de un enorme dinamismo empresarial que abarca la parte sur de la Bahía de San Francisco, más concretamente el Valle de Santa Clara.

La ciudad más importante en densidad de población es San José, pero Silicon Valley está muy asociada a las ciudades de Palo Alto y Menlo Park. Zona agrícola por excelencia, hasta que los Stanfords (una familia de ricos empresarios ferroviarios) crearon, en **1891**, **la Universidad de Stanford**, llamada realmente Leland Stanford Jr. University.

Hoy conforma un territorio físico y mental, un gran motor de ideas y recursos humanos de las empresas. La universidad promueve una filosofía de trabajo que da orientación empresarial a la investigación científica, transformando ideas en oportunidades de negocios y/o plataformas de alta productividad para uso institucional donde la innovación funciona como principal motor de acción.

Los historiadores de la región coinciden en que sin las sinergias de Stanford, Silicon Valley no hubiera existido, o por lo menos no allí. La universidad hizo que se favorezca la creatividad y promueva un entorno industrial único en el mundo.

Precisamente las **incubadoras de empresas** surgieron inicialmente en Europa y Estados Unidos durante la década de los años `50. No es casualidad que en este

⁴ El término Silicon Valley fue acuñado por el periodista Don C. Hoefler, editor de Electronic News. Silicon (Silicio), alude a la alta concentración de industrias en la zona, relacionadas con los semiconductores y las computadoras; Valley se refiere al Valle de Santa Clara.

último país, la primera experiencia la constituye la incubadora de base tecnológica de Silicon Valley, California, en la que participó directamente Stanford University.

La historia de la simbiosis de investigación tecnológica entre el valle y Stanford es muy larga. Pero se puede resumir en los principales hitos:

En 1909 Charles Herrold hizo la primera transmisión comercial de radio del mundo. Dos años después en 1911, Cyril Elwell fundó en Palo Alto la Federal Telegraph Company. Dos décadas más tarde **William Hewlett y David Packard** abrieron su empresa conocida como **HP** fabricando osciladores de audio. En **1946, se fundó el Stanford Research Institute**, de donde surgieron cientos de innovaciones, entre ellas el módem, el Mouse, entre otras.

Para los años 50, **IBM** (fundada en 1911) se instala en la región, contribuyendo aún más al fortalecimiento de la investigación y de los negocios en la parte sur de la Bahía de San Francisco. En 1968 se funda **Intel** bajo el nombre de **NM Electronics** y 3 años después fabrica el primer microprocesador.

En 1970 se instala la empresa de fotocopiadoras **Xerox**. Dos años más tarde nace la compañía pionera en juegos arcade, videojuegos caseros y microcomputadores personales, **Atari Incorporated**. En 1976, Steve Jobs y Steve Wozniak fundan **Apple Computer**.

En 1982 se crean **Sun Microsystems**⁵ y **Adobe**. Los primeros se dedican a vender servidores, componentes informáticos, software y servicios informáticos. Por su parte los segundos son conocidos por sus programas de edición de páginas web, vídeo e imagen digital hoy presentes en una integración conocida como Adobe Creative Suite. El software más conocido hoy es el Adobe PhotoShop.

En los '90 la explosión de Internet multiplica por cien la creación de empresas. Hoy se trata de un potente ecosistema de más de 6.200 firmas radicadas en la región. En 1999, se invirtieron más de 6000 millones de dólares de capitales de riesgo en compañías nuevas o jóvenes del valle.

En el Valle del Silicio se encuentran las sedes mundiales de **Apple Computer, AMD, Adobe System, Cisco System, Oracle, Symantec, Sun Microsystems, 3Com y Varian Medical Systems** como así también la mayoría de compañías con modelos de

⁵ Las siglas SUN derivan de «**Stanford University Network**», proyecto creado para conectar en red las bibliotecas de la Universidad de Standford.

negocio en Internet que conocemos, comenzando por **Google, Yahoo, eBay y Facebook**.

Las ventajas de Silicon Valley como imán de mano de obra calificada y capital para emprendimientos se multiplicaron al ir creciendo la región. Cambiar de empleo es cosa corriente en el valle, los índices de desocupación son bajísimos.

Silicon Valley **creció a lo largo del tiempo con poca ayuda estatal**. En verdad, el principal intento de ayuda perjudicó a la región. El Acuerdo sobre Semiconductores firmado por los Estados Unidos y Japón en 1986, que impuso restricciones antidumping a las importaciones de semiconductores japoneses, retardó el viraje de Silicon Valley hacia el software y otros productos y servicios conjuntos más apreciados.

Hoy este cluster da trabajo a más de un millón de personas, de las cuales casi el 40 por ciento son graduados universitarios y más del 33 por ciento nacieron en el extranjero. Llegan atraídos por la posibilidad de encontrar buenos empleos con excelentes perspectivas de progreso, y de acceder a los avances en el campo de la alta tecnología.

B) El caso español: 22@Barcelona

En el año 2000, en Europa surge El 22@Barcelona como una iniciativa del **Ayuntamiento de Barcelona** para transformar 200 hectáreas de suelo industrial del barrio de Poblenou en un distrito productivo innovador con espacios modernos para la concentración estratégica de actividades basadas en el conocimiento.

Para alcanzar este objetivo, se crea un nuevo modelo de ciudad compacta, donde las empresas más innovadoras conviven con universidades, centros de investigación, de formación y de transferencia de tecnología, así como viviendas, equipamientos y zonas verdes. De esta manera, se define un nuevo modelo económico basado en el desarrollo de cinco clusters sectoriales: Media, TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), Energía, Diseño y Tecnologías Médicas. En cada uno de estos campos, se pretende concentrar en un espacio reducido a los siguientes elementos con el fin de conseguir el éxito del cluster:

- La presencia de empresas de referencia en el sector,

- El apoyo y presencia de las instituciones más relevantes,
- La instalación de universidades, centros de formación continua y de formación profesional,
- El funcionamiento de centros tecnológicos,
- La creación de incubadoras para emprendedores
- La construcción de residencias para profesionales,
- Espacios de exhibición y divulgación de las innovaciones y trabajos de los sectores,
- La prestación de un conjunto de servicios específicos: ayudas, acceso a capital de riesgo, networking, etc.

Entre algunas de las empresas radicadas se encuentran: **Yahoo, Microsoft, Groupalia, Schneider Electric e Indra** entre otros.

En una nota publicada por el Diario La Vanguardia ⁶ en referencia al cumplimiento de los 10 años del 22@Barcelona se indica que en el último cálculo disponible, la zona del alberga a 7.064 empresas, a unos 90.000 trabajadores y a unos 4.400 autónomos. Respecto al año 2000 –cuando el barrio contaba con 3.437 empresas–, el crecimiento empresarial es de un 105,5%, muy por encima del vivido por la provincia de Barcelona (57,3%) y el conjunto de Cataluña (60%). La media anual es de 545 nuevas empresas instaladas en el barrio, o lo que es lo mismo, 1,2 por día. El periodo más intenso de crecimiento, sin embargo, fue entre el 2003 y el 2006, que se truncó por el estallido de la crisis. De las 4.500 nuevas empresas del barrio, un 47,3% son de nueva creación y el resto trasladadas de otros lugares de la ciudad o la provincia.

El volumen de negocio global del 22@Barcelona asciende a unos 8.900 millones de euros anuales. El 27% de las empresas de la zona trabajan en actividades intensivas en conocimiento o tecnología, cifra que sube al 31% en caso de las de nueva creación no trasladadas.

La población que vive en la zona también ha crecido a lo largo de esta década. Si en el 2001 había 73.464 habitantes, en 2010 se han superado los 90.000.

⁶Diario La Vanguardia <http://www.lavanguardia.com/economia/20101221/54092195940/el-distrito-22-barcelona-cumple-10-anos-con-56-000-trabajadores-mas-que-en-el-2000.html>

Cabe resaltar que en el 22@Barcelona no existen incentivos económicos para la radicación de empresas. Ana Majó Crespo, Directora de Sectores Estratégicos e innovación del parque expresó en una nota para el diario rosarino La Capital: *“Lo que se vende es un parque tecnológico y esto para muchos es suficientemente atractivo.”*⁷

C) El caso brasilero: Porto Digital

Porto Digital es hasta ahora la más exitosa de todos los parques tecnológicos instalados en Recife, la capital de Pernambuco, Brasil. Creado con la inversión de 15 millones de dólares proveniente de la privatización de la compañía de energía local, este polo tecnológico comenzó a funcionar en año 2000. El objetivo era recuperar y aprovechar edificios deteriorados del viejo puerto de Recife.

Hoy en día Pernambuco, ha tomado el capital humano, la iniciativa empresarial y la innovación como motores de acción.

Este proyecto combina la inversión pública, el sector privado y las universidades albergando los siguientes **sectores estratégicos**: Outsourcing, biometría, seguridad de la información, infraestructuras TIC, movilidad y conexión Wi-fi, la educación a distancia, y juegos.

En 2010, las 200 empresas ubicadas allí tuvieron una facturación de 1000 millones dólares EE.UU. Si bien está compuesto principalmente por pequeñas y medianas empresas también están radicadas multinacionales como: Nokia, Motorola, Samsung y Dell.

Dentro de los Beneficios que gozan las empresas de Porto Digital se encuentran:

Incentivos municipales: La Ley Municipal 17.244/2006, declara ciertos beneficios para las empresas que se instalen. Ellas pueden obtener una reducción del 60% en el impuesto de ingresos brutos. Para ello, las empresas deben cumplir con los requisitos exigidos por la ciudad como estar al día con los impuestos municipales.

Incentivos Estatales: Reducción del Impuesto sobre Circulación de Mercaderías y Productos (GST). El Gobierno de Pernambuco, redactó un proyecto de ley para reducir

⁷ Diario La Capital de Rosario
http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2011/4/edicion_884/contenidos/noticia_5885.html

el Impuesto sobre Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS) para la industria del software de Pernambuco. En algunos casos, la tasa puede caer del 17% al 1%

Principales reconocimientos a Porto Digital:

- En 2007 fue elegido como el mejor parque tecnológico por la Asociación Brasileña de Parques Científicos (Anprotec).
- En 2008 se unió a la lista de cuatro polos que se encuentran en un modelo de referencia mundial para la gestión de la Asociación Internacional de Parques Científicos (IASP), una organización con sede en los principales países del mundo que fomenta el crecimiento y la competitividad de las empresas miembro.
- En 2009, la revista Business Week citó el Puerto Digital como uno de los diez parques tecnológicos, donde se crea el futuro.
- En la actualidad el sector de Tecnologías de la Información y Comunicación representan el 3,9% del PIB de Pernambuco

D) El caso indio: Bangalore

En 1991 el gobierno indio inició una liberalización económica que abrió el paso para la creación de Parques Tecnológicos de excelencia. Junto a estos dos factores, la educación ha desempeñado un papel clave. Y es que, en contraste con las elevadas tasas de analfabetismo, la India posee un Sistema de Educación Superior considerado "técnica y científicamente equivalente al de los países occidentales más avanzados". Anualmente ingresan 90.000 alumnos en 838 Escuelas de Ingeniería, de los que 73.000 se especializan en informática.

La receta de un Gobierno que invierte en educación y parques tecnológicos, tiene un ingrediente adicional: la simplificación legislativa, la escasez de trabas gubernamentales en el sector de las Tecnologías de la Información.

Bangalore ha pasado a considerarse uno de los más importantes clusters de desarrollo tecnológico mundial, incluyéndose entre las diez grandes ciudades hightech de todo el mundo. Su parque tecnológico alberga a 1.500 compañías tecnológicas, más de un centenar de multinacionales que dan empleo a 240.000 personas en la industria del software y servicios informáticos. Países como Estados Unidos o el Reino Unido han pasado a ser grandes clientes de la India.

Las firmas de IT de Bangalore emplean aproximadamente a un 35% del millón de profesionales de esa área tecnológica de todo el país.

Bangalore es muchas llamada como la “Silicon Valley de la India” debido al gran número de compañías relacionadas a las tecnologías de la información que están ubicadas allí

La industria de TI de Bangalore se divide en dos áreas de negocios principales: Electronics City y Whitefield.

Electronics City, inaugurada en 1978, se encuentra en las afueras de Bangalore. Este parque industrial se extiende a lo largo y ancho de unas 135 hectáreas. Las estadounidenses **3M**, **Hewlett Packard** y **Siemens** son algunos de los importantes clientes de Electronics City. También Infosys and Wipro, las segunda y tercer compañías indias de software respectivamente, también se encuentran en ella.

El Software Technology Park of India (STPI) fue lanzado en 1991 por el Ministerio de Información y Tecnología. Comenzó a funcionar en la Electronics City de Bangalore. STPI se cuenta entre los primeros -y por lo tanto más viejos- ISPs (Internet Service Providers, Proveedores de Servicio de Internet) de la India; de hecho, fue el primero en contar con ese servicio en el país. La importante Nortel Networks es un destacado cliente de STPI.

El complejo Whitefield es hogar del Parque Internacional de Tecnología de Bangalore. Fue creado como resultado de un emprendimiento conjunto firmado en enero de 1994, no ya entre empresas privadas, sino entre dos gobiernos: el federal de la India y el Estado de Singapur. Éste incluye grandes instalaciones que comprenden seis edificios.

El área ubicada en cercanías del aeropuerto HAL de Challaghatta incluye empresas como: **Dell**, **IBM**, **Lenovo**, **LG**, **McAfee**, **Microsoft**, **NetApp**, **Nokia**, **Sanyo** y **Yahoo**.

Por su lado, la carretera de circunvalación externa de la aglomeración urbana incluye a **Accenture**, **Cisco**, **Honeywell**, **Intel** y **Oracle**.

Una vez analizados estos casos extranjeros, pasaremos a conocer los casos de clusters en nuestro país.

2.3 Clusters Tecnológicos en la Argentina.

Continuando con ejemplos de modelos de los clusters del exterior y ahora le toca el turno a los modelos nacionales. El desarrollo tecnológico se desparrama como un racimo de enormes granos de uvas en el territorio argentino. En los últimos cinco años, se crearon más de una docena de polos tecnológicos en las geografías de la nuestro país. Los pioneros lograron consolidarse como centros de integración pública y privada. Los clusters de **San Luis, Córdoba y Buenos Aires** fueron y son los que marcan el ritmo en ese sentido, pero de a poco la experiencia está siendo imitada otras ciudades en formato de nicho. Ejemplos son las instalaciones en ciudades como Bahía Blanca, Corrientes, La Plata, Jujuy o Chaco.

Entre los casi 20 polos y clusters de empresas de software e informática que existen en Argentina se nuclean a más de 700 empresas de software y servicios informáticos del país que buscan a través de la asociatividad incrementar sus negocios, posicionarse en sus regiones y también imitar a los establecidos en la búsqueda de clientes en el exterior. En muchos de estos casos en vinculo cercano con universidades.

Listado de Clusters IT en Argentina.

- Distrito Tecnológico Buenos Aires
- Polo TIC Mendoza
- Cluster Córdoba Technology
- Polo Tecnológico Rosario
- Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires
- Distrito Tecnológico del Noroeste santafesino
- Polo Informático de Tandil
- Polo Tecnológico Mar del Plata
- Cluster Tecnológico Bariloche
- Polo Tecnológico de Córdoba (CIIECCA)
- Polo Chaco
- Parque Informático La Punta
- Distrito Informático del Gran La Plata
- Parque Austral, Científico, Tecnológico y Empresarial
- Polo IT Corrientes
- Polo Tecnológico de Junín
- Polo IT La Plata
- Parque Tecnológico del Litoral Centro
- Cluster Infotech Neuquén

- Polo TIC Bahía Blanca
- Cluster NOA, Polo Jujuy
- Cluster Tucumán Technology
- Parque Tecnológico Misiones
- Cluster TICs Rosario
- Polo Tecnológico Constituyentes
- Polo Informático Zapala

A continuación desarrollaremos los 2 casos más emblemáticos: Cluster Cordobés y el de San Luis.

El caso Cordobés

El Cluster de la provincia de Córdoba es una organización asociativa que nació en el año 2000 y representa a más de 150 compañías tecnológicas de esta provincia. El mismo está directamente relacionado con el Programa de Desarrollo de Cadenas Productivas, y es un emprendimiento conjunto de la Agencia de Desarrollo Económico de la Ciudad de Córdoba, de la Agencia Córdoba Ciencia y de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba, financiado parcialmente con aportes del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Este cluster tiene como propósito fundamental promover la integración, creación, fortalecimiento y sostenibilidad de las empresas e instituciones del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones de la Provincia de Córdoba, con el fin de asegurar alta competitividad en el ámbito tanto nacional como extranjero.

Según una nota del diario Cordobés Comercio y Justicia⁸: el cluster está compuesto por sesenta por ciento pymes y de éstas, 30% micropymes “de mucho valor agregado”, justamente las que más sufren los avatares de la financiación. Según un estudio preliminar del Observatorio TIC, 63% tiene entre seis y 30 empleados y apenas 10% tiene más de 100 trabajadores.

El cluster creó su fundación llamada: **Fundación Córdoba TIC**. Esta trabaja con el objetivo de crecer cuatro veces en facturación durante la segunda década del siglo: Su idea es llegar en 2020 a cuatro mil millones de pesos; exportaciones por 1.600 millones de pesos y 35 mil puestos de trabajo.

⁸ Fuente: <http://www.comercioyjusticia.com.ar/2011/10/04/cluster-10-anos-de-logros-sustentan-las-bases-para-catapultar-las-pymes/>

El Cluster Córdoba Technology fomentó también la creación, en el año 2002, del **Instituto Tecnológico de Córdoba**, que se concentra en la capacitación e investigación aplicada a las tecnologías de información. Efectúa estudios requeridos por las empresas patrocinadoras del mismo, que son **INTEL, IBM y Microsoft**. En el Instituto Tecnológico de Córdoba participan las seis Universidades de Córdoba y el Cluster Córdoba Technology.

En lo que respecta a las actividades, en el ámbito del ITC se promueve el desarrollo de una nueva currícula para las facultades de Ingeniería, Telecomunicaciones, Sistemas, Ciencias de la Computación, Ciencias Agropecuarias, Medicina y Administración de Negocios para estudios de grado. Además se busca la adaptación y desarrollo de una nueva currícula para posgrado en Ciencias de la Computación, Telecomunicaciones y Administración de Negocios. En el mismo marco, también se desarrolla una currícula de capacitación para profesionales en programas universidad-empresa. Además, el ITC desarrolla actividades de capacitación para el personal del Córdoba Software Factory.

La creación del Instituto Tecnológico de Córdoba constituye un intento por parte de las empresas del Cluster, de asegurarse la calidad y disponibilidad de su principal insumo: la mano de obra calificada.

Los objetivos de este cluster son:

- Propender al desarrollo y mejoramiento de las empresas de tecnología de la información, de comunicaciones y sus sectores afines.
- Fomentar una cultura empresaria de cooperación y asociación sin poner en riesgo los principios de competencia, necesarios pero complementarios, entre empresas que integren la Asociación o no, aportando experiencia y comprendiendo e insertando las economías regionales, como pilares importantes del desarrollo económico, en busca de una continua innovación.
- Constituirse en un referente de opinión importante de la industria de la tecnología de la información y las comunicaciones. Asumiendo protagonismo institucional, colaborando y relacionándose con las distintas representaciones empresarias del sector.
- Realizar alianzas e integración con empresas que no integren la asociación.

- Propender al Desarrollo y aprovechamiento de oportunidades de negocios conjuntos, en base a principios de cooperación.
- Promover las condiciones de competitividad para el desarrollo tecnológico y el mejoramiento de la productividad.
- Impulsar la radicación de compañías extranjeras, con fines de inversión y desarrollo local.
- Generar programas de fomento al desarrollo y capacitación en conjunto con otras entidades, sean públicas o privadas.
- Favorecer la promoción de las empresas en el mercado y propender a la difusión e incorporación de la tecnología en beneficio de la comunidad en cuanto esto implique un mejoramiento de las condiciones de la industria.
- Ser el motor y la conexión entre grandes demandantes de soluciones tecnológicas, promoviendo sus productos o servicios, a través de participación en delegaciones de negocios, convenios de representación, o rondas de prestaciones con consultoras internacionales.
- Estar activamente relacionado con los diferentes estamentos del estado, como así también de los sectores privados, a fin de propender a la concreción de condiciones aptas de competitividad con las garantías suficientes para el desarrollo de la innovación tecnológica, y el mejoramiento continuo de la productividad.
- Promover políticas estatales de mejoramiento de las condiciones del sector y del desarrollo de esta Asociación Civil.
- Investigar, estudiar, promover, difundir y eventualmente, proponer estándares tecnológicos de acuerdo a la evolución de la industria en el mundo.
- Contribuir en la consolidación y mejoramiento de los sistemas educativos, a los fines de aprovechar las ventajas de contar en Córdoba con instituciones educativas universitarias con potencial de especialización en conocimientos técnicos aplicables al sector.
- Propender a la formación de recursos humanos calificados, incluso en el seno de las empresas del sector.

- Formar un foro en que las empresas de tecnología de la información y comunicaciones de la Argentina puedan encontrar información y apoyo en relación con las oportunidades que brinda el mercado, a fin de que los mismos puedan beneficiarse plenamente de ellas.
- Organizar eventos que tiendan a la difusión y desarrollo de su actividad.
- Representar y eventualmente, defender a los asociados en gestiones ante las autoridades, organizaciones y empresas, medios e instituciones en asuntos que tengan relación directa o indirecta con los fines de la asociación.
- Promover actividades de Investigación y Desarrollo relacionadas con la tecnología y las industrias afines.
- Promover la creación y participación en todo tipo de actividades y entidades vinculadas al objeto de la asociación.
- Promover la creación y participar en entidades regionales e internacionales referidas a estas especialidades, confederándose si tuviesen el mismo o análogo fin.

En la actualidad, el Cluster Tecnológico Córdoba tiene más de 152 empresas en conjunto que dan empleo a más de 5.000 personas

Caso San Luis: Parque Informático de la Punta (PILP)

Por medio de la Ley N° VIII 0502-2006 el Gobierno de la Provincia de San Luis crea, en el año 2004, el Parque Tecnológico y adhiere a la Ley Nacional de Promoción de la Industria de Software, en el marco su Plan de desarrollo de una economía basada en el conocimiento no contaminante.

En este contexto, la Universidad de La Punta es uno de los organismos encargados de la organización y puesta en marcha del mencionado Parque.

Por ello, además de estar formando recursos humanos en tecnologías de la información la Universidad incorpora dentro de su Campus un espacio exclusivo diseñado para albergar empresas de TI de primera línea.

Su objetivo es generar un Cluster de TI que fortalezca la relación entre el perfil

académico de los estudiantes formados por la Universidad y las necesidades de instrucción que las empresas solicitan, facilitando de esta forma el desarrollo del conocido "Triangulo de Sábato", la radicación de empresas de TI y la generación de trabajo altamente calificado con elevados salarios relativos.

Para lograrlo, San Luis ofrece facilidades en el acceso a espacio físico, un fondo para el financiamiento del Capital de Trabajo, un incentivo financiero para la contratación de mano de obra local, y accesibilidad a los beneficios impositivos. Entre los objetivos de este cluster, figura: Posicionar a San Luis como un referente mundial en la producción de servicios informáticos y de las tecnologías asociadas y Alcanzar entre un 70% y un 75% de inclusión digital.

Según Alicia Buñuelos, rectora de la Universidad de la Punta hasta abril del 2012, sintetiza todo este proyecto en una frase: *"Marcamos tendencias, mostramos futuro", y continúa: "La sociedad sanluiseña ha madurado, tenemos un 93.18% de penetración de Internet. Todos los años realizamos la feria llamada San Luis Digital, aquí le revelamos a los puntanos cómo la tecnología puede mejorar sus vidas."*

En cuanto al rol del gobierno local ella comenta: *"El Gobierno de San Luis favorece la radicación de la industria. Se conforma un triangulo entre la Universidad, el Estado y los privados, lo que promueve el desarrollo, porque comprendemos que esta es una oportunidad para la provincia, para la Argentina y el mundo"*.

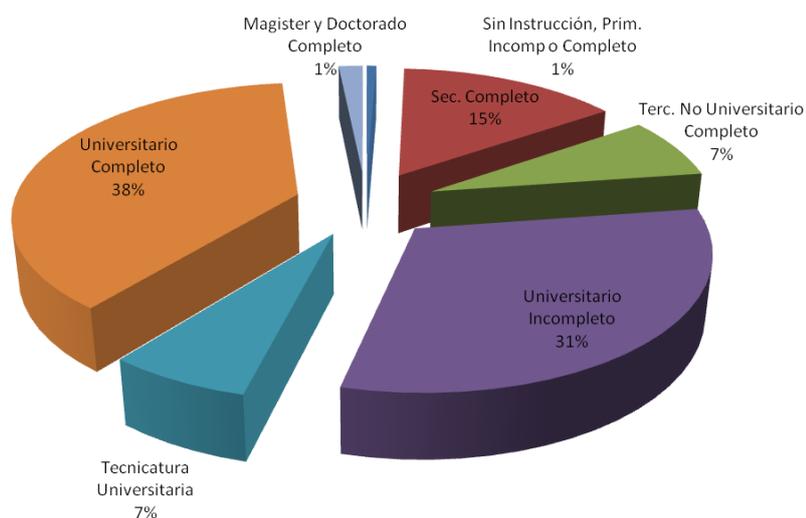
En la actualidad en el parque ya se instalaron 21 empresas destacándose: **MercadoLibre.com; Unitech, Indra y Coradir.**

2.4 Crecimiento sostenido de la industria Tecnológica en la Argentina

Como hemos visto, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) se han convertido en los últimos tiempos en el nuevo paradigma de la economía mundial. Frente a este escenario, Argentina tiene todas las capacidades competitivas y comparativas para posicionarse en el mundo como un proveedor destacado de productos y soluciones tecnológicas. Nuestro país posee una gran cantidad de recursos humanos capacitados y calificados, junto a gran aumento de personas emprendedoras en el sector tecnológico. Según datos oficiales, entre 2003 y 2011 crearon más de 500 empresas de software y servicios informáticos (SSI). El empleo aumentó de 21 mil a 66 mil puestos de trabajo relacionados a este rubro.

Un dato no menor demuestra que el posee un alto grado de profesionalización formal en sus plantillas lo cual contribuye a explicar los elevados salarios en relación a otras actividades.

Grados de profesionalización de la industria tecnológica



Fuente: Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI) www.cessi.org.ar

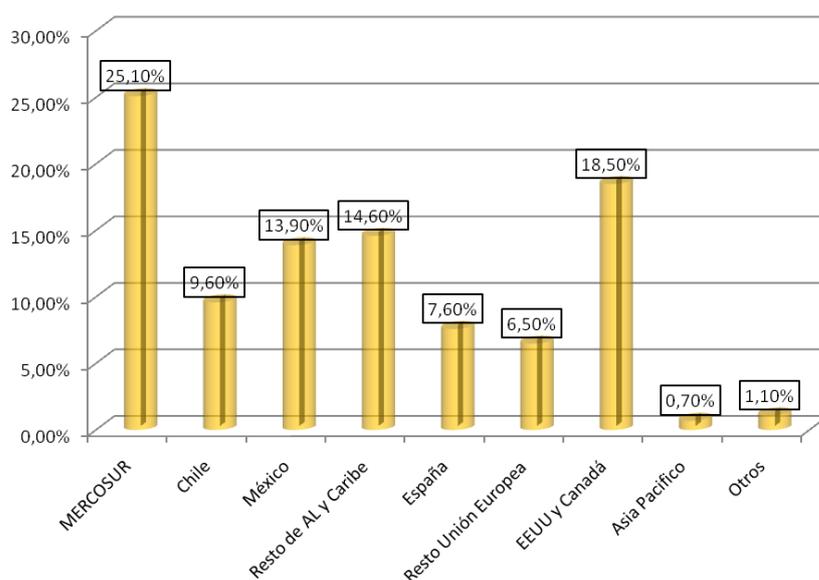
En cuanto a las proyecciones, según datos de la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI)⁹, la industria crecerá un 90% para 2016, generando al menos 70.000 nuevos puestos de trabajo. Se pauteó como objetivo alcanzar, para esa fecha, una facturación total de 20.000 millones de pesos y exportaciones por 3.000 millones de dólares.

Los esfuerzos del sector de empresas de software y servicios informáticos argentino para posicionarse como exportador de software de calidad comienzan a ser reconocidos por prestigiosas instituciones educativas, por ejemplo un informe publicado por el Software Engineering Institute (SEI) de la Universidad Carnegie-Mellon ubicó al país en el puesto 12 en todo el mundo en cuanto al nivel de adopción CMMI (su traducción en español: Integración de modelos de madurez de capacidades). CMMI es un modelo para la mejora y evaluación de procesos para el desarrollo, mantenimiento y operación de sistemas de software.

⁹ Fuente Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI) www.cessi.org.ar

Un 58% de las empresas del sector efectuaron alguna operación de exportación, y de ese total, casi un 65% lo hace con cierta regularidad, lo que marca un comportamiento exportador por encima del resto de los sectores PyME industriales. Entre los destinos que más se exporta se encuentra el MERCOSUR (25%) seguido por EEUU y Canadá (18,50%). En el siguiente cuadro se pueden observar el resto de los países.

Índice de exportaciones de empresas de software argentinas



Fuente: Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI) www.cessi.org.ar

El apoyo de la industria IT por parte del gobierno nacional y local.

Para potenciar a esta industria estratégica, el gobierno nacional argentino implementó diferentes acciones que van desde leyes para fomentar el desarrollo tecnológico hasta programas de capacitación gratuitos.

El **Ministerio de Economía de la Nación** sancionó en 2004 la **Ley de Promoción del Software (25.922)**, que ofrece beneficios fiscales e impositivos a todas las empresas nacionales que se dediquen a la industria. Entre ellos: estabilidad fiscal durante 10 años, bono de crédito fiscal de hasta un 70 % de las contribuciones patronales pagadas y desgravación del 60% del monto total del impuesto a las ganancias

determinada para cada ejercicio. De esta forma, más de un 30% de empresas recibe los beneficios de esta normativa.

Por otro lado, la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica lleva adelante un plan de financiamiento conocido como **FONTAR** con el objetivo de financiar nuevos proyectos de base tecnológica para que puedan insertarse en el mercado.

En cuanto a la educación y capacitación existen 2 importantes programas de formación tecnológicas: las **Becas del Bicentenario para carreras científicas y técnicas** y el programa de **Becas Control-F**. Las primeras dirigidas a incrementar el ingreso de jóvenes provenientes de hogares de bajos ingresos a carreras universitarias, profesorado o tecnicaturas consideradas estratégicas para el desarrollo económico y productivo del país, y también a incentivar la permanencia y la finalización de los estudios de grado, tecnicaturas y profesorado en campos claves para el desarrollo entre ellas. Las segundas son una iniciativa de capacitación en tecnologías informáticas organizada por el Ministerio de Trabajo de la Nación en conjunto con CESSI y 5 empresas informáticas: Microsoft, IBM, Sun, Cisco y Oracle. El Plan involucra la formación de trabajadores ocupados y desocupados de todo el país en forma gratuita para, en uno y otro caso, prepararlos para un mejor desempeño laboral o bien para su incorporación en empleos de calidad en el área de las tecnologías de la información.

Estos ciclos de capacitación estimulan la oferta de profesionales capacitados en el sector IT. Con mejores profesionales, se crea un rubro más competitivo y calificado para posicionar al país como una nación que cree y apuesta a la tecnología.

Por parte del **Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**, luego de definir los sectores estratégicos para la ciudad, creó mediante la ley 2.972 el "**Distrito Tecnológico de Parque Patricios**" la cual establece una zona libre de impuestos locales para todas aquellas empresas TICs que se radiquen dentro de la zona durante 15 años, en el caso de empresas PYMES y de origen nacional y 10 años, en el caso de empresas extranjeras. Caso que da origen a esa tesis y que analizaremos más adelante.

En la actualidad, el sector nacional de las TICs aporta casi 50.000 trabajadores, de los cuales más de un tercio están dedicados a brindar soluciones de deslocalización. En el país están constituidas aproximadamente 1000 empresas y en todo el sistema

educativo existen alrededor de 120.000 estudiantes que cursan sus carreras de grados y terciarios en las diferentes universidades y academias.

El panorama del mercado a nivel nacional es positivo y con buena perspectiva a futuro. Esto es importante si consideramos la crisis financiera por la que atraviesa el mundo y lo que afecta esto a la industria. El mantenimiento de este crecimiento en el tiempo dependerá de cada uno de los actores, de adaptarse a los cambios y sobre todo de desarrollarse. Para esto es importante la actitud del Estado, sus planes y apoyo para las empresas nacientes que regenerarán el ciclo de esta industria.

En tal sentido es necesario analizar el rol del gobierno de la ciudad y sus industrias estratégicas. Por ellos, a continuación hablaremos de este tema.

2.5 El rol del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y sus industrias estratégicas

Luego de haber comentado distintos casos de éxitos de clusters y su relación con diversos actores y de haber hecho nuestra introducción sobre la importancia e incentivos del gobierno nacional y local por la promoción de la industria tecnológica, llegamos al Distrito Tecnológico de Buenos Aires. Así es que comenzaremos a hablar de cómo surge la idea de crear este espacio dedicado a promover la industria del saber. A lo largo de estos últimos cinco años, la Subsecretaría de Inversiones, dependencia del Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires (MDE), basó su labor en un Plan Estratégico estructurado sobre cuatro pilares de gestión, los cuales parten del principio de conceptualizar al sector privado como el principal agente de inversión, sin perjuicio de la acción reguladora y orientadora del Estado. Esto se enmarca dentro de la visión, misión y funciones más amplias correspondientes al Ministerio nombrado anteriormente.

Para posibilitar esa inversión en un marco que brinde transparencia, estabilidad y previsibilidad hace falta crear una situación de seguridad jurídica. También definir una serie de industrias estratégicas para estimular sectores que se consideren especialmente valiosos como tales y que además cuenten con el suficiente poder económico multiplicador para potenciar y generar nuevas actividades. De esta forma se definió como estrategia de promoción de inversión **Mejorar el Clima de Negocios de la Ciudad propiciando el desarrollo de inversiones de calidad**. La misma se encuentra sustentada bajo 4 pilares: Fortalecimiento de la Seguridad Jurídica,

Disminución del Impacto Burocrático, Definición e impulso de Industrias Estratégicas y la Creación del Centro de Atención al Inversor (CAI). A continuación explicaré cada uno de ellos:

a. Fortalecimiento de la seguridad jurídica.

Una de las primeras consideraciones de un inversor cuando tiene que radicarse o ampliar su negocio es analizar si está legalmente protegido. La Subsecretaría de Inversiones, a través del Ministerio de Desarrollo Económico y el Poder Ejecutivo municipal, ha promovido instrumentos jurídicos sólidos —leyes— con los consiguientes consensos políticos.

Ley 2972 (2008) de Promoción Industrial TIC (Distrito Tecnológico).

Ley 3516 (2010) de Uso Conforme Distrito Tecnológico

Ley 3875 (2011) Promoción y Estímulo Digital

En cada uno de estos anteproyectos, fue consultado con los sectores relacionados con la actividad en el proceso de elaboración como tal, una forma de que estos proyectos contemplen a cada uno de los actores involucrados: Empresarios del sector involucrado a promover; cámaras sectoriales, comunidad (los vecinos de la zona), y la academia (universidades y centros de estudios) garantizando de esta forma las reglas claras del juego.

b. Disminución del impacto burocrático

La gestión ha buscado en términos generales reducir tramitaciones y simplificar procesos sin comprometer la calidad ni la transparencia de las actividades. Si para un inversor el tiempo es dinero, cuanto más demore en hacer funcionar su negocio, más dinero estará perdiendo y más riesgo de que se frustre la inversión. Esto no sólo implica un perjuicio al interesado directo, sino también a la comunidad, que se ve consiguientemente privada de la creación de bienes, servicios y empleos.

Para lograr la simplificación de procesos se implementó un sistema de información común para seguir los trámites y expedientes de manera online (Anteriormente a esto, cada ministerio tenía un sistema de proceso de información diferente, lo que hacía que se demorara mucho tiempo en dar respuestas efectivas). El mismo fue obtenido mediante un Fondo de cooperación internacional financiera otorgado por la embajada del Reino Unido.

c. Definición y estímulo de industrias estratégicas

La definición de industrias o sectores estratégicos tiene por objeto establecer los ámbitos en los cuales se aplicarán políticas de estímulo y atracción de inversiones. Las industrias se eligieron teniendo en cuenta tres características:

- a) **Los productos y servicios que producen o prestan son de alto valor añadido. Es decir permiten que otras industrias mejoren su eficiencia y rentabilidad. La Ciudad cuenta con un importante número de estas industrias que a priori se encuadran en estas características.**
- b) Tienen un potencial **internacionalizable, es decir, su mercado es el mundo**, lo cual supone posibilidades muy amplias de crecimiento.
- c) No generan **ningún tipo de impacto ambiental negativo; son “industrias limpias”**.

De acuerdo a estos conceptos, la Subsecretaría de Inversiones identificó los siguientes **4 sectores como estratégicos para la ciudad**:

* **Tecnologías de la Información y la Comunicación:** Buenos Aires cuenta con una serie de ventajas competitivas como su amplia disponibilidad de capital humano calificado y su huso horario privilegiado, que la hacen un excelente destino para el desarrollo de productos y servicios basados en la tecnología.

* **Audiovisual:** El talento del capital humano, el nivel tecnológico a la altura de las principales ciudades del mundo, y la población de alto poder adquisitivo, son algunas de las variables que hicieron que esta industria se convierta en uno de los sectores más dinámicos e influyentes de la economía de la ciudad.

* **Turismo:** El arribo de turistas del mundo entero a la Ciudad ha aumentado a tasas crecientes en los últimos años, lo que generó un desarrollo sin precedentes en la industria del Turismo. Constantemente surgen nuevas demandas en esta industria, que representan atractivas oportunidades de inversión. En los últimos años, la Ciudad atrajo en promedio a cerca de 10 millones de turistas. Si se estima, en forma muy conservadora que cada uno de ellos gasta de 500-1000

dólares en la adquisición de bienes y servicios, estamos hablando de 5.000 a 10.000 millones de dólares que dejan en la Ciudad.

* **Desarrollos urbanos:** Buenos Aires evidencia signos de gran dinamismo en todas sus industrias, especialmente en aquellas que por su incidencia, crecimiento y atractivo modifican día a día la trama urbana, como es el caso del mercado inmobiliario, que ha demostrado un vertiginoso crecimiento en los últimos años. No sólo para la construcción de viviendas y oficinas sino también hoteles boutiques. Esta es claramente una industria transversal a las anteriormente mencionadas. El articulador para acompañar a los proyectos de desarrollos urbanos es el Centro de Atención al Inversor quién trabaja como nexo entre estos y las empresas de tecnología que buscan nuevo inmueble.

d. Creación de un área de Atención al Inversor:

Con el objetivo de **atender las necesidades del inversor local y extranjero**, se constituyó un área de atención que actúa como ventanilla única, la cual entre sus principales funciones se encuentran la de informar y guiar al inversor acerca de dónde y cómo invertir en la Ciudad de Buenos Aires, **prestar servicios de asesoría e información sobre marco jurídico e incentivos a la inversión, facilitar la gestión de los proyectos de inversión, coordinando su accionar con las áreas competentes de gobierno, brindando una asistencia directa y personalizada al inversor.**

A lo largo de la gestión, el Centro de Atención al Inversor ha atendido consultas de más de 5000 empresas de diferentes industrias y 698 casos y proyectos de inversión que representan USD 8.321 millones. Asimismo, ha concentrado sus esfuerzos en la radicación de empresas de base tecnológica dentro del Distrito Tecnológico como lugar de inversión, el cual a mayo 2012 cuenta con 110 empresas radicadas.

2.6 ¿Qué es y cómo funciona internamente el Centro de Atención al Inversor?

El Centro de Atención al Inversor fue creado en 2007 como **instrumentador de las políticas desarrolladas por la subsecretaría** y como un **nexo entre lo público y lo privado**. Desarrolla los siguientes valores funcionales en relación a la promoción y atención de inversiones en la Ciudad de Buenos Aires:

***ARTICULADOR** (entre lo público y lo privado): Vehiculiza, acompaña y contiene al privado dentro del sistema público.

***FACILITADOR** (de la radicación de la inversión privada): Informa, guía y destraba.

***ACELERADOR** (del desarrollo de nuevas centralidades): Dinamiza, empuja, sigue.

Su principal objetivo es la mejora continua del clima de negocios de la Ciudad para atraer inversiones de calidad; para ello ha alineado su estrategia con la de la Subsecretaría, trabajando sobre los pilares de gestión mencionados anteriormente.

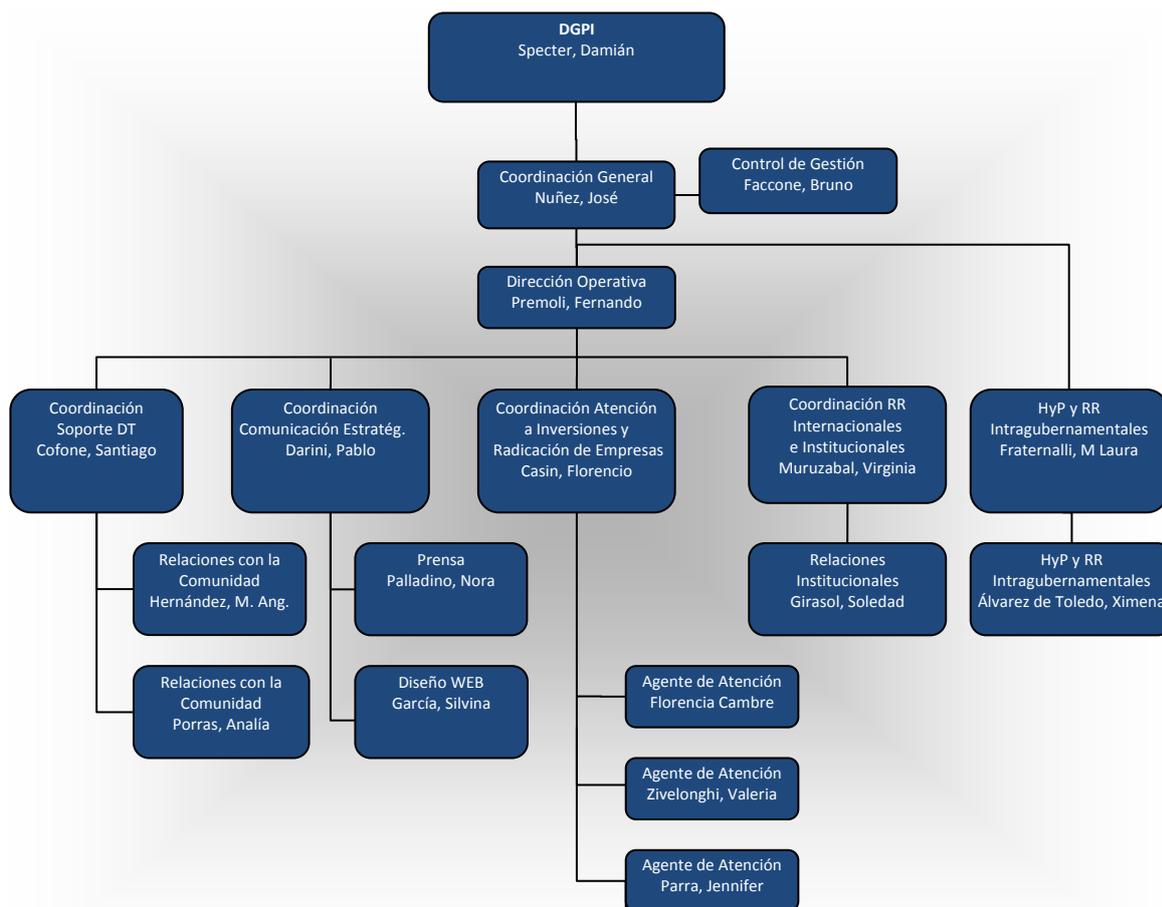
Los servicios que brinda el Centro de Atención al Inversor tanto nacional como extranjero incluyen:

- Presentación de nuevas oportunidades de negocio.
- Orientación para el inicio de operaciones, desarrollo y expansión.
- Datos y estadísticas generales y sectoriales.
- Asistencia en aspectos legales, normativos y tributarios.
- Asesoramiento sobre programas e incentivos disponibles.
- Visitas a zonas de localización estratégica.
- Encuentros con empresarios y asociaciones.
- Contactos con entidades intermedias y académicas.
- Apoyo e interlocución con las diferentes áreas y organismos públicos.
- Centro de negocios a disposición de las empresas.

Organigrama: Roles y funciones

A continuación se desarrollan los roles y funciones de cada área de trabajo dentro del CAI.

Organigrama del Centro de Atención al Inversor



Fuente: Centro de Atención al Inversor

1) Departamento de Soporte al Distrito Tecnológico

Este departamento se encarga principalmente de las Relaciones con la comunidad del barrio de Parque de los Patricios. Mensualmente coordina reuniones para tratar las inquietudes de los vecinos, comerciantes y asociaciones del barrio. Trabajan también como nexo entre los vecinos y la policía metropolitana.

2) Departamento de Comunicación Estratégica

En el entorno cambiante y competitivo actual, la comunicación es una herramienta eficaz para transmitir y mantener el valor de las ciudades a través de sus características competitivas.

La función del Área de Comunicación del Centro de Atención al Inversor es determinar la estrategia de comunicación que permita:

- Posicionar al Centro de Atención al Inversor como espacio de referencia en la comunidad inversora local y extranjera en los medios de comunicación propios y externos.
- Establecer la identidad visual y la imagen del Centro de Atención al Inversor.
- Elaborar y evaluar las propuestas de soporte comunicacional que permitan mejorar la relación entre los inversores y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Coordinar el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Centro de Atención al Inversor y participar en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación.
- Coordinar la participación en eventos propios o externos relacionados con las industrias estratégicas.

Comunicaciones externas: Incluye prensa, Newsletter digital y desarrollo de imagen y contenido (web site, folletería, publicidad y eventos). A continuación se desarrolla cada uno de estos puntos

a- Prensa:

Durante la gestión se elaboraron y difundieron 150 comunicados de prensa a los medios de comunicación del ámbito nacional y provincial (muy rara vez con medios del extranjero). Estos comunicados resultaron en la publicación de 1028 notas periodísticas en medios gráficos y digitales, radio y televisión.

Los tipos de medios contactados habitualmente están relacionados al mundo de los negocios, inversiones, tecnológicos y política.

b- Newsletter digital:

Desde febrero de 2009 el Centro de Atención al Inversor distribuye un Newsletter con frecuencia mensual. Esta herramienta permite comunicar a los diferentes públicos las actividades realizadas y las novedades en materia de inversión en nuestra Ciudad. Generalmente está compuesta por 6 notas, una infografía y una video-entrevista.

Se han realizado desde entonces un total de 35 publicaciones a una base que actualmente dispone de 10.000 contactos

c- Redes Sociales

Desde febrero del 2009 tiene activados 5 perfiles, 5600 fans/seguidores, 1200 vistas mensuales. Las cuentas son:

- Distrito Tecnológico: digitalbaires (facebook) y tecbaires (twitter)
- CAI gcba.cai (facebook) cai_gcba (twitter) buenosairescai (youtube)

En la actualidad, esta actividad se encuentra terciarizada y la función de este canal 2.0 ha pasado a ser la de un canal unidireccional que sólo informa que se hace desde el CAI o que novedades hay sobre DT.

d- Desarrollo de Imagen y contenido:

Web Site El Centro de atención al inversor tiene desarrolladas 2 urls activas las cuales son:

<http://invertir.buenosaires.gob.ar> y <http://distritotecnologico.buenosaires.gob.ar>

La página es muy completa, con información de valor como ser: servicios del CAI, beneficios fiscales de los distritos, novedades del sector, novedades del CAI, información de la Ciudad, etc. Entre ambas obtiene 22 mil visitantes promedio anuales

Además tienen una guía de trámites on line en donde cualquiera que quiera emprender un negocio, solamente con llenar un breve cuestionario, se le indica que tramites y adonde debe hacerlo. <http://cai.mdebuenosaires.gov.ar/system/optar.php>

Folletería: Se han elaborado 8 folletos principales de comunicación con reedición actualizada. Muchos de ellos elaborado en distintos idiomas (español/ingles) Esto incluye:

- Cuadríptico desplegable del Distrito Tecnológico. (3 versiones actualizadas)
- Brochure Invertir en Buenos Aires (español e ingles)
- Díptico Centro de Atención al Inversor (español e ingles)

- Carpeta tapa desplegable Centro de Atención al Inversor. (Bilingüe)
- Díptico Centros Comerciales a Cielo Abierto, Distrito Tecnológico (2 versiones)
- Mini díptico tarjeta de direcciones *web* y redes
- Libro Brochure del Distrito Tecnológico

Publicidad y Promoción: Se han realizado 9 producciones que incluyen: Afiches para la atracción de inversores, banners (para eventos), Anotadores, Pendrives (2 versiones). Este material de merchandising es utilizado en reuniones de presentación como durante eventos.

En lo que respecta a pauta publicitaria en medios gráficos. Esto ha sido muy limitado y sin un plan de medios, sino más bien como acciones aisladas. Las publicidades que han salido hasta el momento son en los siguientes medios: Anuario Inmobiliario – Revista Brando (del grupo La Nación) – Revista de arquitectura SOM.

Eventos: Entre 2008 y 2011 se han llevado a cabo 29 eventos propios entre desayunos y charlas con instituciones así como también eventos desarrollados ad hoc como Buenos Aires Futura¹⁰ y Expotic¹¹ en los cuales el objetivo ha sido acercar al público joven a la tecnología.

También se ha participado de 8 eventos externos como ser: Expo Real State, Salón Inmobiliario, E- Commerce day, Invest Forum y Clean Energy Congress entre otros. Siendo siempre el objetivo difundir los servicios del Centro de Atención al Inversor, beneficios de la radicación en el Distrito y contactar empresas interesadas en invertir en él.

¹⁰ “Buenos Aires Futura”, fue la primera Feria de Tecnología de la Ciudad destinada a todos los interesados en aprender y reflexionar acerca de la tecnología. La muestra contó con más de 70.000 participantes. Tuvo tres sedes simultáneas en distintos puntos de la Ciudad: el Planetario en el barrio de Palermo, el Centro Metropolitano de Diseño en Barracas y el Instituto Bernasconi en Parque de los Patricios. Se realizaron 26 charlas de importantes disertantes nacionales y extranjeros, con más de 80 expositores y 5 shows. Fuente Centro de Atención al Inversor

¹¹ EXPOTIC fue la primera feria de exposición de ofertas educativas de nivel superior y capacitación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el Distrito Tecnológico. Más de 4000 estudiantes visitaron la feria la Escuela técnica Dolores De Lavalle en donde participaron los representantes educativos de las empresas y organizaciones: BS Training Center, CESSI, Eset, Edutic, Exo, Microsoft, Oracle, Proydesa y Whormhole IT.

Invitación al evento Buenos Aires Futura



Fuente: Centro de Atención al Inversor

3) Departamento de Atención a Inversores y Radicación de Empresas:

Este departamento tiene como objetivos: Asesorar, informar y acompañar el desarrollo de nuevos proyectos de inversión y Radicar empresas nacionales y/o extranjeras en el Distrito Tecnológico.

Este departamento está conformado por 1 coordinador y 3 Agentes de Atención a empresas que funcionan como una especie de “ejecutivo de cuentas”. A cada empresa que se sale a buscar o que llega al CAI (sola o por medio de alguna institución), se le asigna a este “agente” que lo guiará en todo el proceso de radicación de la inversión. Será el contacto de la empresa con el gobierno para cualquier cosa que necesite. El objetivo semanal de cada uno de los agentes es generar 8 reuniones con empresas potenciales a radicarse. Ellos se contactan por teléfono o mail y generar el encuentro. Luego elaborar un pequeño informe que cargan en el sistema de CRM (Customer Relationship Manager) y realizan el seguimiento en caso que el proyecto le haya interesado y quieran mudarse.

En lo que respecta a empresas extranjeras, uno de estos mismos 3 agentes, es el encargado de su atención y seguimiento. El trabajo con ellas no es para nada proactivo, es decir que se atienden casos que llegan pero no se sale a buscarlas, ni siquiera cuando están previstos los viajes al exterior. Para este caso el área que coordina el viaje es quién también busca concretar entrevistas con empresas potenciales.

Una vez que termina el viaje, este agente es el que manda un mail de agradecimiento, envía información sobre el DT y queda a disposición por cualquier inquietud y es justo ahí donde termina toda su labor en lo que respecta a empresas del exterior.

En varias ocasiones se ha propuesto para que esta persona atienda exclusivamente a empresas extranjeras con el fin de lograr un buen seguimiento, ya que se está perdiendo el foco de esta actividad y justamente, inversión extranjera directa es lo que queremos captar.

Esta área también se encarga de generar “visitas guiadas” al Distrito, las cuales se llevan a cabo todos los jueves por la mañana. Han participado del recorrido: aproximadamente un total de 7.000 personas (lo que incluye: vecinos, empresas potenciales, alumnos extranjeros, inversores, etc.)

Hasta agosto de 2012, el departamento ha radicado **110 empresas** (100 nacionales y 10 extranjeras) cifra agosto 2012, lo que significan **111.644 m2** comprometidos (a edificar o a reacondicionar) **9.051 RRHH** que están o estarán mudándose al área.

En cuanto al segmento tecnológico de las empresas instaladas encontramos que: 68 son empresas de software, 27 son empresas de Business Process Outsourcing (BPO), 8 corresponden a Hardware, 4 a e-commerce, 2 datacenters y 1 e-learning.

4) Departamento de Relaciones Internacionales e Institucionales:

Este departamento es el encargado de desarrollar el vínculo institucional de la Subsecretaría, tanto a nivel nacional como internacional, a fines de generar canales de contacto y asimismo, obtener fondos provenientes de organismos multilaterales tendientes a conseguir financiamiento de los proyectos que impulsa la misma.

Sus interlocutores principales son las entidades intermedias que actúan como nexo con inversores y holdings de inversión: Embajadas, Cámaras empresarias, Estudios Jurídicos, ONGs, Entidades Financieras y Centros de estudio.

Esta área tiene como objetivos:

- Divulgar las oportunidades de negocios de la Ciudad a través de las entidades intermedias locales e internacionales antes mencionadas.
- Atraer empresas interesadas en invertir en Buenos Aires.

- Ofrecer los servicios del CAI
- Conseguir espacios gratuitos de difusión del CAI
- Generar eventos con empresarios e inversores.
- Ampliar la base de datos de contacto del CAI para el envío del newsletter y otras piezas digitales
- Obtener fondos de cooperación internacional para ser aplicados a proyectos del MDE.
- Organizar viajes de promoción sectorial de los funcionarios públicos.

Las principales acciones llevadas a cabo por el Departamento a lo largo del período de gestión 2008 – 2011 son:

Viajes institucionales al exterior:

La mayoría de estos viajes tiene como objetivo relacionarse con instituciones de otros países y generar en conjunto alguna actividad de difusión del DT, también intercambiar buenas prácticas con ellas. Otras veces se aprovechan eventos internacionales relacionados al rubro IT para ir a contactar empresas potenciales para radicarse en la Ciudad. También existen casos de gobiernos que visitan nuestra ciudad y luego nos invitan a visitarlos en contrapartida.

A continuación un resumen de los viajes realizados año a año:

2008

- Florida, Estados Unidos
- San Pablo, Brasil

2009

- Medellín, Colombia
- San José, Costa Rica

2010

- Bogotá, Colombia
- Medellín, Colombia
- Madrid, España
- Barcelona, España
- Victoria y Ausborne, Australia

2011

- Santiago, Chile
- California, Estados Unidos
- Madrid, Andalucía y San Sebastián, España
- Madrid, España
- Montevideo, Uruguay
- Asunción, Paraguay

En algunos de estos viajes también se llevan adelante rondas de negocios con el fin de vincular a las empresas a que puedan hacer negocios.

Rondas de negocios en el exterior:

Este tipo de eventos se llevan a cabo en conjunto con la dirección de Comercio Exterior (COMEX). Como primera instancia se realiza una convocatoria para pequeñas empresas de tecnología que buscan internacionalizarse y luego se seleccionan 10 empresas para viajar a estos destinos (principalmente Estados Unidos y España) en donde se las capacita y contacta con otras empresas del exterior para que puedan hacer negocios. Las misiones realizadas fueron las siguientes:

- Misión comercial a Silicon Valley, febrero 2011
- Misión comercial a La Red Innova, junio 2011

Seminarios sobre las oportunidades de inversión que ofrece la Ciudad en el extranjero:

Estos seminarios están enmarcados dentro de los viajes mencionados anteriormente.

- *“Estrategia de Promoción de Inversiones y la Sociedad del Conocimiento”* **(Málaga Valley, Málaga ,abril 2009)**
- *“Mejores prácticas en estrategias de promoción y atracción de Inversiones – nuevas Centralidades”* **(Asociación Mundial de Agencias de Promoción de Inversiones –WAIPA- Medellín, Colombia, septiembre2009)**
- *“Las oportunidades de negocio IT en la Ciudad de Buenos Aires”* **(la Red Innova 2011 Madrid, junio 2010)**

- *“La estrategia de promoción y atracción de Inversiones de la CABA; la importancia de la asociación público-privada”* (**Fundación Cataluña Barcelona Global Barcelona, junio 2010**)
- *“10 razones para invertir en Buenos Aires – Clusters Tecnológicos”* (**Málaga Valley / Málaga abril 2010**)
- *“Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires, una oportunidad de negocios para desarrolladores inmobiliarios”* (**Expo Real Estate Argentina, agosto 2010**)
- *“Estrategias municipales en innovación y competitividad empresarial”* (**XII Encuentro Internacional de Ciudades Digitales, Medellín, Colombia octubre 2010**)
- *“¿Por qué invertir en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?”* (**Corporación del Fomento de la Producción –CORFO- Gobierno de Chile, Santiago de Chile, marzo 2011**)
- *“La estrategia de promoción y atracción de inversiones; las nuevas tendencias del Open- Government en la administración pública”* (**Málaga Valley Málaga, abril 2011**)
- *“Propuestas gubernamentales que permitieron el desarrollo de sectores de las ciudades en desventaja. Asunción como capital de oportunidades y distrito tecnológico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”* (**Mundo Inmobiliario Paraguay, mayo 2011**)
- *“El distrito tecnológico de Buenos Aires como oportunidad de inversión extranjera”* (**Parque Tecnológico de Alcalá, Comunidad de Madrid, junio 2011**)
- *“Panorama de la industria TIC en la Argentina y la Ciudad de Buenos Aires, nuevas oportunidades de inversión”* (**PromoMadrid Madrid, junio 2011**)

- “Desarrollos inmobiliarios, pioneros exitosos” – (Evento Mundo Inmobiliario Uruguay, julio 2011)

➤ **Organización de charlas y desayunos de trabajo**

Se llevaron adelante charlas y desayunos junto a las siguientes entidades intermedias con el objetivo de dar a conocer los servicios del CAI y las oportunidades de negocios dentro del DT. En promedio, en cada una de estas actividades se contactan 20 empresas.

Embajadas:

- Embajada de España
- Embajada de Brasil
- Embajada de Sudáfrica
- Embajada de Venezuela

Agencias de Promoción de Inversiones:

- Agencia de Promoción de Inversiones de Nicaragua – PRONicaragua
- Gobierno Vasco - SPRI

Cámaras de Industria y Comercio Binacionales:

- Cámara Argentina Comercial de Taiwán
- Cámara de Comercio Argentino Canadiense
- Cámara de Comercio Argentino Chilena
- Cámara de Comercio e Industria Argentino China
- Cámara del Asia
- Cámara Española de Comercio de la República Argentina
- Cámara de Comercio Italiana en la República Argentina
- Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina
- Cámara de Comercio Argentino-Israelí
- Cámara de Comercio Argentino-Holandesa
- Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana

Cámaras sectoriales:

- Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI)
- Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)
- Cámara Argentina de Seguridad Electrónica (CASEL)

- Cámara Argentina de Máquinas de Oficina, Comerciales y Afines (CAMOCA)
- Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA)
- POLO IT
- Cámara Argentina Industria Juegos de Azar (CAIJA)
- Asociación de Consejeros y Agregados Comerciales y Económicos (ACACE)

Centros de estudios terciarios y universitarios:

- Universidad Abierta Interamericana (UAI)
- Universidad de Buenos Aires (UBA)
- Universidad Argentina de la Empresa (UADE)
- Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA)
- Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios (IUEAN)
- Universidad San Francisco
- Universidad de Arizona
- Universidad de Northeastern

5) Relaciones intergubernamentales.

Dentro de este departamento, el Coordinador junto con su asistente son los responsables de gestionar y canalizar ante las diferentes reparticiones internas del gobierno, las consultas / solicitudes / reclamos referidos a: Habilitaciones, Permisos de obras, Certificados de Aptitud Ambiental, Certificados de Exenciones y Diferimientos.

2.7 ¿Porqué invertir en áreas estratégicas de negocio de Buenos Aires?

Es importante identificar las fortalezas de nuestra ciudad para poder comunicarlas y promocionarlas y de esta forma ser “interesantes” para el resto del mundo. La Ciudad de Buenos Aires no es sólo la cuna del tango, el país donde nació Maradona sino que tiene características que la hacen atractiva a la hora de que una empresa quiera radicarse aquí. Estas características que nos hacen especiales y nos sirven a la hora de comunicar nuestro posicionamiento (que ampliaré más adelante). A continuación nuestras características:

- **ACCESIBLE:** Es uno de los principales mercados de Latinoamérica y el mundo. Junto a su área metropolitana supera los 13 millones de habitantes, lo

que la posiciona entre los 9 conglomerados urbanos más poblados de la tierra. Es una ciudad clave para acceder directamente a los más de 250 millones de consumidores que integran el MERCOSUR.

- **CALIFICADA:** Exhibe el mayor índice de alfabetismo de la Argentina. El país figura en el 10 lugar a nivel mundial en matriculación primaria y en 19% educación terciaria. En estudios superiores concentra el 25% de los matriculados mundiales de habla hispana, con la mayor tasa de universitarios de la región.
- **EDUCADA:** En la ciudad conviven 35 universidades, centros de investigación y diferentes modalidades de educación terciaria y escuelas de negocios, posicionadas entre las mejores de América Latina. Es el país de Latinoamérica donde existe la tasa más alta de personas que habla un segundo idioma (el inglés).
- **SOFISTICADA:** Es el 13 centro urbano de mayor ingreso en dólares del mundo, delante de ciudades como Hong Kong, Atlanta o San Pablo. Su Producto bruto geográfico triplica el ingreso per capita promedio de la Argentina.
- **CONECTADA:** Tiene uno de los sistemas de acceso más extensos, variados y modernos de América Latina, lo que ofrece una excelente conectividad con capitales de la región y del mundo. Posee 2 de los 23 aeropuertos habilitados para el tráfico internacional.
- **ATRACTIVA:** Es una ciudad vital y cosmopolita, reconocida en el mundo por su elevada calidad de vida (ubicándose en el puesto 78 entre 221 ciudades del mundo¹²). Además la Argentina posee el mayor índice de desarrollo urbano de América Latina. Entre los atributos que la hacen un lugar óptimo para vivir, se destacan: excelente movilidad urbana, el capital cultural y el clima templado.
- **MODERNA:** Buenos Aires posee una red privada de telecomunicaciones totalmente digitalizada y con costos competitivos. Otro dato para destacar a

¹² Mercer (Encuesta Mundial - mayo 2010)

nivel nacional es que Argentina superó el 100% de penetración de celulares y tiene la tasa más alta de usuarios de Internet de America Latina.

- **COSMOPOLITA:** Cerca del 85% de su población es de origen europeo por lo que se observan muchos elementos propios de las distintas culturas del viejo continente en la vida porteña. Después de Nueva York, Buenos Aires es la principal ciudad receptora de inmigración europea y recibe mensualmente a más de 200.000 visitas de todo el mundo¹³.
- **COMPETITIVA:** Una de las principales ventajas que ofrece son sus costos competitivos, que resultan convenientes no solo al compararlos con los grandes centros comerciales del mundo sino también con otras ciudades de la región. Entre los rubros en los que se refleja esta ventaja comparativa pueden citarse la mano de obra calificada y los costos de alquileres y servicios públicos.

Datos Generales de la Ciudad de Buenos Aires:

Fuente: Ministerio De Desarrollo Económico¹⁴

Población: 2.891.082 habitantes (actualizado año 2010)

Superficie: 202 Km²

Producto Bruto Geográfico¹⁵: US\$ 71.735 millones

Producto Per Cápita: US\$ 24.812

Exportaciones De Bienes: US\$ 374 Millones

Exportaciones De Servicios: US\$ 4.750 millones (estimado)

Empresas: 155.114 (Micro: 132.778; Pymes: 19.883 y Grandes: 2.453)

Alfabetización: 99.6%

Datos sobre el sector de Software y Servicios Informáticos:

Peso económico: 2,6% del Producto Bruto Geográfico

Crecimiento: +10%(2009/2008)

+68 (2009/2004)

Empleo Privado Registrado: 53.856 Ocupados

¹³ Fuente: Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires

¹⁴

http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/archivos/economia_portena_2011.pdf

¹⁵ El **PGB** mide el valor de la producción (a precios de mercado) de bienes y servicios finales, atribuible a factores de producción físicamente ubicados en el país, o sea, factores suministrados por residentes

Empresas: 4.582 firmas.

2.8. Distrito Tecnológico de Parque de los Patricios.

Teniendo en cuenta cuál es la estrategia del Ministerio de Desarrollo Económico para desarrollar estas nuevas centralidades, se sanciona la **Ley 2.972** creando este espacio denominado **Distrito Tecnológico**, el cuál se ubica en la zona sur de la Capital Federal.

Esta ley posee 7 capítulos y a continuación se desarrollará una breve descripción de cada uno:

- **Capítulo 1: Creación del Distrito Tecnológico:** se definen sus límites territoriales y los sujetos alcanzados por el régimen promocional. Sus límites son: el área comprendida por las Avenidas Sáenz, Boedo, Chiclana, Sánchez de Loria y Brasil, las calles Alberti y Manuel García y la Avenida Amancio Alcorta, en ambas aceras
- **Capítulo 2: Autoridad de Aplicación:** se asigna tal carácter al Ministerio de Desarrollo Económico (MDE), determinándose sus competencias en la materia. Esto quiere decir que este ministerio será quién impulse y promueva este proyecto mediante el área específica: Centro de Atención al Inversor como responsable.
- **Capítulo 3: Registro de Empresas TIC (RET):** se crea el correspondiente *Registro de Empresas TIC* (RET) para controlar que los interesados en gozar de los beneficios de la Ley cumplan los requisitos establecidos y los que en establezca su reglamentación. De esta manera se crea un instrumento idóneo para el control efectivo de la política pública diseñada.
- **Capítulo 4: Incentivos Promocionales:** se detallan las medidas de carácter fiscal a implementar y las condiciones para acceder a sus beneficios. Entre otras, incluyen exenciones a los siguientes gravámenes: Ingresos Brutos, Sellos, contribuciones de Alumbrado, Barrido y Limpieza (ABL), Territorial, y de Pavimentos y Aceras, así como el Derecho de Delineación y Construcciones. Se contempla

también la creación de un Programa de Subsidios no reintegrables, con el cual se financiará hasta el cincuenta por ciento (50%) del costo de certificaciones de calidad a favor de las empresas inscriptas en el RET. Por otro lado, se extiende la exención del pago de las contribuciones de ABL para las propiedades de la zona que sean propias o alquiladas a favor de los empleados en relación de dependencia de las empresas inscriptas en el régimen de la Ley.

- **Capítulo 5: Plan Educativo para promover las Industrias Tecnológicas:** se pone a cargo del Ministerio de Educación la implementación de planes y programas de educación en informática, así como un *Plan Piloto de Alfabetización Bilingüe y Tecnológica*. Aquellas instituciones educativas que se establezcan en el Distrito y cuyas actividades se concentren en el área de ciencia y técnica, gozarán también de los incentivos promocionales previstos por la norma.
- **Capítulo 6: Infraestructura Urbana y Seguridad:** se define el perfil del desarrollo urbano buscado para el Distrito, acorde a las necesidades de las actividades que se desarrollarán en su ámbito. Con la intención que se constituya como un modelo de vanguardia en cada uno de los aspectos de la gestión urbana, se promueve su desarrollo ecológicamente sustentable. Asimismo, se pone en práctica un Plan Piloto de Seguridad y se designa al Distrito como área prioritaria para un programa de recolección de basura en contenedores.
- **Capítulo 7: Internacionalización del Distrito:** Se implementa una estrategia orientada a la inserción internacional del Distrito: la capacitación en comercio exterior, fomento a la asociatividad exportadora, provisión de inteligencia competitiva y planes de primera exportación.

Por otro lado, la ley también menciona su adhesión a la **Ley (nacional) 25.922 de fomento a la industria del software**. La normativa nacional prevé para quienes realizan actividades de investigación y desarrollo o exportación de *software*, y estén inscriptos en su régimen, una estabilidad fiscal nacional por el plazo de diez (10) años, la posibilidad de convertir en un bono de crédito fiscal hasta el setenta por ciento (70%) de las contribuciones patronales pagadas por la empresa. El bono puede luego

ser utilizado para cancelar tributos nacionales, excepto ganancias, así como otros beneficios fiscales.

De esta forma se completa el núcleo de incentivos fiscales que persiguen no solamente generar ventajas de orden impositivo, sino también confirmar el posicionamiento del sector como una de las áreas económicas de mayor dinamismo de la ciudad y del país.

Beneficios para las empresas

Dentro de la ley existe un nomenclador específico que indica si la actividad Tecnológica está o no contemplada para gozar de los beneficios fiscales (documento que se adjunta en el anexo de esta tesis). Pero a grandes rasgos podemos agruparlas como empresas que se dedican a:

* **Desarrollar Software**

* **Desarrollar Hardware**

* **Business Process Outsourcing (BPO) / Knowledge Process Outsourcing (KPO).**

Son dos formas de subcontratación de servicios, el primero referido a procesos de negocios y el segundo a que se entrega experiencia en el negocio más que experiencia en los procesos.

* **Internet (e-commerce/ e-learning):** entendiéndolo al comercio electrónico y educación a distancia en su traducción al español.

Entre las ventajas y/o los beneficios que menciona la ley para dichas empresas encontramos: un menor costo de alquiler que en otros barrios de la ciudad, menor carga impositiva (por la política de exenciones a Ingresos Brutos y ABL por 15 años para empresas nacionales y PyMEs y de 10 años para las restantes, Impuesto a los sellos y Derecho de Delineación y Construcciones). Por otro lado existen líneas de crédito preferenciales del Banco Ciudad¹⁶, las cuáles están subvencionadas por el Ministerio de Desarrollo Económico. También se ofrecen subsidios para la obtención de certificaciones de calidad en el Distrito. Por último y no por eso menos importante, en un futuro cercano la concentración de recursos humanos reales (profesionales) y potenciales (estudiantes) en una misma área.

¹⁶ Fuente : <http://www.bancociudad.com.ar/empresas/distrito-tecnologico>

Objetivos del Distrito Tecnológico

Con la creación del Distrito se busca posicionar a **Buenos Aires como un centro de excelencia a nivel mundial para la producción de software y el desarrollo de tecnologías informáticas y de las comunicaciones denominadas también como TICs.**

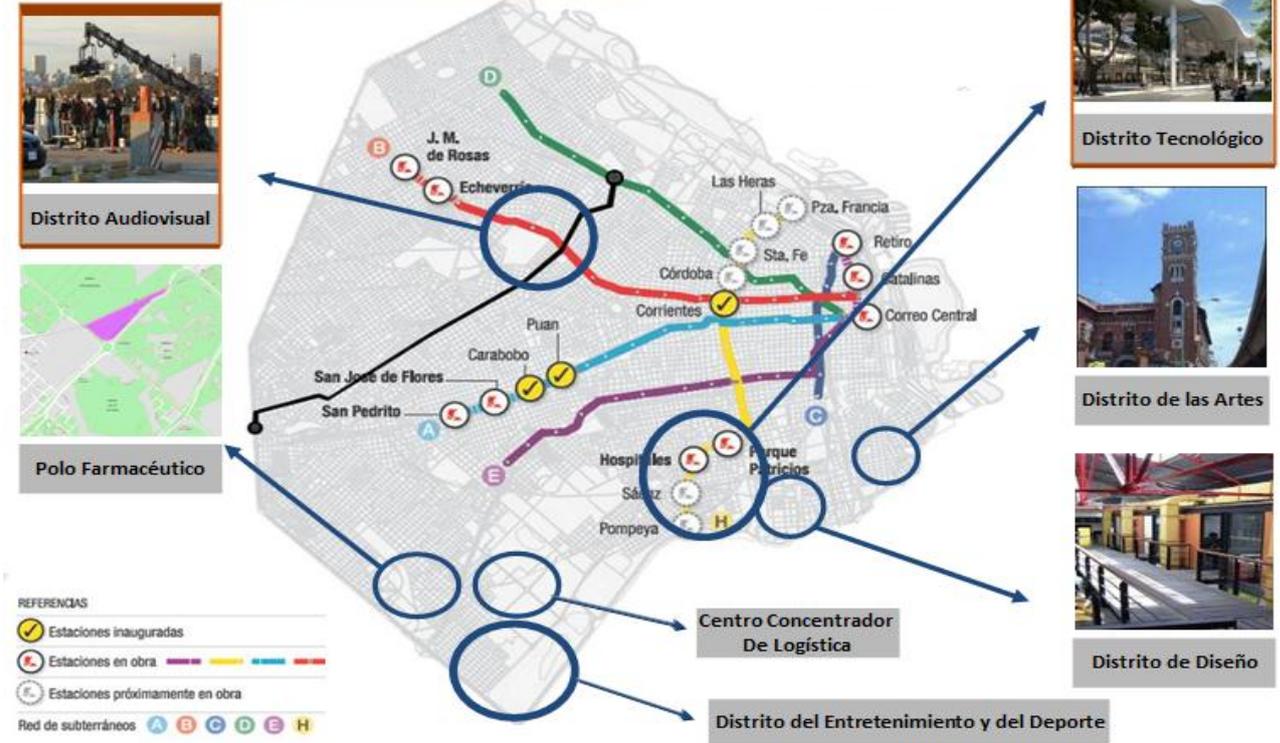
Los objetivos que persigue el Distrito son claro y se pueden resumir de la siguiente manera:

- Promover a Buenos Aires como capital latinoamericana de la tecnología.
- Retener y atraer las inversiones estratégicas, tanto locales como extranjeras.
- Desarrollar un espacio donde conviva la identidad cultural existente con las empresas TIC. Un lugar donde se trabaje, se estudie y se viva.
- Renovar el patrimonio urbano e inmobiliario de los barrios involucrados.
- Concentrar en la zona actividades relativas a la industria del Conocimiento.
- Impulsar el desarrollo y radicación de nuevas empresas TIC.
- Promover el desarrollo de nuevos empleos calificados y certificados.
- Multiplicar la oferta educativa de calidad en carreras científicas y tecnológicas.
- Impulsar la instalación de nuevos comercios y servicios para atender a las demandas de empresas, organismos públicos y centros académicos que se instalarán en el Distrito.

¿Por qué el barrio de Parque de los Patricios?

Como vimos, la estrategia principal del Gobierno de la Ciudad es crear **nuevas centralidades** a través de la **formación de distritos temáticos** según las **industrias estratégicas vistas** (Tecnología, Audiovisual, Turismo, Real State). La idea principal es que todas ellas estuvieran ubicadas en la zona sur de la Capital Federal. ¿Y porque? La respuesta es sencilla: Existe un desequilibrio muy notorio entre los barrios de la zona norte con los de sur.

Estrategia de Distritos



Fuente: Centro de Atención al Inversor

¿Y porque se eligió al barrio de parque de los patricios? Según, el Director General de Promociones, el Lic. Damián Specter “ Se realizó un estudio de los barrios de zona sur y Parque de los Patricios resultó ser el ideal para este proyecto. Es una zona con mucha accesibilidad para llegar desde cualquier parte de la ciudad. Está a la misma distancia que se encuentra Av. Las Heras y Pueyrredón hasta el obelisco y además dispone de muchos terrenos para que las empresas puedan instalarse.”

Cómo comienzan a radicarse las empresas

Luego de la sanción de la ley, el Centro de Atención al Inversor comienza su labor contactando empresas, es así que en noviembre de 2009, tres empresas empezaron a percibir las exenciones impositivas que ofrece la ley mencionada: **Tata Consultancy Services, Iron Mountain y Tao-IT.**

Las estimaciones iniciales del Ministerio de Desarrollo Económico apuntaban a una mejora de la rentabilidad de las empresas que se instalen en el Distrito de alrededor de un 12% anual debido a los incentivos fiscales, los menores costos de alquiler, la

concentración de los recursos humanos y la más próxima y rápida interacción con otras compañías del sector.

Esta acción permitirá que la ciudad compita con aún un mayor valor agregado a nivel mundial en la generación de servicios de alta calidad y productos relacionados con la tecnología y la innovación.

En esta iniciativa intervienen tanto el gobierno de la ciudad como el ámbito privado, las instituciones educativas y Organizaciones sin fines de lucro (ONGs). El principal objetivo es el desarrollo económico bajo un nuevo paradigma de la sociedad de la información, la inclusión social y la revitalización urbana.

El distrito, que en otra época fuera una usina industrial, tiene actualmente una gran disponibilidad de superficies y terrenos, además de contar con gran cantidad de vías de acceso y transporte que comunican a esta área de innovación con el centro financiero y administrativo de la Ciudad.

Entre las principales empresas establecidas en la zona se puede mencionar a las siguientes.

TATA, (www.tcs.com) la importante compañía de la India, ofrece consultoría estratégica en tecnología de la información (IT), servicios y soluciones con productos SAP, así como sus propios productos y soluciones de *outsourcing end-to-end* en tecnología y operaciones. Sus servicios principales operan desde Buenos Aires para países de América Latina, Estados Unidos y Europa.

Nombres importantes son también los de **Telefónica Gestión Servicios Compartidos** (<http://www.t-gestiona.telefonica.com.ar>), empresa del grupo Telefónica que se especializa en procesos de tercerización que incluyen *call centers* y *help desks* para empresas, así como el **Grupo Clarín** tiene su **Compañía de Medios Digitales** (www.cmd.com.ar) , que administra portales de comercio electrónico que opera el citado grupo. Otra compañía importante de comercio electrónico es la conocida **despegar.com**, una de las mayores plataformas de ofertas turísticas *online* en América Latina

También pueden encontrarse actividades más especializadas, la mayoría del tipo Business to Business (B2B). La digitalización y gestión documentos está presente en

el Distrito por medio de empresas como **Iron Mountain** (www.ironmountain.com.a) y **Bank SRL** (www.banksa.com.ar).

Varias empresas de *software* trabajan en el Distrito desarrollando aplicaciones de distinto tipo: desde **Electrochance** (www.electrochance.com) , que crea programas para juegos electrónicos industriales hasta **Bioscience** (www.bioscience.com.ar) , que elabora software para uso en equipos de diagnóstico en neurología y cardiología.

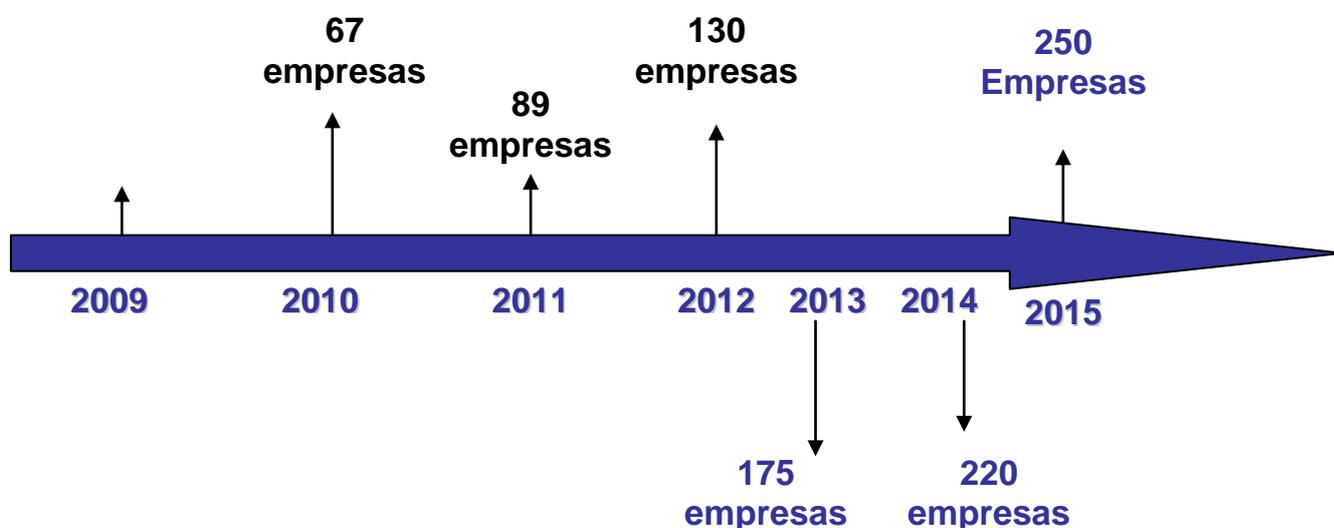
Digital Signage (www.dsdigitalsignage.com) ofrece servicios de marketing electrónico interactivo, mientras las telecomunicaciones satelitales están representadas por **TeSAM** (www.tesacom.com.ar), agente argentina del consorcio mundial GlobalStar. Asimismo, hay fabricantes argentinos de computadoras, que operan con una importante integración de componentes nacionales: **Banghó** (www.bangho.com.ar) y **Exo** (www.exo.com.ar). Esta última provee también capacitación y consultoría informática.

Si bien no se contabiliza como una actividad Tecnológica que califique para recibir beneficios, el **Banco Ciudad** se ha comprometido ya a mudar su sede central a la zona, lo que involucra el movimiento de 1.500 empleados y el consiguiente aumento de actividades (tema que se ampliará más adelante). Se trata de un beneficio indirecto, como el generado por empresas de medicina prepaga como **OSDE**, que también ha decidido su traslado a la zona sin recibir ningún beneficio directo, sino atendiendo a las posibilidades generales que el Distrito ofrece en términos de ampliación de su mercado.

Con respecto a la infraestructura edilicia cabe destacar que si bien muchas de estas empresas alquilaron sus oficinas, una buena parte de ellas directamente optaron por comprarlas y esto se debe en la mayoría de los casos a los créditos que ofrece dicho Banco.

El valor del metro cuadrado es mencionado por medios especializados como Reporte Inmobiliario, que constata que ha habido incrementos en el valor de los terrenos y oficinas en los últimos años. Pero aun así, los precios se mantienen todavía muy por debajo de áreas corporativas ubicadas en lugares como Puerto Madero. Tal como lo afirma el Director del Centro de Atención al Inversor, Damián Specter, *“Hay mucho espacio para construir y desarrollar. En la actualidad hay más de 15 proyectos de edificios para oficinas”*.

Línea de evolutiva de radicación de empresas actuales y proyectadas

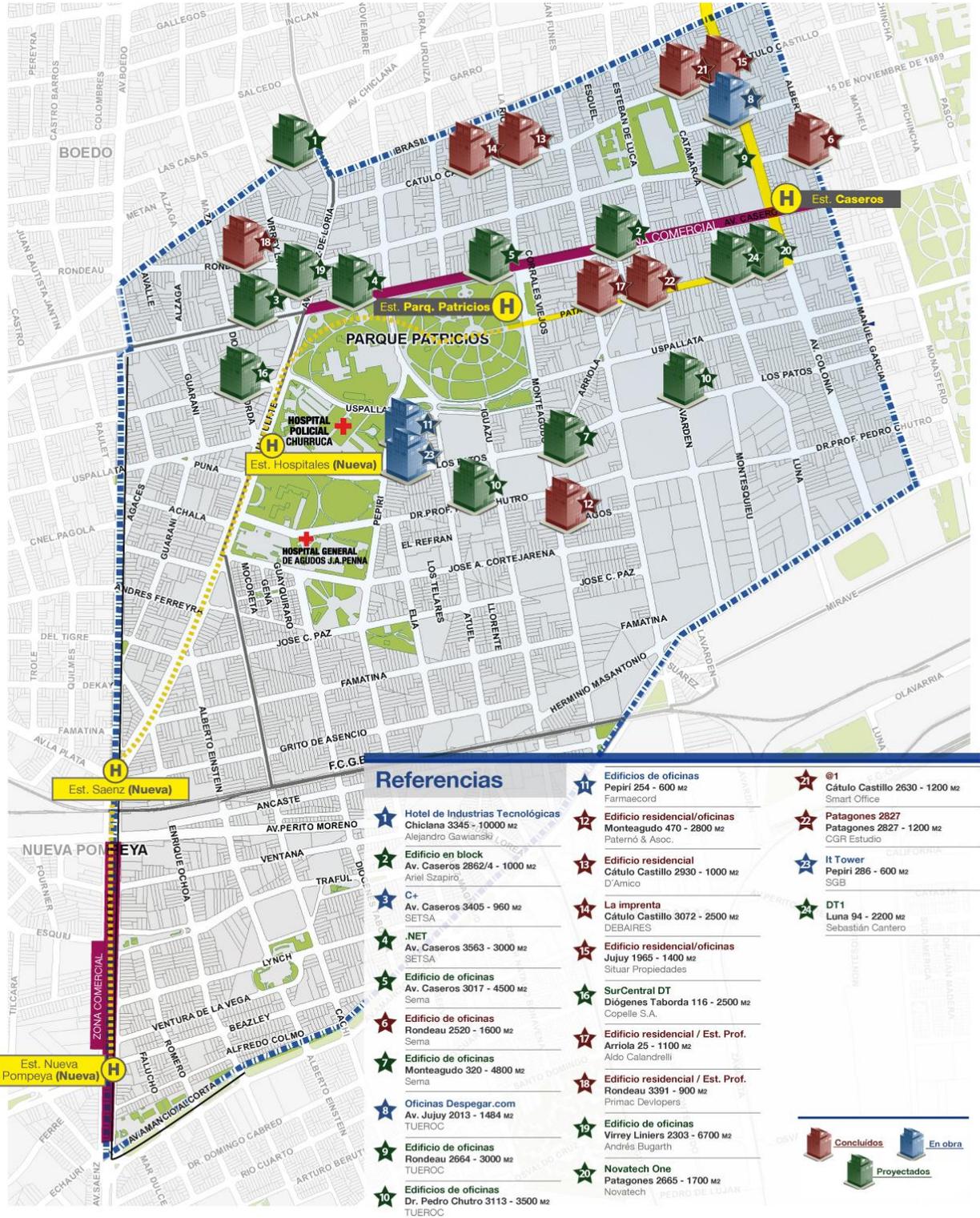


Fuente: propia

Desde la creación del DT se ha trabajado fuertemente junto a desarrolladores inmobiliarios para que inviertan en la zona y en consecuencia poder favorecer la demanda de espacios de oficinas para todas aquellas empresas que se mudaran al barrio. Cabe recordar que anteriormente, Parque Patricios era una zona principalmente de fábricas y galpones de logística, con lo cuál tiene buenos terrenos para poder edificar, obviamente que respetando los códigos de edificación. De esta manera, los cambios físicos del barrio comienzan a tomar fuerza.

En la actualidad, **existen 24 desarrollos privados** de este tipo, de los cuales 9 ya están terminados, 5 en obra y 10 proyectados. En la infografía siguiente se encuentran la ubicación y estados de los mismos.

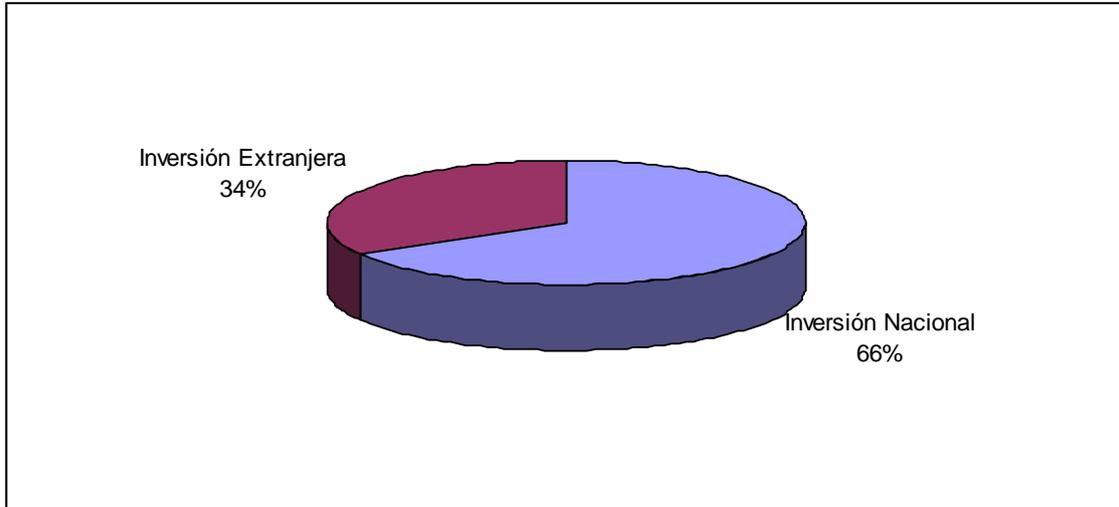
Mapa de Desarrollos Inmobiliarios en Parque de los Patricios



Fuente: Centro de Atención al Inversor.

Por decisión del autor han sido extraídas varias páginas.

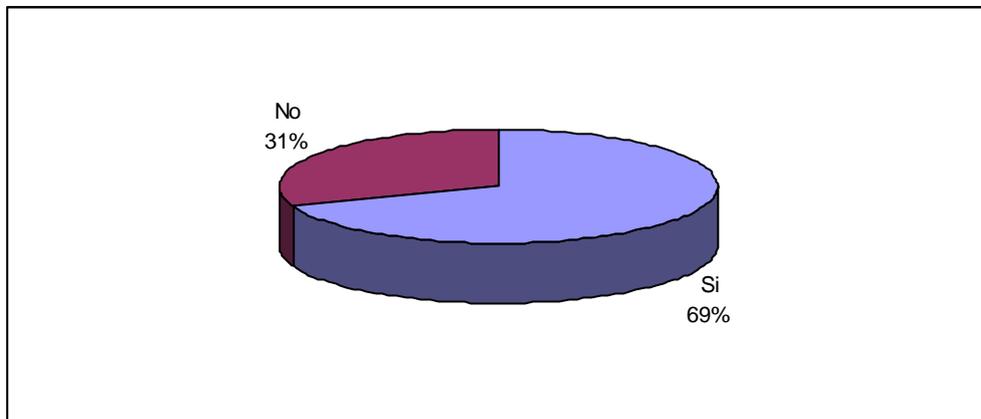
Porcentaje de empresas con inversión extranjera en el Distrito tecnológico



Fuente propia

El 69% de las empresas radicadas se han financiado con los créditos del Banco Ciudad.

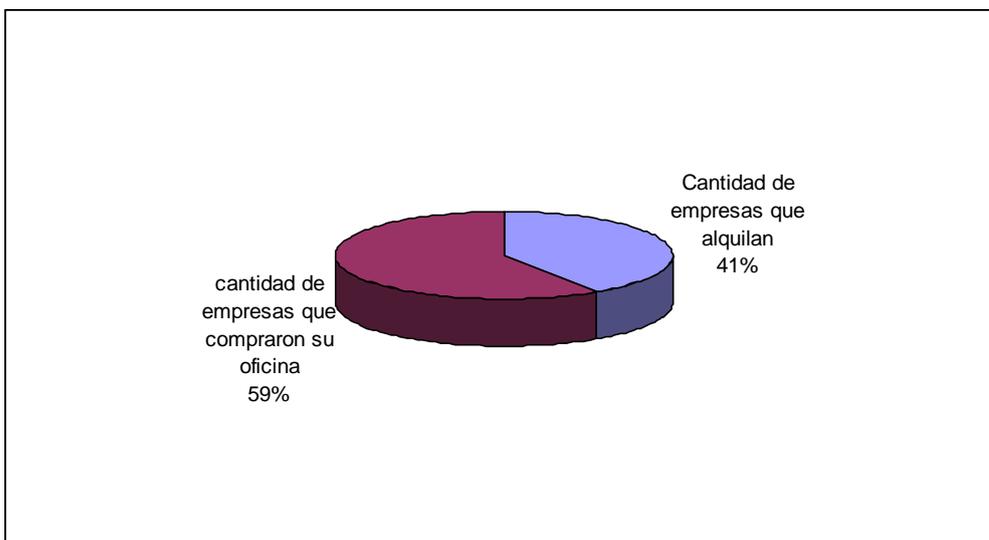
¿Cuántas empresas hay requerido financiamiento?



Fuente propia

La mayoría (59%) de las empresas del Distrito han comprado sus oficinas, en gran parte por el financiamiento obtenido.

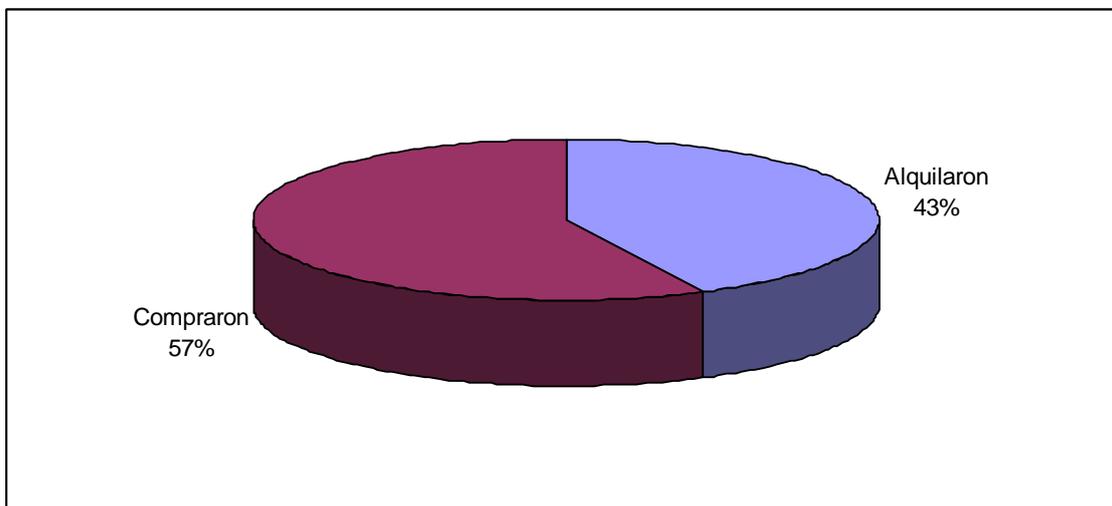
Porcentaje de empresas que han adquirido oficinas propias gracias al financiamiento.



Fuente propia

Si hablamos solo de las empresas extranjeras, en su mayoría también lo hicieron.

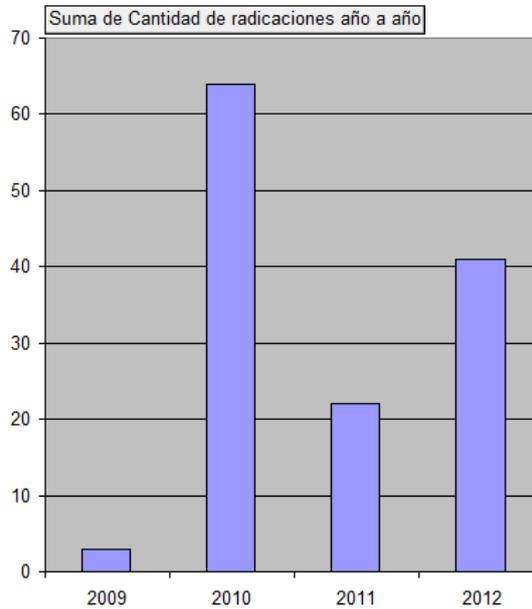
Porcentaje de empresas extranjeras que han adquirido oficinas propias gracias al financiamiento.



Fuente propia

En cuanto a la evolución y proyección del Distrito, se observa que el año con mayor crecimiento ha sido el 2010. Luego se observa un pico de crecimiento para el año 2013 y posterior a el un decrecimiento de radicaciones esperadas. Esto también se debe a que cuanto mas nos alejamos en el tiempo, los beneficios impositivos se encuentran más próximos a expirarse.

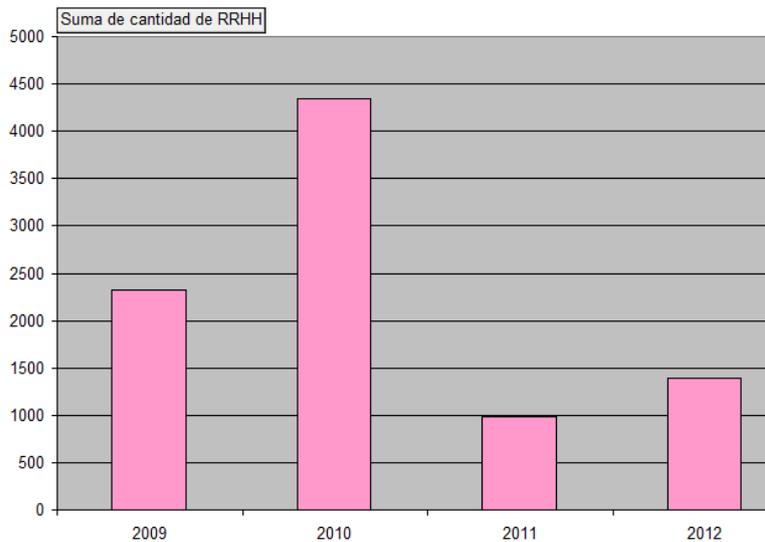
Cantidad de radicaciones de empresas desde 2009 al 2012.



Fuente propia

La evolución de los Recursos Humanos año a año muestra que el año en donde se han incorporado mayores empleados ha sido en el 2010. Esto tiene relación con el cuadro anterior, en donde la mayor cantidad de empresas radicadas ha sido en 2010.

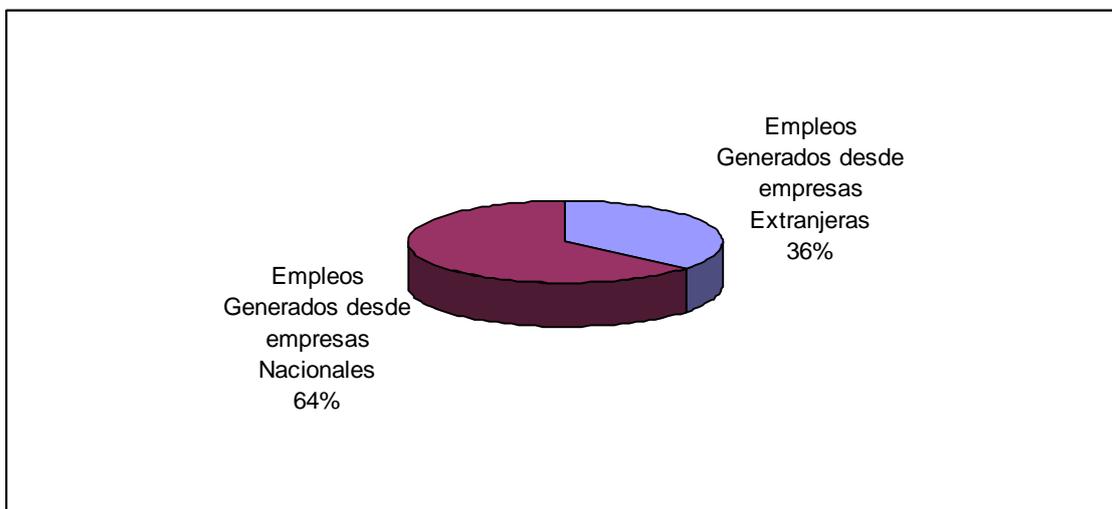
Cantidades de nuevos Recursos Humanos trabajando en el Distrito Tecnológico desde 2009 al 2012.



Fuente propia

Si comparamos los empleos generados desde empresas nacionales y empresas extranjeras, las nacionales generan un 64%. Esto se debe también a que en su mayoría son empresas argentinas.

Porcentajes de cantidad de empleo generado por empresas nacionales y de origen extranjero

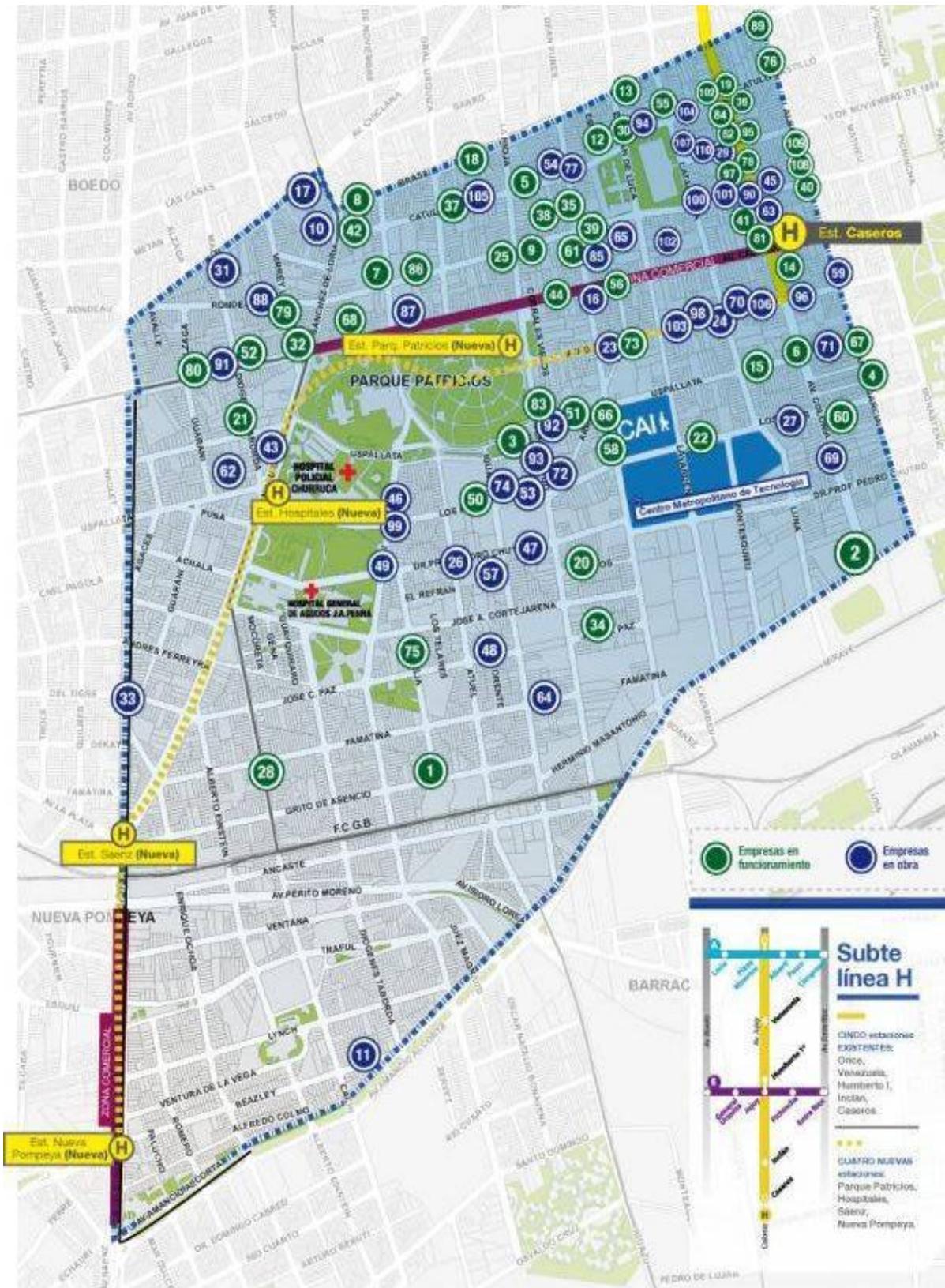


Fuente propia

Mapa de la Situación Actual del Distrito

En la siguiente infografía se encuentran las empresas instaladas en la zona. Las identificadas en color verde (un total de 50) son aquellas que efectivamente ya se encuentran trabajando en el barrio. En cambio las de color azul (un total de 60) son las que tienen el compromiso geográfico para hacerlo. Cada empresa tiene un plazo de hasta 2 años para mudarse al distrito, mientras tanto la empresa comienza a gozar del diferimiento de los impuestos. Esto se debe a que muchos de los inmuebles disponibles requieren que se reacondicionen y se otorga un plazo considerable para que puedan hacerlo.

Mapa de Empresas Radicadas en el Distrito Tecnológico



Fuente: Centro de Atención al Inversor

Por decisión del autor han sido extraídas varias páginas.

*REFERENCIAS (Clickeo sobre las empresas)

- | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|
| 1. STAR-X
Pepiri 758 | 20. INYMA
Lagos 2983 | 40. IS SECURITY
Rondeau 2575 | 60. GENERAL PLASTIC CORP
Los Patos 2526 | 80. TESIS OYS
Caseros 3411 - 7° Piso | 100. BUMERAN
Rondeau 2664 - 4° Piso |
| 2. IRON MOUNTAIN
Amancio Alcorta 2482 | 21. BANK
Diógenes Taborda 73 | 41. MAYPUN
Jujuy 2073 1° Piso | 61. VISION OUTSOURCERS
Dean Funes 2160 | 81. ABACO
Av. Jujuy 1875 - 6° B Piso | 101. UNIVERSOBIT
Rondeau 2664 - 3° Piso |
| 3. TATA
Uspallata 3034 | 22. QUANTUM TECNOLOGÍA
Lavarden 145 | 42. IMPLEMENTAR CONSULTORES
Cátulo Castillo 3230 1°12 | 62. VIDEOSWITCH
Uspallata 3579 | 82. VR4
Av. Jujuy 1963 - 2°B Piso | 102. SITEPRO
Cátulo Castillo 2630 - 2° A |
| 4. OUTPERNET
Manuel García 233 | 23. MEGATECH
Patagones 2827 | 43. DATASTAR
Almafuerte 63 | 63. DESPEGAR.COM
Av. Jujuy 2013 | 83. E-BUYPLACE
Montagudo 146 | 103. SERDATA
Patagones 2750 |
| 5. IBC ARGENTINA
Cátulo Castillo 2930 - PB 5. | 24. IBERCOM
Patagones 2827 | 44. DCL CONSULTORES
Av. Caseros 2920 | 64. ELECTRO CHANCE
Famatina 3052 | 84. TODAY TECH2
Av. Jujuy 1963 - 9° D Piso | 104. INFOGESTION BRANCH
Cátulo Castillo 2630 - 1° Piso |
| 6. CMD Comp. Medios Digitales
Avenida Colonia 170 | 25. SENSEBYTE
La Rioja 2011 | 45. LE SHOP
Rondeau 2520, 4°B Piso | 65. GEOSYSTEMS
Esteban de Luca 2223/ 2245 | 85. MOVIL CARGA
Dean Funes 2077 | 106. NET SERVICES
La Rioja 2011 PB |
| 7. CZYNE
Cátulo Castillo 3230 | 26. MSA (MAGIC SOFTWARE ARGENTINA)
Atuel 362 | 46. FARMARECORD
Pepiri 254 | 66. REPORTE INFORMATIVO
Zavaleta 219 | 86. IADEV
Rondeau 3134 | 106. STAFFING IT
Patagones 2665/2667 - 1° Piso |
| 8. DATCO
Cátulo Castillo 3251 | 27. E-NFO SRL
Los Patos 2650 | 47. STARWARE
Pedro Chutro 3090 | 67. DELFAU
Manuel García 276 | 87. LAKAUT
Av. Caseros 3171 | 107. M2 - MARKETMETRICS
Catamarca 2060 |
| 9. AVANZIT
Cátulo Castillo 2998 | 28. MAQUINAS Y CONSUMIBLES
Cachi 266 | 48. DATAFACTORY
Jose C. Paz 3111 | 68. BUFFA SISTEMAS
Av. Caseros 3227 - 7°A Piso | 88. DT IMAGE
Rondeau 3440 | 108. VIA PUNTO NET
Jujuy 2075 - PB |
| 10. EXO
Avenida Chiclana 3436 | 29. CONSULTORES TRAVERSO
Jujuy 1915 - 5°B | 49. COS
Dr. Pedro Chutro 3302 | 68. FULLTRACE
Av. Colonia 370 | 89. THE WHITE BOX
Alberti 1827 | 109. WATEA
Alberti 2041 |
| 11. SYSTEM MASTER
Beazley 3549 | 30. NOVATIUM
Esteban de Luca 1963 | 50. T-GESTIONA
Los Patos 3151 | 70. GC GESTIÓN COMPARTIDA
Patagones 2548 | 90. DINEROMAIL
Rondeau 2664 - 2° Piso | 110. TELINFOR
Cátulo Castillo 2630 - 2°B |
| 12. ENTORNOS EDUCATIVOS
Dean Funes 1994 - 5°D | 31. TESAM
Maza 2140 | 51. INTEROPTICS
Uspallata 2982 | 71. RACK2
Uspallata 2540 | 91. TEKNARIA
Av. Caseros 3405 - 1° Piso | |
| 13. GRUPO GC
Esteban de Luca 1981 | 32. YEL INFORMATICA
Avenida Caseros 3227 - 5°B | 52. TECNOLOGÍAS RACIONALES
Caseros 3323 | 72. IPLAN
Los Patos 2948 | 92. DRIDCO
Uspallata 2953 | |
| 14. CORADIR
Patagones 2538 | 33. COMPUSISTEM
Avenida Saenz 264 | 53. G&L GROUP
Monteagudo 275 | 73. GOODWELL SOFT
Arriola 49 | 93. EXISOFT
Monteagudo 252 | |
| 15. NOVATECH
Uspallata 2768 | 34. PRONTO SISTEMAS
José C. Paz 2936 | 54. METODO ARGENTINA
Cátulo Castillo 2932 4 Piso Of.24 | 74. SYNCHRO TECHNOLOGIES
Iguazú 280/86 | 94. ASSERT SOLUTIONS
Cátulo Castillo 2630 - 3° Piso | |
| 16. DINATECH
Zavaleta 85 | 35. PREMIA
Dean Funes 2160 - 4° Piso | 55. OPEN COMPUTACIÓN
Catamarca 1985 | 75. TEKII
Elia 551 | 95. CANDOIT
Av. Jujuy 1963 - 9° A Piso | |
| 17. HIT 1
Av. Chiclana 3345 | 36. NEXT NETWORKS
Av. Jujuy 1963 - 5°D Piso | 56. BIOSCIENCE
Caseros 2874 - 9°A | 76. NOVASYNS
Av. Jujuy 1875 - 7° piso | 96. DPS SISTEMAS Y CONSULTORIA
Patagones 2559 - PB Dep.2 | |
| 18. BANGHO
Brasil 3031 | 37. DATAN
Cátulo Castillo 3230 2 Piso Of.24 | 57. ALSURDELSUR TECNOLOGÍA
Iguazú 450 | 77. GRUPO NET
Dean Funes 1960 | 97. DIGITAL FILE
Av. Jujuy 1963 - 8° B Piso | |
| 19. SERSAT
Jujuy 1966 | 38. CAPITON CONSULTING
La Rioja 2197 - 1° 3 | 58. DIGITAL SIGNAGE
Zavaleta 253 | 78. CIRCO STUDIO
Jujuy 1963 - 4° A | 98. OCTOMIND
Patagones 2766 | |
| | 39. COMPASS BUSINESS CONSULTING
Rondeau 2994 | 59. ATLAN-TIS SISTEMAS DE GESTIÓN
Manuel García 50 | 79. SISTEMAS PARA BANCOS
Virrey Limiers 2351 - 2° E | 99. SGB INFORMATION SERVICES
Pepiri 286 | |

Fuente: Centro de Atención al Inversor

Las empresas comienzan a agruparse: La creación de la Cámara de Empresas del Distrito Tecnológico

El gobierno local promueve el fortalecimiento del privado es así que en octubre de 2010 se crea la **Asociación de empresas del Distrito Tecnológico** como un ámbito de actuación dinámico y transformador para las empresas que participen. Una manera también de generar un mayor sentimiento de pertenencia y trabajo en conjunto.

Está organizada mediante una Comisión Directiva, un Consejo Consultivo y Comisiones de Trabajo, lideradas por representantes de las empresas socias, que se reúnen en forma periódica. Su misión se sintetiza en: **Contribuir al desarrollo del Distrito Tecnológico de La Ciudad de Buenos Aires y su comunidad, propiciando la localización de empresas TIC que generen empleo, contribuyendo a la formación de sus recursos humanos y promoviendo el desarrollo social.**

Entre los objetivos declarados de la Cámara se encuentran:

- a) Promover la radicación de empresas en el Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires y la inversión en el mismo.
- b) Constituirse en un espacio de negocios para sus miembros.
- c) Relacionar a las empresas radicas en con la Comunidad.
- d) Ser nexo en la relación entre las Empresas TIC radicadas, el Estado Nacional las Provincias y la Ciudad de Buenos Aires.
- e) Insertar al Distrito Tecnológico en el contexto Nacional, Regional y Global.
- f) Posicionar la marca del Distrito Tecnológico a nivel mundial.
- g) Posicionar a la Ciudad de Buenos Aires como capital latinoamericana de la tecnología
- h) Desarrollar Programas con organismos multilaterales.
- i) Diseñar Cursos y Programas de entrenamiento y capacitación para sus socios.

Todo socio activo puede promover la creación de comisiones o mesas de trabajo que Demuestre necesarias para el éxito de la gestión. Las comisiones vigentes que se han formado son: Comunicación, Impositiva, Infraestructura y Servicios, Innovación - I+D+i, Educación y Capacitación, Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social Empresaria.

Las comisiones que están más activas son la impositiva y la de educación. Dentro de la primera se trabaja en el asesoramiento fiscal y dentro de la segunda se trabaja bajo 2 objetivos: Promocionar la educación TIC con los colegios secundarios/técnicos de la zona y Generar alianzas con Universidades para lograr beneficios para los empleados de las empresas del Distrito. En la actualidad ya se han firmado cuatro convenios para que los empleados del las empresas del DT obtengan descuentos a la hora de empezar o continuar sus estudios en las siguientes instituciones educativas: Universidad Argentina de la Empresa, Universidad Abierta Interamericana, Escuela

Argentina de Negocios y Universidad de San Andrés. Se provee ampliar estas alianzas a doce para el año 2013.

Financiamiento

Para ampliar lo que hemos mencionado anteriormente, el financiamiento es esencial para encarar una inversión como lo es una relocalización empresarial. Por este motivo, el Banco Ciudad ofrece créditos blancos a tasas subsidiadas por el Ministerio de Desarrollo Económico para las empresas de tecnología que quieran mudarse al distrito. Existen diferentes líneas para:

- Proyectos de Inversión: créditos de hasta el 80% del proyecto con un plazo 5 años.
- Proyectos para mudanzas, créditos para la compra de equipamiento e instalaciones de hasta el 70%: de financiamiento. Con un plazo 3 años.
- Capital de trabajo de corto plazo: créditos con plazo de 180 días
- Capital de trabajo: créditos con plazo de hasta 1 año

Las tasas rondan entre 8 y 17 % dependiendo del tipo de crédito.¹⁷

Proyecciones a Futuro

Desde la Ciudad de Buenos Aires existe un plan de mejoras para la zona que a futuro mejoraran la calidad de vida de las empleados y vecinos de la zona. A continuación el detalle de las mismas:

a) Centro Metropolitano de Tecnología (CMT)

El Centro Metropolitano de Tecnología (CMT) es un proyecto para generar un espacio de interacción entre el sector público y privado destinado a promover el desarrollo, la educación y el crecimiento de la industria. Será el edificio más emblemático del Distrito Tecnológico.

El CMT estará diseñado para la promoción de la producción y la capacitación de actividades tecnológicas, al igual que para impulsar la aparición de nuevos

¹⁷ <http://www.bancociudad.com.ar/empresas/distrito-tecnologico>

emprendedores y la formación de capacitadores de excelencia. Pero también servirá al objetivo de posicionar a la Ciudad de Buenos Aires como una Ciudad Tecnológica. Contará con facilidades de infraestructura que permitan la fluidez en el flujo de información y el desarrollo de todas las actividades complementarias a la producción de productos y servicios tecnológicos y de comunicación, así como también que posean un alcance integrador de las acciones tendientes a la formación de recursos humanos en estas áreas.

El mismo estará situado en las manzanas delimitadas por las calles Uspallata, Lavardén, Los Patos y Zavaleta de una superficie 13.898m² y en la manzana ubicada en las calles Los Patos, Lavardén, Cnel. Pedro Chutro y Zavaleta de una superficie de 21.730m².

Con respecto a su creación y funcionamiento se generará a partir de propuesta inicial de iniciativa privada presentada por la empresa Delmo S.A. ante la Corporación Buenos Aires Sur S.E., la cual tiene a cargo la administración de la misma.

En esta propuesta se contempla también la transferencia de un predio al Instituto de Tecnología de Buenos Aires (ITBA) para el desarrollo de sus actividades educacionales universitarias.

La empresa adjudicataria corre con la construcción del CMT y su explotación por un lapso por 10 años. En ese periodo debe cumplir con las exigencias que se impongan para asegurar la función y los objetivos del CMT.

El Pliego de la licitación especifica las características constructivas del proyecto:

- Espacios de oficinas disponibles para uso rentado de las Cámaras de las industrias de las Comunicaciones y la Tecnología.
- Oficinas destinadas al uso del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Área destinada a la construcción de una institución educativa para una capacidad mínima de 2.000 alumnos.
- Áreas comunes: un auditorio de una capacidad mínima de 300 personas, aulas disponibles para las Empresas radicadas en el Distrito a los fines de la capacitación de

su personal y salas de reuniones de uso común, con equipamiento audiovisual y de comunicaciones, disponibles para el uso de todas las personas físicas y jurídicas radicadas o que se radiquen en el Distrito.

- Área de servicios: Deberá contar con un sector de locales comerciales y de servicios y un patio de comidas de libre acceso del público. El proyecto de ocupación de los locales comerciales y área de servicios y gastronomía deberá estar orientado a las necesidades de los usuarios del CMT.

Según la Directora de la Dirección General de Inversiones, Silvia Alves *"No solo será un foco de atracción de miles de estudiantes sino que le dará al barrio una dinámica joven y prometedora"*.

Renders del proyecto CMT.



Fuente Centro de Atención al Inversor

b) La mudanza del Banco Ciudad

Tal como se mencionó anteriormente, el Banco Ciudad se mudará al barrio con el objetivo de dinamizar la zona sur de la Ciudad. El proyecto del nuevo edificio fue desarrollado a través de un concurso público de diseño y construcción con la

participación de los más importantes estudios de arquitectura. Entre 17 propuestas, la ganadora fue el estudio Foster & Partners/ Berdichevsky- Cherny/Minond, junto a la empresa constructora C.R.I.B.A.

Este edificio de una manzana entera, brindará en comparación con los edificios actuales, diferentes ventajas para los empleados. Contará con 400 cocheras, un comedor para todo el personal (dejan de existir los comedores de presidencia, gerentes y directores), un gimnasio, un salón de actividades múltiples y un auditorio que podrá ser usado tanto por el Banco como por la comunidad. Además, los espacios de trabajo de los empleados tendrán vista directa al Parque y mayor luz natural que la existente en los edificios actuales.

El Banco busca crear una nueva imagen para el barrio, que a su vez aluda y refuerce la identidad y memoria del lugar en relación a su historia como barrio industrial.

El Banco Ciudad está absolutamente comprometido con la problemática medio ambiental. En este sentido la obra contará con la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) nivel Silver. Siendo el primer edificio en Argentina con tal aval.

El edificio Eco-friendly albergará a más de 1300 empleados y la finalización de la obra está prevista para fines del 2013.

Desde su web www.bancociudad.com.ar/personas/proyecto-parque-de-los-patricios se pueden ver todos los proyectos postulados.



Fuente Banco Ciudad

“Esta decisión representa uno de los principales objetivos del banco: modernizar la infraestructura para contar con un mejor ámbito de trabajo para todos y un mejor servicio para los clientes”, aseguró Federico Sturzenegger, Presidente de la institución financiera. (Fuente Diario Clarín – Sección Política 12 de enero de 2010)

c) El Templete

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires trabaja para la remodelación de un antiguo edificio ubicado en el corazón de la plaza de Parque de los Patricios.

El proyecto de revitalización de la zona pondrá en valor la ex-confitería del zoológico del sur (conocido como réplica del Templete de la Fortuna Viril de Roma) con el objetivo de convertirlo en un Salón de Usos Múltiples a disposición de los vecinos.

El proyecto lo lleva adelante el Ministerio de Desarrollo Económico porteño, y demandará una inversión de \$2.900.000 para toda la puesta en valor del sector y el mejoramiento del espacio paisajístico.

El edificio será destinado principalmente al desarrollo de actividades de capacitación y formación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; de actividades de índole cultural y social vinculadas a la comunidad del barrio; a la realización de exposiciones y presentaciones realizadas por empresas cuyo rubro se refiera a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC); y cualquier otra actividad que la Administración y el Consejo Consultivo crean conveniente.

La instalación se encuentra ubicada en Avenida Caseros 3250. Imagen Actual vs Futura



Fuente: Centro de Atención al Inversor



Fuente: Centro de Atención al Inversor

d) Otros obras:

Mejoramiento de Calles y Luminarias: Durante 2010 se rediseñaron varias cuadras de la zona de acuerdo a un modelo de cómo va a quedar el espacio público: veredas, mobiliario urbano, arboledas, luminarias, etc. Se instalaron **nuevas luminarias de color azul: 70** nuevas instalaciones a la fecha. Se construyeron **6200 m2 de veredas** y se plantaron **300 árboles**, quitando añosos árboles en 25 manzanas de la zona del Distrito Tecnológico.

También se implementó un carril para **bicisenda** corre por la calle Rondeau llegando por el este por la zona de Constitución y por el oeste por la calle Virrey Linears lo que la conecta con el once y el centro.

Para el 2013 está prevista una partida de 8,2 millones de pesos para mejoras adicionales en arbolado, alumbrado y vereda.

La Seguridad del barrio: El barrio es uno los que posee más **cámaras de seguridad** en funcionamiento: 20, pero proyectando un total de 30 para fin de 2012. Las mismas son monitoreadas desde el **Centro de Monitoreo Urbano de Barracas**.

Para mediados de 2012 se finalizará la construcción del **edificio de la policía metropolitana** en la calle Zabaleta y Pedro Chutro. Esta comisaría consagrará la presencia definitiva de ese cuerpo de seguridad en el Distrito tecnológico, que insistentemente fue reclamado por los vecinos. De todas formas la policía metropolitana trabaja ya desde oficinas temporarias en la zona, con más de 300 efectivos y vehículos de patrullaje, manteniendo rondas de vigencia permanente en esta comuna.

Dentro del Parque de los patricios se encuentran **Guardianes de Plaza** que trabajan con un botón de alarma conectados al SAME, Policía y Bomberos para informar ante cualquier eventualidad que suceda dentro de este espacio verde.

En una nota publicada por el diario La Nación¹⁸ en marzo del 2012 dice que los vecinos de Parque Patricios, en su gran mayoría, están conformes. Sostienen que el

¹⁸ <http://www.lanacion.com.ar/1454640-la-transformacion-tech-de-parque-patricios>

Distrito Tecnológico sirvió para mejorar la zona, revalorizar sus propiedades casi un 20%, y, sobre todo, para que aumente la seguridad.

La Puesta en valor del Parque de los Patricios: En octubre de 2011 se reinauguró el Parque de los Patricios ubicado en la avenida Caseros y Monteagudo.

La inversión de esta obra tuvo un total de 15 millones de pesos. La misma consistió en la pavimentación de caminos internos y la instalación de bancos, cestos, luminarias, tres patios de juegos, una cancha deportiva multiuso y un circuito aeróbico.

También se mejoró todo lo que concierne al espacio verde, con la plantación y poda de 8 mil arbustos, el resembrado de 60 mil metros cuadrados de terreno y la puesta en marcha de un nuevo sistema de riego. Y con respecto a la feria de artesanos, se distribuyeron más de 440 puestos equipados.

En su fiesta de reapertura participaron cerca de 5.000 vecinos, entre los que había muchas familias y socios del club Huracán, disfrutando de demostraciones deportivas de los clubes de la zona, muestras de baile y títeres para chicos, entre otras.

Nuevas estaciones del Subte: La línea H, la más nueva que tiene la Ciudad, llegó con 2 estaciones al Distrito: Caseros y Parque de los Patricios. Está última inaugurada a fines de 2011.

Actualmente esta línea conecta con otras: E, A y B. Para 2013 está contemplada la apertura de la próxima estación: Hospitales, que se llamará así por su cercanía con el Pena y el Churruca. Ya para el 2014 se sumarian: Sáenz y Pompeya (las otras en funcionamiento son Inclán, Humberto Primo, Venezuela, Plaza Once y Corrientes). Pero la idea es estirar mucho más ese recorrido.

"La línea tendrá en total 14 estaciones y se construirán talleres y cocheras para las formaciones", explicó las intenciones el titular de Subterráneos de Buenos Aires (SBASE), Juan Pablo Piccardo para una nota en el diario La Razón¹⁹. Una vez materializado ese proyecto, el trazado unirá Pompeya con Plaza Francia.

¿Cómo quedará el mapa de la H? Se agregarán cuatro terminales hacia el norte,

¹⁹ http://www.larazon.com.ar/ciudad/Subte-manana-linea-nueva-estacion_0_282900131.html

Córdoba, Santa Fe, Las Heras y Plaza Francia. En Santa Fe podrá combinarse con la D, en su estación Pueyrredón. Los trabajos de estas seis paradas los llevará a cabo el grupo Techint, que tendrá un presupuesto de 2.227 millones de pesos y un plazo de ejecución de tres años y ocho meses.

Trayecto de la línea H dentro del Distrito Tecnológico



Fuente: centro de Atención al Inversor

Expansión Metrobús Zona Sur : En octubre de 2012 comenzaron las obras del Metrobus Sur, que se estima estará funcionando entre abril y mayo del 2013. Conectará Puente La Noria con Constitución a través de dos ramales, que recorrerán 22 kilómetros, 32 estaciones y 6 paradas tradicionales, lo que permitirá reducir el tiempo de viaje en un 20%.

Por otro lado, más de 250.000 pasajeros van a poder transportarse de una manera más segura, rápida, cómoda y ecológica.

3. Marco de la Investigación

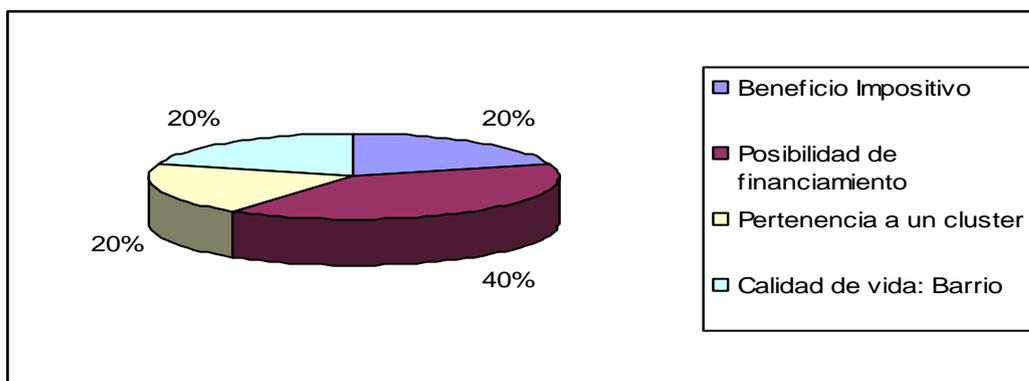
3.1 Objetivo de la investigación

- ✓ Conocer la opinión de 10 empresarios radicados en Distrito tecnológico sobre el porque eligieron establecerse en el Distrito Tecnológico
- ✓ Conocer las posibles mejoras en la zona que motive a las empresas a seguir invirtiendo.

3.2 Resultados

Tomando de referencia el testimonio de 10 de las empresas radicadas que además conforman la cámara de empresas del Distrito, **el 40% manifestó que la posibilidad de financiamiento** fue el motivo principal para mudarse en la zona, seguido en igual medida por el beneficio impositivo, la mejora en la calidad de vida y pertenencia a un cluster.

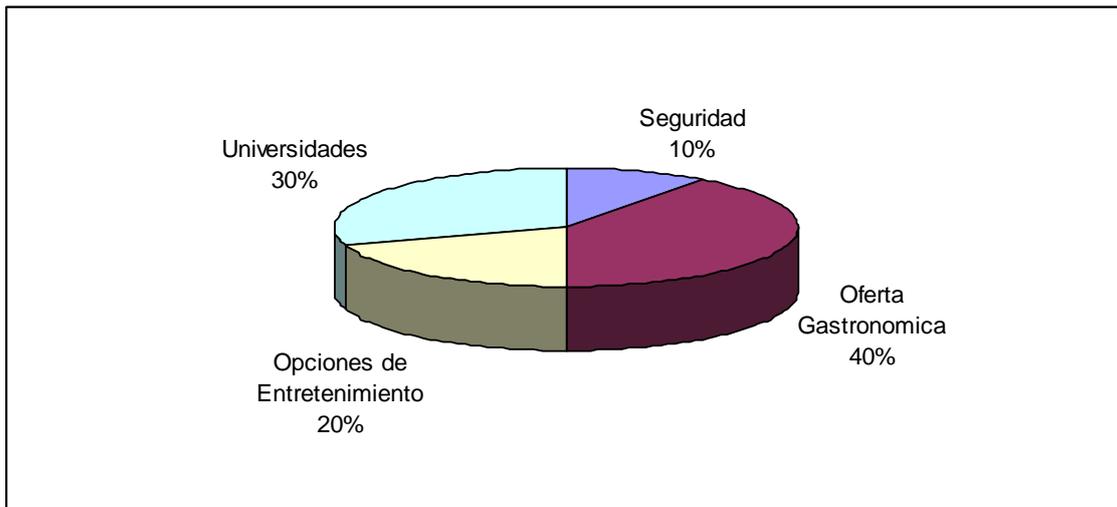
¿Qué motivos impulsaron la mudanza al Distrito tecnológico?



Fuente Propia

En cuanto a las necesidades expresadas por los empresarios, una mejor **oferta gastronómica obtiene el 40%**, seguida por la radicación de una universidad con el 30%. Opciones de entretenimiento un 20 % y finalmente, mayor seguridad ocupó el 10%.

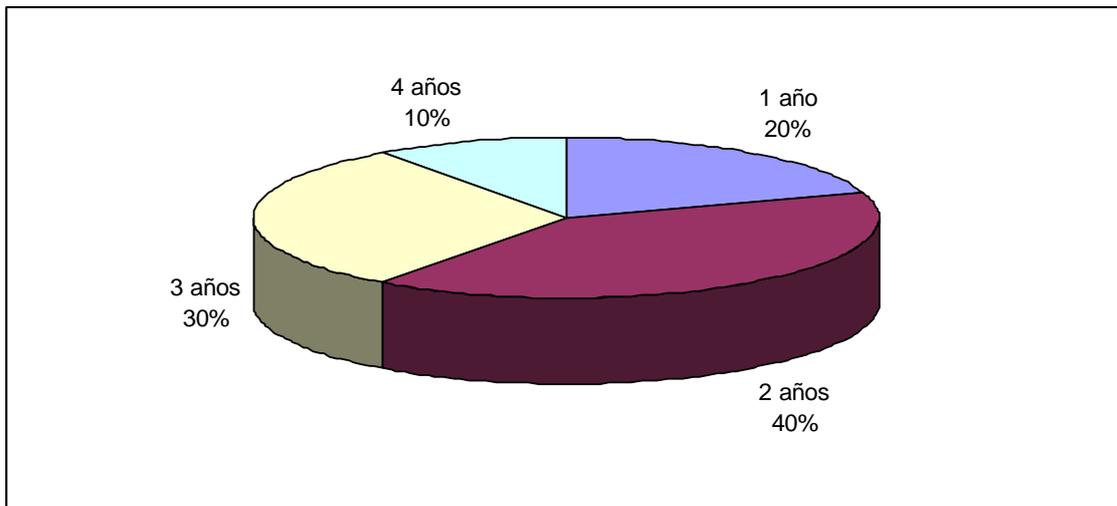
¿Qué necesidades encuentran aun insatisfechas dentro del Distrito tecnológico?



Fuente Propia

Con respecto al tiempo en que estas empresas esperan **el retorno de su inversión**, un **40% lo hará en 2 años**, el 30% en 3 años, el 20% en 1 año y el 10% en 4 años.

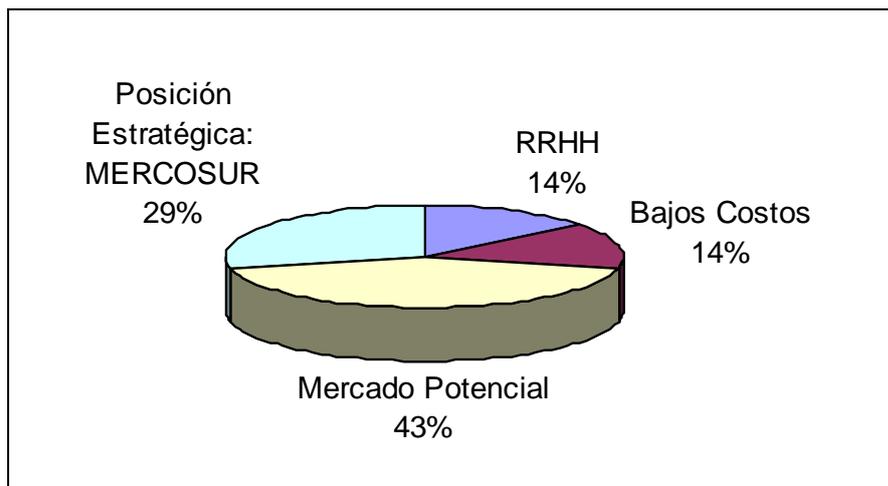
¿ En cuanto tiempo estiman el retorno de la inversión realizada dentro del Distrito tecnológico?



Fuente Propia

Ahora, tomando solo a las 7 empresas de origen extranjero, el 43% manifestó como motivo principal para elegir a la Argentina, el atractivo en su mercado potencial y en segundo lugar por su posición estratégica frente al MERCOSUR.

¿Qué motivo ha sido el principal para radicarse en Argentina?



Fuente Propia

El 100 % de los encuestados manifestó actitudes positivas a la hora de responder ante la pregunta si volvería a tomar la misma decisión de apostar al proyecto.

Frente a la pregunta abierta: “¿Qué significa formar parte del distrito tecnológico?” Los testimonios de las empresas consultadas expresaron lo siguiente:

“Mudarnos al Distrito Tecnológico como empresa pionera fue un desafío que decidimos afrontar en el año 2009. Hoy, 2 años más tarde, puedo afirmar que la decisión ha sido más que acertada y nos ha traído grandes satisfacciones.”

Fabián Djurinsky, PRESIDENTE de TATA

“La mudanza al Distrito nos brinda la posibilidad de afianzar una cultura de trabajo 2.0, estar cerca de otras empresas de tecnología y servicios; y contribuir con el desarrollo de la comunidad de Parque Patricios”.

Juan Carlos Lannutti, Gerente General de Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Argentina SA T-gestiona

“Me gusta trabajar en medio de un clima barrial, de edificios bajos y estar alejado del microcentro y el ruido. Es muy fácil llegar en mi caso que vengo desde Parque Centenario y muchas veces en bicicleta.”

Guido Corsini, Proyect manager CMD

“Existe una gran expectativa en el equipo de Despegar con nuestra próxima mudanza. Nos motiva instalarnos en un Barrio y ganar así calidad de vida, ya que el clima interno es clave para nuestra filosofía de empresa.”

Guido Glikin, Gerente General de Despegar.com.ar

“Es destacable como la instalación del Distrito colaboró con la revitalización del sur de la ciudad. Cada vez son más las empresas y profesionales que se acercan por los beneficios y las mejoras de los servicios.”

Guillermo Lockhart, Gerente General de Ironmountain.

“Hemos visto mucho potencial de desarrollo en el proyecto y por ello apostamos a la instalación de nuestra infraestructura operativa. Queremos seguir creciendo como empresa y ser protagonistas dentro del Distrito”.

Claudio Adrián Vicente, Analista Comercial de Bank SA

“Ser parte del Distrito nos permitirá atender mejor las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Es un gran paso porque nos proyecta en un entorno de crecimiento e innovación.”

Jose A. Sanchez Elia, CEO de TESAM

“Necesitábamos mudar nuestra oficina y encontramos al Distrito Tecnológico como una opción interesante por las exenciones impositivas, las opciones de crédito y la posibilidad de nuclearnos con otras empresas del rubro”

Federico Luis Lázzaro, Director de Digital File SA.

“En el Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires encontramos el lugar y las condiciones apropiadas para instalar la planta con alta tecnología de fabricación para abastecer a la Ciudad de Buenos Aires como así también a otras regiones de productos Banghó.”

Pablo Suaya, Presidente de Banghó.

“Pensamos que el Distrito Tecnológico es una excelente idea para el sur de la ciudad. Gracias a los incentivos podemos invertir a largo plazo con la construcción de nuestra planta y el moderno equipamiento de la misma.”

Alejandro Straschnoy, Gerente General de EXO

2.9 Primeras conclusiones

Podemos afirmar que el fenómeno "cluster" no es algo nuevo, pero si realmente un medio para lograr el éxito y la prosperidad económica de una ciudad.

En cuanto a nuestro caso, tanto el gobierno local como nacional, han coincidido en desarrollar la industria tecnológica como estratégica ya que tiene un alto potencial a desarrollar. Esto se refleja en la cantidad de incentivos que existen para promoverla.

El crecimiento en la radicación de empresas en el Distrito Tecnológico desde la sanción de la ley es llamativo. Es el único cluster del país que posee la mayor cantidad de empresas instaladas en tan poco tiempo y esto se debe principalmente a 3 factores: los beneficios impositivos, el financiamiento del Banco Ciudad y el esfuerzo por parte del equipo de trabajo del Centro de Atención al Inversor para atraer empresas.

Como un punto llamativo, si bien hay empresas que son consideradas "Empresas Marca" (entendiéndolas como marcas conocidas) dentro del Distrito como lo pueden ser empresas nacionales como Banghó ó Despegar, hay muy pocas de empresas de origen extranjero. Algunas de ellas son: TATA India), T-gestiona (Grupo Telefónica, España) y Ironmountain (Estados Unidos), empresas que ya se encontraban ubicadas en otras zonas de la Ciudad. En cambio, en otros clusters la presencia de empresas internacionales es mucho más notoria.

Siguiendo la comparación con clusters del exterior, vimos que mayormente están estrechamente relacionados con universidades. En caso del Distrito Tecnológico, está contemplado dentro del Proyecto del Centro Metropolitano de Tecnología (CMT) la instalación de un centro facultativo, pero no será hasta dentro de unos años. Cuando esto suceda no sólo el barrio notará el cambio, sino que probablemente las empresas también querrán estar allí, cerca de sus recursos humanos. Igualmente a través de la cámara de empresas del distrito y con apoyo del área de Relaciones Institucionales del Centro de Atención al Inversor se están generando alianzas con diferentes universidades para conseguir el trabajo en conjunto y descuentos en la profesionalización de los recursos.

En lo que respecta a los vecinos del barrio, están conformes con la gestión del gobierno de la Ciudad, percibiendo las mejoras desde la seguridad, mejoramiento de

calles, y ampliación de medios de transporte (Subte H y Metrobus) y con los cuales se reúne periódicamente para proponer mejoras. Aunque también existen cosas por mejorar como lo es la oferta gastronómica que mencionan las empresas.

Por lo que hemos visto la falta de inversión extranjera directa es un punto importante a mejorar y a continuación desarrollaré un plan de promoción del Distrito tecnológico a nivel internacional.

4. Marco Propositivo

4.1 Propuesta: Plan de Promoción Internacional para el Distrito Tecnológico.

En función de todo lo analizado e investigado en el apartado anterior propondré un plan de promoción con el fin de lograr que empresas extranjeras se radiquen en el Distrito Tecnológico. Se plantearán diferentes objetivos teniendo en cuenta: cuantas empresas se atraerán, de que región o país provendrán, quienes serán nuestros aliados para finalmente desarrollar un plan de acción de cómo se llevará a cabo. Todo esto será teniendo en cuenta cuales son nuestras fortalezas y debilidades para encarar nuestro proyecto. A continuación se desarrollará cada uno de estos puntos.

Nuestros objetivos Principales:

- Lograr radicar 6 empresas extranjeras en 2013 dentro del Distrito tecnológico.
- Lograr que el empleo generado por esas 6 primeras empresas alcance al menos 100 nuevos puestos de trabajo.
- Posicionar al Distrito Tecnológico como un caso de éxito referente en el mundo tecnológico a nivel Latinoamericano.

Nuestros objetivos secundarios:

- Generar contacto proactivamente con 40 empresas extranjeras mensualmente.
- Participar de 4 eventos de tecnología y/o negocios en el exterior anualmente.

4.2 Análisis FODA

Esta herramienta sirve para analizar la situación competitiva de una organización, e incluso de una localidad o nación. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo.

Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
	<p>De la Ciudad de Buenos Aires:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Fuerza de trabajo numerosa, capacitada y rápidamente disponible. *Buenos niveles educativos de los habitantes. *Capacidades multilingües de los recursos humanos que habitan la ciudad *Creación del Centro de Atención al Inversor *Clima favorable propicio para el turismo y el estilo de vida de los extranjeros. *Compatibilidad de huso horario con los principales mercados de LA y Europa. <p>Del Distrito Tecnológico:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Infraestructura de información y telecomunicaciones (TIC) y de transporte de alta *Calidad (por ejemplo, el ancho de banda de Internet). *Disponibilidad de terrenos a precios competitivos *Planes de financiamiento del Banco Ciudad. *Beneficios impositivos durante 10/15 años *Accesibilidad de transporte a la zona (Colectivos,Subte, Metrobus) 	<p>De la Ciudad</p> <ul style="list-style-type: none"> *Trabas burocráticas que hacen engorroso radicarse en el país. <p>Del Distrito</p> <ul style="list-style-type: none"> *Falta de servicios complementarios (gastronomía, hoteles, etc) *Falta de instituciones universitarias dentro del Distrito. * Falta de posicionamiento internacional para atraer inversiones al DT. *Falta de incubadoras/ aceleradoras de proyectos tecnológicos
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
*Importantes eventos internacionales que tendrán lugar en la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar alianzas con diferentes instituciones del exterior *Contactar directamente a empresas extranjeras 	*Contactar empresas de servicios complementarios. Ej.: Hotelaría, gastronomía, entretenimiento, recreación, etc.
Amenaza	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> *Trabas a nivel nacional sobre las importaciones. *Trabas para el cambio de divisas. *Período económico inflacionario en el país. *Peleas políticas entre la nación y el gobierno local. *Surgimiento de nuevas ciudades competidoras con mayor estabilidad. Ej: Montevideo y Santiago de Chile. 	<ul style="list-style-type: none"> * Postularse a proyectos de cooperación internacional para conseguir fondos *Intercambiar buenas prácticas con otros parques tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> *Promocionar los beneficios del DT en países extranjeros *Crear una incubadora para empresas de software extranjeras.

A continuación analizaremos la estrategia de la industria en cuanto a los factores de poder de cada uno de los involucrados.

4.3 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR

Modelo de rivalidad ampliada (porter)

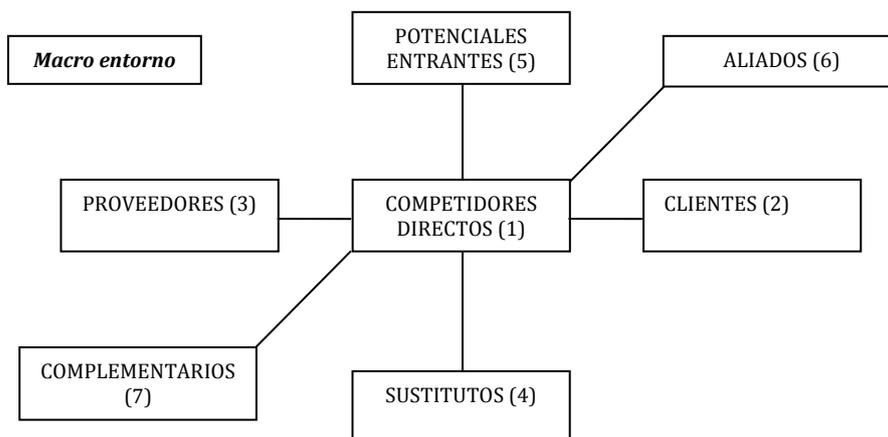
El modelo de rivalidad ampliada de Porter propone un modelo de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. En el siguiente video, Porter explica qué es la estrategia y cuál es la importancia de entender el rol de estas fuerzas:



Fuente: Video: http://www.madridnetwork.org/red/que_es_cluster/Michael_Porter

Según la matriz elaborada por Porter, una empresa (en nuestro caso el Distrito) está rodeada por estas fuerzas y es muy importante saber controlarlas para tener éxito en el mercado y eso va a depender de acuerdo a como utilicemos nuestras estrategias. A continuación una breve descripción de cada una:

Modelo de rivalidad ampliada Michael Porter



.Fuente: "Estrategia Competitiva", Michael Porter

- 1) **Competidores Directos:** El Distrito Tecnológico de Buenos Aires como ciudad compite directamente con otros clusters del país, principalmente con el de Córdoba, Rosario, San Luis y Tierra del Fuego. Sin embargo también compite con otras ciudades de la región que son atractivas como; Montevideo, Santiago de Chile, San Pablo, Bogotá y Lima. En ellas no existen distritos tecnológicos (si en otras ciudades dentro de sus respectivos países) pero la estabilidad política y económica las hacen atractivas para los inversores cuando quieren desembarcar en Sudamérica.

- 2) **Clientes:** Son las diferentes empresas de tecnología (Software, hardware, BPO, KPO, E- learning, e-commerce) ya que ellas son las que pueden aplicar a las exenciones impositivas que ofrece el distrito.
- 3) **Proveedores:** son el conjunto de empresas que suministran al Distrito todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios. Ej: Electricidad, Agua, gas, telefonía y conectividad a Internet.
- 4) **Sustitutos:** son otros lugares en donde estas empresas podrían radicarse, ya sea otro barrio de la Ciudad de Buenos Aires como puede ser Puerto Madero, Micro Centro, Palermo ó Belgrano.
- 5) **Potenciales entrantes:** Como hemos mencionado anteriormente, año tras año prolifera la creación de parques tecnológicos en el mundo y en la misma Argentina. Podemos decir que por un tema de cercanía, cualquier partido bonaerense que pueda crear un distrito con características al de Parque de los Patricios puede ser un potencial entrante. Por ejemplo el partido de la Matanza y San Martín son posibles candidatos, ambos tienen una universidad asociada a ellos y en reiteradas ocasiones se han corrido rumores de creación de un concentrador tecnológico dentro de estas dos áreas.
- 6) **Aliados:** Son las instituciones intermedias, entendiéndolas como los nexos que nos acercan a las empresas. Ejemplos: embajadas, cámaras de comercio binacional, cámaras sectoriales, estudios jurídicos y contables, aceleradoras tecnológicas, entre otros.
- 7) **Complementarios:** son los desarrolladores inmobiliarios y servicios complementarios como por ejemplo: Hotelería, gastronomía, entretenimiento, recreación, etc.

4.4 ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?

Teniendo en cuenta la matriz de las fuerzas, es importante identificar cuál es nuestra ventaja competitiva, la cuál debe ser sostenible en el tiempo (difícil de copiar), valorada y percibida. En el caso del distrito nuestra ventaja competitiva son: **Nuestros Recursos humanos capacitados y calificados.**

Como hemos mencionado anteriormente, Buenos Aires es una ciudad en donde existe la mayor cantidad de universidades, es el segundo país de Latinoamérica con más población que habla mejor el inglés²⁰ como segunda lengua (algo fundamental para el rubro). El perfil del estudiante en sistemas o carrera a fines tiene ciertas peculiaridades que nos hacen ser muy competitivos con el exterior como ser autodidacta, espíritu emprendedor y capaz de adaptarse rápidamente a los cambios.

4.5 Posicionamiento

Continuando nuestro análisis, necesitamos saber como nos vamos a posicionarnos para lograr nuestro objetivo de atracción de empresas.

El objetivo del posicionamiento es manipular lo que está en la mente de los posibles clientes o personas a las que se quiere influir. La idea es realizar acciones sobre el Distrito Tecnológico con el propósito de agregarle valor para ocupar un lugar de privilegio en la mente de los empresarios extranjeros para que se radiquen allí.

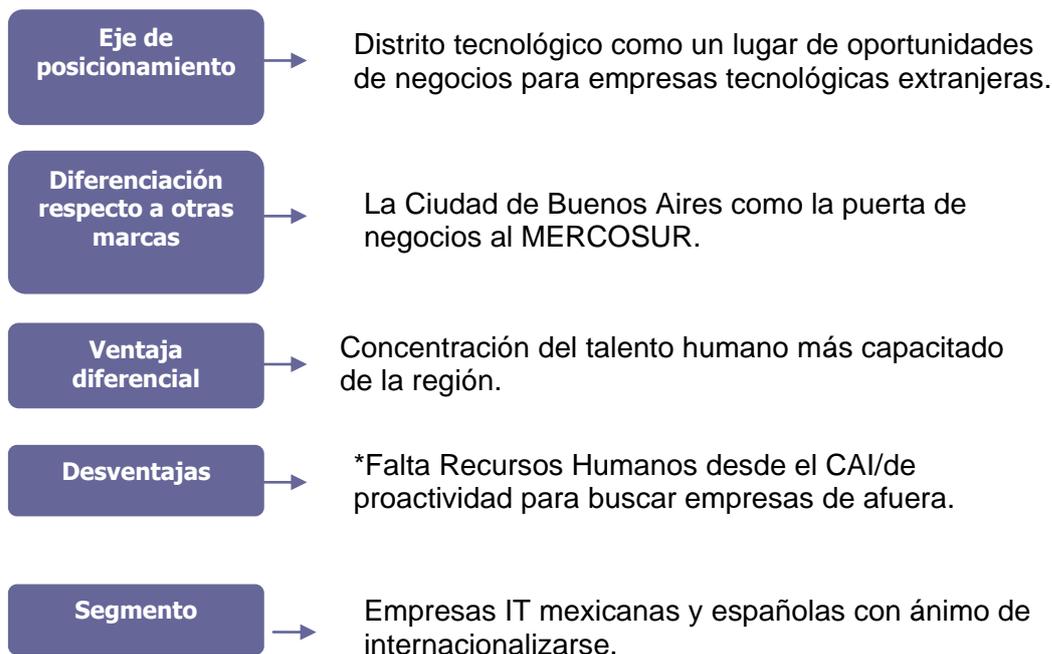
Hay que tener en cuenta que tenemos que hacer un doble posicionamiento, tanto de la Ciudad, como del Distrito, entonces: **“Buenos Aires como una ciudad de negocios tecnológicos”** y **“El Distrito Tecnológico de Buenos Aires como la cuna del talento innovador y tecnológico”**. Este talento entendido en un amplio aspecto: gente capacitada, cultura Innovadora y emprendedora.

Lo que se traduce finalmente como el slogan propuesto:

“Distrito tecnológico de Buenos Aires, un lugar de oportunidades de negocios, talento humano e innovación”.

Este será nuestro **mensaje clave** a comunicar durante todas las acciones que haremos para promocionar el Distrito. Lo anteriormente expuesto podemos resumirlo en el siguiente cuadro:

²⁰ La Argentina tiene el mejor nivel de inglés de los países hispanoparlantes quedando en el puesto 16 de 44 en un ranking a nivel mundial y superó a México, España y Chile, según un estudio privado. Los argentinos angloparlantes se caracterizan por su buena pronunciación y entonación. Fuente: <http://www.infobae.com/notas/657835-La-Argentina-tiene-el-mejor-nivel-de-ingles-de-los-paises-hispanoparlantes.html>



Fuente propia

Aquí surge la pregunta de cómo lograr que las empresas extranjeras se interesen en invertir en el distrito y su respuesta es generando lazos fuertes con instituciones del extranjero y contactando individualmente a empresas del exterior. Para esto primero debemos segmentar a que tipo a que tipo de empresas vamos a buscar. A continuación veremos esta segmentación del mercado:

4.6 Segmentación

Continuando con la propuesta debemos definir nuestro público. Para cualquier plan de marketing es necesario segmentar nuestro mercado, saber bien a quienes vamos a ir a buscar para que apuesten en el distrito.

Nuestra segmentación para captar empresas del exterior será **geográfica**: Países de habla Hispana (México y España). El tipo de empresas a contactar serán empresas **Pymes de tecnología con intención de expandir su mercado al exterior**.

Para lograrlo desarrollaré las características que hacen que estos 2 países sean para nosotros estratégicos:

a) México:

México es una república democrática, representativa y federal compuesta por 32 entidades federativas, las cuales suman una población de 112 millones (último censo 2010). Su sede del gobierno es la Ciudad de México, cuyo territorio ha sido designado como Distrito Federal (DF).

Según la Organización Mundial del Turismo, México es el principal destino turístico de América Latina y uno de los 10 países más visitados del mundo.²¹ Esto se debe en gran medida a los 31 sitios culturales o naturales que son considerados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, y es en este sentido el primero en el continente y sexto en el mundo.

Por el volumen neto de su producto interno bruto nominal (PIB), se considera a México la decimocuarta economía mundial. Según La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) la economía mexicana crecerá un 4% en 2012, por encima de Brasil y Argentina.

México es una economía orientada a las exportaciones. Es uno de los países más abiertos al comercio, y una potencia comercial según el valor de las mercancías, y el país con el mayor número de tratados de libre comercio. Casi el 90% de las exportaciones y el 55% de las importaciones se dirigen o provienen de los Estados Unidos y el Canadá.

El sector de los servicios es el componente más grande del Producto Bruto Interno (PIB): 65%, seguido del sector industrial en 31%. El sector agrícola sólo representa el 4%.

En base a un estudio difundido por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), **México país cuenta con 5.144.056 empresas, que emplean a 27.727.406 personas.** Siendo el 95,2% (4,8 millones) de las compañías microempresas, **el 4,3% (221.194) pequeñas empresas, el 0,3% (15.432) medianas** y el 0,2% (10.288) grandes firmas.

Las microempresas emplean al 45,6% de todos los trabajadores, las pequeñas al 23,8%, las medianas al 9,1% y las grandes al 21,5%, esto se debe a que, a pesar de que son pocas las compañías de gran tamaño, ocupan mas de 10,000 empleados.

²¹ Organización Mundial del Turismo (2011)

Asimismo, los estados mexicanos con mayor número de empresas son el Estado de México (585.000), el Distrito Federal (414.000), Veracruz (364.000), Jalisco (331.000) y Puebla (309.000).

En una nota publicada en el diario El Financiero²², el actual presidente, Felipe Calderón, declaró que el país tiene presencia en sectores industriales de vanguardia tecnológica mundial y agregó que México es el primer exportador en el mundo de pantallas de televisión, de teléfonos inteligentes y confirmó que el país pasó del quinto al cuarto lugar como exportador de vehículos. Por otro lado confirmó que seguirá fomentando la vinculación entre la universidad y la empresa; *“Vamos a crear cada vez mejores condiciones para atraer inversiones y proyectos que desarrollen a nuestro país”*.

El sector Tecnológico Mexicano

En cuanto a los sectores manufacturero de alta tecnología y de Tecnologías de la Información, representan un gran potencial de crecimiento para el país. **Existen 708,580 firmas tecnológicas** (Datos 2001-2008²³).

Durante la conferencia “Retos y oportunidades para la industria de alta tecnología en México”, organizada por la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información Mexicana (CANIETI), la Directora General de Comercio Interior y Economía Digital, Claudia Ivette García, reconoció que estos dos sectores han tenido un desempeño favorable en los últimos años.

En lo que va del 2012, **la industria de alta tecnología ha tenido un crecimiento del 11%** y se espera el mismo incremento para el próximo año, dijo la funcionaria. Las industrias de alta tecnología, que incluyen a los sectores aeronáutico y aeropartes, automotriz y autopartes, electrónica, eléctrica, nanotecnología y mecatrónica representan el 40 por ciento del PIB manufacturero y el 48 por ciento de las exportaciones manufactureras.

²² http://www.elfinanciero.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=27164&Itemid=26

²³ http://www.foroconsultivo.org.mx/documentos/acertadistico/empresas_ramas_sectoriales.pdf

En la actualidad México tiene **183 parques industriales**, dispuestos en 22 estados; con una planta de mil 400 empresas y clusters dedicados a software, salud, mecatrónica, nanotecnología, microeléctrica, energía y biotecnología.²⁴

A la fecha se encuentran 6 parques tecnológicos en construcción en Aguascalientes, Baja California, Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Sonora. Las áreas productivas más destacadas son: desarrollo de software, energías renovables y microeléctrica, tecnologías de la información, biotecnología, nanotecnología, mecatrónica y salud-

En el Distrito Federal se están realizando gestiones para la construcción de los clusters: Parque Industrial Cabeza de Juárez, Parque Industrial Zapotitlán Atlixco; Tecnoparque Azcapotzalco y Parque Educativo Milenio Ferrería.

Los cluster tecnológicos en México

Uno de los instrumentos implementados por el gobierno federal en México, como Política industrial es la promoción para la formación de cluster de tecnología de la Información (TI) como una estrategia de desarrollo local. Todos ellos están constituidos como asociación civil, y sus orígenes datan de hace trece años aproximadamente. Se trata de un universo heterogéneo, con distintos grados de desarrollo, y con incidencia de actores y agentes territoriales muy diferentes. En algunos casos se originaron por iniciativas del sector empresarial y en otros casos impulsados por las políticas públicas. Por otro lado la cantidad de empresas que radican dentro de los cluster tecnológicos así como la participación del gobierno y de las universidades se dan en cada caso de manera particular. La dinámica de las políticas públicas fue clave en el impulso de programas y estrategias de *cluster* tecnológicos para el desarrollo local. En este sentido el **Programa para el Desarrollo de la Industria de Software (PROSOFT²⁵)**, fue fundamental. Fue creado en Octubre de 2002, con el **objetivo de aumentar la competitividad en la industria de tecnologías de la información a través del fortalecimiento del sector.** Comenzó a operar en el año 2004 con fondos públicos. Si bien empezaron durante ese año con 139 millones de pesos mexicanos, alcanzaron en el año 2007 los 1,745 millones de pesos mexicanos.

²⁴ <http://www.foroconsultivo.org.mx/innovacion.gaceta/component/content/article/25-foros-del-foro/25-parques-tecnologicos-oportunidad-de-desarrollo-para-el-pais>

²⁵ Ver: <http://www.prosoft.economia.gob.mx/>

Participan en el programa entidades estatales conjuntamente con entidades de la administración pública y federal, la iniciativa privada y las instituciones de educación técnica y superior.

Algunos de los objetivos que actualmente enfoca el programa incluyen:

- Alcanzar una producción de software y servicios de TI de 15 millones de dólares.
- Elevar el empleo en el sector de servicios tecnológicos.
- Ser líder de la producción de software y servicios de tecnológicos y Business Process Outsourcing en Estados Unidos, Latino América y España.

Entre las medidas adoptadas se encuentran la promoción para actualizar planes de estudio en las universidades del país, la realización de cursos complementarios para reducir la brecha egresado-persona productiva (con cursos extra-curriculares); establecimiento de mecanismos de vinculación con alianzas intersectoriales entre industria e instituciones educativas (sociedad-academia-industria); y el equipamiento y actualización de las instituciones de educación.

Así mismo este programa busca acelerar las acciones y resultados para generar capacidades, masa crítica y fomentar el desarrollo de proyectos productivos en el sector de software y servicios relacionados; así como el otorgamiento de créditos a desarrolladores-proveedores de la industria de software. Mediante todas estas acciones se busca impulsar el fortalecimiento de las empresas y del entorno en el que se desenvuelven, lo que permitirá elevar sus niveles de productividad y competitividad en diferentes ámbitos regionales

La inversión mexicana en la Argentina:

Luego de ver las acciones que está tomando el gobierno mexicano para incentivar al sector, es interesante conocer la inversión que el país centroamericano está realizando en el nuestro.

Según una nota publicada en el Diario La Nación²⁶, sólo durante 2011 las empresas mexicanas invirtieron US\$ 3200 millones de dólares en el mercado argentino, apuntando a un espectro muy amplio de negocios. Las inversiones incluyen desde proyectos de insumos industriales, como el del Grupo Alfa -uno de los mayores

²⁶ <http://www.lanacion.com.ar/1485518-un-pais-que-aporta-inversion-creciente>

conglomerados industriales del país- para ampliar su planta de envases de PET en Zárate, con un monto total de US\$ 358 millones, hasta rubros de consumo masivo como la compra de Fargo, que cerró la compañía Bimbo, que de esta manera pasó a liderar nada menos que el mercado de los panificados en la Argentina.

Otro de los negocios en los que los mexicanos se mostraron más activos en los últimos años fue el de las gaseosas, de la mano de las principales embotelladoras de Coca-Cola en su país, como FEMSA y Arca, que también se convirtieron en las mayores franquicias de la gaseosa en el mercado local.

La presencia mexicana también se siente en el rubro farmacéutico, como en el caso del laboratorio Genomma, que se instaló en forma directa en el país a fines de 2011, sumándose así a la cadena de farmacias Dr. Ahorro.

Carlos Slim (dueño del Grupo Telmex), el hombre más rico del planeta y por lejos la persona más influyente en el mundo de los negocios en México, en los últimos años ha dado repetidas muestras de confianza en la economía argentina. La última señal fue la decisión de quedarse con el 8,2% de la petrolera YPF, a menos de dos meses de su expropiación por parte del gobierno de Cristina Kirchner.

Las inversiones mexicanas también están detrás del negocio de Starbucks en la Argentina, ya que las más de 60 cafeterías que tiene la marca norteamericana repartidas en Buenos Aires y Rosario pertenecen al Grupo Alsea, que tiene las licencias para la región de Starbucks y de otras cadenas de comida rápida como Burger King.

Resumiendo, México es un país con alto potencial para captar inversión directa: promueve el sector, es uno de los principales proveedores de tecnologías a países desarrollados, tiene gran cantidad de clústeres tecnológicos y hasta compartimos el mismo idioma.

b) España

El otro país analizado y elegido es España, es uno de los países 27 países que integran la Unión Europea²⁷. Si bien está constituida como un estado social y democrático de derecho su forma de gobierno es la monarquía parlamentaria.

Está compuesta por 17 comunas autónomas que según el último censo del 2011 tienen una población total de 47.190.493 habitantes.

Desde el 2008, el país ha comenzado a advertir la crisis en los principales indicadores macroeconómicos y cuyas consecuencias se han extendido en el tiempo hasta la actualidad, no sólo en el plano económico sino también en el político y el social. Esta crisis se enmarca dentro de la Crisis económica de 2008 que afecta a todos los países del mundo, y en especial a los países desarrollados. El comienzo de esta crisis mundial supuso para España la explosión de otros problemas: el final de la burbuja inmobiliaria, la crisis bancaria de 2010 y finalmente el aumento del desempleo en España, lo que se tradujo en el surgimiento de grandes movimientos sociales encaminados a cambiar el modelo económico y productivo así como cuestionar el sistema político exigiendo una renovación democrática.

Sin embargo se observa una importante diversificación geográfica de las exportaciones españolas de bienes y servicios, siendo este un factor fundamental que permitirá, vía sector exterior, ir saliendo de esta crisis que padece.

El sector Tecnológico en España.

Un informe publicado en abril de 2012 por la Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicación (AMETIC) dentro de la web Cinco días²⁸ informa que sector tecnológico español, que aglutina ocho sectores (entre ellos contenidos digitales, tecnologías de la información y las comunicaciones, o la electrónica de consumo), está formado por un total de **24.371 empresas**, lo que supone el 1,61% de todas las existentes en este país. Además,

²⁷ La UE se fundó después de la Segunda Guerra Mundial. Sus primeros pasos consistieron en impulsar la cooperación económica con la idea de que, a medida que aumenta la interdependencia económica de los países que comercian entre sí, disminuyen las posibilidades de conflicto entre ellos.

²⁸ http://www.cincodias.com/articulo/empresas/hipersector-tic-suma-espana-24370-empresas-total/20120414cdsdiemp_5/

emplea a **386.009 trabajadores**, el 2,10% de la fuerza laboral del país, según explicó el vicepresidente de AMETIC, Josep María Vilá, *“El sector tecnológico representa más del 6% del PIB español y resulta clave para salir de la crisis, por su transversalidad en toda la economía”*.

Por sectores, tres suman el 93% de las empresas. El más numeroso es el de las **tecnologías de la información, con 14.469 compañías y 194.820 trabajadores. Le siguen el sector de los contenidos digitales, con un 25,3% de las empresas y un 20,1% de los trabajadores, y el de los operadores y proveedores de telecomunicaciones, con un 7,9% de las empresas y un 17,7% de los trabajadores.**

El sector que menos compañías aportan es el de la electrónica profesional con 111 empresas, aunque estas mantienen 17.744 empleos.

Los responsables de la asociación también advirtieron que gran parte de las empresas del sector TIC en España se dedica a la prestación de servicios. En el caso de las tecnologías de la información el 94,5% de las empresas brinda servicios de integración y de mantenimiento de sistemas, mientras solo un 2,8% se dedica a fabricar equipos y un 2,6% desarrolla software. Algo parecido también ocurre en el ámbito de la electrónica de consumo, donde solo un 10% de las compañías se dedica a fabricar o importar productos.

En cuanto a los datos por comunidades autónomas, Madrid, con 6.972 compañías, y Cataluña, con 5.203 organizaciones, acumulan la mitad de las entidades que operan en el territorio español. Respecto al empleo, también Madrid, con 144.220 trabajadores, y Cataluña, con 80.013 empleados, son las que más fuerza laboral emplean.

Por otro lado, en otras de las publicaciones de esta institución muestran que la **facturación global del sector TIC durante 2011 fue de 85.073 millones de euros**. Esto representa un -5% respecto a 2010 pero así y todo este sector es optimista y creativo por su propia naturaleza, el análisis de los datos también tiene en esta ocasión motivos para la satisfacción. Y uno de esos motivos es el comportamiento de las **exportaciones**, que se mantuvieron, en general, a pesar de la recesión de la Electrónica de Consumo (un tradicional sector exportador), gracias a los aumentos sustanciales recogidos en los sectores de la Electrónica Profesional (13%) y las

Tecnologías de la Información (10%), dos sectores donde abundan pequeñas y medianas empresas españolas que están compitiendo con los mejores y en todos los mercados. ***“Este comportamiento del sector exterior, junto al mantenimiento de la innovación y desarrollo y el empleo, son razones más que sobradas para reafirmar nuestro convencimiento de que la salida de la crisis está ligada al reforzamiento de la industria innovadora y de la competitividad global de nuestra economía. Y ese convencimiento no está en crisis. La salida de la crisis está ligada al reforzamiento de la industria innovadora y de la competitividad global. Es fundamental que se impulse la internacionalización de nuestras empresas”*** así lo expresa **Jesús Banegas, presidente de AMETIC**, en una de las noticias principales publicadas en su site oficial www.ametic.es.

Los cluster tecnológicos en España

En la historia de los parques científicos y tecnológicos españoles, podemos diferenciar tres etapas: inicial, desarrollo y expansión. A Continuación una breve descripción de cada una.

Fase inicial: Entre 1985 y 1992 se crean en España ocho parques tecnológicos promovidos por las comunidades autónomas. La inversión en estos proyectos superó los 300 millones de euros y en su desarrollo no participaron las universidades inicialmente.

Con respecto a la tipología de los primeros parques, en un primer momento se puso mucho interés en los proyectos de urbanización y poco en la construcción de edificios. Sin embargo, el interés por la creación de edificios hizo aumentar la presencia de las empresas. Se trataba de un nuevo tipo de localización empresarial donde el cuidado de la imagen era fundamental así como el respeto por las zonas verdes. El lugar también se elegía estratégicamente, es decir, se buscaba la cercanía a un aeropuerto y con excelentes comunicaciones.

Durante la fase inicial de la historia de los parques, se crea la **Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE)** que está ubicada en el **Parque Tecnológico de Andalucía** constituida en 1989 por los gerentes de los 6 primeros parques que surgieron en España. Desde su constitución, hace más de 20 años, la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España siempre ha trabajado con el objetivo de: **convertir a los parques científicos y tecnológicos en piezas claves del sistema de innovación español.**

Fase de desarrollo:

A partir de 1993 aparecen nuevas iniciativas ligadas a otros promotores como por ejemplo la Zona Franca de Vigo. Durante estos años se completa el mapa regional del País Vasco y el gobierno balear promueve el Parque Balear de Innovación Tecnológica (PARCBIT). A partir de 1995, las universidades comienzan a interesarse por los parques tecnológicos y comienzan a surgir parques de ámbito más científico. Prueba de ello, es que en estos momentos, 23 universidades están desarrollando parques científicos y tecnológicos.

Fase de expansión:

A partir de 1998 se produce un gran crecimiento económico debido al desarrollo de la Sociedad de la Información y nace un nuevo modelo de parque: Los Parques Científicos.

Por otro lado, en los últimos años, las comunidades autónomas están jugando un papel muy importante en la creación de parques y en su fortalecimiento. Por este motivo, está surgiendo numerosas redes de parques en las Comunidades Autónomas.

Las Comunidades Autónomas fueron las pioneras a la hora de apostar por los parques y gracias a ellas se crearon los primeros entre mediados de los 80 y principios de los 90.

Ellas fueron las promotoras de estos parques y han hecho que el panorama económico cambie por completo en sus regiones con la creación de estos nuevos espacios.

Fruto de los resultados positivos de la instalación de un parque en una zona determinada, han aparecido otro tipo de promotores como son los ayuntamientos, universidades o incluso empresas privadas.

Sin embargo, las políticas regionales españolas son muy activas y están creando redes regionales de parques para configurar sus sistemas regionales de innovación.

Los primeros fueron los vascos, con su Red de Parques Vascos. Una red fuertemente conectada: el presidente de la red es el presidente de los parques, pero con independencia de sus miembros, son empresas diferentes.

La red de Castilla y León es una red fuertemente conectada, tanto en las estrategias como en la gestión, una única empresa gestiona los parques creados por la comunidad autónoma.

En Cataluña la red surge de abajo, los parques, hacia arriba, la administración. La red está débilmente conectada desde el punto de vista autónomo y con independencia de sus miembros.

El caso andaluz sus miembros se constituyen alrededor de una asociación sin ánimo de lucro que financia íntegramente el gobierno autonómico y a través de ella lleva adelante muchas de sus políticas.

En Valencia la nueva red de parques científicos puede ser similar al caso andaluz. Es promovida por el gobierno regional y están por ver qué políticas desarrolla. Madrid también crea una red similar a la de Valencia.

Durante estos años de experiencia España ha generado un boom en la creación de parques ya que ha demostrado que la construcción de un parque en una región suele imprimir un gran empuje a la economía de la zona y es por ello cada comunidad autónomas cuenta ya, al menos, con un parque. Este empuje suele traducirse en el aumento de número de puestos de trabajo, la mayoría de alta capacitación, mejora de la calidad del mismo, dinamización de los sectores empresariales, atracción de capital, creación de empresas de base tecnológica, aumento de la inversión en Investigación y desarrollo (I+D), en definitiva diversifica la economía y suele crear alrededor de él un entramado de empresas de servicios para el parque que cambia radicalmente la estructura inicial de la economía de la zona.

Actualmente existen en España: 41 parques tecnológicos con 1080 empresas establecidas, 108 Centros de I+D y 12 incubadoras.

La inversión española en la Argentina

Hemos podido apreciar una breve descripción de la situación española y ahora vamos a ver la relación que tiene este país con nosotros en materia de inversión.

“España es el principal inversor extranjero en nuestro país”, así lo afirma Guillermo Ambrogí, Presidente de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA²⁹) en una nota con el medio Empresa Exterior. Las empresas que

²⁹ Fundada el 21 de abril de 1887, la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA) es una institución sin fin de lucro que aglutina a las compañías hispano-argentinas que operan en el país.

integran a esta cámara comercial representan un monto de inversiones superior a los 60.000 millones de dólares en los últimos 17 años; proporcionando más de 300.000 empleos, aportando vanguardia e innovación tecnológica y contribuyendo con el 12% de la recaudación tributaria nacional total.

Los sectores con mayor presencia española son: hidrocarburos, telecomunicaciones, energía, servicios públicos, sector financiero, seguros, pesca, ámbito editorial y construcción (inmobiliaria e infraestructuras). La industria automotriz, turismo y ocio, y los sectores inmobiliario y de software, que crecieron mucho en Argentina en la última década, también cuentan con presencia de capital español.

“En el escenario actual, el empresariado español tiene oportunidades y ventajas competitivas para pensar radicarse en Buenos Aires: la experiencia de las compañías y los lazos socioculturales y lingüísticos que ayudan a adaptarse a las idiosincrasias locales. Estas ventajas, además del know how, ayudan a empresas grandes y Pymes a abrirse puertas en Argentina para participar en los sectores con mejores perspectivas de crecimiento”, comentó Ambrogi en ese medio.

La Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA) brinda sus servicios a empresas desde hace 125 años y hoy cuenta con más de 800 compañías socias, grandes y Pymes.

“Representamos la inversión de empresas españolas en Argentina que supera los 60.000 millones de dólares en los últimos veinte años. Un dato fiscal me permitirá brindarle una idea aproximada de la magnitud de esta inversión. En efecto, las catorce empresas españolas de mayor dimensión, radicadas en el país, contribuyen con el 12% de la recaudación tributaria nacional total. Esta cifra, de por sí, demuestra y acredita la dimensión de la inversión y la responsabilidad y compromiso en su gestión.”
Afirma nuevamente Ambrogi.

Su misión es promover las relaciones económicas y comerciales entre España y Argentina y colaborar en el acercamiento de empresas y organizaciones interesadas en el fomento de intercambios entre ambos países. Con sede central en la ciudad de Buenos Aires, cuenta con seis delegaciones en el interior del país ubicadas en Córdoba, El Calafate, Mar del Plata, Mendoza, Rosario, y una delegación regional para Salta, Jujuy y Tucumán. CECRA forma parte de diversas federaciones y asociaciones como la Federación de Cámaras Oficiales Españolas de Comercio (FECECA), la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), el Centro de Cámaras de Comercio de la UE, el Comité Mixto Argentino Español y la Unión de Cámaras de Comercio Extranjeras y Binacionales. Fuente www.cecra.com.ar

Ante la pregunta sobre: ¿Qué beneficios presenta Argentina para el posible inversor español? El directivo comentó: *“Argentina es la segunda potencia económica en Sudamérica. Integra el MERCOSUR, como país fundador, junto con Brasil, Uruguay y Paraguay, con los beneficios ya conocidos de pertenecer a esta unión aduanera. Su posición geográfica le brinda acceso directo a un mercado regional de 236 millones de personas que se suman a sus casi 41 millones de habitantes. Además, la economía argentina está diversificada, su sector bancario cuenta con una oferta variada de firmas nacionales e internacionales, las leyes de inversión son favorables y el país, que está libre de conflictos armados y étnicos, ofrece recursos humanos cualificados. Más allá de lo extenso de su territorio, Argentina tiene una interesante conectividad aérea y el transporte fluvial y marítimo de mercancías están ampliamente diversificados.”*

Por lo anteriormente expuesto España es un país con potencial para poder invertir en nuestra ciudad. Los motivos sobran: los fuertes lazos comerciales y culturales que datan de desde hace siglos, su actual situación económica que hace que las empresas deben internacionalizarse para sobrevivir, los viajes exploratorios realizados previamente por el Centro de Atención al Inversor hacen que haya un relacionamiento previo con muchas instituciones. Puntos a favor sobran para pensar en este destino como fuente de inversión extranjera directa.

Nuestros Aliados en México y España

Aplicando el Modelo de rivalidad ampliada anteriormente explicado, nuestros aliados en México y en España serán distintas instituciones y organismos de gobierno. Ellos serán un importante nexo para poder llegar a las empresas potenciales a radicarse en el Distrito. A continuación veremos quienes serán:

En México:

Las Cámaras sectoriales, organismos de gobierno y clusters que contactaremos serán:

A - Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI) web: www.canieti.org

La Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información cuenta con más de 70 años de vida convirtiéndose en una entidad

representativa del sector en México, que promueve el desarrollo de dicho sector en un entorno global con servicios de alta calidad. Actualmente está integrada por **más de 900 empresas** afiliadas en todo México.

B – Asociación Mexicana de la Industria de tecnología de la información (AMITI)

Web: www.amiti.org.mx/

Es una organización privada creada para posicionar a las Tecnologías de la Información como motor clave para aumentar la competitividad de México. Fue fundada en 1985, como la Asociación Nacional de la Industria de Programas de Cómputo, "ANIPCO", y en 1997 se constituye como AMITI, A.C. para incorporar a los sectores de hardware, software, integradores, consultores, proveedores de servicios y canales de distribución.

Cuenta con convenios de Colaboración y Relaciones con Universidades, Embajadas, Dependencias de Gobierno, Asociaciones y Cámaras, así como con otras instituciones y organismos, para promover el desarrollo de la industria de Tecnologías de Información. Actualmente cuenta con **230 socios**.

C- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) web: www.amipci.org.mx

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) fue fundada en 1999 e integra a las empresas que representan una verdadera influencia en el desarrollo de la Industria de Internet en México. Actualmente posee **220 socios**.

D- Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE) web: www.comce.org.mx

El Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C. COMCE es la iniciativa de las cúpulas del sector privado mexicano para contar con un organismo dedicado a la promoción del comercio exterior, la inversión extranjera y el desarrollo tecnológico. Surge en los años '50's con el nombre de Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (CEMAI), en 1999 se fusiona con el Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX) para formar el COMCE.

El COMCE basa su operación en cerca de 70 Comités Empresariales Bilaterales (CEB) y cada uno de ellos se ocupa de mantener y desarrollar los objetivos del

COMCE con un país determinado; estas relaciones se basan en convenios de colaboración que el COMCE tiene firmados con al menos un organismo similar en cada país.

Los CEB's están formados por empresarios con amplia y reconocida trayectoria, que buscan promover los intereses empresariales de México en ese país. A través de estos CEB's, el COMCE busca apoyar a los empresarios mexicanos que quieren ingresar al mercado del comercio exterior y promover la inversión de empresas extranjeras en México. Sus objetivos son:

- Representar al sector privado mexicano en temas de Comercio Internacional
- Promover el comercio internacional
- Promover la inversión extranjera directa
- Promover la transferencia de tecnología
- Promover la internacionalización de las PYMES

E – PROMEXICO web: www.promexico.gob.mx

Es el organismo del Gobierno Federal mexicano encargado de fortalecer la participación de México en la economía internacional. Para ello, apoya la actividad exportadora de empresas establecidas en el país y coordina las acciones para atraer inversión extranjera directa a territorio nacional.

F – Cámara de Comercio Mexicano-Argentina (CCMA) su web:

<http://www.ccma.org.mx/>

Asociación civil sin fines de lucro, autónoma e independiente cuyo principal objetivo es promover y fortalecer el intercambio comercial y los flujos de inversión entre México y Argentina. La CCMA ofrece una amplia gama de servicios con el propósito de motivar los negocios bilaterales.

G - Clusters Tecnológicos Mexicanos.

El contacto con estos clusters servirá para promocionar nuestro distrito y para captar a través de ellos, empresas que estén en un plan de expansión internacional.

La ubicación de parques tecnológicos abarca todo el territorio Mexicano y son los siguientes:

- **Aguas Calientes:** Parque Industrial tecnopolopocitos
- **Baja California:** Parque Científico tecnológico Silicon Border
- **Chihuahua:**
 - Parque Tecnológico Universidad Autónoma de Chihuahua
 - Parque Tecnológico PIT2 Chihuahua – ITESM
- **Coahuila:** Las Américas It Park
- **Distrito Federal:** Tecnoparque Azcapotzalco del IteSM
- **Durango:** High-tech Laguna Park
- **Estado De México:** Parque tecnológico tecnópolis esmeralda Bicentenario - IteSM -
- **Hidalgo:** Parque tecnológico en tecnologías de la Información
- **Jalisco:**
 - Parque de Software en Ciudad Guzmán
 - Parque de Software y Multimedia
 - Parque del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
 - Parque Tecnológico Guadalajara – ITESM
- **Michoacán:** Parque tecnológico Ciudad tres Marías
- **Morelos:** Parque Tecnológico Cuernavaca–ITESM
- **Nuevo León:**
 - Parque de Investigación e Innovación Tecnológica del ITESM
 - Parque Tecnológico Monterrey
 - Parque Tecnológico Las Torres TecMilenio
- **Sonora:**
 - Parque Tecnológico Sonosoft de Ciudad Obregón
 - Parque Tecnológico Hermosillo–ITESM
- **Tabasco:** Parque tecnológico Villahermosa tecMilenio
- **Tamaulipas:** Parque Científico y tecnológico “nuevo Santander”

En España

Las Cámaras sectoriales, organismos de gobierno y clusters que contactaremos serán:

A- La Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) su web: www.apte.org

Asociación fundada en 1988 por parques científicos y tecnológicos que están ubicados en las 17 comunidades autónomas de España. A finales de 2011, posee 81 miembros (49 Socios y 32 Afiliados).

El sector que aglutina al mayor número de empresas en los parques miembros de APTE es el de la Información, Informática y Telecomunicaciones con un 23%, seguido por Ingeniería, Consultoría y Asesoría, con el 14%.

La facturación de las empresas de los parques ha pasado de 21.475 millones de euros a finales de 2010 a 23.254 millones de euros a finales de 2011. El aumento ha sido del 8,2%.

Entre sus socios se encuentran:

- 22@Barcelona
- Aerópolis, Parque Tecnológico Aeroespacial de Andalucía
- Centro de Desarrollo Tecnológico de la Universidad de Cantabria (CDTUC)
- Ciudad Politécnica de la Innovación
- ESADECREAPOLIS, Parque de la Innovación Empresarial
- espaitec. Parc Científic, Tecnològic i Empresarial de la Universitat Jaume I de Castelló
- Fundación Parque Científico de Murcia
- Fundación Parque Científico Tecnológico Aula Dei
- GEOLIT, Parque Científico y Tecnológico, S.A.
- Parc Científic Barcelona
- Parc Científic i Tecnològic Agroalimentari de Lleida
- Parc Científic i Tecnològic de la Universitat de Girona
- Parc Científic Universitat de València
- Parc de Recerca UAB
- Parc Tecnològic del Vallès
- Parque Balear de Innovación Tecnológica (PARCBIT)
- Parque Científico -Tecnológico de Almería (PITA) S.A.
- Parque Científico de Alicante
- Parque Científico de Leganés Tecnológico (Universidad Carlos III de Madrid)
- Parque Científico de Madrid
- Parque Científico Tecnológico de Gijón

- Parque Científico Tecnológico de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria
- Parque Científico y de la Innovación. TecnoCampus Mataró-Maresme
- Parque Científico y Tecnológico Cartuja
- Parque Científico y Tecnológico de Albacete
- Parque Científico y Tecnológico de Bizkaia
- Parque Científico y Tecnológico de Cantabria
- Parque Científico y Tecnológico de Extremadura
- Parque Científico y Tecnológico de la Universidad Politécnica de Madrid
- Parque Científico-Empresarial de la Universidad Miguel Hernández de Elche
- Parque Tecnológico Agroindustrial de Jerez, S.A.
- Parque Tecnológico de Álava
- Parque Tecnológico de Andalucía
- Parque Tecnológico de Asturias
- Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud de Granada
- Parque Tecnológico de San Sebastián
- Parque Tecnológico Fuente Álamo S.A.
- Parque Tecnológico TecnoBahía
- Parque Tecnológico Walqa
- Parque Tecnológico y Logístico de Vigo
- Parque Tecnológico de Galicia
- Parques Tecnológicos de Castilla y León
- Polo de Innovación Garaia S.Coop.
- TechnoPark - Motorland
- Technova Barcelona
- TECNOALCALÁ. Parque Científico - Tecnológico de la Universidad de València Parc Tecnològic
- Biopol'H
- Ciudad del Conocimiento. Parque de Investigación y Desarrollo de Valme, S.A.
- Fundació b_Tec
- Fundación Ferrol Metròpoli
- Móstoles Tecnológico
- Oñati, Ciudad Universitaria y Tecnológica
- Orbital 40 - Parc Científic i Tecnològic de Terrassa
- Parc Central - Parc Tecnològic de la Catalunya Central
- Parc de Recerca Biomèdica de Barcelona (PRBB)
- Parc de Recerca UPF - Ciències Socials i Humanes

- Parc Tecnològic Barcelona Nord
- Parc UPC - Universitat Politècnica de Catalunya
- Parque Científico - Tecnológico de Córdoba S.L. (Rabanales 21)
- Parque Científico de la Universidad de Salamanca
- Parque Científico Tecnológico de Huelva S.A.
- Parque Científico Tecnológico de la Universidad de Burgos
- Parque Científico Universidad de Valladolid
- Parque Científico y Tecnológico BZ
- Parque Científico y Tecnológico de Guadalajara
- Parque Científico y Tecnológico de Tenerife, S.A.
- Parque Digital de la Rioja
- Parque Metropolitano, Industrial y Tecnológico de Granada
- Parque Tecnológico Costa del Sol - Axarquía S.A.
- Parque Tecnológico de Eibar
- Parque Tecnológico de Fuerteventura
- Polo de Innovación Goierri
- Tecnogetafe
- Tecnoparc, Parc Tecnològic del Camp
- Universidad de Cádiz
- Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía (RETA)

B- Madrid Network .web: www.madridnetwork.org

Es una Red público-privada formada por más de 750 asociados en la que participan grandes y pequeñas empresas, centros de investigación, universidades y centros tecnológicos. Cuenta con el apoyo de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio y la CEIM.

Esta Red sirve de vehículo para la captación de recursos privados y públicos, identifica oportunidades de negocio en el mercado global para que las empresas participen tanto en proyectos de infraestructuras como tecnológicos, todo ello con ayudas de organismos nacionales y europeos, instituciones públicas como el BEI, el BID, Banco Mundial, CAF, y privadas como Bancos, Fondos Capital Riesgo, capital desarrollo, Business Angels, Keiretsu Forum, etc son un ejemplo de ello.

Su objetivo principal lo definen como “impulsar la innovación en la Comunidad de Madrid y posicionar a la economía madrileña entre las regiones más avanzadas del mundo”

C- Promo Madrid, Web: www.promomadrid.com

Es una empresa pública, creada en 2004, con la finalidad de promocionar y desarrollar internacionalmente la Comunidad de Madrid desde el punto de vista económico. PromoMadrid está adscrita a la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid. Tiene como objetivo apoyar a las empresas madrileñas en sus procesos de internacionalización, atraer y retener la inversión extranjera y llevar a cabo todas aquellas acciones que tengan como fin la mejora de la presencia, percepción y valoración de esta Comunidad, sus empresas, instituciones y su patrimonio cultural y económico.

D- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) su web: www.icex.es

Es una entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto. Presta sus servicios a través de una red de 31 Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio en España y casi 100 Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior. Dispone, además, de 13 Centros de Negocios en el extranjero, que ofrecen a las empresas españolas infraestructura temporal a modo de incubadoras de la internacionalización

E- SPRI Su web: <http://www.spri.es>

Es la agencia de desarrollo empresarial del Gobierno Vasco y existe por su vocación de servicio al tejido empresarial de Euskadi. Fomenta y apoya a proyectos de empresas o grupos cuyo objetivo sea ganar una posición de mercado relevante en un contexto nacional o internacional y que tengan impacto importante en el País Vasco.

f - Barcelona Activa. Su web: www.barcelonactiva.cat

Es la agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de Barcelona. Creada en el año 1986, esta empresa municipal nació como vivero de empresas con 16 proyectos incubados. Hoy, Barcelona Activa es un referente local e internacional en el soporte a las personas emprendedoras, la innovación, la mejora profesional y la creación de empleo.

Barcelona Activa ofrece respuestas a los más de 100.000 participantes cada año visitan sus instalaciones, acompaña anualmente más de 1.000 nuevos proyectos

empresariales. Más de 115 empresas están instaladas en su vivero de empresas y parque tecnológico, más de 30.000 participantes reciben atención en Porta22, cerca de 50.000 participantes entran en el mundo de las nuevas tecnologías en el Cibernarium y más de 1.000 personas son contratadas para aprender un oficio mientras trabajan

H - Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicación, de las Telecomunicaciones y contenidos digitales (AMETIC) Su web: www.ametic.es

Institución que nace de la unión entre ASIMELEC³⁰ (Asociación Multisectorial de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica) y AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica y Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España), dando como resultado la nueva patronal española de la electrónica, las tecnologías de la información y la comunicación, las telecomunicaciones y los contenidos digitales. Su misión es fomentar y promover el desarrollo de este sector.

I –Cámara Argentina de Comercio de España. Su web: www.carges.net

Fundada el año 1930, es un organismo sin fines de lucro, cuya finalidad consiste en promover relaciones económicas entre empresas, emprendedoras y profesionales de ambos países, Argentina y España.

Sus objetivos son: Ser una plataforma de encuentro y contacto a nivel comercial, cultural y social entre empresarios, directivos, profesionales y particulares del mundo del negocio que tienen interés en el ámbito hispano-argentino. Ser el interlocutor estratégico para los operadores que estén interesados en internacionalizar su actividad en estos dos mercados.

4.7 PROMOCIÓN

Ahora que ya tenemos el segmento, el posicionamiento, los aliados vamos a concentrarnos en La promoción. Esta tiene como objetivo crear conciencia e interés en el producto ó servicio para diferenciarlo de la oferta de la competencia, para comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles, así como persuadir a los

³⁰ Asociación fundada en 1984 y que representa a unas 3.000 empresas del macrosector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC en España. Agrupa a fabricantes, comercializadores, distribuidores y en el caso del sector de Telecomunicaciones a Instaladores.

clientes (en este caso a las empresas extranjeras) para que compren o usen dichos servicios (en nuestro caso se instalen en el distrito).

En general el propósito final de cualquier esfuerzo promocional es vender el servicio a través de información, persuasión y recuerdo. Para promocionar al Distrito Tecnológico detallaremos a continuación las acciones propuestas junto al cronograma a seguir y su costo total.

Las acciones propuestas incluyen: relacionamiento con medios de comunicación extranjeros (Prensa), Publicidad en medios gráficos y webs del extranjero, Nuevos Materiales de comunicación (Brouchures, Videos promocionales, Redes Sociales, Newsletters), Acciones de Telemarketing, Viajes internacionales (participación presencial y virtual en ferias), Campaña de posicionamiento en buscadores (SEO) e Incorporación de Agentes de Atención a Empresas en el exterior. A continuación se detallan cada una de estas acciones:

4.7.1 Relacionamiento con la Prensa

Las acciones de relaciones públicas y difusión periodística son herramientas fundamentales en la construcción de la imagen ya sea de una empresa, una persona o en este caso del Distrito y en su posicionamiento institucional. Los medios de comunicación ya sean impresos o digitales tienen mucha influencia en la opinión pública. En este caso, se trabajará sobre el envío de gacetillas de comunicación y gestión de notas sobre los medios elegidos que se detallaran en unos párrafos más adelante.

También se aprovecharán los viajes institucionales y la participación en ferias para generar material interesante para los medios así como también participar en notas especiales sobre clusters que dichos medios realicen. Mismo se podrán generar conferencias de prensa cuando el evento lo amerite. El objetivo es alcanzar 40 publicaciones en el extranjero en el período de un año.

Los Medios especializados de tecnología y Negocios de México a los cuales apuntaremos son:

Diario EL FINANCIERO <http://www.elfinanciero.com.mx>

Es el principal diario especializado en finanzas economía y negocios de México, nacido en octubre de 1981. Su propuesta sobre periodismo interpretativo está basada en el análisis y la contextualización de los acontecimientos que por su valor periodístico influyen en la opinión pública y en la toma de decisiones en los centros de poder.

Revista Information Week México <http://www.informationweek.com.mx/home/>

InformationWeek México es la marca líder en tecnologías de negocios en participación publicitaria y alcance a la audiencia más influyente en la toma de decisiones IT.

Information Week México tiene 10 años de existencia y llega a más de 5.000 tomadores de decisiones en tecnología mensualmente en su edición impresa (seis números al año) y tiene una edición digital mensual.

Revista CIO MEXICO <http://www.cio.com.mx/>

CIO México es una publicación bimestral y en línea para la alta dirección en Tecnologías de la Información. Tiene una tirada de 10.000 ejemplares.

Revista Expansión <http://www.cnnexpansion.com/>

Periodismo de negocios que cuenta historias de éxitos y fracasos de empresas y empresarios más importantes. El perfil de sus lectores incluye a hombres y mujeres tomadores de decisiones, altos directivos del sector empresarial, emprendedores, estudiantes de posgrado e interesados en negocios. Su tirada es de 54.000 ejemplares de manera quincenal. Además, tiene un portal web con 3 millones de visitas mensuales y 35 mil usuarios suscriptos al Newsletter.

Revista Alto Nivel <http://www.altonivel.com.mx/>

Es una revista de estrategia de negocios valiéndose de expertos consultores y fuentes especializadas. Sus secciones dan cuenta de las tendencias en distintos sectores e industrias y presentan novedades sobre inversiones y management.

Con más de dos décadas en el mercado, Alto Nivel analiza con detenimiento el entorno económico en el que actúan firmas nacionales y globales, compartiendo

experiencias, comentarios y recomendaciones de los presidentes y directores de las más reconocidas empresas del país.

Mundo Ejecutivo <http://mundoejecutivo.mx>

Con más de 30 años, Mundo Ejecutivo es la primera revista especializada de negocios en México. También poseen un programa semanal de TV enfocado al análisis de la información financiera, económica y de negocios, que proporciona herramientas y soluciones que coadyuven al mejor desarrollo y desempeño de las empresas y los empresarios en México.

Diario El Economista <http://eleconomista.com.mx/>

Periódico especializado en economía, finanzas, negocios y política.

Revista Fortuna <http://revistafortuna.com.mx>

Esta revista de negocio cuenta con más de 10 años en el mercado. El 87% de sus lectores son empresarios del nivel ABC1. Actualmente el medio tiene una tirada mensual de 30.000 ejemplares.

Revista Decisión Empresarial <http://www.revistadecision.com/>

Revista de investigación y análisis de información respecto a la problemática y diversidad de temas involucrados con el mundo de los negocios.

Imprimen mensualmente 5.000 ejemplares y se mantiene una circulación 100% controlada y entregada, distribuyéndose el 60% por correo directo a 3.000 de los más importantes ejecutivos, empresarios y líderes de opinión del Estado de Veracruz. El resto se distribuye directamente en puestos de periódicos y en los puntos de reunión con mayor impacto e influencia de Veracruz, como restaurantes, hoteles, hospitales, centros de negocios, empresas nacionales y multinacionales, Instituciones públicas e instancias de gobierno estatal y federal, todos esos pertenecientes a los niveles socioeconómicos más altos.

PC World México <http://www.pcworld.com.mx/>

Es una publicación de International Data Group (IDG), la empresa editora más grande de información especializada en computación edita 300 publicaciones en más de 85 países.

Publicado mensualmente, PC World está escrito y diseñado específicamente para satisfacer las necesidades de una audiencia compuesta por Ejecutivos, Directores y Gerentes Generales de la PYME, quienes compran y utilizan productos computacionales para negocios.

Cada número de PC World incluye noticias, guías de compra, nuevos productos, evaluaciones, artículos especiales, que permiten a nuestros lectores mantenerse al tanto de los avances en computación.

Infoworld http://www.iworld.com.mx/iw_aboutus.asp

Es una publicación quincenal y tiene además un formato online diario que proporciona material relevante sobre el sector de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, con la finalidad de que tanto la Alta Dirección TIC como el resto de la misma comunidad encuentre la información oportuna que les ayude a una correcta toma de decisiones.

En cuanto a los medios españoles estos son:

Diario El País www.elpais.com

Periódico español redactado íntegramente en castellano que pertenece al mayor grupo mediático de España, el Grupo PRISA. Posee variedad de suplementos, teniendo el de Negocios, los días domingo.

Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y referidos al período de enero a diciembre de 2010, el promedio de tirada de El País fue de 473.407 ejemplares lo que le convierte en el periódico no deportivo de mayor difusión de España.

Tiene su sede social y redacción central en Madrid, aunque cuenta con delegaciones en las principales ciudades de España (Barcelona, Sevilla, Valencia, Bilbao, Santiago de Compostela) desde las que edita diferentes ediciones territoriales. Además, El País tiene una «edición global» que se imprime y distribuye en América Latina.

EL MUNDO www.elmundo.es

El Mundo, anteriormente denominado formalmente El Mundo del siglo XXI, es un periódico español diario pago con sede en Madrid. Cuenta con distintas ediciones regionales y locales.

Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) para la publicación impresa el promedio de tirada de El Mundo fue de 344.581 ejemplares (datos referidos al período de enero de 2011 a diciembre de 2011); y para la versión digital de la publicación impresa el promedio de difusión fue 13.109 ejemplares (datos referidos al período de abril de 2011 a diciembre de 2011).

Los contenidos de su versión online no son exactamente los mismos que en la edición impresa, aunque desde el portal se puede acceder a una versión digital de la edición impresa a través de un quiosco virtual específico. Posee un suplemento semanal llamado Nueva Economía, donde trata temas de negocios.

ABC Madrid www.abc.es

ABC es un diario español de línea conservadora. Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y referidos al período de julio de 2010 a junio de 2011, el promedio de tirada de ABC fue de 314.271 ejemplares.

LA GACETA Madrid www.gaceta.es

Fue fundada en 1989 por José Antonio Martínez Soler bajo el nombre de La Gaceta de los Negocios. Perteneció al grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones SL hasta agosto de 2009, cuando fue comprado por el grupo Intereconomía. Su sede central está en Madrid, aunque el diario cuenta con delegaciones en Barcelona, Bilbao, Palma de Mallorca, Valencia y Valladolid.

Su perfil de lectores se destaca con un 49% de clase media-alta, respecto a la media del sector, que se sitúa en un 36%. En lo que respecta a lectura por grupos de edad, "La Gaceta" destaca en el tramo de alto interés comercial de 35 a 54 años, donde concentra un 33% de su audiencia. Su público lector está repartido de la siguiente manera: el 63% varones y el 37% mujeres.

EXPANSIÓN Madrid www.expansion.com

Diario económico español fundado en 1986. Posee una tirada de 160.000 ejemplares y cuenta con ediciones regionales en Cataluña, Andalucía, Galicia, Comunidad Valenciana y el País Vasco.

CINCO DÍAS Madrid www.cincodias.com

Cinco Días es un diario económico español fundado en 1980, lo que lo hace ser uno de los más antiguos de la prensa económica española. El diario pertenece al grupo mediático español PRISA. Cuenta como una tirada promedio de 120.000 ejemplares.

EL ECONOMISTA Madrid www.eleconomista.es

Diario económico que se lanzó el 28 de febrero de 2006 en España. Aspira a ser un diario económico más divertido, moderno y visual que sus competidores directos. Está dirigido a la España profesional, moderna, dinámica e inversora. Tiene una tirada media de 18.000 ejemplares.

Diario de Negocios www.diarionegocio.es

Es el primer periódico con distribución selectiva y personalizada por suscripción gratuita. Se caracteriza por sus informaciones exclusivas con análisis y opinión. Tiene una tirada de 83.632 ejemplares

Actualmente este servicio se ofrece en Madrid, Barcelona, Valencia, A Coruña, Pontevedra, Zaragoza, Sevilla y Málaga.

20 MINUTOS www.20minutos.es

El Grupo 20 Minutos, fundado en Madrid en 1999, es pionero en la edición de prensa diaria gratuita en España. El accionista mayoritario del Grupo 20 Minutos es Schibsted Media Group, grupo de comunicación de origen noruego que cotiza en la Bolsa de Oslo y tiene unos 7.500 empleados en 26 países.

A partir de aquí comienza la paulatina expansión del periódico, hasta llegar a un total de 15 ediciones impresas, que se editan de lunes a viernes en Madrid, Barcelona, Sevilla, Zaragoza, Valencia, Alicante, Málaga, Granada, Murcia, Córdoba, Bilbao, Valladolid, A Coruña, Vigo y Asturias, con una tirada conjunta que a menudo ha superado el millón de ejemplares diarios.

En sólo en cinco años, la edición digital se ha colocado en la primera división de los medios on-line. Los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión de medios en Internet (OJD Interactiva) certifican un total de 12.713.081 usuarios únicos en octubre de 2010, lo que consolida a 20minutos.es como uno de los líderes en el mercado de prensa digital.

Revista Todo Pyme: <http://www.revistatodopyme.es>

Es una revista española que trata temas de actualidad relevantes para las Pymes. Cuenta con diferentes secciones como entrevistas, negocios, tecnología, recursos humanos, entre otros.

4.7.2 Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación comercial que consiste en contratar espacios publicitarios en los medios de comunicación sobre negocios y tecnología tanto sitios web como medios gráficos.

En los medios digitales, se contratará un banner mediano que se ubique dentro de las Homes de los sitios y en el envío de los newsletters si el medio también tuviera.

En medios tradicionales será una hoja en página impar.

De los medios mencionados en el apartado anterior, se seleccionaron los más adecuados a saber:

- Diario EL FINANCIERO (México)
- Revista Information Week (México)
- Revista Expansión(México)
- Diario de Negocios
- EL MUNDO (España)
- EL ECONOMISTA Madrid (España)
- CINCO DÍAS Madrid (España)

4.7.3 Nuevos Materiales de comunicación

Estos materiales de comunicación servirán para apoyar otras acciones como la reuniones uno a uno con potenciales inversores y en la participación en eventos. Se propone: Realizar **Brouchers** actualizados sobre el Distrito y sobre el programa de Softlanding (Un paso a paso de todos los trámites que debe hacer una empresa a la hora de radicarse en nuestra ciudad) El objetivo será realizar 2 brouchures anuales. Por otro lado Realizar y difundir **Videos promocionales** con imágenes del Distrito con testimonios de empresas radicadas a modo de “caso de éxito”. El objetivo: Realizar 2 videos en el período de un año.

También es importante trabajar en la difusión dentro de las principales **Redes Sociales** (Facebook, Twitter y Youtube). La estrategia será seguir a todas las empresas contactadas y a contactar como así a todas las instituciones que serán nuestras aliadas, ya que nos ayudaran a posicionar nuestro Distrito y de esta forma estaremos en permanente contacto comunicandonos sobre las novedades y actualizaciones mutuas.

En cuanto al **Newsletter**, actualmente, existe uno con la información del Distrito, la idea es generar otro con información no solo del Distrito sino sobre lo que acontece en la Ciudad de Buenos Aires y que pueda ser de interés a un inversor. La idea es Incluir notas relacionadas a los ámbitos de economía, negocios, tecnología; Agenda de eventos tecnológicos y novedades de las empresas del Distrito.

También será conveniente generar material de **Merchandising** para entregar en eventos y en reuniones con las empresas: Anotador y lapiceras

4.7.4 Acciones de Telemarketing

Se propone incorporar a un agente de atención telefónico desde Argentina con el objetivo de generar videoconferencias/audioconferencias con empresas para captar aquellas que estén en proceso de internacionalización. Así mismo, esta persona será la encargada de coordinar reuniones con las instituciones aliadas mencionadas anteriormente en cada uno de los países.

Luego de cada llamado se enviará un kit de información que incluya: La normativa vigente del Distrito, Mapa de empresas radicadas, un video testimonial que incluya imágenes actuales del distrito, un listado de estudios jurídicos, contables,

universidades de la ciudad. Además de una guía paso a paso de cómo radicarse en la Ciudad (Programa de softlanding anteriormente mencionado)

Más tarde se hará un seguimiento pre-acordado para ver la evolución de la propuesta. (Contacto cada 2 meses para actualizar el estado de la decisión).

El objetivo de este agente será contactar semanalmente a 30 empresas del exterior (15 España y 15 México).

4.7.5 Viajes internacionales / participación presencial y virtual en ferias

Se propone realizar 2 viajes a México y 2 a España en el periodo de un año. Para ello se aprovecharán las fechas en donde se realizan los eventos de nicho a fin de captar potenciales clientes. También será una oportunidad para visitar a las instituciones aliadas.

Los objetivos para cada viaje serán:

- *Contactar al menos 40 empresas de tecnología
- * Visitar empresas que se han contactado previamente desde Buenos Aires
- * Visitar instituciones del sector (nuestros aliados: cámaras, ONGs, Parques IT)
- *Brindar charlas informativas dentro y fuera del marco del evento
- * Participar con un stand dentro de dichas ferias.

Participaremos presencialmente en las siguientes ferias:

1- Exposición Internacional de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones (ITT México) <http://www.ittexpo.com.mx/>

Fecha de realización: 10 al 12 de Septiembre 2013. Distrito Federal, México.

Es una exposición Internacional de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones en donde participan las empresas líderes del sector presentando lo último en tecnología, soluciones y aplicaciones para el desarrollo de las organizaciones en TI y Telecomunicaciones. Además cuenta con programas de conferencias especializados, programas técnicos y de capacitación impartidos por organismos e instituciones con reconocimiento internacional.

ITT Expo 2012 fue visitada por más de 7.000 compradores con alto nivel en la toma de decisiones tanto del sector Público y Privado como Propietarios, Directores, Gerentes Generales, Gerentes de área, Administradores, Jefes, Coordinadores, Desarrolladores, etc. de las áreas de: Sistemas, Data Centers, TI, Ingeniería y Diseño, Planeación y Desarrollo, Operaciones, Finanzas y Administración entre otros.

2-Vanguardia Tecnológica 2012 <http://www.icyt.df.gob.mx/vanguardia-tecnologica/vanguardia-tecnol%C3%B3gica-2012>

Fecha de realización: Marzo 2013 – Distrito Federal, México

Evento coorganizado por el Gobierno del Distrito Federal a través de su Instituto de Ciencia y Tecnología (ICyTDF). El mismo reúne a personalidades nacionales e internacionales con inventores e investigadores de la ciudad capital que generan conocimientos, tecnólogos que identifican aplicaciones y generan productos innovadores, y empresarios e inversionistas para articular proyectos de inversión en tecnología.

3- E Commerce Day <http://expo-ecommerce.com/madrid/2012/>

Fecha de realización: 24 y 25 de abril de 2013 – Madrid, España.

Expo E-Commerce es el mayor salón y congreso en España dedicado exclusivamente al comercio electrónico que reúne en un mismo espacio a tiendas físicas y virtuales y los agentes del e-commerce dedicados a diferentes categorías: Tecnología del E-Commerce, Logística, Marketing Online, Atención al Cliente, Optimización comercial de tiendas online, E-Commerce Internacional y Servicios añadidos.

4 – Feria internacional de Servicios y Soluciones Tecnológicas (SIMO Network 2013) www.simonetwork.ifema.es

Fecha de realización: A confirmar (Septiembre - Octubre) – Madrid, España.

SIMO Network es la Feria Internacional de Servicios y Soluciones tecnológicas para Empresas. Convoca al mundo profesional y lo aproxima a la vanguardia de la tecnología. Un entorno exclusivamente profesional orientado al negocio y al intercambio de conocimiento. Una feria para los profesionales de la empresa, que muestra todo lo que las tecnologías de la información y las comunicaciones ofrecen, para la mejora de la competitividad.

A continuación los eventos en donde la participación será virtual:

1- Gamefest <http://www.gamefest.es/>

Fecha de realización. Septiembre 2013. Madrid – España

Gamefest es la feria de videojuegos más importante del sur de Europa. Participan: Distribuidoras, desarrolladoras y fabricantes de todo tipo de accesorios y periféricos para consolas.

La feria también tiene un lado más profesional para aquellos que quieran conocer más profundamente el sector de los videojuegos con ponencias organizadas. La cifra de visitantes de la última edición ha sido 40.000 personas.

2- GameLab 2013 <http://www.gamelab.es/2012/>

Fecha de realización: A confirmar – Barcelona, España.

Gamelab es un encuentro internacional del sector del videojuego que ofrece la posibilidad de conocer, descubrir y aprender gracias a actividades como conferencias o exhibiciones donde podrán conocer por donde va el camino del futuro de la industria.

También se organizan actividades de networking que facilitan la interacción entre ponentes, expertos y asistentes permitiendo a los profesionales conectarse entre ellos o con empresas para desarrollar oportunidades de negocio e ideas.

3- Congreso Mexicano de la Sociedad de la Información y Conocimiento Libre (COSIT 2013) <http://www.cosit.mx/2012/>

Fecha de realización: Agosto 2013 – Coatzacoalcos, Veracruz, México.

Evento tecnológico en donde se abordan ejes temáticos como: la nube, software libre, aplicaciones móviles, gobierno electrónico, neutralidad en la red y agenda digital de México.

A través de conferencias, talleres y paneles de discusión, COSIT 2012 propuso demostrar que el país puede perfilarse a una economía del conocimiento, pues considera que México debe desarrollar tecnología propia, invertir un porcentaje mayor

del 0.40% del Producto Interno Bruto y fomentar la competitividad de los sectores productivo

COSIT busca contribuir con estrategias de innovación tecnológica con el fin de impulsar el desarrollo económico promovido por las tecnologías de la información (TIC), en donde la tecnología, la libertad e independencia tecnológica son fundamentales para impulsar al máximo el potencial de las industrias y organizaciones

4.7.6 Campaña de posicionamiento en buscadores SEO (en buscadores)

Una campaña SEO (optimización en motores de búsqueda) permite alcanzar los primeros lugares en las páginas de resultados de los buscadores, y así incrementar la visibilidad, el tráfico la página web y lo más importante: aumentar las ventas. En nuestro caso, el interés y conocimiento del Distrito tecnológico.

Este sistema se basa en identificar las mejores palabras claves medidas en volumen de búsquedas mensuales, para ello es necesario revisar cuantos sitios optimizados para esas palabras aparecen en el índice de Google.

4.7.7 Incorporación de Agentes de Atención a Empresas en el exterior

Como hemos mencionado, es muy importante el rol de los agentes de atención a empresas, ya que son ellos quienes se encuentran en contacto directo con las empresas potenciales a invertir.

La propuesta se basa en poder contar con un agente de atención en México presencial y otro en España que puedan trabajar en coordinación con el agente de atención telefónico desde Argentina. Su objetivo semanal será coordinar 10 reuniones con empresas.

Ahora que tenemos el detalle de cada acción se presenta el cronograma para el cumplimiento del mismo.

Cronograma de las acciones propuestas para la promoción del Distrito en el Exterior

Acción	Mes	GANTT											
		Ene	Fe	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Publicidad		x	x	x	x	x	x						
	Diario EL FINANCIERO (Mex)	x	x	x	x								
	Revista Information Week (Méx)	x	x	x	x	x	x						
	Revista Expansión(Méx)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Diario de Negocios (ESP)	x	x	x	x								
	El mundo (ESP)	x	x	x	x								
	El Economista Madrid (ESP)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Cinco Días Madrid (ESP)	x	x	x	x	x	x						
Eventos													
	ITT Mexico									x			
	Vanguardia Tecnológica 2013 (Mex)			x									
	E Commerce Day (Esp)				x								
	SIMO Network 2013 (Esp)									x			
Prensa			x	x									
	Diario EL FINANCIERO	x	x						x	x			
	Revista CIO MEXICO	x	x						x	x			
	Revista Information Week México	x	x						x	x			
	Revista Expansión	x	x						x	x			
	Revista Alto Nivel	x	x						x	x			
	Mundo Ejecutivo	x	x						x	x			
	Diario El Economista	x	x						x	x			
	Revista Fortuna	x	x						x	x			
	Revista Decisión empresarial	x	x						x	x			
	PC World México	x	x						x	x			
	Infoworld	x	x						x	x			
	Diario El Pais			x	x				x	x			
	EL MUNDO			x	x				x	x			
	ABC Madrid			x	x				x	x			
	LA GACETA Madrid			x	x				x	x			
	EXPANSIÓN Madrid			x	x				x	x			
	CINCO DÍAS Madrid			x	x				x	x			
	EL ECONOMISTA Madrid			x	x				x	x			
	Diario de Negocios:			x	x				x	x			
	20 MINUTOS			x	x				x	x			
	Revista Todo Pyme:			x	x				x	x			
Materiales de comunicación													
	Armado de Brouchure	x											
	Envío a Imprenta	x											
	Envío al exterior		x										
	Armado de Video Promocional (2)	x						x					
	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Newsletter	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Merchadising (elección y envío al exterior)		x										
Telemarketing		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Incorporación agentes de Atención	Esp y Mex		x										
Campaña Posicionamiento		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Fuente propia

4.7.8 Análisis y Presupuesto

Ya hemos analizado todo lo necesario para nuestro plan de promoción en el exterior. Lo único que nos falta es el análisis de la inversión a realizar con el fin de evaluar si nuestro proyecto es rentable.

Análisis de la Inversión del Proyecto

Variables	Año 0	Año 1	año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Empresas extranjeras inversoras en Arg						
Total ingresos	USD 0,00	USD 420.000,00	USD 420.000,00	USD 420.000,00	USD 280.000,00	USD 280.000,00
Egresos						
Costos Fijos						
Alquiler oficina España	USD 3.000,00	USD 18.000,00				
Alquiler oficina Mexico	USD 2.500,00	USD 15.000,00				
Mantenimiento Of España		USD 8.000,00				
Mantenimiento Of Mex		USD 7.200,00				
Equipamiento Oficina España	USD 30.000,00					
Equipamiento oficina Mexico	USD 30.000,00					
Sueldo agente de atención Argentina		USD 12.000,00				
sueldo agente España q1		USD 18.000,00				
Sueldo agente Mexico q1		USD 16.600,00	USD 16.600,01	USD 16.600,02	USD 16.600,03	USD 16.600,04
sueldo agente España q2		USD 18.000,00				
Sueldo agente Mexico q2		USD 16.600,00	USD 16.600,01	USD 16.600,02	USD 16.600,03	USD 16.600,04
Promoción y Publicidad España		USD 36.000,00				
Promoción y Publicidad Mex		USD 31.200,00				
Eventos propios y terceros Esp		USD 20.000,00				
Eventos propios y terceros Mex		USD 20.000,00				
Posicionamiento en Buscadores		USD 4.000,00				
Costos Variables						
Gastos admin		USD 12.000,00				
Viaticos España		USD 6.000,00				
Viaticos Mexico		USD 6.000,00				
Folletería y Merchadising	USD 8.000,00	USD 8.000,00	USD 8.000,00	USD 8.000,00	USD 8.000,00	USD 8.000,00
Viajes a España		USD 9.000,00				
Viajes a Mexico		USD 6.000,00				
Total de egresos	USD 73.500,00	USD 254.400,00				
Resultado Bruto	USD 73.500	USD 165.600	USD 165.600	USD 165.600	USD 25.600	USD 25.600
Amortizaciones		USD 12.000				
Monto imponible		USD 153.600	USD 153.600	USD 153.600	USD 13.600	USD 13.600
Impuesto a las Ganancias 35%		USD 53.760	USD 53.760	USD 53.760	USD 4.760	USD 4.760
FLUJO DE FONDOS	USD 73.500	USD 99.840	USD 99.840	USD 99.840	USD 8.840	USD 8.840
SALDO ACUMULADO	USD 73.500	USD 26.340	USD 126.180	USD 226.020	USD 234.860	USD 243.700

TIR	125%
VAB	USD 218.126,83
VAN	USD 144.626,83
Tasa de Corte	20%

14% Banco Macro Diciembre 2012 +6% riesgo por tipo de negocio

Fuente Propia

Analizando los números encontramos que el proyecto para conseguir inversión extranjera directa a través de la radicación de empresas IT desde México y España es altamente rentable: su **TIR es de 125%**. La recuperación de la inversión Inicial se recupera ya desde el año 1 con un flujo positivo de 99.840 USD.

Para ello exigimos al proyecto que durante los primeros 3 años el monto de inversión de las 6 empresas radicadas en el DT sea de un total de 420000 USD y durante el año 4 y 5 sea de un total de 4 empresas por un monto de 280000 USD. El objetivo de radicación de empresas disminuye en estos últimos años debido a que los beneficios impositivos se aproximan a expirar.

5. Conclusiones Finales

Como conclusión de esta tesis puedo asegurar que en el fenómeno de clusters tanto nacionales como extranjeros demuestran que es necesario definir en primera instancia

los sectores clave que una localidad, ciudad ó país puede impulsar mediante el diseño y la consolidación de una política de vinculación entre el sector público y privado (empresas, instituciones de educación superior y de investigación).

En el caso de la Ciudad de Buenos Aires, la tecnología ha sido el sector identificado como competitivo y con gran potencial de crecimiento. Esta industria posee la cualidad de ser la industria del competitiva relacionada 100% con el talento intelectual de sus recursos humanos. A su vez, características específicas de nuestra cultura (como puede ser lo autodidacta de nuestros jóvenes, la flexibilidad y adaptación) sumado a la excelente calidad educativa de las universidades que tenemos, garantizan un futuro próspero para continuar las buenas proyecciones que tiene esta industria.

En cuanto a los actores impulsores mencionados anteriormente (esta especie de circulo virtuoso entre sector publico y privado) son imprescindibles para que este tipo de proyecto de cluster funcione. Cada uno de ellos tiene un papel que no puede ser reemplazado. El sector público debe impulsar e incentivar al privado para que juntos puedan generar competitividad, trabajo y bienestar social.

Es fundamental crear un ambiente atractivo para la inversión de empresas extranjeras, que al mismo tiempo generen compromisos de cooperación para consolidar al sector de las tecnologías de la información. Ya que la demanda de servicios de tecnológicos requieren de empresas sólidas y competitivas, con capacidad de responder a nuevos negocios y retos de innovación y desarrollo.

Hoy, no podemos pensar en un mundo sin globalización ni expansión. La inversión extranjera también forma parte de la internacionalización y en consecuencia del “marketing de los clusters”. La captación de la inversión extranjera directa (IED) tiene que ser un objetivo tanto del sector público como del privado. El hacer en conjunto, el trabajar en equipo tiene que ser la filosofía que impulse, desarrolle y afiance el éxito de los clusters.

Podemos decir que dentro de las razones para que una empresa quiera pertenecer a este tipo de proyecto son diversas. Podemos mencionar que formar parte de estas agrupaciones eleva la **competitividad**, favoreciendo a la industria por la necesidad de nuevos productos, y de mejor calidad, asegura la **permanencia en el mercado**, permitiendo que las empresas que se integren tengan una estabilidad (Por ejemplo tanto en el Distrito tecnológico como en otros, la exención de impuestos, la

concentración de empresas en una región **atrae más clientes**, provocando que el mercado se amplíe para todas, más allá de lo que sería el caso si cada una estuviese operando aisladamente. A su vez, la fuerte competencia inducida por esta concentración de empresas genera **una mayor especialización** y en consecuencia una mayor productividad para la industria en general.

La mutua ayuda de las empresas permite la permanencia en los mercados, y la investigación les permite hacer un avance en conjunto. La investigación de Universidades y Centros de investigación tecnológicos permiten que los integrantes del Cluster se vean beneficiados en conjunto por los avances de los organismos tecnológicos. Claramente, algo que aun no ha desarrollado nuestro Distrito es la vinculación estrecha con la parte académica, este un punto a mejorar, aunque como hemos visto existe interés en fomentarlo en un futuro cercano con la creación del CMT.

Concluyendo, si bien aun falta mucho camino por recorrer y aprender de la experiencia de otros clusters, el Distrito tecnológico sabe cuales son los pasos que debe seguir para convertirse en un cluster reconocido el exterior, en donde las empresas quieran expandirse en esta área que promueve con fuerza el networking empresarial. La filosofía de sentirte parte del Distrito Tecnológico se está comenzando a contagiar y eso muy bueno para el crecimiento y desarrollo de nuestra ciudad.

6. Bibliografía

- Sotelo Napolitano, José Antonio: “nuevos espacios industriales: Los parques tecnológicos”, Paper Universidad Complutense, Madrid 1992.
- Blázquez de la Hera, M Luisa y García Ochoa, Mónica, “Clusters de innovación tecnológica en Latinoamérica”, Revista Journal, num. 3, 2009
- Ondategui, Julio Cesar, “Parques científicos y tecnológicos: los nuevos espacios productivos del futuro”. Paper Universidad Complutense, Madrid 1992.
- Catalán, Jordi; Miranda, José Antonio y Muñoz, Ramón, Empresas y distritos industriales en el mercado mundial: una aproximación desde la historia económica, documento de trabajo número 1103, Asociación Española de Historia Económica, Febrero 2011
- Mochi alemán, Prudencio, “los clusters tecnológicos en México y argentina: una estrategia para el desarrollo local” Territorios num 20-21 2009.
- Michael Porter, "Ventaja Competitiva de las Naciones". Ed. Vergara– Buenos Aires. 1991

Gobiernos y Cámaras sectoriales consultadas:

- Centro de Atención al Inversor, Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires -<http://cai.mdebuenosaires.gov.ar/>
- Asociación internacional de parques tecnológicos <http://www.iasp.ws>
- Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos de Argentina www.cessi.org.ar
- Foro Consultivo Mexicano http://www.foroconsultivo.org.mx/documentos/acertadistico/empresas_ramas_sectoriales.pdf
- Secretaría de Economía Mexicana, <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/6042-crece-industria-de-alta-tecnologia-en-mexico>
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la República Argentina <http://www.mecon.gov.ar/>
- Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/archivos/economia_portena_2011.pdf

- Cluster Cordoba Technology <http://cordobatechnology.com.ar/>
- Cluster San Luis Digital <http://www.sanluisdigital.edu.ar/>
- Porto Digital: <http://www.portodigital.pt> <http://www.portodigital.org/>
- Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información www.canieti.org
- Asociación Mexicana de la Industria de tecnología de la información www.amiti.org.mx/
- Ministerio de Industria, comercio y Turismo de España
http://www.minetur.gob.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/Informes/Papeles%20informativos%20subsecretaria/2006/986_Distritos_Industriales.pdf
- Asociación Mexicana de Internet <http://www.amipci.org.mx/>
- El Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior
<http://www.comce.org.mx/>

Medios especializados:

- Diario La Vanguardia: <http://www.lavanguardia.com/20101012/54068902940/el-22-barcelona-ejemplo-de-concentracion-de-actividades-distintas-para-lograr-masa-critica-para-com.html>
- <http://www.surcos.net/verarticulo.php?iddocumento=183>
- Diario Comercio y Justicia:
<http://www.comercioyjusticia.com.ar/2011/10/04/cluster-10-anos-de-logros-sustentan-las-bases-para-catapultar-las-pymes/>
- Diario La Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1485518-un-pais-que-aporta-inversion-creciente>
- Inversor Latam <http://inversorlatam.com>
- Diario El Financiero
http://www.elfinanciero.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=27164&Itemid=26
- Diario INFOBAE <http://www.infobae.com/notas/657835-La-Argentina-tiene-el-mejor-nivel-de-ingles-de-los-paises-hispanoparlantes.html>

ANEXO I

Ley Distrito Tecnológico

Buenos Aires, 04 de diciembre de 2008.-

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Sanciona con fuerza de Ley

PROMOCIÓN DE LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

CAPÍTULO I DISTRITO TECNOLÓGICO

Artículo 1º.- Créase el Distrito Tecnológico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en adelante “el Distrito”, dentro del área comprendida por las Avenidas Sáenz, Boedo, Chiclana, Sánchez de Loria y Brasil, las calles Alberti y Manuel García y la Avenida Amancio Alcorta, en ambas aceras.

Artículo 2º.- Son beneficiarias de las políticas de fomento previstas por la presente ley, las personas físicas o jurídicas radicadas o que se radiquen en el Distrito, cuya actividad principal en el mismo se refiera a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), a través de la realización de alguna de las siguientes actividades:

- a. Desarrollo y puesta a punto de productos de software originales registrables como obra inédita o editada elaborados en el país, o primera registración, en los términos de la Ley N° 11.723.
- b. Implementación y puesta a punto a terceras personas sobre productos de software propios o creados por terceros, o de productos registrados en las condiciones descriptas en el inciso a) del presente artículo.
- c. Desarrollo total o parcial de sistemas, módulos, rutinas, procedimientos, documentación y similares, destinados para uso propio o para ser provistos a terceros, siempre que se trate de desarrollos integrables o complementarios a productos de software registrables en las condiciones del inciso a) del presente artículo.
- d. Desarrollo de software a medida.
- e. Prestación de servicios informáticos orientados a mejorar la seguridad de equipos y redes, la confiabilidad de programas y sistemas de software, la calidad de los sistemas y datos, y la administración de la información y el conocimiento en las organizaciones, entre otros.
- f. Prestación de servicios informáticos vinculados a procesos de negocios, tanto para uso de terceros como para uso propio (Centros de Servicios Compartidos).
- g. Desarrollo de productos y servicios de software, existentes o que se creen en el futuro, que se apliquen efectivamente a actividades tales como e-learning, marketing interactivo, e-commerce, Servicio de Provisión de Aplicaciones

- (ASP), edición y publicación electrónica de información, y similares –siempre que se encuentren formando parte de una oferta informática integrada, y agreguen valor a la misma–, portales web.
- h. Servicios de diseño, codificación, implementación, mantenimiento, soporte a distancia, resolución de incidencias, conversión o traducción de lenguajes informáticos, adición de funciones, preparación de documentación para el usuario y garantía o asesoramiento de calidad de sistemas, productos de software.
 - i. Desarrollo y puesta a punto de software embebido o insertado.
 - j. Producción de hardware, entendiéndose por tal la fabricación de partes, piezas o componentes de equipos informáticos.
 - k. Prestación de servicios de contact centers, incluyendo atención al cliente, asistencia técnica remota, ventas y otros. **(Derogado por Art. 1º de la Ley 2.995, BOCBA Nº 3101 del 22/01/2009)**
 - l. Actualización, perfeccionamiento y capacitación de docentes, y alumnos y alumnas del sistema educativo.

Se entiende que se desarrolla como actividad principal en el Distrito alguna de las precedentemente enumeradas cuando no menos de la mitad de la facturación total de las empresas radicadas en el distrito, proviene del ejercicio de las mismas.

Artículo 3º.- Los beneficios que surgen de la presente Ley no se aplican al autodesarrollo de software, entendiéndose por tal el realizado por las empresas cuya actividad no encuadre en el primer párrafo del Artículo 2º, para uso propio por parte de sus titulares y/o de personas vinculadas a ellos.

CAPÍTULO II AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Artículo 4º.- El Ministerio de Desarrollo Económico es la Autoridad de Aplicación de la presente Ley, quien articulará conjuntamente con el Ministerio de Educación las cuestiones inherentes en el Capítulo V.

Artículo 5º.- Corresponde a la Autoridad de Aplicación:

- a. Promover la radicación en el Distrito Tecnológico de personas físicas y jurídicas comprendidas en los términos del Artículo 2º.
- b. Fomentar y gestionar el pleno desarrollo y evolución del Distrito Tecnológico, coordinando las acciones necesarias a tales fines con los demás organismos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y con el sector privado.
- c. Coordinar e implementar la estrategia de internacionalización del Distrito Tecnológico.
- d. Desarrollar, coordinar e implementar la estrategia de atracción de inversiones al Distrito Tecnológico.
- e. Promover un incremento sostenido del número de empleados que sean incorporados al mercado de trabajo por las Empresas de Tecnología de la Información y de las Comunicaciones.
- f. Actuar como órgano de consulta y asesoramiento permanente en lo relativo a la aplicación de la presente Ley.
- g. Llevar el Registro de Empresas de Tecnologías de la Información y la Comunicación (Registro de Empresas TIC), otorgando y cancelando las inscripciones de los beneficiarios, de acuerdo con el cumplimiento de los requisitos exigidos en la presente Ley y la reglamentación.

- h. Coordinar con la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos el intercambio de información relevante a los fines del mejor cumplimiento de las facultades y objetivos de ambos organismos, en lo que a la presente Ley respecta.

CAPÍTULO III REGISTRO DE EMPRESAS TIC

Artículo 6º.- Créase en el ámbito del Ministerio de Desarrollo Económico el Registro de Empresas TIC.

La inscripción en el Registro es condición para el otorgamiento de los beneficios que establece la presente Ley.

Artículo 7º.- Las personas físicas o jurídicas comprendidas en el artículo 2º deben inscribirse en el Registro de Empresas TIC, a cuyo efecto deben acreditar:

- a. Su efectiva radicación en el Distrito, en la forma y condiciones que determine la reglamentación.
- b. Que las actividades promovidas se desarrollan en el Distrito, con excepción de aquellas que por su propia índole deban ser preponderantemente ejecutadas en establecimientos de terceros.

En caso de que el beneficiario posea su establecimiento principal, o uno o más establecimientos, sucursales, oficinas o instalaciones de cualquier tipo fuera del Distrito, los beneficios de esta Ley sólo son aplicables en la medida en que las actividades promovidas sean desarrolladas dentro del mismo.

CAPITULO IV INCENTIVOS PROMOCIONALES PARA EL DISTRITO TECNOLÓGICO

Artículo 8º.- Sin perjuicio de los efectos derivados de la adhesión a las Leyes Nacionales N° 25.856 y 25.922, las empresas radicadas en el Distrito Tecnológico reciben el tratamiento tributario establecido en el presente Capítulo, siempre y cuando se encuentren en curso normal de cumplimiento de sus obligaciones impositivas locales y nacionales.

Asimismo, se clasificará a dichas empresas según lo establecido en la Ley Nacional N° 25.300, Ley de fomento para la micro, pequeña y mediana empresa, y sus modificaciones respectivas. Los plazos establecidos en el presente capítulo se verán incrementados en un cincuenta por ciento (50%) para aquellas empresas que encuadren en dicha norma o sean de capitales nacionales.

Sección 1ª

Impuesto sobre los Ingresos Brutos

Artículo 9º.- Los ingresos derivados del ejercicio en el Distrito de las actividades enumeradas en el Artículo 2º están exentos del Impuesto sobre los Ingresos Brutos durante un plazo de diez (10) años contados a partir de la fecha de entrada en vigencia de la presente Ley.

La exención se aplica, en cada caso particular, en la medida resultante del cumplimiento de los requisitos previstos en la presente Ley y en el Código Fiscal, y en la reglamentación, con la condición de que mantengan o incrementen el número de

trabajadores con que cuenten al momento de la inscripción en el registro de empresas TIC.

Artículo 10.- Las personas físicas y jurídicas que desarrollen alguna de las actividades mencionadas en el Artículo 2º y decidan radicarse y desarrollar dichas actividades dentro del Distrito, pueden diferir el pago del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

A tal fin, deben inscribirse provisionalmente en el Registro de Empresas TIC, acreditando en la forma que disponga la reglamentación:

- a. El desarrollo de alguna de las actividades mencionadas en el Artículo 2º.
- b. La decisión de radicarse y desarrollar dichas actividades dentro del Distrito Tecnológico, y
- c. La celebración de un boleto de compraventa de un inmueble ubicado dentro del Distrito, siempre que haya sido pagado al menos el treinta por ciento del precio convenido, la celebración de un contrato de locación o concesión de un inmueble ubicado en dicha área, u otros medios que la reglamentación autorice.

Artículo 11.- A partir de la inscripción en el Registro de Empresas TIC, los beneficiarios pueden diferir durante los primeros dos (2) años el monto del Impuesto sobre los Ingresos Brutos resultante de las declaraciones juradas que deban presentar, hasta el límite que resulte de computar, según sea el caso:

- a. El precio pagado por la adquisición del inmueble ubicado dentro del Distrito, o
- b. El precio pagado, en el respectivo período fiscal, en virtud del contrato de locación del inmueble ubicado dentro del Distrito. Si los precios pagados por los beneficiarios resultasen superiores al monto del impuesto a pagar, tales diferencias no generarán créditos de ningún tipo a favor de los beneficiarios.

Artículo 12.- El monto del impuesto susceptible de ser diferido, en cada período fiscal, debe ser cancelado por el beneficiario a los dos (2) años, contados desde el vencimiento general para pagar el impuesto correspondiente a cada período fiscal, aplicando sobre las sumas diferidas la tasa activa que corresponda del Banco de la Nación Argentina.

En caso de incumplimiento se aplicarán sobre las sumas diferidas las actualizaciones, intereses y multas correspondientes.

Sin perjuicio de ello, en la medida en que el beneficiario cumpla con los requisitos necesarios y haya obtenido su inscripción definitiva en el Registro de Empresas TIC a los fines de gozar de la exención establecida en el Artículo 9º, y mientras se mantenga dicha situación, los montos de impuesto diferido se irán extinguiendo a medida en que se produzca su respectiva exigibilidad.

Sección 2ª Impuesto de Sellos

Artículo 13.- El plazo para ingresar el Impuesto de Sellos correspondiente a las escrituras públicas o cualquier otro instrumento, de cualquier naturaleza u origen, por el que se transfiera el dominio o se otorgue la posesión de inmuebles ubicados dentro del Distrito Tecnológico, es de tres (3) meses, contados desde la fecha de otorgamiento del instrumento respectivo.

Si dentro del plazo referido en el párrafo anterior, el adquirente obtiene la inscripción en el Registro de Empresas TIC, y el inmueble se encuentra destinado principalmente al desarrollo de alguna de las actividades establecidas en el artículo 2º, el impuesto devengado se extingue:

- a. Totalmente, si el instrumento es otorgado dentro de los primeros tres (3) años contados desde la fecha de entrada en vigencia de la presente Ley;
- b. En un setenta y cinco por ciento (75%), si el instrumento es otorgado entre el tercer y el séptimo año desde la entrada en vigencia de la presente Ley.
- c. En un cincuenta por ciento (50%), si el instrumento es otorgado entre el séptimo y el décimo año desde la entrada en vigencia de la presente Ley.

Artículo 13 bis.- A partir del ejercicio fiscal 2012, los actos y contratos de carácter oneroso otorgados por sujetos inscriptos en el Registro de Empresas TIC, están exentos del pago del Impuesto de Sellos, en la medida que:

- a. Tengan por objeto el desarrollo efectivo de alguna de las actividades contempladas en el artículo 2º de la presente Ley; y
- b. Las prestaciones a su cargo se ejecuten dentro o desde el Distrito Tecnológico.

(Incorporado por el Art. 1º de la Ley Nº 4.115, BOCBA Nº 3844 del 31/01/2012)

Artículo 13 ter.- El plazo para ingresar el Impuesto de Sellos correspondiente a las escrituras públicas o cualquier otro instrumento, de cualquier naturaleza u origen, por el que se otorgue la tenencia de inmuebles ubicados dentro del Distrito Tecnológico es de seis (6) meses, contados desde la fecha de otorgamiento del instrumento respectivo.

Si dentro del plazo referido en el párrafo anterior el solicitante obtiene la inscripción en el Registro de Empresas TIC, y el inmueble se encuentra destinado principalmente al desarrollo de alguna de las actividades establecidas en el artículo 2º de la presente Ley, el impuesto devengado se extingue:

- a. Totalmente, si el instrumento es otorgado dentro de los primeros tres (3) años contados a partir del ejercicio fiscal 2012;
- b. En un setenta y cinco por ciento (75%), si el instrumento es otorgado entre los ejercicios fiscales 2015 y 2017; y
- c. En un cincuenta por ciento (50%), si el instrumento es otorgado en los ejercicios fiscales 2018 y 2019.

Asimismo, es condición para gozar del referido tratamiento que los respectivos contratos se mantengan vigentes por el plazo mínimo de tres (3) años previsto en el primer párrafo in fine del artículo 2º de la Ley Nacional Nº 23.091 de Locaciones Urbanas. En caso de terminación anticipada por cualquier causa, renacerá la obligación tributaria, tornándose exigible la totalidad del impuesto, más los intereses que correspondan.

(Incorporado por el Art. 2º de la Ley Nº 4.115, BOCBA Nº 3844 del 31/01/2012)

Artículo 14.- A los fines de gozar del beneficio contemplado en los artículos 13 y 13 ter, el solicitante debe comprometerse, en la forma que determine la reglamentación, a desarrollar las actividades comprendidas en el régimen de la presente Ley en dicho inmueble, dentro del plazo máximo de dos (2) años de otorgado el instrumento. En caso de incumplimiento, se considerará como no producida la extinción de la

obligación respectiva, tornándose exigible la totalidad del impuesto con relación al solicitante, más los intereses resarcitorios que hubieran correspondido.

(Conforme texto Art. 3º de la Ley N° 4.115, BOCBA N° 3844 del 31/01/2012)

Artículo 15.- El régimen establecido en la presente Sección rige por el término de diez (10) años a partir de la fecha de entrada en vigencia de la presente Ley.

Sección 3ª
Otros tributos

Artículo 16.- Están exentos del pago de las Contribuciones de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Territorial y de Pavimentos y Aceras establecidas en el Título III del Código Fiscal, durante un plazo de diez (10) años contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, los inmuebles ubicados dentro del Distrito Tecnológico, sobre los cuales se realicen obras nuevas o mejoras, que se destinen principalmente al desarrollo de alguna de las actividades comprendidas en el artículo 2º, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 1º de la Ley N° 499 (BOCBA N° 1014).

Se entiende que el destino principal referido en el párrafo anterior se cumple cuando más de la mitad de la superficie del inmueble se encuentra destinada específicamente al desarrollo de las actividades promovidas, en las condiciones que establezca la reglamentación.

Artículo 17.- Están exentas del pago del Derecho de Delineación y Construcciones establecido en el Título IV del Código Fiscal de la Ciudad, durante un plazo de diez (10) años, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, todas las obras nuevas que se construyan dentro del Distrito Tecnológico, y que se destinen principalmente al desarrollo de alguna de las actividades comprendidas en el artículo 2º, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 2º de la Ley N° 499(BOCBA N° 1014).

Se entiende que el destino principal referido en el párrafo anterior se cumple cuando más de la mitad de la superficie se encuentra destinada específicamente al desarrollo de las actividades promovidas, en las condiciones que establezca la reglamentación.

Artículo 18.- Están exentos del pago de las Contribuciones de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Territorial y de Pavimentos y Aceras establecidas en el Título III del Código Fiscal de la Ciudad, durante un plazo de diez (10) años, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, los inmuebles ubicados dentro del Distrito Tecnológico que sean alquilados o pertenezcan en propiedad a los empleados en relación de dependencia de las empresas inscriptas en el Registro de Empresas TIC, siempre que se trate de la vivienda única y familiar de dichos empleados. La reglamentación establece las condiciones para acceder a este beneficio.

Artículo 18 bis.- Los generadores especiales de residuos sólidos urbanos definidos en el artículo 13 de la Ley 1.854, están exentos del pago del impuesto a la Generación de Residuos Áridos y Afines, establecido en el Código Fiscal, respecto de las obras a realizar en inmuebles ubicados en el Distrito Tecnológico y que se destinen principalmente al desarrollo de alguna de las actividades comprendidas en el artículo 2º de la presente Ley.

A partir del ejercicio fiscal 2012, el plazo de esta exención es de siete (7) años y de doce (12) años para aquellas empresas que sean de capitales nacionales o que

encuadren dentro de la Ley Nacional N° 25.300, de Fomento para la micro, pequeña y mediana empresa, y sus modificaciones respectivas.

(Incorporado por el Art. 4º de la Ley N° 4.115, BOCBA N° 3844 del 31/01/2012)

Sección 4ª
Otros incentivos

Artículo 19.- Créase un Programa de Subsidios no reintegrables a favor de las empresas inscriptas en el Registro de las Empresas TIC, destinado a financiar hasta el cincuenta por ciento (50%) del costo de obtención de certificados de calidad a favor de las empresas comprendidas por la Ley Nacional N° 25.300, Ley de fomento para la micro, pequeña y mediana empresa y sus modificatorias. La reglamentación establece los requisitos y condiciones del Programa.

Artículo 20.- El Banco de la Ciudad de Buenos Aires adopta las medidas necesarias para implementar líneas de crédito preferenciales tendientes a promover la relocalización de empresas de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones hacia el Distrito Tecnológico.

A tales fines, financia:

- a. La compra de inmuebles, realización de construcciones, mudanzas, reciclado y acondicionamiento de edificios y equipamiento, por parte de beneficiarios inscriptos en el Registro de Empresas TIC.
- b. La adquisición de vivienda única familiar por parte de los empleados en relación de dependencia, docentes y estudiantes, de beneficiarios inscriptos en el Registro de Empresas TIC, o de las instituciones educativas referidas en el Artículo 22 de la presente Ley, respectivamente, siempre que la vivienda se encuentre ubicada dentro del Distrito.

Artículo 21.- Autorízase al Banco de la Ciudad de Buenos Aires a realizar aportes a Sociedades de Garantía Recíproca de las que sea socio, a los fines del otorgamiento de garantías a favor de beneficiarios inscriptos en el Registro de Empresas TIC y que encuadren en la clasificación establecida por la Ley Nacional N° 25.300 y sus modificatorias, a los fines de la realización de alguna de las actividades promovidas por esta Ley, dentro del Distrito Tecnológico.

CAPÍTULO V PLAN EDUCATIVO PARA PROMOVER LAS INDUSTRIAS TECNOLÓGICAS

Artículo 22.- Son beneficiarios de los incentivos previstos en la presente Ley las instituciones educativas establecidas o que se establezcan en el Distrito Tecnológico, cuyas actividades se concentren en el área de TIC.

Los beneficios alcanzan –en la medida en que las actividades educativas sean desarrolladas dentro del Distrito– a:

- a. Universidades e Institutos Universitarios reconocidos en los términos de la Ley Nacional N° 24.521.
- b. Centros académicos de investigación y desarrollo, Centros de Formación Profesional e Institutos de enseñanza, que estén incorporados a los planes de enseñanza oficial y reconocidos por el Ministerio de Educación.

El Ministerio de Educación lleva un registro de instituciones educativas en los términos del presente artículo.

Artículo 23.- El Distrito Tecnológico es área prioritaria para la implementación de proyectos pilotos de enseñanza del idioma inglés e informática en los distintos niveles y modalidades del sistema educativo de gestión estatal, y para la radicación de nuevas escuelas de modalidad técnica.

Artículo 24.- El Ministerio de Educación elabora un programa de innovación curricular en las escuelas técnicas de gestión estatal, teniendo como referencia las necesidades formativas del desarrollo del Distrito Tecnológico.

Artículo 25.- El Ministerio de Educación, en forma conjunta con el Ministerio de Desarrollo Económico, administra y ejecuta los siguientes programas:

- a. Programa de Becas a la Excelencia en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para graduados secundarios que deseen realizar estudios universitarios en áreas de ciencia y técnica en instituciones universitarias con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- b. Programa de capacitación de formación técnico profesional que de respuesta a las diferentes necesidades de calificaciones del Distrito Tecnológico.

CAPÍTULO VI INFRAESTRUCTURA URBANA Y SEGURIDAD

Artículo 26.- Dentro de los tres (3) meses de promulgada la presente Ley, el Poder Ejecutivo adopta las medidas necesarias para instrumentar los mecanismos legales que aseguren:

- a. El diseño e instalación del cableado con fibra óptica dentro del Distrito.
- b. La provisión del servicio de conexión a Internet por red inalámbrica (WiFi) en todas las áreas públicas del Distrito.

Artículo 27.- Se establece como prioridad la promoción de construcciones ecológicas dentro del Distrito Tecnológico.

El Poder Ejecutivo elabora e implementa un Programa de Promoción de construcciones bioclimáticas dentro del Distrito Tecnológico, que contemple el otorgamiento de un subsidio del cincuenta por ciento (50%) de la diferencia entre el costo de la construcción tradicional y el costo de la construcción bioclimática para edificios nuevos, y de un subsidio del cincuenta por ciento (50%) de la diferencia entre el costo de la instalación de sistemas de ahorro energético en construcciones existentes.

CAPÍTULO VII INTERNACIONALIZACIÓN DEL DISTRITO TECNOLÓGICO

Artículo 28.- La estrategia de internacionalización del Distrito Tecnológico se orienta a generar acciones de inserción internacional, capacitación en comercio exterior, fomento a la asociatividad exportadora, provisión de inteligencia competitiva, planes de primera exportación, así como cualquier otra iniciativa que impulse el desarrollo de mercados externos.

CAPÍTULO VIII ADHESIÓN A LA LEY NACIONAL N° 25.922

Artículo 29.- La Ciudad Autónoma de Buenos Aires adhiere al Régimen de Promoción de la Industria del Software, en los términos de la Ley Nacional N° 25.922.

CAPÍTULO IX DISPOSICIONES FINALES

Artículo 30.- El Poder Ejecutivo reglamenta la presente Ley dentro de los sesenta (60) días de su promulgación.

Artículo 31.- Sanciones: El incumplimiento de lo establecido en la presente Ley y su reglamentación, sin perjuicio de las infracciones previstas en el Código Fiscal, dará lugar a las sanciones que se detallan a continuación:

- a. Baja de la inscripción provisoria o definitiva en el Registro de Empresas TIC.
- b. Inhabilitación para volver a solicitar la inscripción provisoria o definitiva en el Registro de Empresas TIC.

La baja de la inscripción provisoria o definitiva en el Registro de Empresas TIC y/o la inhabilitación para volver a solicitar la inscripción provisoria o definitiva en el Registro de Empresas TIC, procederá también cuando la administración compruebe fraude a las leyes laborales vigentes.

Artículo 32.- Comuníquese, etc.

DIEGO SANTILLI

CARLOS PÉREZ

LEY N° 2.972

Sanción: 04/12/2008

Promulgación: Decreto N° 20/009 del 12/01/2009

Publicación: BOCBA N° 3101 del 22/01/2009

Reglamentación: [Decreto N° 543/009](#) del 17/06/2009

Publicación: BOCBA N° 3205 del 30/06/2009

Nomenclador de actividades incluidas