

**ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA
LOCALIDAD DE VILLA LYNCH,
PARTIDO DE GENERAL
SAN MARTÍN. BUENOS AIRES,
ARGENTINA¹**

**RELEVAMIENTO CENSAL SOBRE
INDUSTRIAS, COMERCIOS Y SERVICIO**

***ECONOMIC ACTIVITY OF THE TOWN
OF VILLA LYNCH, PARTY OF GENERAL
SAN MARTIN. BUENOS AIRES, ARGENTINA***

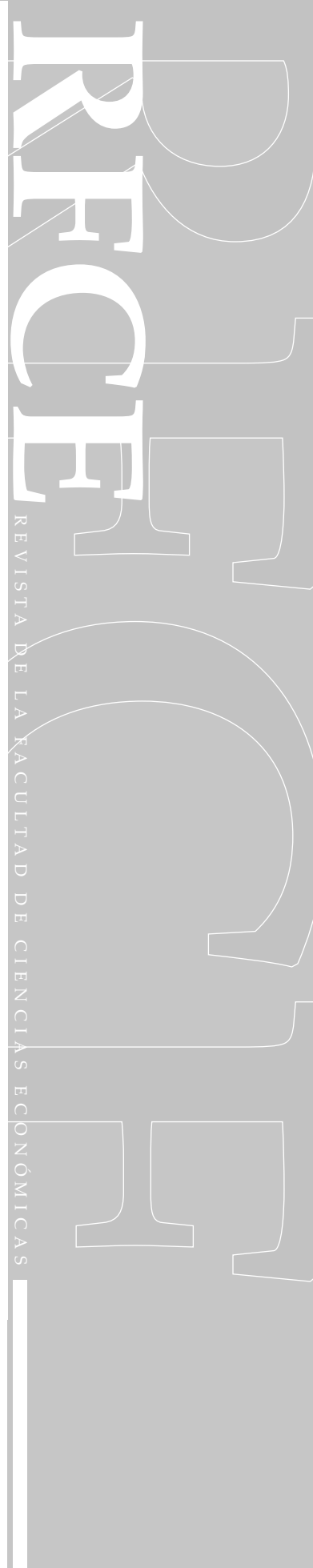
CENSUS SURVEY ON INDUSTRY, TRADE AND SERVICES

**ENRIQUE DÉNTICE
VALERIA TOMASINI**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN (UNSAM)
ESCUELA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS (EEYN)
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN ECONÓMICA (CIME)**

ARGENTINA

*Cuando los gobiernos, las empresas, los centros de investigación
y la sociedad civil se unen para impulsar la causa del conocimiento,
el progreso social y económico es inexorable. Sólo el conocimiento nos permite
anticipar las crisis, reducir brechas sociales y económicas,
aprovechar oportunidades y agregar valor a lo que producimos.*
Facundo Manes.



Recibido: 03/02/2016
Aceptado: 29/02/2016

RESUMEN

El presente estudio tiene como objeto conocer la situación de los sectores de industrias, comercios y servicios en términos de las principales variables económicas relacionadas con la producción, ocupación e inversión de la localidad de Villa Lynch, Partido de General San Martín. Para dicho estudio se utilizó información primaria, a través de la recolección de datos mediante el sistema de barrido de la zona, recorriendo cada manzana del perímetro establecido en su totalidad. De esta manera se registraron todos los domicilios en la hoja de ruta correspondiente para poder obtener como resultado la actividad económica de la zona. Definimos “actividad económica” como la acción o conjunto de acciones que se manifiestan externamente en la fabricación, comercialización de bienes, prestación de servicios, o la construcción, o el transporte, realizada con o sin fines de lucro, en un espacio físico (local). En forma complementaria se determinaron los espacios deshabitados (43% del total relevado) considerados como establecimientos inactivos, a fin de poder identificar lugares potenciales para la instalación de futuras industrias, comercios y/o servicios. La importancia de este trabajo radica en la obtención del perfil industrial del caso de estudio y analizar cómo estos sectores se desenvuelven en el mercado, de manera de brindar herramientas al Municipio permitiendo que puedan aplicar políticas públicas en función a las necesidades de las empresas y los ciudadanos de la localidad relevada. Además de realizar una revisión del código urbano ambiental en relación a los espacios ociosos. El resultado obtenido denota que del 57% de los establecimientos que se encuentran activos en la localidad de Villa Lynch está compuesto en un 43,8% por industrias, 27,9% por servicios y los comercios completan con un 28,3%. Los rubros que se destacan en el sector industrial son, por orden de importancia, el metalmecánico (27,6%), caucho y plásticos (15,4%) y textil (12,6%). Dentro de los comercios preponderan aquellos de venta minorista con el 58,4% del total encuestado. En el sector de servicios sobresale la reparación de vehículos de automotores y motocicletas con el 29%.

Palabras clave: Villa Lynch; actividad económica; políticas públicas.

ABSTRACT

This study aims to determine the situation of the sectors of industry, commerce and services in terms of the main economic variables related to production, employment and investment in the town of Villa Lynch, Party General San Martin. Primary information was used for the study through data collection by scanning system in the area, visiting every block perimeter fully established. In this way all addresses were registered in the sheet for route to obtain as a result of economic

* Noviembre 2015

activity in the area. We define "economic activity" as the action or set of actions that are externally manifested in the manufacture, marketing of goods, services, or construction, or transportation, performed with or without profit, in a physical space (local). Complementary uninhabited spaces (43% relieved) considered inactive establishments, in order to identify potential sites for future installation of industrial, commercial and / or services were determined. The importance of this work lies in obtaining the industrial profile of the case study and analyze how these sectors operate on the market, so as to provide tools to the municipality allowing them to implement public policies according to the needs of businesses and local citizens surveyed. In addition to conducting a review of urban environmental code in relation to vacant space. The result indicates that 57% of establishments are active in the town of Villa Lynch comprises 43.8% by industry, 27.9% for services and shopping complete with 28.3%. The items that are highlighted in the industrial sector are, in order of importance, metalworking (27.6%), rubber and plastics (15.4%) and textiles (12.6%). Among those businesses preponderate retail with 58.4% of the total surveyed. In the service sector stands out repair of motor vehicles and motorcycles to 29%.

Keywords: Villa Lynch; economic activity; public policy.

INTRODUCCIÓN

El Partido de General San Martín, pertenece a la región metropolitana y forma parte del primer cinturón del Conurbano Bonaerense. Su superficie de 55,6 Km², presenta una densidad de 7.198,3 habitantes por Km². Se encuentra dividido en 27 localidades, limitando con la C.A.B.A. y los Partidos de Vicente López, San Isidro, Tigre, San Miguel y Tres de Febrero.

Mapa del Partido General San Martín



Fuente: Censo Industrial de San Martín.

Durante el proceso industrial de fines de la década del treinta, el partido mereció el reconocimiento como "Capital de la Industria" ya que creció de la mano de la industria textil y del abastecimiento industrial, principalmente, por su cercanía con la C.A.B.A.

Por su perfil económico, el partido de Gral. San Martín es conocido dentro de la Argentina como la Capital Nacional de la Industria. Éste se inscribe principalmente en el sector secundario y terciario. El 93% del Producto Bruto Geográfico corresponde al sector industrial y el 7% al sector servicios¹. El partido de Gral. San Martín tiene el 2% de la fuerza industrial del país, genera el 5% del PBI Nacional y el 12% del Producto Bruto Geográfico provincial². Un 80% de los ingresos globales del partido provienen de la industria, un 16% del comercio y un 4% de los servicios.

A partir del proceso de apertura económica de los años 90, se estancó el sector secundario y creció el sector terciario. Sin embargo, desde 2002 en adelante se comenzó a observar una implantación de empresas en forma continua y una reapertura de algunas como la ampliación de otras.

El Censo Industrial, llevado a cabo con la Cámara Empresaria de San Martín, la Municipalidad de San Martín y la Universidad de San Martín mostró que los sectores que se destacan en su perfil productivo son el metalmecánico, el autopartista, el calzado, el textil, muebles y madera, el químico, las manufacturas de alimentos, los elementos de precisión y el plástico.

En el año 2001 se produjo una de las mayores crisis económicas de los últimos 50 años en nuestro país, llegando la tasa de desocupación al 28% según las estadísticas oficiales. El partido de General San Martín, al tener la amplia base industrial descripta, fue particularmente golpeado por la crisis y su índice de desocupación llegó al 33%, alcanzando la tasa de desocupación femenina al 39,5%. Tras la recuperación económica, la desocupación en el país ha bajado al 9,8% y en San Martín al 11%³. La tasa de crecimiento del empleo en el sector industrial de Gral. San Martín duplica al de nivel nacional. Entre los años 2003 y 2005 creció un 35% la ocupación. El personal ocupado por local creció un 15%.

Luego de la crisis de 2001, la industria se recuperó fuertemente, como lo muestra en el cuadro siguiente, en base al censo industrial de General San Martín. En esto, ha influido la política económica nacional al favorecer un tipo de cambio competitivo que abarató las exportaciones y encareció las importaciones, lo que permitió que los bienes nacionales recuperen el mercado interno.

Creación de Empresas en San Martín:

Años	% de Creación
1956-1970	8%
1971-1976	6%
1977-1983	9,20%
1984-1990	10,30%
1991-1995	15,40%
1996-1999	15,10%
2000-2005	32,60%

Fuente: Censo Industrial de San Martín.

¹ Fuente: Dirección de estadísticas de la provincia de Buenos Aires.

² Los datos surgen del Consejo Federal de Inversiones (2006).

³ Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (boletín informativo).

El destino de la oferta de los bienes y servicios tiene la siguiente proporción: 62% mercado interno y 27,9% mercado de exportación⁴. Respecto al empleo público, San Martín muestra un nivel menor que el promedio del Gran Buenos Aires y muchísimo menor que el ponderado de la Provincia de Buenos Aires. Esto se debe al peso de la industria en el Partido, que en Argentina está en manos privadas. Respecto al empleo privado, San Martín tiene una mayor participación que el Gran Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires.

El municipio es claramente manufacturero, especializado básicamente en PyMES - industrias de capital nacional, acompañado por una considerable actividad comercial y de servicios dentro del partido.

SAN MARTÍN, AGREGADOS MACROECONÓMICOS DESAGREGADOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA						
Letra	DESCRIPCIÓN	Puesto de trabajo ocupados ¹	Valor de la producción a precios de productor	Valor agregado a precios básicos ²	Impuestos a las producciones	Excedente bruto de explotación
B	Pesca y servicios conexos	-	-	-	-	-
C	Explotación de minas y canteras	s	s	s	s	s
D	Industria Manufacturera	30.472	4.965.420	1.691.332	36.736	1.193.959
E	Electricidad, gas y agua	s	s	s	s	s
G	Comercio al por mayor, al por menor y reparaciones	12.018	722.366	481.816	11.985	353.864
H	Hoteles y restaurantes	710	22.842	8.885	114	5.762
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	483	25.673	10.414	167	8.239
J	Intermediación financiera y otros servicios financieros	373	16.856	8.628	62	3.138
K	Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	2.081	52.847	30.779	389	16.623
X	Obras sociales	7	153	105	1	5
M	Enseñanza	3.464	33.039	32.831	110	5.553
N	Servicios sociales y de salud	1.863	80.712	41.293	162	23.615
O	Servicios comunitario, sociales y personales n.c.p	1.922	78.368	40.156	1.398	17.688
TOTALES		53.393	5.998.275	2.346.240	51.125	1.628.445

1- Incluye Asalariados y No Asalariados

2- Incluye Remuneración de Asalariados

Fuente: elaboración propia / Censo Nacional Económico 2004/2005, INDEC

En el año 2012, se promulgó bajo el N° 11315/12 la Ordenanza sancionada por el Honorable Consejo de Deliberante del Partido de General San Martín, en la cual se decide transformar al Municipio en la Capital de la Innovación y la Competitividad, como polo de referencia Regional y Nacional para el crecimiento y sustentabilidad del sistema productivo. La necesidad radica en dar comienzo a una estrategia de renovación urbana, especialmente para el área de ingreso al Partido desde la Avenida Gral. Paz, que ponga en valor áreas con alto deterioro edilicio, social y ambiental.

⁴ Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (boletín informativo).

Para tal fin se consideró la constitución del denominado “Distrito Tecnológico del Partido de General San Martín” (DITSAM) como la figura más apropiada para conseguir la finalidad perseguida por el Municipio, resultando la zona más adecuada para ubicar el mismo, aquella constituida por el barrio de Villa Lynch, dado su fácil acceso, su potencial valoración, su cercanía a la Universidad de General San Martín y al Polo Tecnológico constituyentes.

Bajo esta nueva reglamentación propuesta por el Municipio y a fin de obtener un panorama visual y objetiva de los sectores de la actividad económica, que permitan brindar herramientas para la aplicación de medidas públicas correctivas, la Secretaría de Producción y Desarrollo Económico de la Municipalidad de General San Martín y en forma conjunta con la Universidad Nacional de General San Martín, se llevó adelante el “*Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios de Villa Lynch Partido de General San Martín*”.

Definimos “actividad económica” como la acción o conjunto de acciones que se manifiestan externamente en la fabricación, comercialización de bienes, prestación de servicios, o la construcción, o el transporte, realizada con o sin fines de lucro, en un espacio físico (local).⁵

1. OBJETIVOS

El presente estudio tiene como objeto conocer la situación de los sectores de industrias, comercios y servicios en términos de las principales variables económicas relacionadas con la producción, ocupación e inversión de la localidad de Villa Lynch, partido de General San Martín. Como así también, conocer las demandas de los empresarios, a fin de gestionar las acciones públicas correspondientes.

La importancia de este trabajo radica en la obtención del perfil industrial del caso de estudio y analizar cómo estos sectores se desenvuelven en el mercado, de manera de brindar herramientas al Municipio permitiendo que puedan aplicar políticas públicas en función a las necesidades de las empresas y los ciudadanos de la localidad relevada. Además de realizar una revisión del código urbano ambiental en relación a los espacios ociosos.

2. MÉTODO DEL RELEVAMIENTO

Para el presente estudio se utilizó información primaria, a través de la recolección de datos mediante el sistema de barrido, en el marco del proyecto “*Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios de Villa Lynch partido de General San Martín*”, se llevó a cabo un

⁵ Definición extraída del Censo Nacional Económico (INDEC).

c) Base Metodológica

El Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios de Villa Lynch partido de General San Martín, se desarrolló bajo las siguientes bases metodológicas:

* Las unidades de observación fueron todas las unidades económicas activas de los sectores Industria, Comercio y Servicios de la localidad de Villa Lynch partido de General San Martín.

* La cobertura fue a, todo el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch.

* El periodo de levantamiento se realizó durante los meses julio-noviembre 2014.

* El informante clave fue el dueño, director y/o encargado o toda persona con capacidad para responder preguntas acerca de los aspectos económicos-financieros de la empresa.

* Para recabar la información se utilizó un cuestionario para cada uno de los sectores (el mismo de adjunta en el anexo), en el mismo se abarcó preguntas relacionadas con la situación económica y financiera de la empresa, como por ejemplo: composición de cada uno de ellos, importaciones, exportaciones, personal ocupado, inversión, entre otros. Como así también, se consultó sobre las demandas de acciones públicas para cada uno de los sectores, dando lugar a las distintas propuestas de mejoras para el Municipio.

* La planilla de las encuestas fueron diseñadas con opciones de respuestas estructuradas, que fueron marcadas con una cruz según correspondiera, procurando sencillez y rapidez en su llenado, y en su posterior análisis. En el caso de aquellas preguntas donde los empresarios debían expresar acotaciones relevantes, o no contempladas en las posibles respuestas, las mismas podían ser anotadas como una observación para luego ser analizada.

* Para la clasificación de las distintas actividades económicas evaluadas en dicho relevamiento se utilizó el denominado *CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)* –Clasificador de las actividades económicas, codificador a nivel mundial-.

* La entrevista fue directa, aunque en algunos casos, cuando los empresarios así lo prefirieron, se posibilitó la respuesta vía internet.

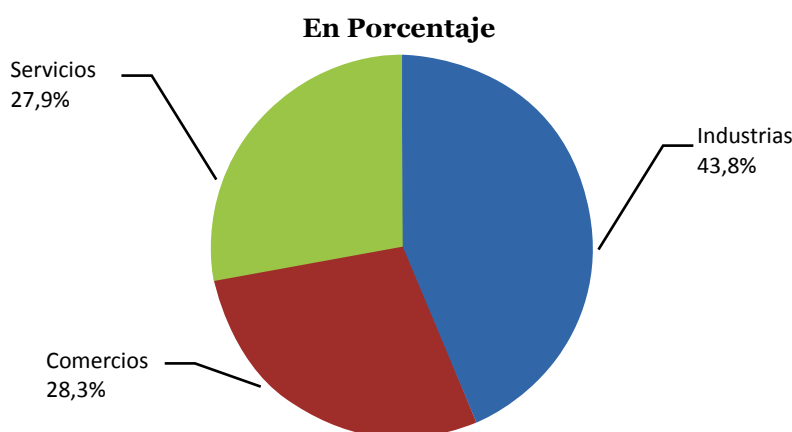
* Para lograr un ordenado barrido y organizada recolección de los datos, el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch se dividió en 8 (ocho) radios, cada uno de ellos fue recorrido por un encuestador con su correspondiente supervisora.

3. PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN RELEVADA DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA LOCALIDAD DE VILLA LYNCH

Del relevamiento se extrajo la siguiente composición de la actividad económica:

Valores absolutos				
Radios	Sectores			Encuestas Efectivas
	Comercio	Servicio	Industria	
1	8	18	17	43
2	23	17	28	68
3	32	26	72	130
4	3	0	11	14
5	9	6	7	22
6	25	29	27	81
7	16	18	22	56
8	23	23	31	77
Totales	139	137	215	491

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

Es importante mencionar que dentro del relevamiento no se consideraron las unidades “NO CENSABLES”, las mismas son: *hogares, escuelas, destacamentos policiales y establecimientos hospitalarios*.

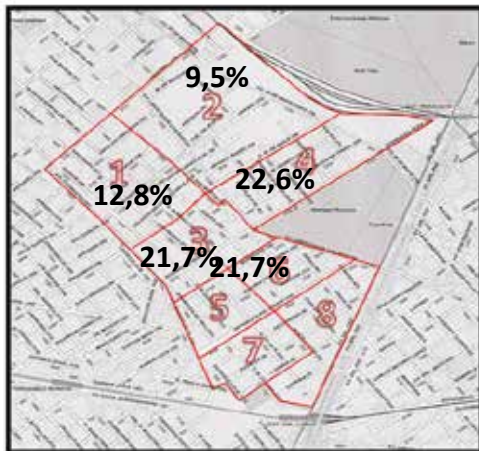
Como se mencionó anteriormente, el relevamiento no tuvo sólo el objetivo de conocer la situación de los tres sectores económicos de la Localidad de manera que el Municipio pueda aplicar políticas públicas en función a las necesidades de los mismos, sino también determinar los espacios deshabitados, a fin de identificar lugares potenciales para la instalación de futuras industrias, comercios y/o servicios.

Son considerados establecimientos “INACTIVOS”:

- * Locales cerrados/ en venta o alquiler
- * Terreno baldío
- * Depósito
- * Fábrica y galpón abandonado

Tras el relevamiento se determinaron los siguientes porcentajes de inactividad en la zona

delimitada de Villa Lynch, separados por radios:



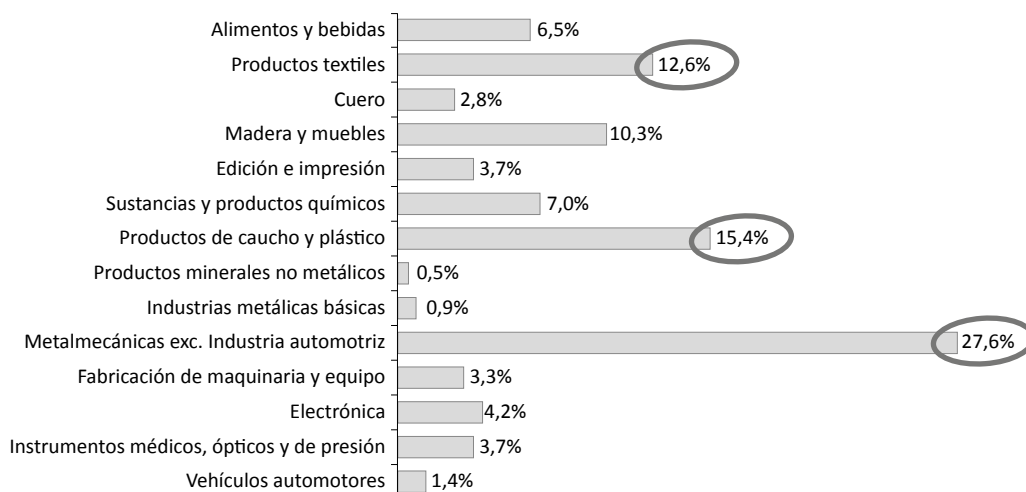
Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS RELEVADAS POR SECTORES

1. INDUSTRIA

1.1 Estructura de la industria

Los sectores de mayor concentración en la localidad de Villa Lynch son *Metalmecánica* con el 27,6% (59 industrias), continúa *Caucho y Plástico* con el 15,4% (33 industrias) y en tercer lugar, *Textil* con el 12,6% (27 industrias). Los tres grandes rubros explican más del 60% de la estructura productiva de la localidad.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

1.2 Ubicación de sus clientes y principales países de exportación

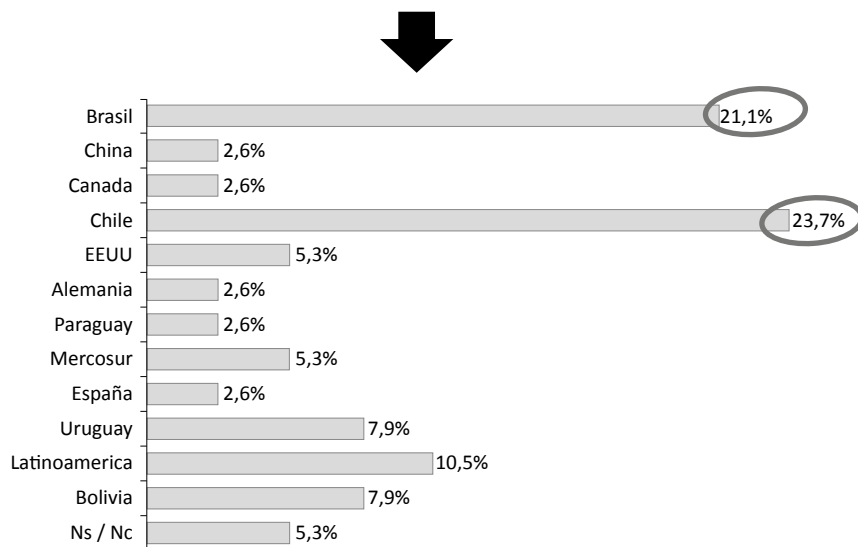
Casi el 50% de los clientes de las industrias de Villa Lynch se ubican dentro del Partido y a nivel Nacional, el 28% obtiene sus compras del Resto del País. El 0,9% de los clientes sólo provienen del sector externo.

Los principales destinos de sus productos son los países de Chile y Brasil con una participación de 23,7% y 21,1%, respectivamente.

Destino de ventas	%
Mercado externo	0,9
San Martín	3,7
Resto del país	28,0
San Martín y resto del país	49,5
Mercado externo y resto del país	8,9
Mercado externo, San Martín y Resto del País	7,5
Ns / Nc	1,4
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

Principales países de exportación

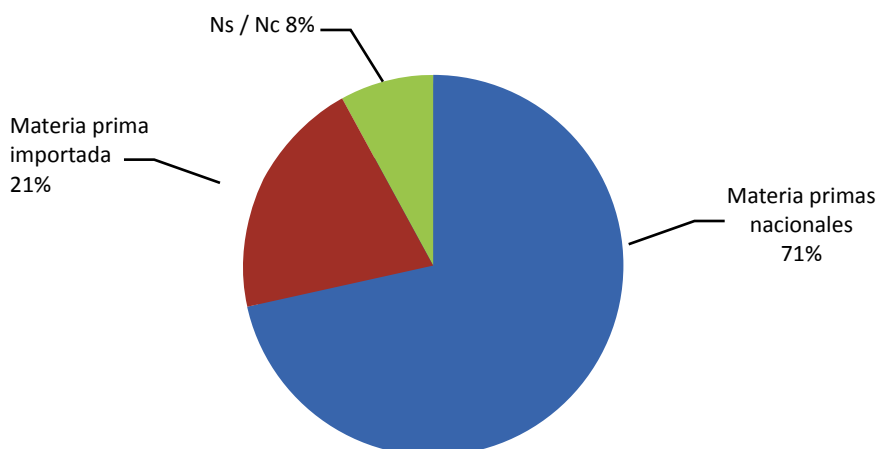


Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

1.3 Ubicación de sus proveedores y países de importación

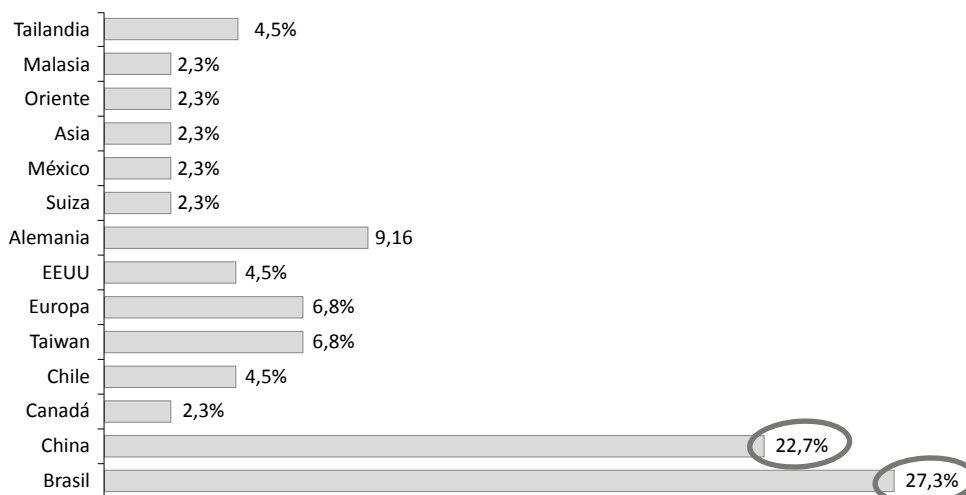
Respecto a la ubicación de sus proveedores de las industrias relevadas, sólo el 21% manifestó manejar materia prima importada, el 71% de las mismas fabrican con material de origen Nacional.

Los tres principales países hacia donde las empresas de Villa Lynch realizan sus compras de insumos son, Brasil con el 27,3% y China (22,7%).



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

Principales países de exportación

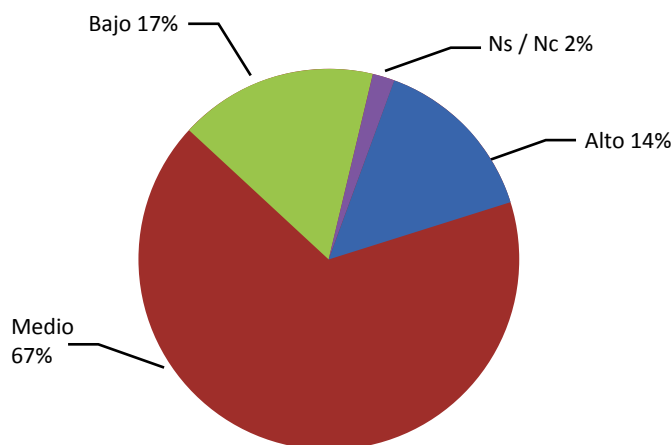


Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

1.4 Nivel tecnológico de las industrias

Respecto al nivel tecnológico sobre las industrias, del resultado de las encuestas se puede observar más de un 60% fábrica con tecnología de nivel medio, un 17% manifestó un nivel bajo, es decir, cuentan con equipamientos muy antiguos y sus productos son de características simples. Sólo el 14% de las empresas operan con un alto nivel tecnológico, trabajando con personal altamente capacitado y fabricando productos sofisticados.

Estos datos muestran con claridad el bajo nivel de inversión en nuevas tecnologías, dentro de la localidad de Villa Lynch.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

1.5 Personal ocupado, incluyendo a dueños/socios, personal remunerado y no remunerado

Respecto a la cantidad de ocupados, el rubro *Productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo* registra la mayor cantidad de empleados, 946 personas, lo que significa un 24,7% sobre el total de ocupación de la Localidad. Es importante destacar que dentro de las 946 personas ocupadas en dicho rubro, el 33,7% tienen domicilio dentro del partido de General San Martín.

Otro de los rubros con mayor relevancia en cantidad de empleados es el sector de *Productos de caucho y plástico* con un total de 683 empleados, equivalente a un 17,8% sobre la totalidad. Dentro de este rubro, el 16,3% de los empleados habitan dentro del Partido mencionado previamente.

Rubros	Personal Ocupado por rubros en valores absolutos	Participación % del Personal Ocupado por rubros sobre el total	Porcentaje de empleados con domicilio en San Martín
Alimentos y bebidas	202	5,3	8,4%
Productos textiles	544	14,2	33,6%
Cuero	96	2,5	4,2%
Madera y muebles	281	7,3	19,9%
Edición e impresión	150	3,9	12,7%
Sustancias y productos químicos	452	11,8	47,6%
Productos de caucho y plástico	683	17,8	16,3%
Productos minerales no metálicos	7	0,2	14,3%
Fabricación de metales comunes	10	0,3	0,0%
Productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	946	24,7	33,7%
Fabricación de maquinaria y equipo	60	1,6	25,0%
Fabricación de aparatos eléctricos	218	5,7	9,6%
fabricación de equipos y aparatos de radio, tv, y comunicaciones	26	0,7	26,9%
Instrumentos médicos, ópticos y de precisión	120	3,1	20,0%
Vehículos automotores	27	0,7	33,3%
Construcción	8	0,2	12,5%
Total	3830	100	26,2%

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

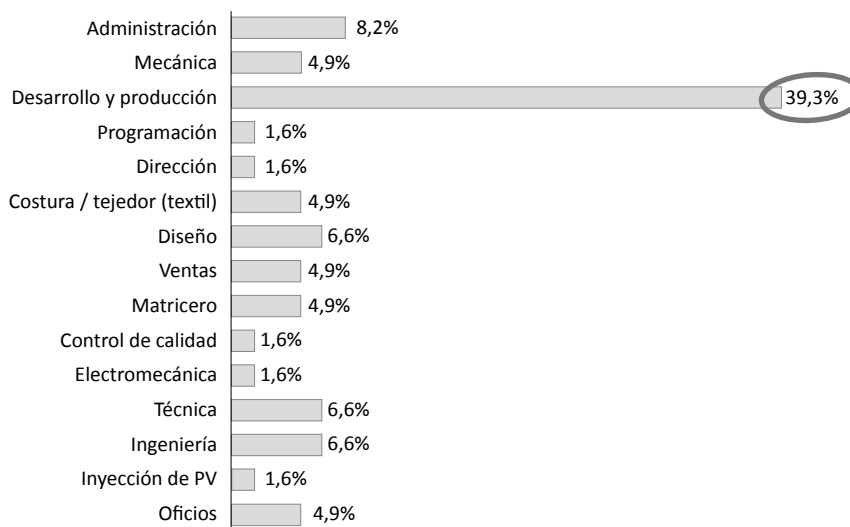
1.6 Necesidad de personal calificado

Ante la pregunta sobre la necesidad de disponer de personal calificado, el 69,6% de las empresas expresaron no tenerla. Otro 28,5% manifestaron que sí tienen la demanda de personal calificado, siendo el sector más demandado con un 39,3%, el sector de Desarrollo y producción.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

Sectores de mayor demanda



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

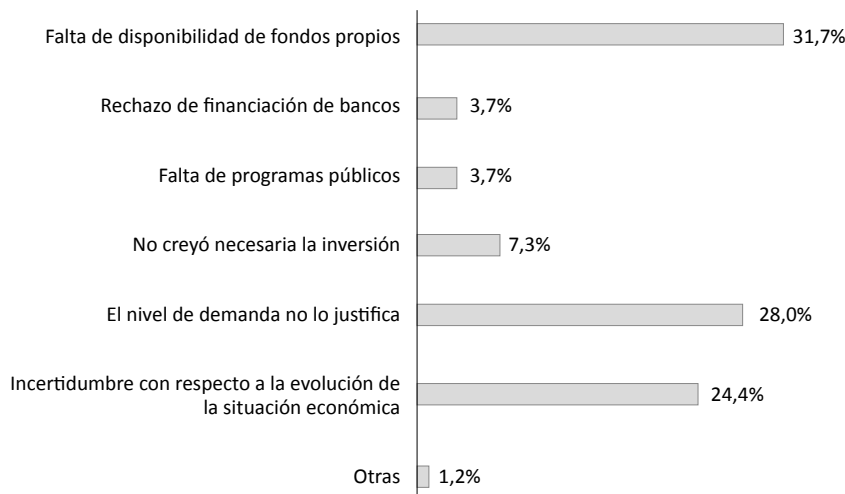
1.7 Nivel de inversión de las industrias

En cuanto al nivel de inversión, el 77% de las industrias de Villa Lynch declararon la realización de algún tipo de inversión en los últimos 5 años. No obstante, el 21% que no la realizó declaró, en un 31,7% fue por falta de disponibilidad de fondos propios, otro 28% no la consideró necesaria por el bajo nivel de demanda y un 24,4% no determinó invertir debido a la fuerte incertidumbre con respecto a la evolución económica del País.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

Motivos por el cual no realizó la inversión



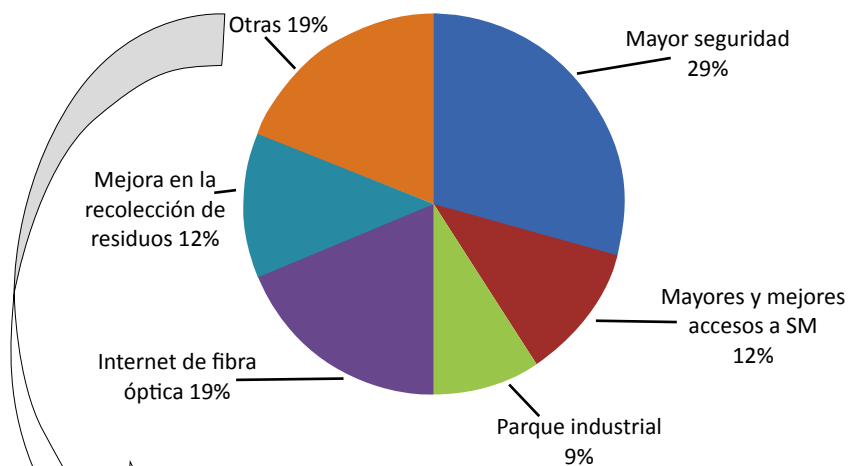
Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

1.8 Demandas de acciones públicas para el sector industrial

Para el presente análisis también se consultó acerca de las propuestas de mejoras para el municipio, a fin de brindar información relevante, permitiendo que se puedan aplicar políticas públicas correctivas en función a las necesidades de las empresas. Con el resultado de las encuestas se denota con un 30%, el pedido de mayor seguridad, otro 19% consideró la importancia de contar con fibra óptica.

Dentro de la opción “otros”, se puede observar con claridad con un alto porcentaje (25,3%), la problemática que tienen los industriales frente a las inundaciones que ocurren en el Partido por falta de obras hidráulicas.

Propuestas de mejoras para el Municipio de General San Martín



Respuestas a la opción "Otras"	
Propuestas de mejoras para el MSM	Porcentaje
Obras hidráulicas para el tratamiento de	25,3
Mejor iluminación	5,3
Accesos en general	4,2
Arreglo de veredas y calles	17,9
Mayor transparencia en sus acciones	1,1
Asesoramiento empresarial	1,1
Mayor espacio para estacionamiento	20,0
Mejora en la recolección de residuos	1,1
Mayor comunicación de los servicios del partido	2,1
Mejor suministro de energía eléctrica	3,2
Aplicación real de los beneficios propuestos por el distrito y más ayuda a desarrollo de pymes	1,1
Menor presión tributaria	11,6
Mayor oferta gastronómica	1,1
Mejoramiento de alumbrado, barrido y limpieza	2,1
Facilitación en los trámites de habilitación	2,1
Mejora en el servicio de telefonía	1,1
Total	100

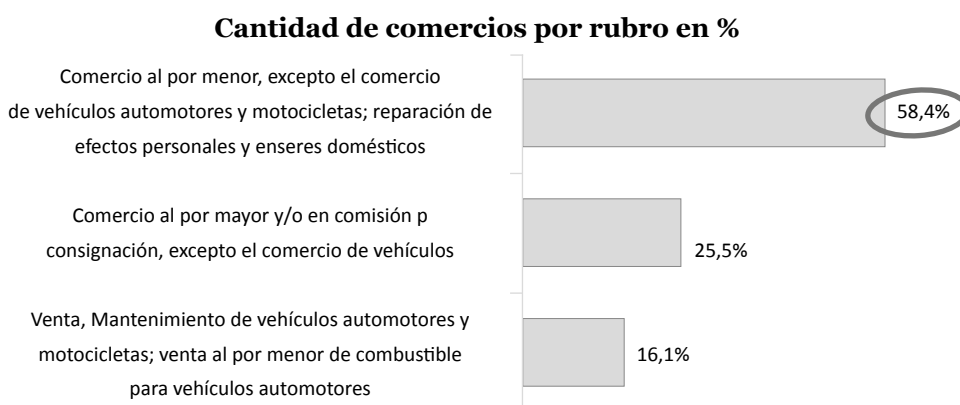
Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

2. COMERCIO

2.1 Estructura de los comercios

Respecto a los comercios de la localidad de Villa Lynch, el 58,4% de los mismos, está compuesto por aquellos destinados a la venta al por menor, excepto aquellos que comercializan vehículos automotores y motocicletas, reparación de efectos personales y enseres domésticos. Aquellos que sí venden vehículos y motocicletas lo realizan en un 16,1%.

Lo que destinan sus ventas al por mayor, componen un 25,5% de los comercios de dicha Localidad.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

2.2 Origen de las compras para luego revender

Analizando las respuestas extraídas del relevamiento, se puede determinar que más del 80% de las compras que realizan los comerciantes de la localidad de Villa Lynch para luego revender son a nivel Nacional incluyendo el partido de General San Martín.

Sólo el 5,2% de los comerciantes realizan sus compras exclusivamente en el exterior. El país con mayor ponderación desde donde los comerciantes importan sus productos es China (58%) y los principales productos que importan son: artículos de ferretería, equipos y artículos médicos, materiales eléctricos y juguetes.

Origen de sus compras	Porcentaje
Mercado externo	5,2
San Martín	24,4
Resto del país	31,1
San Martín y resto del país	27,4
Mercado externo y resto del país	5,9
Mercado externo, San Martín y Resto del país	5,9
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

2.3 Destino de sus ventas

En cuanto al destino de las ventas que se realizan en los comercios dentro de la Localidad en análisis, se denota que más del 51% las realiza a nivel Nacional incluyendo el partido de General San Martín. El 32,1% deriva sus ventas directamente dentro del Partido.

Sólo el 8,8% lleva sus productos exclusivamente al mercado externo. Los principales países a lo que exportan son, Uruguay y Paraguay, ambos suman una participación de más del 50%, registrando como principal producto, los artículos de ferretería.

Destino de sus ventas	Porcentaje
San Martín	32,1
Resto del país	8,8
San Martín y resto del país	51,8
Mercado externo, San Martín y Resto del país	5,1
Ns / Nc	2,2
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

2.4 Personal Ocupado, incluye dueños/socios, personal remunerado y no remunerado

Respecto al personal ocupado, el rubro con mayor cantidad de empleados se representa en los comercios al por mayor con un total de 353 empleados, lo que equivale a un 46,4% sobre el total registrados dentro de la Localidad. Un dato importante por mencionar es que, de ese total de empleados, el 20,4% de ellos viven dentro del Partido de General San Martín.

Respecto a la cantidad de empleados en los comercios al por menor, se contempla un total de 253 personas, significando un 33,3% sobre la totalidad. Más del 51% de los mismos, tienen domicilio dentro del Partido mencionada anteriormente.

Y por último, los comercios destinados a la venta y mantenimiento de vehículos automotores y motocicletas incluyendo la venta al por menor de combustibles para los vehículos, registraron un total de 154 ocupados, es decir, un 20,3%. El 55,8% de ellos, vive en San Martín.

Rubros	Personal Ocupado por rubros en valores absolutos	Participación % del Personal Ocupado por rubros sobre el total	Porcentaje de empleados con domicilio en San Martín
Venta, Mantenimiento de vehículos automotores y motocicletas; venta al por menor de combustible para vehículos automotores	154	20,3	55,8
Comercio al por mayor y/o en comisión p/consignación, excepto el comercio de vehículos	353	46,4	20,4
Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas; reparación de efectos personales y enseres domésticos	253	33,3	51,8
Total	760	100	0,4

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

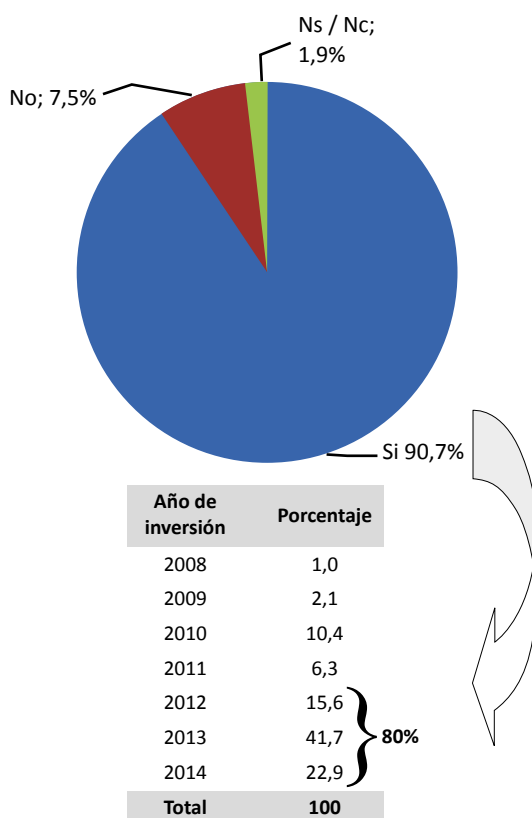
2.5 Nivel de inversión en los comercios

Respecto al nivel de inversión es importante mencionar el notable porcentaje afirmativo que se observó en la respuesta sobre la realización de alguna inversión en los últimos años. El 90,7% manifestó haberla realizado, el 80% de éstos se llevó adelante entre los años 2012-2014.

Las inversiones de los comercios estuvieron destinadas a: tener una mejor apariencia del local, mejorar el servicio al cliente, aumentar la variedad de productos a ofrecer y en algunos casos se ha manifestado que la realizaron como capital inicial para el inicio del negocio.

Sólo el 7,5% no realizó ningún tipo de inversión y el 1,9% no contestó la pregunta.

¿Realizaron alguna inversión en los últimos años?



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

2.6 Demandas de acciones públicas para los comercios

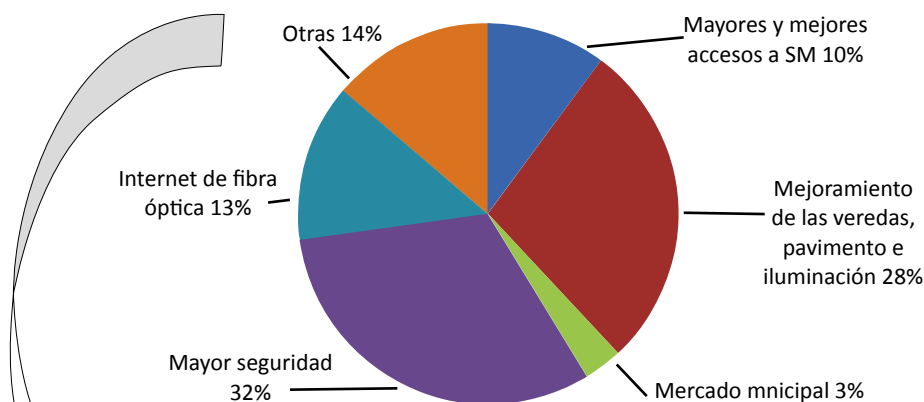
Tras los resultados, las demandas de los comerciantes hacia las mejoras que debe realizar el municipio, no se alteraron en relación a las mencionadas por los industriales, como se puede observar en la gráfica, los comerciantes también manifestaron en gran porcentaje una

mayor seguridad (32%), mejoramiento de las veredas, pavimentos e iluminación con un 28% y la fibra óptica con un 14%.

En la opción “otras”, un 30% de los dueños de los comercios declararon la importancia de obras hidráulicas para el tratamiento de inundaciones. Otro 17,5% estableció menor presión tributaria, y por último, el 15% consideró mejorar los espacios para obtener estacionamientos, que perjudican las cargas de mercaderías.

Esta información recabada se consideró de suma importancia para la gestión del Municipio a fin de realizar las acciones correctivas y poder cumplir con las necesidades de los empresarios.

Propuesta de mejoras para el municipio



Respuestas a la opción "Otras"	
Propuestas de mejoras para el MSM	Porcentaje de respuestas
Obras hidráulicas para el tratamiento de	30,0
Mejor iluminación	5,0
Mayor control de las habilitaciones	5,0
Mayores accesos a la zona	2,5
Arreglo de veredas y calles	2,5
Mayor espacio para estacionamiento	15,0
Mejor suministro de energía eléctrica	5,0
Políticas de cuidado del medio ambiente	7,5
Menor presión tributaria	17,5
Mejoramiento de alumbrado, barrido y limpieza	10,0
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

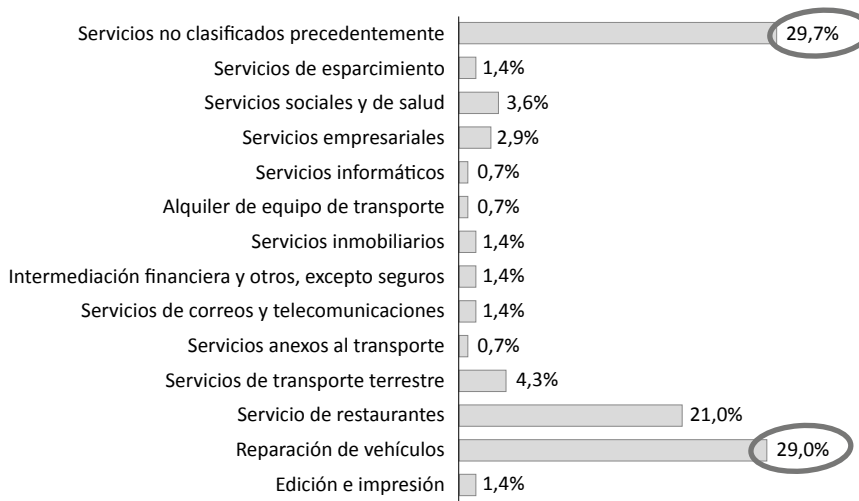
3. SERVICIOS

3.1 Estructura de los Servicios relevados

Dentro del sector de los servicios, es importante mencionar que en el rubro *Servicios no clasificados precedentemente* se consideran todos los servicios que no se encuentran dentro de la tabla del *CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)*, es decir, toda prestación de servicio que no se encuentre en la siguiente gráfica. Dicho rubro es el que registró la mayor participación dentro de la totalidad de los servicios con el 29,7%.

El principal servicio ofrecido dentro de la localidad de Villa Lynch se encuentra contemplado dentro del rubro Reparaciones de vehículos automotores y motocicleta, el mismo registró una participación del 29%, y por último, el rubro de Servicio de Hotelaría y Restaurantes (sólo se contempla el servicio gastronómico donde se incluyen delivery y casa de comidas para llevar) representa el 21% del total de los servicios prestados en la misma.

Cantidad de servicios por rubro en %



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.2 Ubicación de sus clientes

En cuanto al destino de los servicios prestados, más del 50% se dirige a nivel nacional incluyendo el partido de General San Martín. No obstante, el 34,3% de los empresarios de la localidad de Villa Lynch mencionaron que sus demandantes exclusivamente se ubican en el Partido mencionado anteriormente.

Sólo el 0,7% mencionó que sus clientes se ubican dentro del País y en el Mercado Externo.

Destino de ventas	Porcentaje
San Martín	34,3
Resto del país	11,7
San Martín y resto del país	51,1
Mercado externo y Resto del país	0,7
Ns / Nc	2,2
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.3 Personal Ocupado, incluye dueños/socios, personal remunerado y no remunerado

En relación al personal ocupado, analizando los distintos rubros, se observa un gran porcentaje en el denominado *Servicios no clasificados precedentemente* con un 39,3% de participación sobre el total, es importante mencionar que de dicho porcentaje el 32,4% de los empleados tienen domicilio dentro del partido de General San Martín.

Otro de los rubros que denotó mayor cantidad de ocupados es el sector de *Servicios Financieros* con casi el 15%, de los cuales el 88,5% reside dentro del distrito.

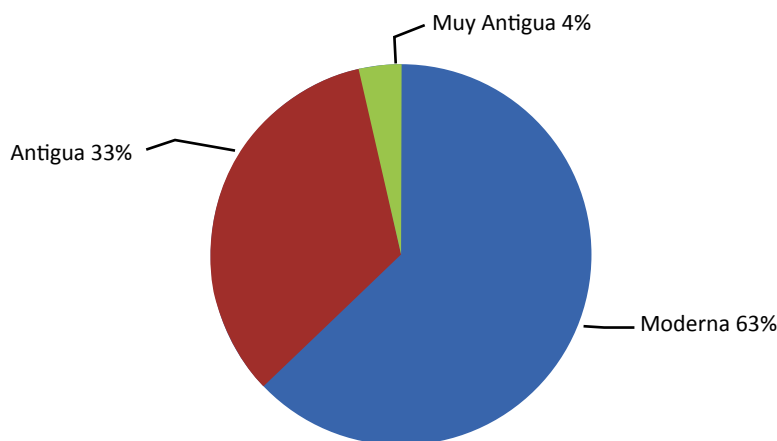
Por último, uno de los rubros más notorios dentro de los servicios prestados en la localidad de Villa Lynch, *Servicios de Reparación de Vehículos*, registró un total de 103 ocupados (11,7%) de los cuales el 54,4% radica dentro del Partido mencionado previamente.

Rubros	Personal Ocupado por rubros en valores absolutos	Participación % del Personal Ocupado por rubros sobre el total	Porcentaje de empleados con domicilio en San Martín
Edición e impresión	7	0,8	0,8
Reparación de vehículos	103	11,7	11,7
Servicio de restaurantes	77	8,8	8,8
Servicios de transporte terrestre	54	6,1	6,1
Servicios anexos al transporte	1	0,1	0,1
Servicios de correos y telecomunicaciones	42	4,8	4,8
Intermediación financiera y otros, excepto seguros	130	14,8	14,8
Servicios inmobiliarios	27	3,1	3,1
Alquiler de equipo de transporte	5	0,6	0,6
Servicios informáticos	10	1,1	1,1
Servicios empresariales	32	3,6	3,6
Servicios sociales y de salud	34	3,9	3,9
Servicios de esparcimiento	12	1,4	1,4
Servicios no clasificados precedentemente	346	39,3	39,3
Total	880	100	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.4 Aspecto del negocio

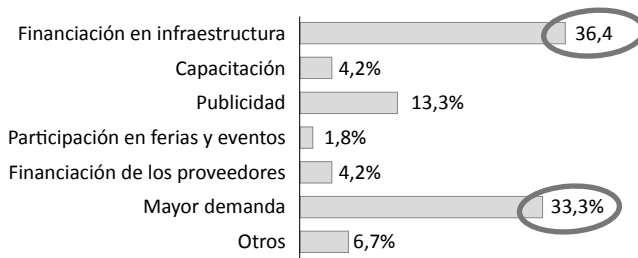
Ante la consulta sobre el aspecto de los negocios, el 63% de los empresarios manifestaron haber realizado arreglos en sus locales en los últimos años a fin de mejorar su aspecto y obtener mayor demanda. Otro 33% sostuvo no haber invertido en mejoras para su negocio. Sólo el 4% mantiene una infraestructura muy antigua.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.5 ¿Qué necesitaría para mejorar su empresa?

En aquellos empresarios que manifestaron no haber realizado mejoras en sus negocios, se le consultó sobre los requerimientos para poder realizarla. El 36,4% de ellos declararon la necesidad de obtener financiamiento para poder invertir para un mejor aspecto en su local, expresando una alta complejidad para el acceso al mismo por no cumplir con los requisitos que solicitan las entidades bancarias, y el 33,3% mencionó la necesidad de contar con un aumento en la demanda que genere mayores ventas.

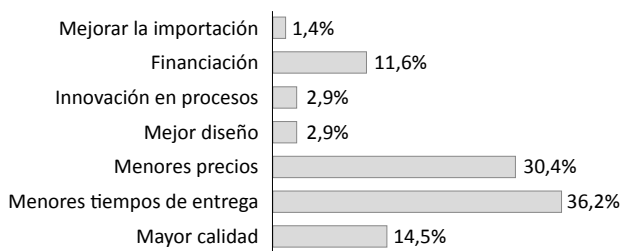


Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.6 Exigencias de los clientes

Respecto a las exigencias por parte de los consumidores, el 65% de los respondientes declararon no haber tenido ningún tipo de solicitud por parte de los clientes.

El 31% de los prestadores de servicios dentro de la localidad de Villa Lynch mencionaron que sí tuvieron que enfrentarse a diversos tipos de exigencias por parte de los clientes, las más representativas se pueden observar en los pedidos de menores tiempos de entrega, menores precios y mayor calidad.



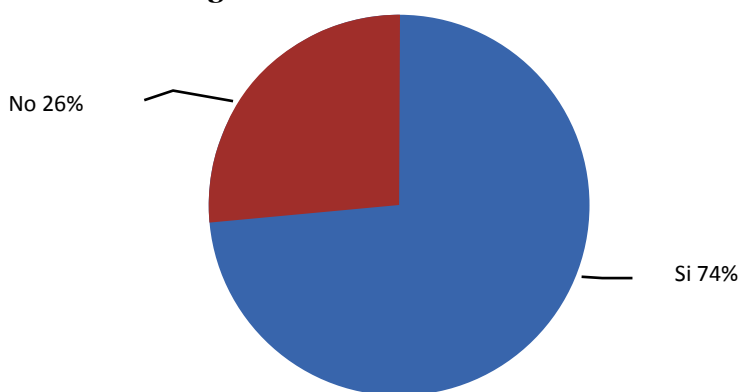
Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.7 Nivel de inversión en los servicios

Respecto al nivel de inversión es importante mencionar el notable porcentaje afirmativo que se observó en la respuesta sobre la realización de alguna inversión en los últimos años. El 74% manifestó haberla realizado, casi el 80% de éstos la ejecutó entre los años 2012-2014.

Las inversiones en el sector servicios estuvieron destinadas a: tener una mejor apariencia del local, mejorar el servicio al cliente, nuevos servicios, entre otras.

¿Realizó alguna inversión en los últimos años?



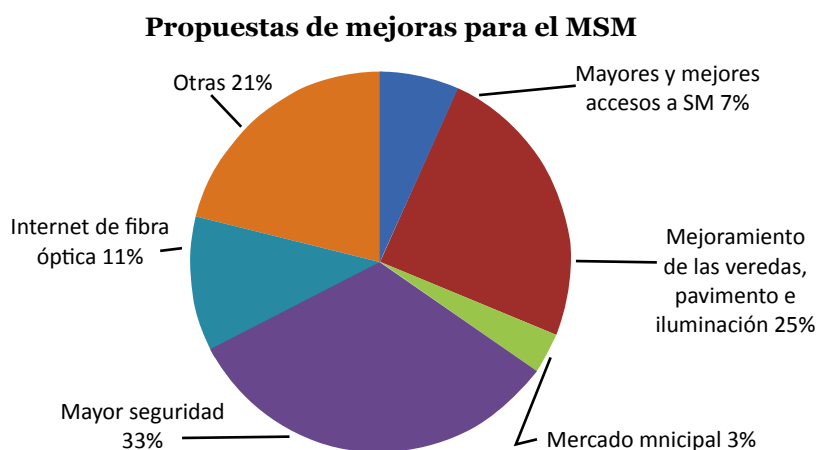
Año de inversión	Porcentaje
2009	3,4
2010	5,7
2011	11,5
2012	14,9
2013	31,0
2014	33,3
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

3.8 Demandas de acciones públicas para los servicios

En cuanto a los resultados sobre las demandas de los empresarios del sector Servicios de acciones públicas para el Municipio de general San Martín no difirieron respecto a los datos extraídos sobre los sectores industriales y comerciales, como se puede observar claramente en la gráfica, el 33% de los empresarios prestadores de servicios requirieron una mayor seguridad, el 25% de ellos solicitaron obras de mejoramiento de veredas, pavimentos e iluminación.

Dentro de las respuestas consideradas "Otras", se manifestó en un 22,4% las obras hidráulicas destinadas al tratamiento de inundaciones, muchas empresas de las que fueron relevadas declararon haberse visto perjudicadas por las mismas. Un 20,4% mencionó la importancia de un mejor servicio de alumbrado, barrido y limpieza en la Localidad de estudio.



Respuestas a la opción "Otras"	
Propuestas de mejoras para el MSM	Porcentaje de respuestas
Obras hidráulicas para el tratamiento de inundaciones	22,4
Mayor espacio para estacionamiento	12,2
Mejor suministro de energía eléctrica	6,1
Aplicación real de los beneficios propuestos por el distrito y más ayuda a desarrollo de pymes	8,2
Mejor distribución de paradas de colectivos	2,0
Políticas de cuidado del medio ambiente	8,2
Menor presión tributaria	18,4
Mejoramiento de alumbrado, barrido y evitar asentamientos	20,4
Total	100

Fuente: elaboración propia en base a datos del Relevamiento Industrial, Comercial y de Servicios en el perímetro delimitado sobre la localidad de Villa Lynch

4. CONCLUSIONES

El resultado obtenido del presente estudio denota que del 57% de los establecimientos que se encuentran activos en la localidad de Villa Lynch, está compuesto en un 43,8% por industrias, 27,9% por servicios y los comercios completan con un 28,3%.

En la representación económica, los datos más relevantes fueron los siguientes:

* Los rubros que se destacan en el sector industrial son, por orden de importancia, el metalmeccánico (27,6%), caucho y plásticos (15,4%) y textil (12,6%).

La ubicación de sus clientes pondera dentro del País incluyendo al Partido de San Martín. Existe un bajo porcentaje de empresas que realizan exportaciones, siendo su principal exportador Chile y Brasil.

El 71% de la empresas utilizan insumos de origen Nacional, solo el 21% de las mismas importan materias primas provenientes en su mayoría de Brasil y China.

En cuanto al aspecto tecnológico de las industrias, el 67% de los empresarios manifiestan tener un nivel medio. El 70% de ellos, también mencionaron no tener necesidad de personal calificado ya que disponen de ellos y por último, es importante declarar que el 77% de los industriales han realizado inversiones en los últimos años.

* Dentro de los comercios preponderan aquellos de venta minorista con el 58,4% del total encuestado. Denotan sus compras de productos que luego revenden en un 83% a San Martín y resto del país. Alrededor del 15% importa sus productos, siendo el país más significativo China y los productos principales que importan son: artículos de ferretería, artículos médicos, materiales eléctricos y juguetes.

Sus ventas están destinadas en un 51,8% a nivel Nacional incluyendo San Martín. El 90,7% de los comercios han realizado algún tipo de inversión en los últimos años, declarando como principal motivo a la apariencia del local, a mejorar el servicio al cliente y aumentar la variedad de los productos a ofrecer.

* Los principales servicios ofrecidos en la Localidad bajo estudio es: Reparación de vehículos y motocicletas (29%), Mantenimiento de reparación de maquinarias y herramientas de las industrias (se considera dentro de Servicios no Clasificados Precedentemente, 29,7%), y por ultimo Servicios Gastronómicos (incluye delivery, y casa de comidas para llevar), 21%. El 63% de los empresarios prestadores de servicios declararon disponer de un aspecto moderno en sus negocios, esto se refleja en el 74% de las empresas que manifestaron haber realizado algún tipo de inversión en los últimos años, cabe destacar, que entre los años 2012-2014 se declararon los mayores porcentajes en la realización de las mismas con casi el 79,3%.

Por otro lado, en dicho relevamiento también se consultó sobre las principales políticas públicas demandas por los empresarios de la Localidad de Villa Lynch. Tras los resultados de las mismas, no se encontró disparidad entre los distintos sectores analizados, en materia de importancia, las principales propuestas establecidas fueron las siguientes:

- * Mayor seguridad
- * Mejoramiento de las veredas, pavimentos e iluminación
- * Internet de fibra óptica
- * Obras hidráulicas para el tratamiento de inundaciones
- * Menor presión tributaria

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RELEVAMIENTO INDUSTRIAL, COMERCIAL Y DE SERVICIOS DE VILLA LYNCH (Municipalidad de General San Martín / Universidad Nacional de San Martín).

Aportes bibliográficos para el análisis de dicho estudio:

Análisis de competitividad de San Martín en relación con la región del Conurbano Noroeste de la provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires”. CIME-EEyN-UNSAM, Centro de Investigación y Medición Económica, Escuela de Economía y Negocios Universidad Nacional de San Martín.

Entramado Productivo del Partido de General San Martín. CIME-EEyN-UNSAM, Centro de Investigación y Medición Económica, Escuela de Economía y Negocios Universidad Nacional de San Martín.

INDEC- Instituto Nacional de estadísticas y Censo - www.indec.gov.ar

Municipalidad de General San Martín: Sitio web oficial www.sanmartin.gov.ar

CURRICULUM VITAE

Enrique Déntice

Maestrando en Desarrollo Económico Local, UNSAM-UAM (Universidad Autónoma de Madrid). Coordinador CIME. Asesor externo Banco Mundial y Banco Interamericano de Desarrollo. Profesor concursado de Análisis Económico Aplicado, EEyN-UNSAM.

enrique.dentice@unsam.edu.ar

Valeria Tomasini

Lic. en Administración y Gestión Empresarial, EEEyN-UNSAM. Investigadora CIME-EEyN-UNSAM. Coordinadora de los Estudios de Impacto Socioeconómico y ambiental a grandes superficies comerciales), Ley provincial 12.573. Docente de Administración, EEEyN-UNSAM.

valeria.tomasini@unsam.edu.ar

ANEXO

 San Martín	 UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN	CIME CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN ECONÓMICA	ESCUELA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
<h2>RELEVAMIENTO A INDUSTRIAS COMERCIOS Y SERVICIOS</h2>			
CARÁCTER ESTRICTAMENTE CONFIDENCIAL Y RESERVADO (Ley 17.622, art. 10)			
<p>Artículo 10°: Las informaciones que se suministran a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente Ley, serán estrictamente secretas y sólo se utilizarán con fines estadísticos. Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente en compilaciones de conjunto, de modo de que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieren. Quedan exceptuados del secreto estadístico los siguientes datos del registro: nombre y apellido o razón social, domicilio y rama de actividad.</p> <p>(Este art. no sólo protege la confidencialidad de la información en el ámbito privado, sino que impide también el uso de la información individual por parte de los organismos públicos de fiscalización y control, municipales, provinciales y nacionales)</p>			
DATOS DE LA EMPRESA I D			
Razón Social:			
Nombre de fantasía:			
N° de Calle: Nombre de Calle: N° de puerta: N° de piso:			
N° de of.: Localidad: CP:			
CUIT:			
Rubro principal de la empresa:			
Rubro secundario:			
Sitio web de la empresa:			
DATOS DEL ENTREVISTADO			
Nombre y apellido: Cargo:			
E-mail: N° de teléfono:			
.....			
N° de encuesta: <input type="text"/>		RAZONES POR LAS CUALES NO SE REALIZÓ LA ENCUESTA	
Encuestador: <input type="text"/>		Cerrado permanentemente por cese de actividades.....	
Fecha: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>		No quiere contestar.....	
Encuesta completa: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Otros.....¿Cuáles?.....	
Contacto: Coordinador Lic. Enrique Déntice Lic. Valeria Tomasini/Fabiana Martínez Medina CIME-UNSAM Tel.: 4580-7250 int. 133/139 E-mail: cime@unsam.edu.ar		USO INTERNO	
		Fue supervisado por: _____	
		Fecha: _____	
		Observaciones _____ _____	

FORMULARIO PARA INDUSTRIAS

1. ¿Desde qué año funciona esta industria/taller en esta dirección?

2. Según el volumen aproximado de producción por año ¿Cuáles son los tres principales productos que se elaboran en esta industria/taller?

	Producto	Volumen aprox de producción por año	Volumen aprox de producción por año	Materia prima básica del producto	% que se utiliza en la producción Origen	Origen
Principal Producto						
Segundo Producto						
Tercer Producto						

3. Sus clientes ¿dónde están ubicados? ¿En el partido de San Martín, en el resto de Buenos Aires/país, o en el exterior?- Registrar en % - (La suma debe dar 100%).

San Martín	<input type="text"/>
Mercado Interno	<input type="text"/>
Mercado Externo	<input type="text"/>

En caso de exportar:

¿Hacia
dónde?

.....

4. Los productos que se elaboran en esta industria, ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

Certificaciones	Si	No	En proceso
ISO			
Otras			

En caso de tener una certificación ISO o en proceso:

¿Cuál es?

En caso de tener alguna otra certificación o en proceso:

¿Cuál es?

5. ¿Cómo considera el nivel tecnológico de su empresa?

Alta	<input type="checkbox"/>	Por qué? →	Producto muy sofisticado	<input type="checkbox"/>	Personal altamente capacitado	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>	Por qué? →	Producto / Proceso	<input type="checkbox"/>	No posee última tecnología	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>	Por qué? →	Equipamiento muy antiguo	<input type="checkbox"/>	Producto muy Simple	<input type="checkbox"/>

6. ¿Pertenece a alguna cámara empresarial?

Unión Industrial de San Martín	<input type="checkbox"/>
Cámara Empresaria de San Martín	<input type="checkbox"/>
Liga de Comercio y la Industria de San Martín	<input type="checkbox"/>
APyME	<input type="checkbox"/>
Consortios de exportación	<input type="checkbox"/>
CEDITEC (Cámara de empresarios del Distrito Tecnológico)	<input type="checkbox"/>

Si se halla en otra:

¿Cuál?

7. ¿Cuántas personas están ocupadas en esta industria? (Incluye dueño/socios, personal remunerado y no remunerado).

¿Qué cantidad de su personal tienen domicilio en el Partido San Martín?

8. ¿Tiene personal calificado?

Si No

¿Cuántos?.....

¿En qué áreas?.....

9. ¿Tiene necesidad de personal calificado?

Si No

¿En qué áreas?.....

10. ¿Conoce el régimen Prácticas Profesionalizantes de los alumnos de 7mo año de las Escuelas Técnicas y las orientaciones que brindan las otras escuelas del Partido?

Si No

11. ¿Le interesaría tener alumnos de 7mo año de Escuelas Técnicas para que ellos desarrollen sus prácticas en su industria?

Si No

12. ¿Le interesaría tener contacto con las Escuelas Técnicas?

Si No

13. ¿Realizó alguna inversión en los últimos 5 años?

Si No

Pase a la pregunta 17

14. ¿En qué año?

15. ¿En qué áreas?

Maquinaria	<input type="checkbox"/>
Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Capacitación	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Otros: ¿Cuáles?.....

16. ¿Cómo fueron financiadas las inversiones?-La suma debe dar 100%.

Recursos propios	<input type="text"/>	%
Programas Públicos (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?.....
Financiamiento de bancos %	<input type="text"/>	%
Financiamiento de proveedores	<input type="text"/>	%
Financiamiento de clientes	<input type="text"/>	%
Otros (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?.....

17. ¿De no haber invertido durante los últimos 5 años, cuáles fueron los motivos?

Falta de disponibilidad de fondos propios	<input type="text"/>	→ a Preg 18
Rechazo de financiación de bancos	<input type="text"/>	
Falta de programas públicos	<input type="text"/>	
No creyó necesaria la inversión	<input type="text"/>	
El nivel de demanda no lo justifica	<input type="text"/>	
Incertidumbre con respecto a la evolución de la situación económica	<input type="text"/>	

Otros:
¿Cuáles?.....
.....

Solo los que mencionaron en Preg 17 “rechazo de financiación de bancos” realizar preg 18, resto a Preg.19

18. ¿Cuáles fueron los motivos del rechazo de financiación?

.....
.....
.....
.....

19. ¿Se ha asociado con otras empresas en proyectos conjuntos?

Si No

20. ¿Ha obtenido asesoramiento de algún ente público?

Si No

¿Cuál?.....
.....

21. ¿Qué le demandaría a la Municipalidad de San Martín?

Mayor seguridad	<input type="checkbox"/>
Mayores y mejores accesos a San Martín	<input type="checkbox"/>
Parque Industrial	<input type="checkbox"/>
Internet de fibra óptica	<input type="checkbox"/>
Mejora en la recolección de residuos	<input type="checkbox"/>

Otras áreas, ¿Cuáles?.....

22. ¿En qué áreas la Universidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

.....
.....
.....
.....

23. ¿Ha realizado actividades de Vinculación Tecnológica con Entidades de Investigación?

Si No

24. ¿Tiene un área de I+D?

Si No

25. ¿Realiza investigaciones de Investigación y Desarrollo (I+D)?

Si No

26. ¿A qué nivel?

a) A nivel de producto

b) A nivel de proceso

27. ¿Conoce la oferta de servicios de los Centros de I+D del Estado? (Universidad de San Martín, INTI, CNEA, CIC, etc.).

Si

No

Distrito Tecnológico San Martín – DTSM

28. ¿Posee información del DTSM, que recientemente fue creado por el Municipio en la zona de Villa Lynch?

Si

No

Pase a la pregunta 30

29. ¿Conoce los beneficios de estar en esa zona?

Si

No

¿Qué mejoras propondría para la zona?

.....
.....

30. ¿Qué servicios utiliza de Internet?

Correo Electrónico

Compras

Home Banking

Google Maps

Facebook

Twitter

Linkedin

¿Cuál es su proveedor de internet?

.....

32. ¿Utiliza Smartphone?

Si

No

FORMULARIO PARA COMERCIOS

1. ¿Desde qué año funciona este comercio/local en esta dirección?

2. Según el volumen aproximado de ventas por año ¿Cuáles son los tres principales productos que se comercializa en este comercio/local?

	Producto	% del total de ventas
Principal Producto		
Segundo Producto		
Tercer Producto		

3. ¿En dónde compra los productos que luego revende? En el partido de San Martín, en el resto de Bs.As/país, o en el exterior?- Registrar en %, la suma debe dar 100%

San Martín	<input type="text"/>
Mercado Interno	<input type="text"/>
Mercado Externo	<input type="text"/>

En caso de ser importado:

¿Cuál es el origen?.....

4. Sus clientes ¿dónde están ubicados? En el partido de San Martín, en el resto de Buenos Aires/país, o en el exterior? Registrar en %, la suma debe dar 100%

San Martín	<input type="text"/>
Mercado Interno	<input type="text"/>
Mercado Externo	<input type="text"/>

En caso de exportar:

¿Hacia dónde?.....

5. Los productos que se comercializan en este local, ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

Certificaciones	Si	No	En proceso
ISO			
Otras			

En caso de tener una certificación ISO o en proceso:

¿Cuál es?

.....

En caso de tener alguna otra certificación o en proceso:

¿Cuál es?

.....

6. ¿Cómo calificaría el aspecto de su negocio?

Moderna	<input type="text"/>
Antigua	<input type="text"/>
Muy Antigua	<input type="text"/>

7. ¿Cuánto tiempo hace que no realiza mejoras?

Años de Antigüedad

8. ¿Qué necesitaría para mejorar su comercio?

Financiación en infraestructura	<input type="text"/>	
Capacitación	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Publicidad	<input type="text"/>	¿En dónde?
Participación en ferias y eventos	<input type="text"/>	¿En cuales?
Asociación con otros comercios	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Financiación de los proveedores	<input type="text"/>	¿En qué forma?
Mayor demanda	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Otros	<input type="text"/>	¿En qué áreas?

9. ¿Pertenece a alguna cámara empresarial?

Unión Industrial de San Martín	<input type="text"/>
Cámara Empresaria de San Martín	<input type="text"/>
Liga de Comercio y la Industria de San Martín	<input type="text"/>
APyME	<input type="text"/>

Si se halla en otra:

¿Cuál?.....

10. ¿Cuántas personas están ocupadas en este comercio?(Incluye dueño/socios, personal ocupado remunerado y no remunerado).

¿Qué cantidad de su personal tienen su domicilio en el Partido de San Martín?

11. ¿Tiene personal calificado?

Si No

¿Cuántos?.....

¿En qué áreas?.....

12. ¿Tiene necesidad de personal calificado?

Si No

13. ¿Ha tenido mayores exigencias de sus clientes?

Si No

Pase a la pregunta 15

14. ¿Cuáles?

Mayor calidad

Menores tiempos de entrega

Menores precios

Mejor diseño

Innovación en procesos

Financiación

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

Otras:

.....

15. ¿Realizó alguna inversión en los últimos 5 años?

Si No

Pase a la pregunta 19

16. ¿En qué año?

17. ¿Cómo fueron financiadas las inversiones?-La suma debe dar 100%.

Recursos propios	<input type="text"/>	%
Programas Públicos (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?.....
Financiamiento de bancos	<input type="text"/>	%
Financiamiento de proveedores	<input type="text"/>	%
Financiamiento de clientes	<input type="text"/>	%
Otros (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?.....

18. ¿Cuál fue el principal propósito de sus inversiones? SOLO UNA RESPUESTA

Medio ambiente	<input type="text"/>
Nuevos productos	<input type="text"/>
Financiación de clientes	<input type="text"/>
Incremento del stock	<input type="text"/>
Servicio al cliente	<input type="text"/>
Apariencia del local	<input type="text"/>
Capacitación	<input type="text"/>

Otros:

(Una vez contestada pase a la pregunta 21)

19. ¿De no haber invertido durante los últimos cinco años, cuáles fueron los motivos?

Falta de disponibilidad de fondos propios	<input type="text"/>	→ a Preg 20
Rechazo de financiación de bancos	<input type="text"/>	
Falta de programas públicos	<input type="text"/>	
No creyó necesaria la inversión	<input type="text"/>	
El nivel de demanda no lo justifica	<input type="text"/>	
Incertidumbre con respecto a la evolución de la situación económica	<input type="text"/>	

Otros: ¿Cuáles?.....

Solo los que mencionaron en Preg 19 “rechazo de financiación de bancos” realizar preg 20, resto a Preg.21

20. ¿Cuáles fueron los motivos del rechazo de financiación?

.....
.....

21. ¿Se ha asociado con otros comercios en proyectos conjuntos?

Si No

22. ¿Ha obtenido asesoramiento de algún ente público?

Si No

¿Cuál?.....

23. ¿Qué le demandaría a la Municipalidad de San Martín?

Mayores y mejores accesos a San Martín

Mejoramiento de las veredas, pavimento e iluminación

Mercado Municipal

Mayor seguridad

Internet de fibra óptica

Otras Áreas,

¿Cuáles?.....

24. ¿En qué áreas la Universidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

.....
.....
.....
.....

25. ¿Qué servicios utiliza de Internet?

Correo Electrónico	<input type="checkbox"/>
Compras	<input type="checkbox"/>
Home Banking	<input type="checkbox"/>
Google Maps	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>
Linkedin	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es su proveedor de internet?

.....

26. ¿Utiliza Smartphone?

Si No

FORMULARIO PARA SERVICIOS

1. ¿Desde qué año funciona esta empresa/local en esta dirección?

2. Según el volumen aproximado de ventas por año ¿Cuáles son los dos principales servicios que se ofrecen en este negocio/local?

	Producto	% del total de ventas
Principal Producto		
Segundo Producto		
Tercer Producto		

3. ¿Terceriza servicios?

Si

No

4. Sus clientes ¿dónde están ubicados? ¿En el partido de San Martín, en el resto de Buenos Aires/país, o en el exterior? Registrar en %, la suma debe dar 100%

San Martín

Mercado Interno

Mercado Externo

En caso de exportar:

¿Hacia

dónde?

5. Los servicios que se ofrecen en este local, ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

Certificaciones	Si	No	En proceso
ISO			
Otras			

En caso de tener una certificación ISO o en proceso:

¿Cuál es?

En caso de tener alguna otra certificación o en proceso:

¿Cuál es?

6. ¿Cómo calificaría el aspecto de su negocio?

Moderna	<input type="text"/>
Antigua	<input type="text"/>
Muy Antigua	<input type="text"/>

7. ¿Cuánto tiempo hace que no realiza mejoras?

Años de Antigüedad

8. ¿Qué necesitaría para mejorar su empresa?

Financiación en infraestructura	<input type="text"/>	
Capacitación	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Publicidad	<input type="text"/>	¿En dónde?
Participación en ferias y eventos	<input type="text"/>	¿En cuales?
Asociación con otros comercios	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Financiación de los proveedores	<input type="text"/>	¿En qué forma?
Mayor demanda	<input type="text"/>	¿En qué áreas?
Otros	<input type="text"/>	¿En qué áreas?

9. ¿Pertenece a alguna cámara empresarial?

Unión Industrial de San Martín	<input type="text"/>
Cámara Empresaria de San Martín	<input type="text"/>
Liga de Comercio y la Industria de San Martín	<input type="text"/>
APyME	<input type="text"/>

Si se halla en otra: ¿Cuál?.....

10. ¿Cuántas personas están ocupadas en esta empresa? (Incluye dueño/socios, personal remunerado y no remunerado).

¿Qué cantidad de su personal tienen domicilio en el Partido de San Martín?

11. ¿Tiene personal calificado?

¿Cuántos?..... ¿En qué áreas?.....

12. ¿Tiene necesidad de personal calificado?

¿En qué áreas?

.....

13. ¿Ha tenido mayores exigencias de sus clientes?

Si No Pase a pregunta 17

14. ¿Cuáles?

Mayor calidad

Menores tiempos de entrega

Menores precios

Mejor diseño

Innovación en procesos

Financiación

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Otras:

.....

.....

15. ¿Realizó alguna inversión en los últimos 5 años?

Si No Pase a pregunta 19

16. ¿En qué año?

17. ¿Cómo fueron financiadas las inversiones? - La suma debe dar 100%.

Recursos propios		%
Programas Públicos (especificar)		% ¿Cuáles?
Financiamiento de bancos		%
Financiamiento de proveedores		%
Financiamiento de clientes		%
Otros (especificar)		% ¿Cuáles?

18. ¿Cuál fue el principal propósito de sus inversiones? SOLO UNA RESPUESTA

Medio ambiente	
Nuevos servicios	
Financiación de clientes	
Mejoras en las instalaciones	
Mayor servicio al cliente	
Apariencia del local	
Capacitación	

Otros:

(Una vez contestada pase a la pregunta 21)

19. ¿De no haber invertido durante el último año, cuáles fueron los motivos?

Falta de disponibilidad de fondos propios	
Rechazo de financiación de bancos	
Falta de programas públicos	
No creyó necesaria la inversión	
El nivel de demanda no lo justifica	
Incertidumbre con respecto a la evolución de la situación económica	

Otros: ¿Cuáles?.....

Solo los que mencionaron en Preg 19 "rechazo de financiación de bancos" realizar Preg. 20, resto a Preg.21

20. ¿cuáles fueron los motivos de ese rechazo de financiación?

20. ¿Cuáles fueron los motivos del rechazo de financiación?

.....
.....

21. ¿Se ha asociado con otras empresas en proyectos conjuntos?

Si No

22. ¿Ha obtenido asesoramiento de algún ente público?

¿Cuál?.....

23. ¿En qué áreas la Municipalidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

Mayores y mejores accesos a San Martín	<input type="checkbox"/>
Mejoramiento de las veredas, pavimento e iluminación	<input type="checkbox"/>
Mercado Municipal	<input type="checkbox"/>
Mayor seguridad	<input type="checkbox"/>
Internet de fibra óptica	<input type="checkbox"/>

Otras áreas,

¿Cuáles?

.....

24. ¿En qué áreas la Universidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

.....
.....

.....
.....

.....
.....

25. ¿Qué servicios utiliza de Internet?

Correo Electrónico	<input type="checkbox"/>
Compras	<input type="checkbox"/>
Home Banking	<input type="checkbox"/>
Google Maps	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>
Linkedin	<input type="checkbox"/>

26. ¿Cuál es su proveedor de internet?

.....

27. ¿Utiliza Smartphone?

Si No

FORMULARIO PARA SERVICIOS

1. ¿Desde qué año funciona esta empresa/local en esta dirección?

2. Según el volumen aproximado de ventas por año ¿Cuáles son los dos principales servicios que se ofrecen en este negocio/local?

	Servicio	% del total de ventas
Principal Servicio		
Segundo Servicio		

3. ¿Terceriza servicios?

Si No

4. Sus clientes ¿dónde están ubicados? ¿En el partido de San Martín, en el resto de Buenos Aires/país, o en el exterior? Registrar en %, la suma debe dar 100%

San Martín	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
Mercado Interno	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
Mercado Externo	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>

En caso de exportar:

¿Hacia dónde?.....
.....

5. Los servicios que se ofrecen en este local, ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

Certificaciones	Si	No	En proceso
ISO			
Otras			

En caso de tener una certificación ISO o en proceso:

¿Cuál es?.....
.....

En caso de tener alguna otra certificación o en proceso:

¿Cuál es?.....
.....

6. ¿Cómo calificaría el aspecto de su negocio?

Moderna	<input type="checkbox"/>
Antigua	<input type="checkbox"/>
Muy Antigua	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuánto tiempo hace que no realiza mejoras?

Años de antigüedad

8. ¿Qué necesitaría para mejorar su empresa?

Financiación en infraestructura	<input type="checkbox"/>	
Capacitación	<input type="checkbox"/>	¿En qué áreas?
Publicidad	<input type="checkbox"/>	¿En dónde?
Participación en ferias y eventos	<input type="checkbox"/>	¿En cuales?
Asociación con otros comercios	<input type="checkbox"/>	¿En qué áreas?
Financiación de los proveedores	<input type="checkbox"/>	¿En qué forma?
Mayor demanda	<input type="checkbox"/>	¿En qué áreas?
Otros	<input type="checkbox"/>	¿En qué áreas?

9. ¿Pertenece a alguna cámara empresarial?

Unión Industrial de San Martín	<input type="checkbox"/>
Cámara Empresaria de San Martín	<input type="checkbox"/>
Liga de Comercio y la Industria de San Martín	<input type="checkbox"/>
APyME	<input type="checkbox"/>

Si se halla en otra: ¿Cuál?.....

10. ¿Cuántas personas están ocupadas en esta empresa? (Incluye dueño/socios, personal remunerado y no remunerado).

¿Qué cantidad de su personal tienen domicilio en el Partido de San Martín?

11. ¿Tiene personal calificado?

Si

No

¿Cuántos?..... ¿En qué áreas?.....

12. ¿Tiene necesidad de personal calificado?

Si

No

¿En qué áreas?
.....

13. ¿Ha tenido mayores exigencias de sus clientes?

Si

No

Pase a la pregunta 17

14. ¿Cuáles?

Mayor calidad

Menores tiempos de entrega

Menores precios

Mejor diseño

Innovación en procesos

Financiación

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Otras:

15. ¿Realizó alguna inversión en los últimos 5 años?

Si No

16. ¿En qué año?

17. ¿Cómo fueron financiadas las inversiones? - La suma debe dar 100%.

Recursos propios	<input type="text"/>	%
Programas Públicos (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?
Financiamiento de bancos	<input type="text"/>	%
Financiamiento de proveedores	<input type="text"/>	%
Financiamiento de clientes	<input type="text"/>	%
Otros (especificar)	<input type="text"/>	% ¿Cuáles?

18. ¿Cuál fue el principal propósito de sus inversiones? SOLO UNA RESPUESTA

Medio ambiente	<input type="checkbox"/>
Nuevos servicios	<input type="checkbox"/>
Financiación de clientes	<input type="checkbox"/>
Mejoras en las instalaciones	<input type="checkbox"/>
Mayor servicio al cliente	<input type="checkbox"/>
Apariencia del local	<input type="checkbox"/>
Capacitación	<input type="checkbox"/>

Otros:

.....

(Una vez contestada pase a la pregunta 21)

19. ¿De no haber invertido durante el último año, cuáles fueron los motivos?

Falta de disponibilidad de fondos propios

Rechazo de financiación de bancos

Falta de programas públicos

No creyó necesaria la inversión

El nivel de demanda no lo justifica

Incertidumbre con respecto a la evolución de la situación económica

Otros: ¿Cuáles?

Solo los que mencionaron en Preg 19 "rechazo de financiación de bancos" realizar Preg. 20, resto a Preg.21

20. ¿cuáles fueron los motivos de ese rechazo de financiación?

.....
.....

21. ¿Se ha asociado con otras empresas en proyectos conjuntos?

Si No

22. ¿Ha obtenido asesoramiento de algún ente público?

Si No

¿Cuál?.....

.....

23. ¿En qué áreas la Municipalidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

Mayores y mejores accesos a San Martín

Mejoramiento de las veredas, pavimento e iluminación

Mercado Municipal

Mayor seguridad

Internet de fibra óptica

Otras áreas,

¿Cuáles?.....
.....

24. ¿En qué áreas la Universidad de San Martín podría apoyar sus actividades?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

25. ¿Qué servicios utiliza de Internet?

Correo Electrónico

Compras

Home Banking

Google Maps

Facebook

Twitter

Linkedin

26. ¿Cuál es su proveedor de internet?

27. ¿Utiliza Smartphone?

Si

No