

PLAN ESTRATÉGICO

SECTOR GRÁFICO DE MENDOZA

Mendoza
Marzo de 2006



Por qué un Plan Estratégico

FRENTE A LOS INTERROGANTES

- ¿Cuál es nuestra razón de ser?
- ¿Dónde nos encontramos?
- ¿Dónde queremos llegar?
- ¿Qué tenemos que hacer?



UN PLAN ESTRATÉGICO, A TRAVÉS DEL ANÁLISIS SISTEMÁTICO, NOS BRINDA:



- Misión
- Visión compartida de futuro
- Un buen diagnóstico
- Objetivos estratégicos priorizados

Objetivo del Plan Estratégico

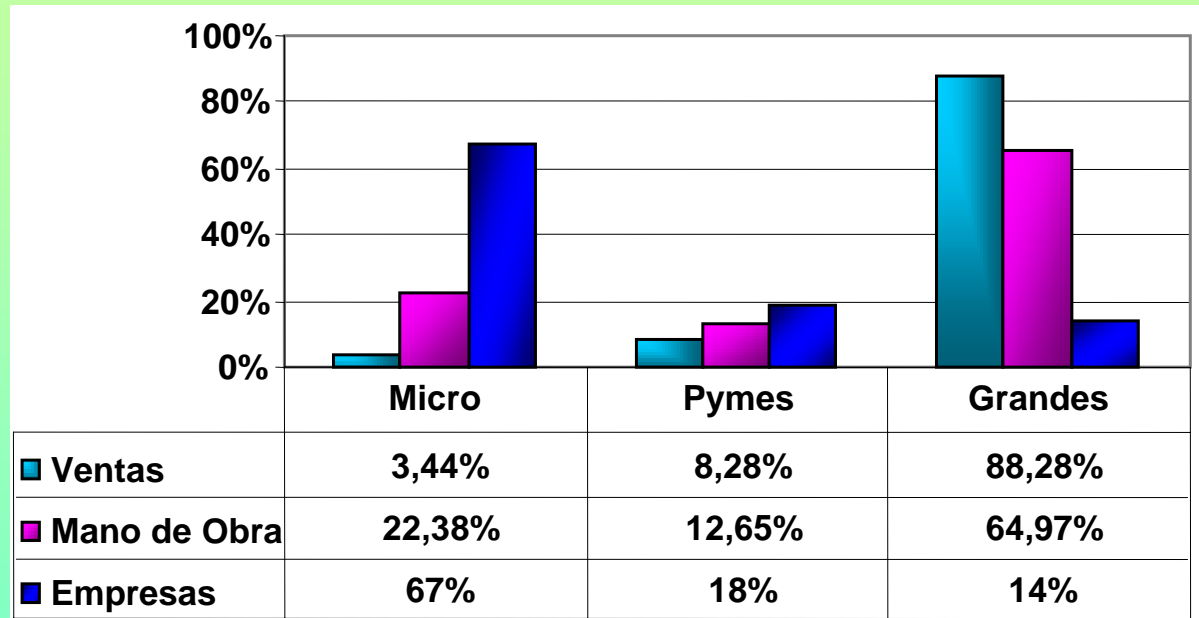
Promover el desarrollo del Sector Gráfico a partir de una política industrial y sectorial concertada con el ámbito privado, cuyo propósito central sea alcanzar el incremento de la competitividad de la industria gráfica local, expresado en una mejora sostenida de su productividad, la generación de empleo productivo y sostenible y la incorporación e innovación tecnológicas.

Algunas cifras del Sector Gráfico

CONCEPTO	Estimado (2005)
Número de empresas 	300 Empresas
Empleados 	2.200 Personas
Facturación 	120 M / año

Sector Gráfico de Mendoza

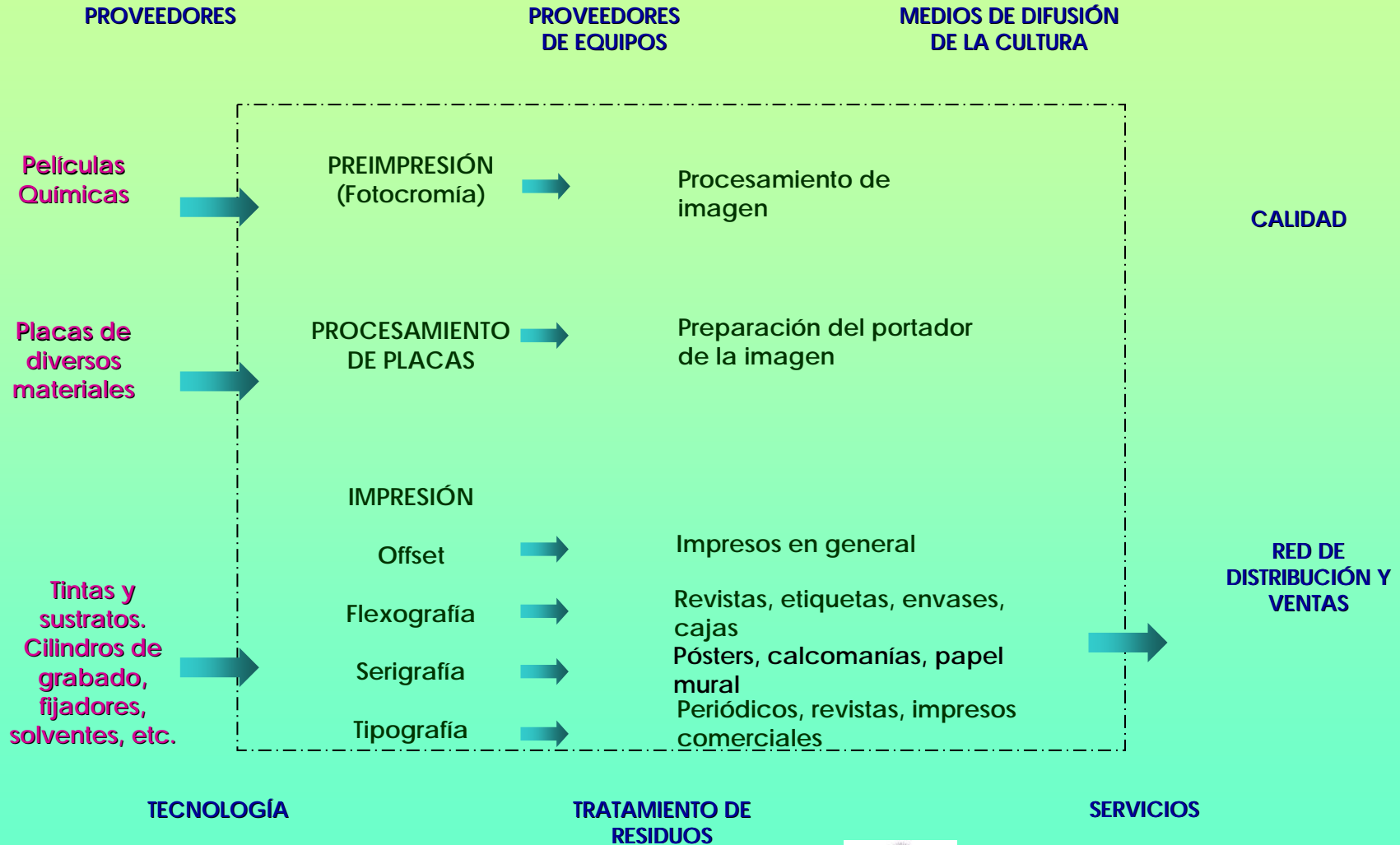
Caracterización según tamaño de empresas



Fuente: Elaboración IDITS, en base al CIP 2003

Sector Gráfico de Mendoza

Caracterización de la Cadena Productiva



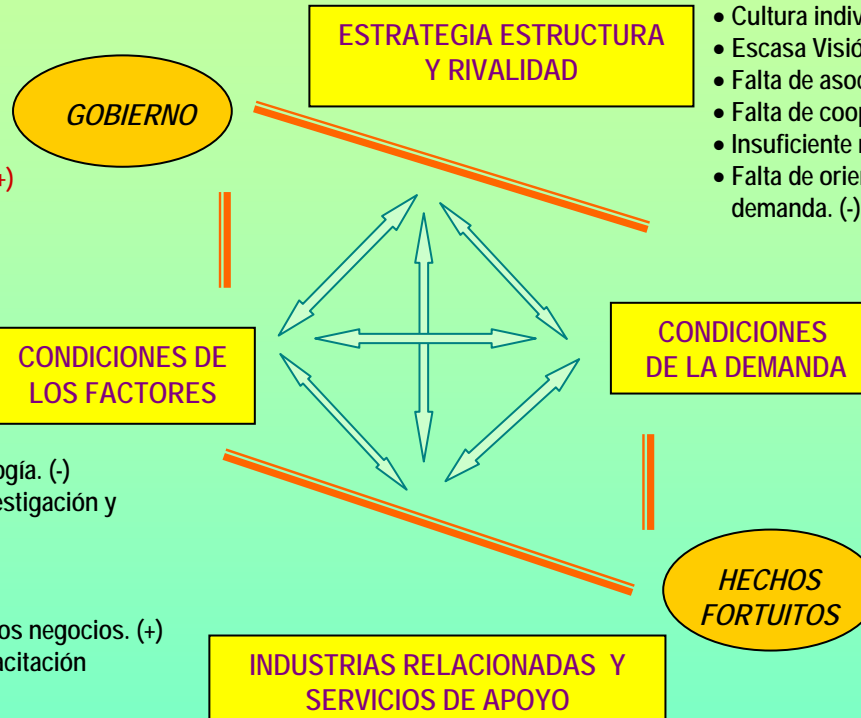
Sector Gráfico de Mendoza

Diamante de Factores Competitivos



CAMARA DE INDUSTRIALES GRAFICOS DE MENDOZA

- Inseguridad jurídica y económica. (-)
- Escaso direccionamiento de líneas de financiamiento. (-)
- Ausencia de política sectorial. (-)
- Incentivo a la investigación sectorial. (+)



- Empresas con mentalidad familiar. (-)
- Enfoque exclusivo al mercado interno. (-)
- Elevada Rivalidad. (+) Rivalidad mal concebida (-)
- Cultura individualista. (-)
- Escasa Visión Estratégica. (-)
- Falta de asociación e integración. (-)
- Falta de cooperación en las relaciones empleado-patrón. (-)
- Insuficiente nivel de capacitación a nivel operario. (-)
- Falta de orientación a la producción en función de la demanda. (-)

- Etiquetas para vinos finos: demanda sofisticada. (+)
- Falta de sofisticación en el resto de los segmentos de demanda. (-)
- Falta de organización formal en la actividad editorial. (-)
- Necesidad de expresión y de contenidos locales. (+)

- Limitaciones en el acceso a la tecnología. (-)
- Falta articulación con sistema de investigación y desarrollo. (-)
- Oferta crediticia limitada. (-)
- Alto costo de financiamiento. (-)
- Infraestructura para el desarrollo de los negocios. (+)
- Falta de Recursos Humanos con capacitación específica. (-)

- Escasez de proveedores locales. (-)
- Calidad de los proveedores. (+)
- Importante cantidad de materia prima e insumos importados. (-)
- Falta de integración a la agroindustria. (-)
- Falta de proveedores de tecnología. (-)
- Dificultades para la adquisición de repuestos. (-)
- Variada oferta de insumos en función de la demanda del mercado(+)

HECHOS FORTUITOS

Visión del Sector Gráfico de Mendoza

VISIÓN

Liderar el mercado local, con proyección en la Región, asegurando productos y servicios de calidad y asistiendo eficientemente a todas las demandas que la industria y el comercio necesitan del Sector.



Misión del Sector Gráfico

MISIÓN

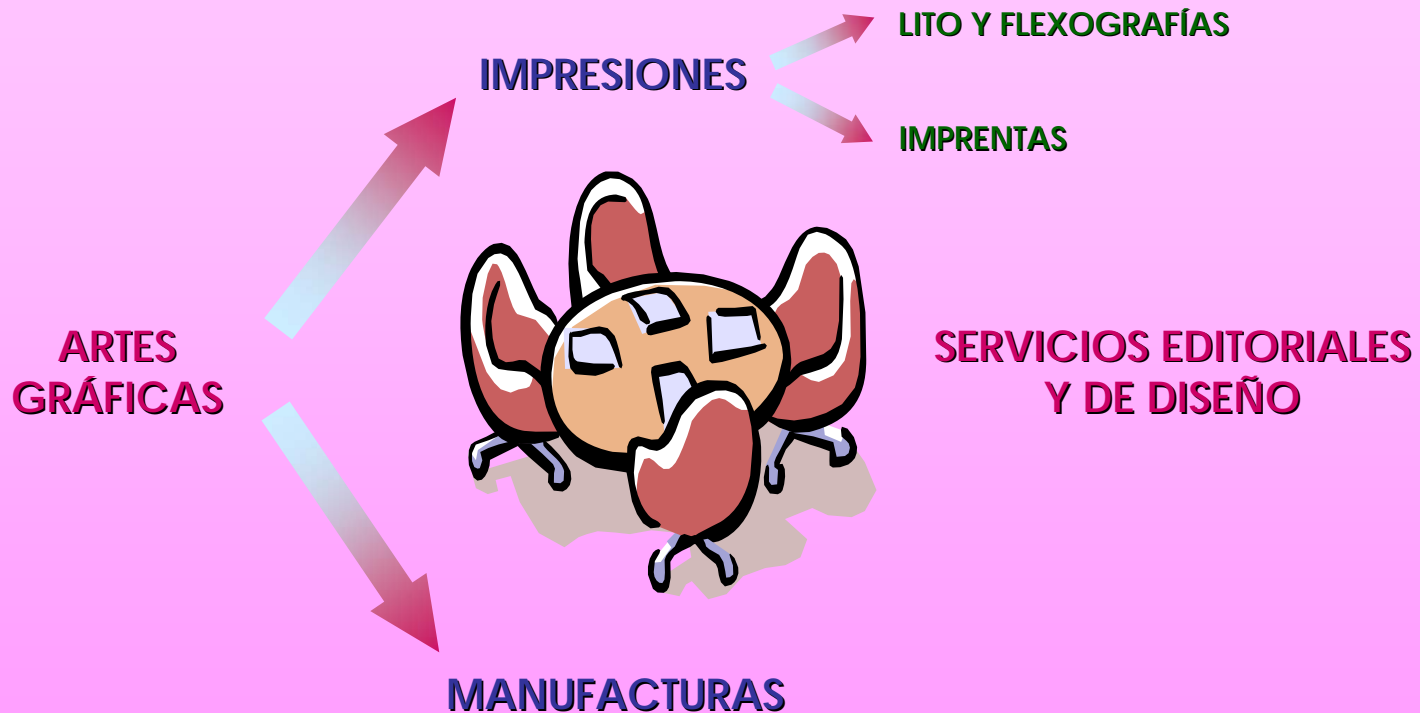
Contribuir eficientemente con las cadenas productivas de Mendoza favoreciendo la imagen y la promoción de los productos de la industria y el comercio.

Facilitar la difusión de la cultura y la comunicación en la sociedad mendocina.

Asegurar la calidad de los productos y servicios gráficos, adaptándolos a las nuevas tendencias tecnológicas y a las necesidades de los clientes, recurriendo a la permanente capacitación de los recursos humanos del sector.



Subsectores identificados



Estrategias Estructurales

Marco legal y normativo – Política fiscal

Analizar el impacto sobre el sector de determinadas leyes y proponer su reforma.

Área laboral

*Aspectos
arancelarios*

*Incentivos
fiscales*

Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 1.1

Integrar efectivamente el sector gráfico a las principales cadenas productivas de Mendoza.

Conocer las cadenas productivas

Evaluar el posicionamiento competitivo

Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 1.1

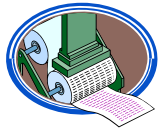
Integrar efectivamente el sector gráfico a las principales cadenas productivas de Mendoza.

Conocer las cadenas productivas

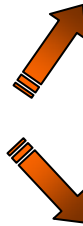
Evaluar el posicionamiento competitivo

Estrategias Sectoriales

Mapa general del PEG



**ARTES
GRÁFICAS**



OBJETIVO 1: MERCADO LOCAL

ESTRATEGIAS: 2

ACCIONES: 13



**OBJETIVO 2: MERCADO
NACIONAL E INTERNACIONAL**

ESTRATEGIAS: 2

ACCIONES: 4



**SERVICIOS
EDITORIALES Y
DE DISEÑO**



**OBJETIVO 3: PROMOCIÓN DE
EDITORIALES GENUINOS**

ESTRATEGIAS: 2

ACCIONES: 5



Estrategias Sectoriales

I. ARTES GRÁFICAS

OBJETIVO 1

INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA
INDUSTRIA GRÁFICA EN EL MERCADO INTERNO



Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 1.1

Integrar efectivamente el sector gráfico a las principales cadenas productivas de Mendoza.

Conocer las cadenas productivas

Evaluar el posicionamiento competitivo

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.1

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.1.1. Establecer políticas de precios a aplicar en las diferentes cadenas productivas.	Informe de Competitividad terminado	2006	IDITS
2.1.1. Relevar condiciones de aprovisionamiento de las diversas cadenas productivas a las que abastece el sector gráfico.	Estudio de condiciones de aprovisionamiento	Comienza 2006	IDITS
3.1.1. Agregar a la normativa de las instituciones de promoción de Mendoza el condicionamiento al compre local de insumos y materias primas.	Normativa establecida	2007	ODES y organismos de promoción
4.1.1. Mejorar el posicionamiento de imagen de sector en Mendoza mediante una campaña de marketing institucional	Organización de la EXPOGRAFICA 2006. Desarrollo de Campaña	2006 Desde 2007	ODES

Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 2.1

Fortalecer la competitividad del sector gráfico de Mendoza a través de la incorporación orgánica de tecnología y la formación y capacitación integral.

*Proyecto de
relevamiento
tecnológico*

*Inversiones en
un marco
armónico*

*Capacitación
integral*

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.1

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.2.1. Proveer a la industria gráfica de información actualizada y confiable acerca de la magnitud de los mercados a cubrir.	Estudio de mercado Actualización	2006 Permanente	IDITS y referentes
2.2.1. Implementar un sistema de información que contemple entre otras cosas las posibilidades reales de incremento sobre capacidad y tecnología instaladas en el sector gráfico.	Sistemas de información sobre "Relevamiento de Tecnología del Sector Gráfico" Actualización	Entre 2006 y 2007 Permanente	ODES
3.2.1. Contar con un análisis de precios comparativos de Mendoza con otras plazas. Indicadores de competitividad sectorial. Sistema de seguimiento.	Estudio de competitividad Actualización	2006 Permanente	IDITS
4.2.1. Facilitar la incorporación de tecnología a través de mecanismos que contemplen al sector en forma particular.	Normativa desarrollada	2007	ODES y entidades relacionadas al financiamiento.



Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.1

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
5.2.1. Mejorar la articulación entre entidades educativas en relación con el sector gráfico y sus servicios.	Contenidos revisados Actualización	2006 y 2007 Permanente	ODES , Entidades educativas y de capacitación.
6.2.1. Implementar y certificar Normas de Calidad internacionales en las empresas del Sector.	Empresas en proceso de implementación	Desde 2006	IDITS - ODES
7.2.1. Generar normas de competencia e implementar las ya existentes para el personal de la industria gráfica.	Normas completadas Revisiones	2006 Permanente	ODES - IDITS
8.2.1. Instrumentar mecanismos de capacitación en gestión empresaria integral de la industria gráfica.	Cursos realizados	Desde 2006	IDITS – Entidades educativas y de capacitación.
9.2.1. Articular al Sector Gráfico con el ámbito Científico y Tecnológico	Convenios firmados	Desde 2006	ODES, IDITS, CRICyT y otros a nivel nacional



Estrategias Sectoriales

I. ARTES GRÁFICAS

OBJETIVO 2

IMPULSAR LA INCURSIÓN EN LOS MERCADOS NACIONAL Y
LATINOAMERICANO



Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 1.2

Fortalecer los Clusters relacionados a cada unidad de negocios del Sector.

*Integración al Programa
de Promoción de
Clusters*

*Acciones de mejora
competitiva del PPC*

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.2

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.1.2. Constituir un Cluster de Industriales Gráficos y Convertidores de Papel y Cartón.	Cluster constituido. Acciones concretas del Cluster	2006 Desde 2006	IDITS – ODES
2.1.2. Implementar proyectos de mejora competitiva en el sector.	Implementación de proyectos de mejora de competitividad del cluster	Resultados en 2007	IDITS - ODES



Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 2.2

Internacionalizar la industria gráfica local.

Capacitación

*Presencia en
eventos*

*Gestión
orientada a la
competitividad*

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.2

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.2.2. Organizar y participar en ferias regionales e internacionales relacionadas con la Industria Gráfica y las industrias demandantes de sus servicios y productos.	Participación oficial en una feria. Participaciones posteriores en al menos una feria por año.	2007 2007 en adelante	ODES – Pro Mendoza
2.2.2. Capacitar a empresarios en comercio internacional, tanto para los productos propios, como en función de las necesidades de los clientes, en un marco de crecimiento de las exportaciones de Mendoza.	Organización de un evento anual de promoción del sector. Cursos dictados	2006 en adelante 2006 en adelante	ODES – Pro Mendoza



Estrategias Sectoriales

II. SERVICIOS EDITORIALES Y DE DISEÑO

OBJETIVO 3

PROMOVER Y FORTALECER LA ACTIVIDAD EDITORA GENUINA



Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 1.3

Impulsar una campaña de incentivo a la edición local de libros.

*Generación de
material de origen
local*

*Incentivo de
hábitos de lectura*

*Desarrollo de
canales de
comercialización*

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.3

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.1.3. Articular con la DGE y otras entidades del sector educativo, la generación de mecanismos de motivación para la edición de bibliografía educativa de origen local.	Campaña lanzada	2006/07	ODES, DGE
2.1.3. Instrumentar programas que faciliten la impresión de libros en establecimientos gráficos locales.	Planes coordinados y experiencia piloto	Desde 2006	ODES, CIG, FG
3.1.3. Apoyar el desarrollo de canales de comercialización sobre la base de planes de negocios derivados de la Edición.	Nuevas editoriales locales. Trabajo de base en escuelas. Capacitación Comercial	2006 en adelante	ODES



Estrategias Sectoriales

ESTRATEGIA 2.3

Motivar la generación de material editorial en organismos públicos y privados.

Difusión de actividades culturales

Periodismo regional

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia

2.3

Acción	Meta	Año	Organismos ejecutivos
1.2.3. Impulsar a la difusión sistemática de las actividades de los organismos de la cultura a través de material gráfico de elevada calidad.	Convenio con SSC de Mendoza Ejecución	2006 2006 en adelante	ODES, DGE
2.2.3. Dar fuerza a la iniciativa periodística y de comunicación social proveniente de todas las localidades de la provincia.	Cursos de microemprendedores editoriales en Municipios	2006 en adelante	ODES y Privadas



Órgano de decisión, ejecución y seguimiento (ODES)

Consenso en las decisiones



Guiar la marcha del PEG

Posicionar el PEG en el marco económico social.

Funciones del ODES



Decidir sobre las grandes orientaciones estratégicas.

Asumir la responsabilidad en la Ejecución del Plan.

Definir el Plan Ejecutivo Anual.

Establecer medidas de control y correctoras de programas y acciones.

Fijar los mecanismos de difusión pública del plan.

Composición del ODES

- 👉 *Un miembro (1) por la Cámara de Industriales Gráficos de Mendoza,*
- 👉 *Un miembro (1) por el IDITS,*
- 👉 *Un miembro (1) por el Ministerio de Economía de la Provincia.*
- 👋 *Cuatro miembros (4) por el Sector Privado, representado con tres titulares y un suplente por el subsector de Artes Gráficas y un titular y un suplente por el subsector de Servicios Editoriales y Diseño.*

Comisiones del ODES



- **COMPETITIVIDAD**



- **IMAGEN INSTITUCIONAL**



- **EDUCATIVA**



- **EDITORIAL**



Trabajo del ODES



- **ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS**
- **PUBLICACIONES**
- **ANÁLISIS DE NORMATIVA**
- **SISTEMAS DE INFORMACIÓN**
- **PROGRAMAS**
- **ARTICULACIÓN**

Los objetivos, estrategias y acciones planteadas en el presente Plan Estratégico han sido avalados por los propios empresarios del sector.

Pretendemos plantear metas alcanzables que supongan simultáneamente el trabajo común en beneficio del sector y, finalmente, de nuestra comunidad.

La Industria Gráfica cumple un rol preponderante en el desarrollo. Ese papel debe quedar instalado fuertemente en la mente de la comunidad industrial y de servicios de Mendoza.



Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.1

ACCIÓN 1.1.1

Colaborar y clarificar respecto de las políticas de precios que es conveniente aplicar para el sector, inserto en las diferentes cadenas productivas.

Capacitar al empresario gráfico de Mendoza en la temática de los costos industriales. Al no aplicarse políticas de precios acordes con sistemas de costos elaborados, Mendoza es menos competitiva que lo que inicialmente se puede suponer.

RESPONSABLE: IDITS

EI INFORME DE COMPETITIVIDAD estará terminado en 2006.

ACCIÓN 2.1.1

Relevar condiciones de aprovisionamiento de los actuales y eventuales clientes.

Se relevarán los esquemas y condiciones del aprovisionamiento de insumos gráficos a los distintos sectores industriales.

RESPONSABLE: IDITS

EI ESTUDIO DE CONDICIONES DE APROVISIONAMIENTO estará terminado en 2006.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.1



ACCIÓN 3.1.1

Agregar a la normativa de las instituciones de promoción de Mendoza el condicionamiento al compra local de insumos y materias primas

En los organismos crediticios o de promoción empresarial, el hecho de agregar normas relacionadas con el compra local constituye un avance muy significativo en pos de una ley más abarcativa.

Un plan de integración de Cadenas Productivas no puede no contemplar una Ley (u otra normativa) relacionada con el compra mendocino.

RESPONSABLE: ODES – Organismos de promoción

Se prevé haber generado la normativa correspondiente para 2007.

ACCIÓN 4.1.1

Mejorar el posicionamiento de imagen del sector en Mendoza a través de una campaña de marketing institucional.

Es necesario que el Sector Gráfico de Mendoza incremente su presencia efectiva y muestre su verdadero potencial en el tejido productivo de la provincia. Los mismos empresarios del sector son auténticos generadores de imagen para sus clientes, por lo que se ha acumulado una experiencia y un aprendizaje concretos respecto de los alcances que la publicidad institucional tiene.

La campaña debe involucrar acciones no sólo publicitarias sino también relacionadas con encuentros interempresariales que permitan concretar negocios. Así, se pretende incrementar la participación de empresarios mendocinos del sector en exposiciones y ferias, provistos de material visual adecuado.

RESPONSABLE: ODES

El desarrollo de la CAMPAÑA INSTITUCIONAL se prevé comenzar en 2006. En ese año se organizará el evento de difusión de la actividad.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.1



ACCIÓN 1.2.1

Proveer a la industria gráfica de información actualizada y confiable acerca de la magnitud de los mercados a cubrir.

A la excelente información corporativa, de nivel nacional, que brinda la Cámara de Industriales Gráficos, es necesario complementar con datos concretos de la industria local, la magnitud de sus negocios, sus perspectivas futuras y las tendencias en materia de desarrollo de las distintas cadenas productivas.

El IDITS, que vincula entre sus componentes también a centros de información, a la vez que constituye en sí uno de ellos, debe jugar un papel preponderante en esta misión de entregar información actualizada y, fundamentalmente, confiable sobre la marcha de la producción industrial de Mendoza.

RESPONSABLE: IDITS - Referentes de la información de mercados.

Se prevé para 2006 el armado de una BASE DE DATOS y el esquema de búsqueda de información para el Sector.

ACCIÓN 2.2.1

Implementar un sistema de información que contemple entre otras cosas las posibilidades reales de incremento sobre capacidad y tecnología instaladas en el sector gráfico.

Inserto en una etapa más avanzada del análisis competitivo del sector, se completará el sistema de información con datos concretos sobre la capacidad instalada de las empresas locales, la tecnología incorporada y su potencialidad futura a la hora de generar nuevos productos o enfrentar incrementos en la demanda.

RESPONSABLE: ODES

Se prevé para 2006 armar un SISTEMA DE INFORMACIÓN sobre "Relevamiento de Tecnología Gráfica".

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia



ACCIÓN 3.2.1

2.1

Contar con un análisis de precios comparativos de Mendoza con otras plazas. Indicadores de competitividad sectorial. Sistema de seguimiento.

El análisis competitivo incluirá el estudio de precios comparativos respecto de Buenos Aires y otras plazas. La competitividad del sector debe ser debidamente cuantificada para disipar los supuestos sobre los que hoy se erige.

El sistema de información tecnológica y de costos contemplará además un mecanismo de seguimiento de costos de producción, mediante el uso de indicadores. Se pretende establecer cifras referenciales para facilitar cotizaciones exitosas, especialmente frente a la política de compras en Buenos Aires de las empresas locales. Este estudio se enmarca en los objetivos del IDITS, donde ya se ha encarado en una etapa inicial.

RESPONSABLE: IDITS - ODES

Se prevé para 2006 contar con el ANÁLISIS DE PRECIOS COMPARATIVOS Y COMPETITIVIDAD y el SISTEMA DE SEGUIMIENTO en ejecución.

ACCIÓN 4.2.1

Facilitar la incorporación de tecnología a través de mecanismos específicos para el sector.

Se adaptarán las diferentes herramientas de promoción de inversiones a costos preferenciales a las necesidades del sector. Se mejorará la vinculación de los empresarios con entidades tales como: CFI, SECyT y sus programas Fontar, la SEPYPME con sus programas de préstamos y de Crédito Fiscal para Capacitación. Se sugiere trabajar en lograr que el Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza incluya líneas adaptadas a las necesidades tecnológicas del sector.

Se trabajará en mecanismos de promoción de la actividad desde la normativa impositiva de la provincia. Se propone un sistema de crédito fiscal provincial para empresas que contraten servicios gráficos locales, o para establecimientos gráficos que provean determinados productos favorecidos.

RESPONSABLE: ODES

Se prevé contar con la **NORMATIVA DESARROLLADA** en 2007.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.1



ACCIÓN 5.2.1

Mejorar la articulación entre entidades educativas que se relacionan con el sector gráfico y sus servicios.

Las entidades educativas de Mendoza deben articular sus contenidos de manera de contemplar las actividades de este sector y adaptarlas a las necesidades específicas.

Por otra parte, es importante adecuar a casos más prácticos los contenidos de las carreras relacionadas con el diseño gráfico que intervienen en la provincia. Se advierte una disociación de los contenidos teóricos del diseño con el uso concreto de la tecnología disponible en nuestro medio y los requerimientos de los diferentes sectores productivos.

La DGE por su parte está trabajando en las competencias de los egresados de polimodales. Se sugiere que se incluyan en las mismas los saberes específicos de la administración de la empresa gráfica.

Es necesario también el compromiso de los empresarios para complementar la formación obtenida en el sistema educativo, con capacitación específica de las artes gráficas. Esto puede implementarse a través de sistemas de pasantías o prácticas profesionales.

RESPONSABLE: IDITS – ODES – DGE – UNCUYO – FUNDACIÓN GUTENBERG

Se prevé revisar los contenidos y generar acciones de articulación concretas durante el 2006.

ACCIÓN 6.2.1

Implementar y certificar Normas de Calidad internacionales en las empresas del Sector.

Se hará participar a empresas del Sector Gráfico en procesos de implementación y posterior certificación de normas de calidad. El IDITS ofrece entre sus servicios la asistencia en la implementación en procesos vinculados a las Normas ISO 9000. De hecho, esta herramienta se adaptará especialmente para el cumplimiento de lo establecido en el presente Plan Estratégico.

RESPONSABLE: IDITS – ODES

Se prevé iniciar procesos de implementación durante 2006, con vigencia en los años posteriores.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.1



ACCIÓN 7.2.1

Generar normas de competencia e implementar las ya existentes para el personal de la Industria Gráfica.

A través de la coordinación del IDITS, se reunirá a las entidades empresariales y educativas para normalizar las competencias requeridas en la industria. De esa manera se facilitarán los procesos de incorporación de personal, trabajando en función de la demanda del sector y diferenciando la oferta.

RESPONSABLE: ODES

Se prevé completar las normas durante 2006. La implementación se prevé para 2007.

ACCIÓN 8.2.1

Instrumentar mecanismos de capacitación en gestión empresarial integral de la industria gráfica.

El sector manifiesta a través de sus propias opiniones que es necesario profesionalizar la gestión productiva, administrativa y comercial de las empresas gráficas. Se instrumentarán mecanismos de capacitación empresarial a través de convenios entre las cámaras y el IDITS, con instituciones especializadas en ese tema.

RESPONSABLE: IDITS - FUNDACIÓN GUTENBERG

Se pretende comenzar con el dictado de cursos para 2006.

Meta inicial: 15 establecimientos del Sector capacitados en 2006.

ACCIÓN 9.2.1

Articular al Sector Gráfico con el ámbito Científico y Tecnológico.

Los procesos innovativos planteados deben insertarse en los esquemas disponibles. La industria gráfica debe tener un espacio concreto en las entidades de la Ciencia y la Tecnología, en busca de generar nuevos procesos y productos adaptables a las necesidades de los clientes.

RESPONSABLE: IDITS – ODES – UNCUYO – CRICYT – SECYT – Otros

Se prevé la firma de convenios desde 2006.



Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 1.2

ACCIÓN 1.1.2

Constituir un Cluster de Industriales Gráficos, Editores y Convertidores de Papel y Cartón.

La constitución de este Cluster se realizará con la coordinación en las instancias iniciales, del IDITS. Es importante que se genere una actitud proclive a la formación de este tipo de organización integradora, a través de la acción del ODES a formar a instancias inmediatamente posteriores a la aprobación del presente Plan Estratégico.

RESPONSABLE: IDITS – ODES

Se prevé **CONSTITUIR UN CLUSTER** para 2006.

ACCIÓN 2.1.2

Implementar proyectos de mejora competitiva en el sector.

El Cluster contemplará proyectos específicos de mejora continua en la performance empresarial de las firmas componentes. Se trabajará en el logro de metas competitivas en el plano sistémico, con repercusión en los organismos de apoyo al sector, además de las propias empresas.

RESPONSABLE: IDITS – ODES

Se establece como meta alcanzar los primeros resultados mensurables en 2007.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.2



ACCIÓN 1.2.2

Organizar y participar en ferias regionales e internacionales relacionadas con la Industria Gráfica y las industrias demandantes de sus servicios y productos.

Se utilizarán los servicios del Ministerio de Economía de la Provincia y de otros organismos (Fundación Exportar, Pro Argentina, Cancillería). Para ello se pretende que el gráfico sea un sector más de interés para esas entidades.

RESPONSABLE: ODES – Pro Mendoza

Se prevé participar en al menos una feria en forma oficial. Las participaciones posteriores serán en al menos una feria anual.

Se organizará un **EVENTO DE DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD EN MENDOZA** para el 2006.

ACCIÓN 2.2.2

Capacitar al sector empresario en temas relacionados con el comercio internacional, tanto para los productos propios, como en función de las necesidades de los clientes, en un marco de crecimiento de las exportaciones de Mendoza.

Las acciones de capacitación empresarial contendrán temas relacionados con las exigencias de los diferentes mercados internacionales que, paulatinamente, la provincia ha comenzado a ganar.

El Sector Gráfico local debe mantenerse siempre en línea con las tendencias internacionales, de manera de no perder el curso de los negocios realizados por la industria local en el mercado externo, a la vez que debe ser un factor preponderante en la conquista de nuevos mercados.

Se incluirá en las currículas de entidades relacionadas, la temática del mercado internacional y sus exigencias.

RESPONSABLE: ODES – Pro Mendoza - El dictado de los cursos comenzará en 2006.

Meta de capacitación anual: 20 empresas capacitadas.

Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia



1.3

ACCIÓN 1.1.3

Articular con la DGE y otras entidades del sector educativo, la generación de mecanismos de motivación para la edición de bibliografía de origen local.

La DGE juega un rol de significación en la generación y consolidación de los contenidos requeridos en los establecimientos educativos. Mendoza está en condiciones de producir su propio material escolar, a través de la acción de editoriales dedicados a la recopilación de la información, y a la posterior impresión en nuestro medio. El sector privado debe aportar la estructura comercial, a la vez que las entidades educativas de gobierno deben controlar esos contenidos, en un marco de libertad de expresión.

RESPONSABLE: ODES – DGE - Privados

Se prevé lanzar una CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN para el lapso 2006 - 2007.

ACCIÓN 2.1.3

Instrumentar programas que faciliten la impresión de libros en establecimientos gráficos locales.

Estos programas habrán de asegurar la impresión local a precios convenientes y competitivos con otras plazas. La impresión del material editado en Mendoza debe asegurar precios en un todo accesibles.

RESPONSABLE: ODES – Cámara de Industriales Gráficos – Fundación Gutenberg

Se prevé lanzar programas coordinados. Experiencia piloto en 2006 para instrumentación desde 2007.

ACCIÓN 3.1.3

Apoyar el desarrollo de canales de comercialización basados en la confección de planes de negocios derivados de la Edición – Impresión.

Los editoriales deben tener fisonomía netamente empresarial. Para ello, es necesario capacitar a los profesionales de la comunicación social en aspectos empresarios tales como planes de negocios, optimización, sistemas de comercialización, etc..

RESPONSABLE: ODES

Se prevé para 2006 la existencia de nuevos editoriales de origen local.

Se realizará trabajo de base en escuelas y capacitación comercial en 2006.



MINISTERIO DE ECONOMIA
GOBIERNO DE MENDOZA



CAMARA DE
INDUSTRIALES
GRAFICOS
DE MENDOZA





Estrategias Sectoriales

Acciones de la Estrategia 2.3

ACCIÓN 1.2.3

Impulsar a la difusión sistemática de las actividades de los organismos de la cultura a través de material gráfico.

Los organismos públicos deben generar publicaciones tales como catálogos, programas, cronogramas de actividades, reseñas anuales, etc..

Ídem para las entidades educativas de la provincia: Universidades, Institutos, y otras dependencias (museos, bodegas, Casa de Mendoza, Casa de la Cultura, Municipios, etc.).

RESPONSABLE: ODES

Se prevé para 2006 firmar convenios con la Subsecretaría de Cultura de Mendoza y con ONG.

ACCIÓN 2.2.3

Dar fuerza a la iniciativa periodística y de comunicación social proveniente de todas las localidades de la provincia.

En Mendoza se han difundido exitosamente las publicaciones barriales, con fines más bien publicitarios. Sin embargo, no existe prácticamente la cultura de la lectura de noticias locales, generadas en las ciudades de nuestro interior. Esto implica la composición de verdaderas redacciones, generadoras de material de lectura e información producida y procesada en esas localidades. Se fomentará la creación de medios periodísticos y de comunicación social en los departamentos, tanto desde la órbita pública como privada.

Esta acción se complementará con el concurso de entidades relacionadas: Facultad de Comunicación Social, Periodismo, Artes, Letras, Direcciones de Cultura de los departamentos, escuelas, etc.

RESPONSABLE: ODES - Privados

Se prevé para 2006 dictar cursos a microemprendedores editoriales en 6 departamentos de Mendoza.

Meta 2006: capacitar y motivar a unas 60 personas.

ODES – Comisión de Competitividad



ACCIÓN 1.1.1	Informe de competitividad sectorial	Presentación para exposición Acto de presentación Documento publicado	2006 2006 2006
ACCIÓN 2.1.1	Informe de condiciones de aprovisionamiento	Presentación para exposición Acto de presentación Documento publicado	2006 2006 2006
ACCIÓN 3.1.1	Documento compendio de temas relacionados con el Compre Mendocino	Documento publicado Normativa específica del sector publicada	2007 2007
ACCIÓN 1.2.1	Informes de mercados	Informes periódicos Sistema de búsqueda y comunicación	2006 2006
ACCIÓN 2.2.1	Catálogo de tecnología del Sector	Presentación para exposición Acto de presentación Documento publicado	2007 2007 2007
ACCIÓN 3.2.1	Informe de precios comparativos Sistema de seguimiento de indicadores	Presentación y exposición Puesta en marcha	2006 2006
ACCIÓN 4.2.1	Proyecto integral de financiamiento del Sector	Normativa específica del sector publicada	2007
ACCIÓN 6.2.1	Implementación de normas de calidad	Empresas en proceso de implementación de normas	Desde 2006
ACCIÓN 9.2.1	Convenios con instituciones del área tecnológica	Convenios firmados	Desde 2006
ACCIÓN 1.1.2	Cluster sectorial	Cluster constituido formalmente	2006
ACCIÓN 2.1.2	Proyectos de mejora competitiva	Acciones programáticas ejecutadas	Desde 2007

ODES – Comisión de Imagen Institucional



ACCIÓN 4.1.1	Campaña de marketing institucional	Material visual de la campaña	Desde 2006 2006
ACCIÓN 5.2.1	Experiencia piloto de contenidos específicos gráficos.	Documentos de difusión pública de soluciones de integración.	2006 / 07
ACCIÓN 9.2.1	Difusión de la tecnología gráfica local.	Programas producidos y editados en diferentes medios de difusión	Desde 2006
ACCIÓN 1.2.2	1ª. Expográfica Otras ferias	Exposición realizada Empresas participando	2006 Desde 2007 (anual)
ACCIÓN 1.2.3	Comercialización de ediciones locales.	Organismo comercializador editorial creado.	2007

ODES – Comisión de Capacitación



ACCIÓN 5.2.1	Revisión de contenidos educativos	Soluciones desarrolladas	2006 / 07
ACCIÓN 7.2.1	Normas de competencia propias del PEG.	Normas publicadas Sistema de información interempresaria.	2007 2007
ACCIÓN 8.2.1	Capacitación empresaria	Cursos de gestión empresaria dictados.	2006 (15 empresas) Años subsiguientes.
ACCIÓN 2.2.2	Capacitación empresaria en internacionalización.	Cursos dictados.	2006 (20 empresas) Años subsiguientes.



ODES – Comisión Editorial

ACCIÓN 1.1.3	Articulación con organismos culturales y educativos.	Campaña de motivación a la lectura de origen local.	2006 / 07
ACCIÓN 2.1.3	Programas de impresión local de libros.	Experiencia piloto de contenidos de origen local a precios competitivos.	2007
ACCIÓN 3.1.3.	Canales de comercialización de libros locales.	Gestión de imagen en el comercio local.	2006



ODES – Documentos a elaborar

- “Alcances de las comisiones del ODES”.*
- “Competitividad Sectorial”.*
- “Condiciones de Aprovechamiento de la Industria de Mendoza”.*
- “Compendio sobre Compre Mendocino”.*
- “Campaña de Imagen Institucional del Sector Gráfico”.*
- “Informes de mercado del Sector Gráfico”.*
- “Catálogo de Tecnología Gráfica de Mendoza”.*
- “Propuesta de Soluciones sobre capacitación de operarios”.*
- “Normativa sugerida en entidades educativas”.*
- “Competencias requeridas por el Sector Gráfico de Mendoza.”*
- “Contenidos de cada curso de capacitación de empresarios y mandos medios”.*
- “Contenidos del programa de Incentivo a la Innovación Tecnológica”.*
- “Recopilación y análisis de la normativa editorial”.*
- “Estudio del Mercado Editorial de Mendoza”.*
- “Programa de Edición Local de Libros”.*
- “Estrategias de comercialización de ediciones locales”.*
- “Programa de Ediciones Locales”.*
- “Acciones programáticas de fomento del periodismo regional”.*





ODES – Publicaciones

“Publicación periódica del ODES”.

“Avances en la Ley de Compre Mendocino”.

“Publicación periódica del Evento de difusión de la actividad gráfica de Mendoza”.

“Informes parciales del Estudio de Mercado Gráfico de Mendoza”.

“Informes sobre la normativa financiera y sus adaptaciones al Sector Gráfico”.

“Material de cursos de capacitación de empresarios y mandos medios”.

“Material relacionado con la innovación tecnológica del sector”.

“Informes parciales del Estudio de Mercado Editorial de Mendoza”.

“Experiencia piloto de impresión de material cultural”.

“Experiencias piloto de periodismo regional”.





ODES – Análisis de normativa

“Estatuto del ODES”.

“Normativa y memorandos para cada organismo de promoción y financiamiento de empresas”.

“Ley de Compre Mendocino”.

“Normas de competencia para el Sector Gráfico de Mendoza”.

“Convenios de asesoramiento con entidades tecnológicas”.

“Convenios con organismos culturales y educativos para motivación a la edición local”.

“Convenios con organismos culturales y educativos para generación de material local”.



ODES – Sistemas de información permanente



- “Precios Comparativos”.*
- “Condiciones de aprovisionamiento”.*
- “Comunicación interempresarial para evento de difusión de la actividad”.*
- “Oportunidades de Negocios”.*
- “Base de datos de tecnología”*
- “Foro virtual en la WEB”.*
- “Competencias de los recursos humanos”.*
- “Datos de los mercados gráfico y editorial de Mendoza”.*



ODES – Programas

- “Campaña de Imagen Institucional del Sector”.*
- “Colaboración en la Ley de Compre Mendocino”.*
- “Información estratégica sectorial”.*
- “Adaptación de líneas de financiamiento a las necesidades del Sector Gráfico”.*
- “Capacitación de operarios”.*
- “Capacitación empresaria”.*
- “Calidad en empresas gráficas”.*
- “Información tecnológica”.*
- “Clusters Industriales”.*
- “Negocios en mercados interno y externo”.*
- “Edición Local de Libros y Publicaciones”.*
- “Emprendedorismo editorial”.*





ODES – Estudios

- “Competitividad del Sector Gráfico de Mendoza”.*
- “Condiciones de aprovisionamiento de la industria de Mendoza”.*
- “Normativa relativa al Compre Mendocino”.*
- “Estudio del mercado gráfico de Mendoza”.*
- “Normativa vigente en materia editorial”.*
- “Estudio del mercado editorial de Mendoza”.*
- “Tecnología del Sector Gráfico de Mendoza”.*
- “Proyecto integral de financiamiento del Sector Gráfico de Mendoza”.*

ODES – Articulación



Temática del Compre Mendocino relacionada con el Sector Gráfico. Colaboración en la redacción.

Con comisiones camerales, áreas legales de organismos empresarios.

Presentación de campaña institucional. Eventos de lanzamiento.

Con especialistas en marketing, especialistas en organización de eventos.

Organización del Evento Periódico de difusión de la actividad.

Con especialistas en organización de eventos, con empresarios de otros sectores.

Información para la confección de estudios de mercado.

Con empresarios del sector y actividades relacionadas.

Información para el Catálogo de Tecnología Gráfica.

Con empresarios del sector.

Proyecto Integral de Financiamiento.

Con las entidades de financiamiento.

Mecanismos de revisión de contenidos educativos.

Con Ministerio de Trabajo de la Nación. Con facultades.

Nuevas asignaturas en Educación Media y Superior.

Con DGE, ITU y Universidades.

Normas de Competencia propias del PEG.

Con los empresarios del sector.

Diseño de cursos de capacitación.

Con Ministerio de Trabajo; Fundación Gutenberg.

Mecanismos de incentivo a la innovación tecnológica.

Con UNC, Cricyt, Secyt, medios de comunicación.

Trabajo de consultoría previsto en el Programa de Promoción de Clusters.

Con consultores. Con entidades de apoyo al programa.

Participación en ferias, exposiciones y otros eventos de promoción de internacionalización.

Con Pro Mendoza, Fundación Exportar, otros organismos de promoción.

Recopilación y análisis de la normativa vigente en materia editorial. Firma de convenios.

Con DGE y organismos culturales y educativos.

Estudios de mercado.

Articulación entre empresas del sector.

Capacitación y experiencias piloto de periodismo regional.

Con Cluster Gráfico, municipios, escuelas de periodismo locales.

