

LECCIONES APRENDIDAS Y BUENAS PRÁCTICAS

Gestión internacional subnacional CÓRDOBA - ARGENTINA

AUTORIDADES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Gobernador:

Juan Schiaretti

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERÍA

Ministro:

Eduardo Accastello

AGENCIA PROCORDOBA SEM

Presidente:

Jorge Marcotegui

Vicepresidente:

Alejandro Piccioni

Gerente General:

Roberto Rossotto

Julio 2023

AGENCIA PROCORDOBA SEM

Contacto:

internacional@procordoba.org Bv. Chacabuco 1127 (X5000IIL) Córdoba - Argentina www.procordoba.org

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERÍA



Contenido elaborado por Viviana Arias, ex Gerente de Cooperación y Relaciones Internacionales Agencia ProCórdoba 2004-2022. Textos: Gerente General Roberto Rossotto. Gerentes: Luis Gilli, Ezequiel Lijtinstens, Daniela Huarte y Sofía Garzón.





MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERÍA

Eduardo Accastello

"La provincia de Córdoba ha tenido a lo largo de su historia una tradición exportadora, y un sector público provincial que intentó diferentes formatos para acompañar la iniciativa del sector privado. Sin embargo, fue a partir del año 2001 con la creación de la Agencia Pro-Córdoba que el impulso a las exportaciones cordobesas se convirtió en una política de estado. A partir de aquel momento las misiones comerciales se hicieron frecuentes y la apertura de nuevos mercados se convirtió en una realidad. Sin embargo, con el correr del tiempo se sumó al objetivo de promocionar las exportaciones el de brindar servicios especiales que apunten a desarrollar en las empresas capacidades integrales mediante la capacitación, asistencia técnica, vinculación con organismos internacionales, y acceso a licitaciones. Esta iniciativa que nació a partir del impulso del gobernador José Manuel de la Sota, se consolidó con el gobernador Juan Schiaretti como política de estado"

PRESIDENTE Agencia ProCórdoba

Jorge Marcotegui

"La conformación de ProCórdoba como entidad público-privada permitió y permite articular la sinergia entre actores estatales y empresariales, favoreciendo la consolidación de una cultura exportadora para la provincia y la internacionalización de las empresas y de la Provincia de Córdoba. El accionar de la agencia es un ejemplo, su metodología de gestión y de trabajo se consolidó en estos años y es la mejor muestra de una concreta y exitosa política de Estado que todos los actores involucrados contribuimos a desarrollar, consolidar y proyectar hacia el futuro.

Con un nuevo plan estratégico, post-pandemia, reforzamos el compromiso de trabajar para potenciar y acompañar a las industrias y a las PyMEs provinciales para alcanzar los mercados en el mundo, asistiéndolas en forma personalizada para adecuarse a las exigencias actuales de los mercados internacionales y ser más competitivas, lo que se traduce en mayor producción y más generación de empleo cordobés"

ÍNDICE

- 5- Índice
- 6- Prólogo
- 8- CAPÍTULO I

PROVINCIA DE CORDOBA Y PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

16- CAPÍTULO II

NUESTRO RECORRIDO INSTITUCIONAL

33- CAPÍTULO III

NUESTRO PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y SUS USUARIOS

41- CAPÍTULO IV

COOPERACIÓN INTERNACIONAL

49- CAPÍTULO V

NUESTRAS FORTALEZAS Y BUENAS PRÁCTICAS

PRÓLOGO

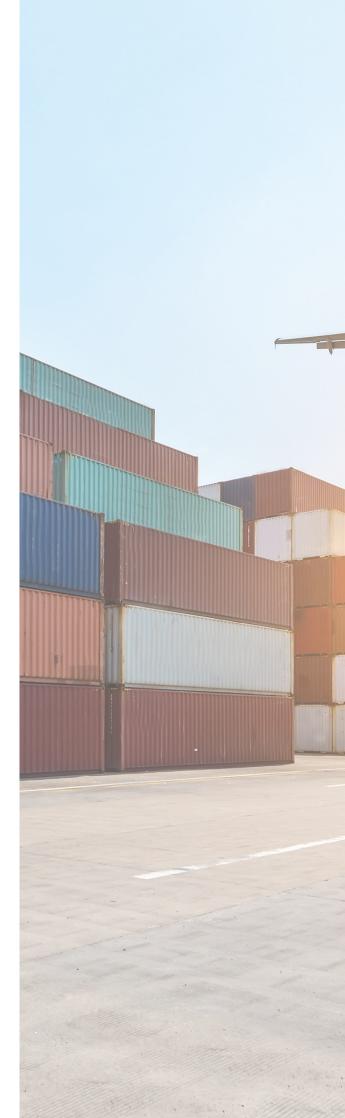
El 28 de junio de 2001 la Legislatura de la Provincia de Córdoba sanciona la Ley N° 8938 dando creación a la Agencia ProCórdoba Sociedad de Economía Mixta, con el propósito de disponer de un organismo que brinde apoyo técnico-comercial tendiente a lograr el fomento, crecimiento y promoción de las exportaciones de Córdoba y la internacionalización de las empresas de la provincia.

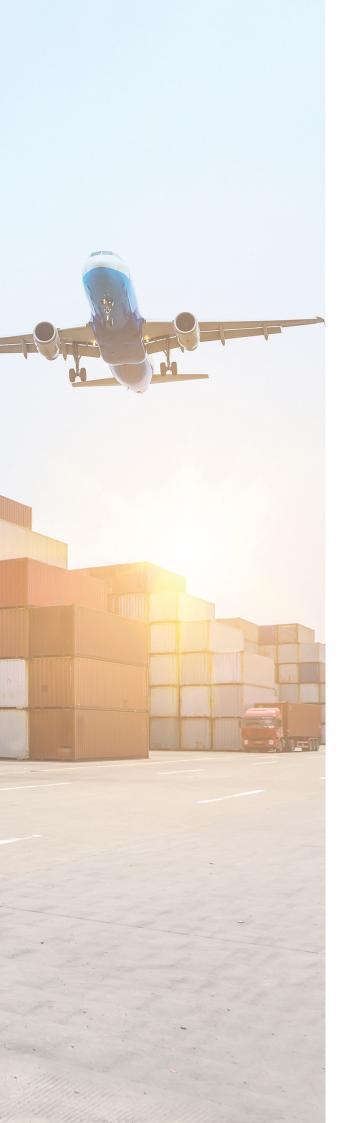
Se daba inicio a un proyecto que buscaba dar un giro a la promoción de las exportaciones pero que no dejaba de lado todos los aprendizajes acumulados durante tantos años en un gobierno provincial donde el apoyo a las empresas exportadoras estaba institucionalizado desde 1976.

La incorporación del sector privado en la nueva estructura creada fue una gran apuesta. Articular entre el sector público y las cámaras empresarias la implementación de una política pública era un desafío y una innovación que, a la luz de los resultados, se transformó en un gran acierto. La articulación público-privada es un hecho en ProCórdoba y es también una de sus grandes fortalezas.

Luego de más de 20 años de trabajo los objetivos propuestos se están cumpliendo. Junto al perfeccionamiento de los apoyos que se fijaron en su momento para la promoción comercial de las empresas se fueron incorporando año a año nuevos programas y servicios para el acompañamiento integral de las empresas. La puesta a disposición de nuevas herramientas y programas son muestra de la evolución alcanzada hasta hoy por ProCórdoba.

Así se fue incorporando la idea que las asistencias a las empresas, para favorecer su crecimiento en el comercio exterior, deben ser individualizadas. Entender cuál es el plan de desarrollo que tienen, conocer su estadio de evolución como empresas, entender sus capacidades y detectar las que faltan para brindarle apoyo, propone un camino más complejo para brindar las asistencias, pero ofrece resultados más seguros.





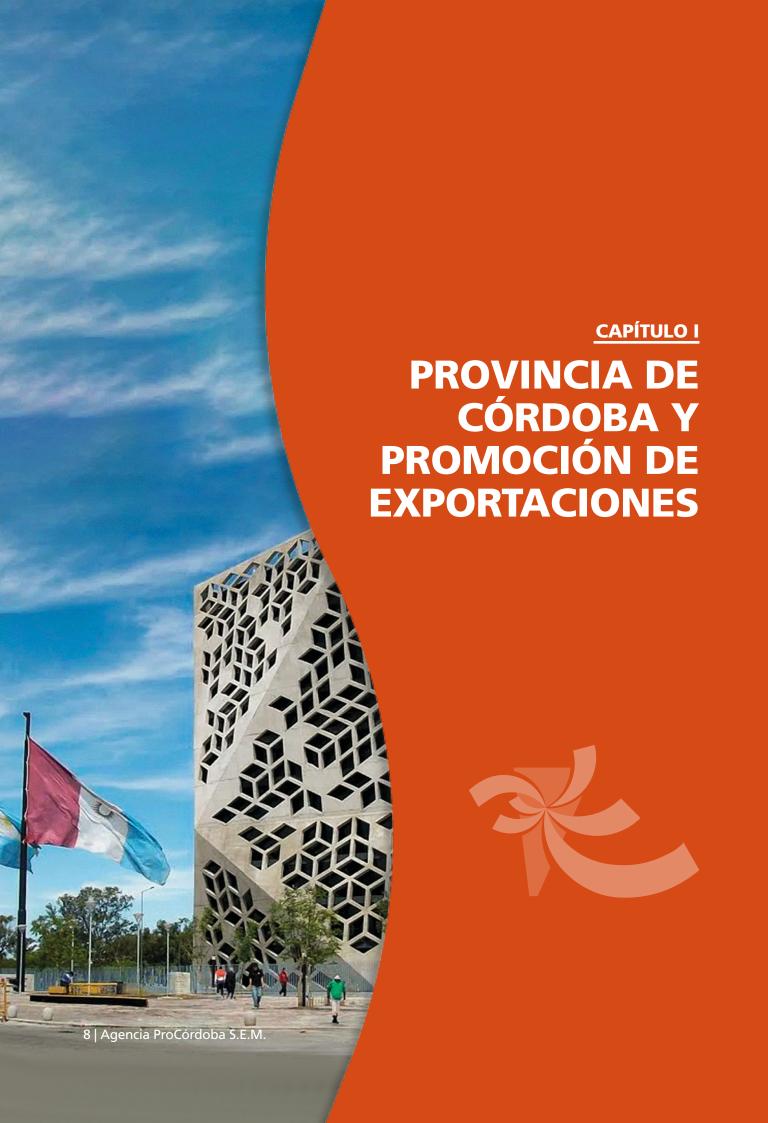
Frente a ello la Agencia no perdió de vista su propio crecimiento. La incorporación de normas de calidad en sus programas y procesos, el desarrollo de un portal de oferta exportable moderno, ágil y de fácil accesibilidad, la medición del impacto y los resultados en las acciones realizadas, la incorporación de herramientas informáticas para el seguimiento de las ayudas brindadas a cada empresa es muestra de ello. También es importante destacar el rol y la participación institucional de ProCórdoba a nivel nacional e internacional. El estrecho vínculo mantenido con las instituciones nacionales como Cancillería o la Agencia Argentina de Inversión y Comercio Internacional fueron el pilar para la realización de incontables actividades comerciales en el exterior. Además, destacar el vínculo con otras provincias y a nivel internacional con instituciones pares y organismos internacionales relacionados a nuestra actividad.

Destacar también el desempeño y el compromiso puesto de manifiesto por el personal que trabaja y que pasó o colaboró con esta Agencia. El aporte permanente de ideas, el profesionalismo y compromiso con la calidad del servicio prestado a las empresas y la disponibilidad para encarar nuevos proyectos y desafíos, son características que distinguen a quienes trabajan en ProCórdoba. Ellos son la cara de ProCórdoba y una parte muy importante de los logros alcanzados. Finalmente, que ProCórdoba sea hoy una organización referente, tanto a nivel nacional como internacional en materia de promoción de exportaciones es fruto de quienes creyeron que esto era posible, autoridades, dirigentes y empresarios.

Compartimos en esta publicación nuestro recorrido y las lecciones aprendidas a través de la gestión continua y cotidiana en apoyo y promoción de nuestras empresas que nos permite también identificar nuestras fortalezas y buenas prácticas.

Roberto Rossotto

Gerente General



ProCórdoba es la agencia de promoción de las exportaciones de la Provincia de Córdoba, la segunda provincia en importancia económica y población y la tercera en valor de exportaciones de Argentina.

Ubicada en el centro geográfico continental del país, con una población de 3 978 984 hab, según el censo 2022 y una superficie de 165,321 km² es la quinta provincia en cuanto a superficie. Con 427 municipios, de los cuales 131 albergan a empresas exportadoras, por lo que se observa la distribución geográfica de la realidad y el potencial exportador de la provincia.

Dentro del tejido productivo, la mayoría de las empresas son PyMEs y dentro de esa categoría, PyMEs familiares. Se cuenta asimismo con un activo ecosistema emprendedor.

Por su posición geográfica, sus características climáticas, topográficas y fitogeográficas se ven favorecidas diversas actividades productivas como la agricultura, ganadería, minería, explotación forestal.

Dichas actividades se complementan con un importante desarrollo industrial, principalmente orientado a lo metalmecánico y agroindustrial además del comercio y el turismo.

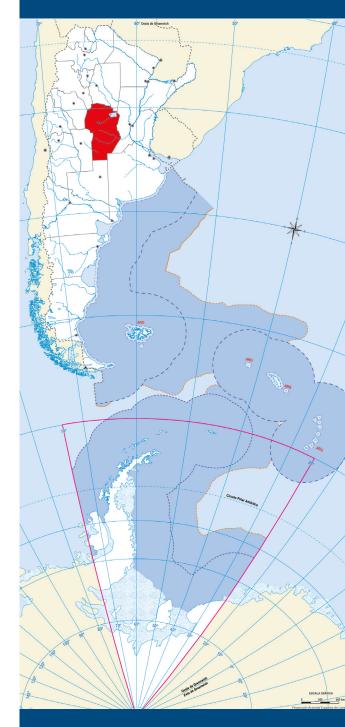
Córdoba destaca por la importancia de su sector alimenticio y es productora por excelencia de agroalimentos.

Aporta a nivel nacional los primeros puestos en la producción de maíz, sorgo, soja y trigo. Córdoba es el principal productor de maní, siendo Argentina el mayor productor de América Latina y el primer exportador mundial de este producto.

Como industrias agroalimentarias de relevancia destacan la molienda de soja y girasol para la elaboración de aceites; la molienda de cereales vinculada a la elaboración de harina de trigo; pastas y panificados y la producción de alimentación animal.

El mayor porcentaje del stock ganadero de la provincia está compuesto por ganado vacuno, seguido de porcinos. Se encuentran instaladas varias plantas frigoríficas dedicadas al abastecimiento interno y habilitadas para la exportación.

Otra actividad destacada es la minería, donde Córdoba es la principal productora de materiales primarios para la construcción.



El desarrollo económico y productivo es posible también gracias al sistema de educación que posee la Provincia de Córdoba para la formación y capacitación en las diversas instancias educativas.

Profesionales, técnicos y mano de obra calificada para los sectores productivos y que requiere el mercado laboral ante escenarios innovadores y especializados en vinculación con las necesidades y tendencias que la realidad demanda.

Córdoba es el asiento de la primera universidad del país, fundada en 1613 por la Compañía de Jesús -actual Universidad Nacional de Córdoba- y en 1956 de la primera universidad privada del país, la Universidad Católica de Córdoba.

Por su ubicación geográfica en el centro del país las universidades atraen a estudiantes de todo el territorio y del exterior para cursar presencialmente en sus aulas, por lo que las ciudades de asiento se benefician de población de jóvenes que estudian carreras de grado y posgrado en las Universidades Cordobesas. En la Provincia funcionan: Universidad Provincial de Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Tecnológica Nacional (Regional Córdoba, Regional San Francisco y Regional Villa María), Instituto Universitario Aeronáutico, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Siglo 21, Universidad Blas Pascal, Instituto Universitario de Ciencias Biomédicas de Córdoba, Universidad Nacional de Río Cuarto, Universidad Nacional de Villa María. La oferta educativa se potencia con delegaciones de otras instituciones universitarias y centros de estudio y con la amplia oferta a través de la virtualidad.

Dentro del diversificado tejido industrial cordobés se distingue la industria automotriz, la cual está conformada por un número importante de pequeñas y medianas empresas autopartistas y terminales automotrices mundiales: FCA, RENAULT, VW, IVECO y NISSAN. Cuenta con recursos humanos calificados y una muy desarrollada red de medianas y pequeñas industrias metalmecánicas, más de 250 empresas autopartistas proveedoras de partes, piezas, componentes, accesorios, etc. Otro polo de desarrollo industrial está dado por el sector de fabricantes de bienes de capital para el sector agrícola, en especial maquinarias y agrocomponentes. Se resalta la producción de cosechadoras, tractores, tolvas, sembradoras, agropartes, pulverizadoras, embolsadoras de granos, equipos para industria láctea y silos.

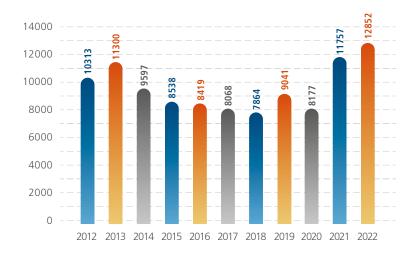
La Provincia cuenta con una variedad de productos de un amplio abanico de industrias: de la madera, muebles, textiles, del cuero, calzado y marroquinería, de la industria del plástico y la industria gráfica. A pesar de no contar con petróleo el suelo de la provincia, se ha desarrollado un importante cluster de empresas proveedoras para los sectores de petróleo, gas y minería.

En el directorio de empresas exportadoras se encuentran también las relacionadas a productos químicos, materiales eléctricos y electrónicos, máquinas, aparatos y herramientas y las de la Industria satelital. Vinculadas al sector salud las relacionadas con productos farmacéuticos y equipamiento médico hospitalario.

Córdoba fue la primera provincia argentina en declarar al software como industria. Ello favoreció oportunamente la radicación de empresas de primer nivel mundial como Motorola, Intel, Hewlett Packard, Mercado Libre y McAfe. Hubo un fuerte desarrollo en la provincia de esta industria y de las nuevas tecnologías con un número creciente de pymes locales en dicha actividad y beneficiadas con la Ley Provincial de Economía del Conocimiento de 2021 que impulsa el desarrollo de sectores como producción audiovisual, soluciones tecnológicas, agtech, informáticas, educativas, musicales, profesionales, en sintonía con las políticas impulsadas por el Gobierno de Córdoba.

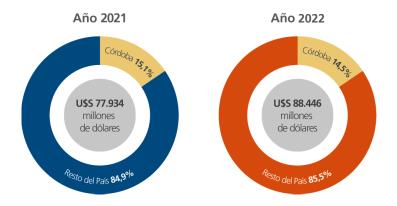
Evolución de Exportaciones

Las exportaciones de Córdoba muestran en su evolución el aporte de la provincia al país representando entre el 12-15% del total nacional y una significativa proyección internacional de las empresas ya que las ventas provinciales llegan a 110-150 países de destino en los 5 continentes.

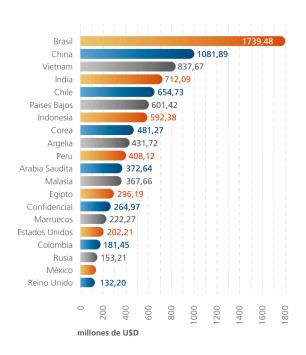


Exportaciones de la Provincia de Córdoba 2022



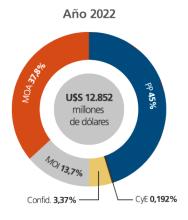


PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE LA PROVINCIA 2022



Exportaciones por rubro



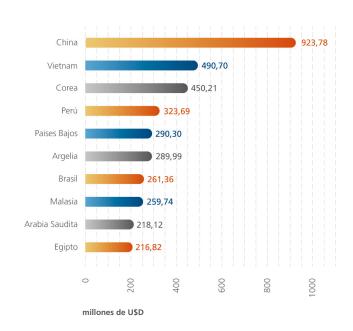


PRODUCTOS PRIMARIOS

Principales destinos de las exportaciones de la provincia 2022

Exportaciones por producto (millones de U\$D). Primeros doce meses

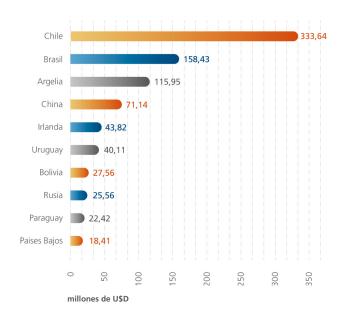
| | 2021 | 2022 | variación % |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-------------|
| TOTAL | 11.757,34 | 12.851,98 | 9,31 |
| Productos Primarios | 5.291,08 | 5.782,47 | 9,29 |
| Animales vivos | 0,07 | 0 | -100 |
| Miel | 26,55 | 29,96 | 12,81 |
| Hortalizas y legumbres sin elaborar | 25,77 | 33,69 | 30,77 |
| Frutas frescas | 0,5 | 1,51 | 203,81 |
| Cereales | 3.676,61 | 4.102,11 | 11,57 |
| Semillas y frutos oleaginosos | 1.559,94 | 1.613,10 | 3,41 |
| Fibras de algodón | 0,7 | 0,67 | -4,32 |
| Resto de productos primarios | 0,94 | 1,43 | 52,61 |



MANUFACTURAS DE ORIGEN ANIMAL - MOA

Principales destinos de las exportaciones de la provincia 2022

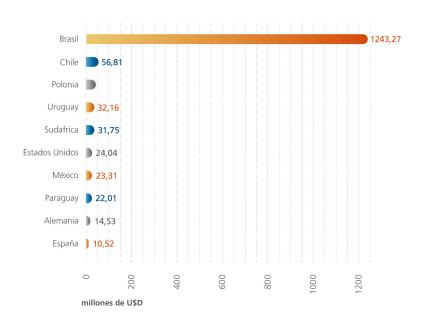
| | 2021 | 2022 | variación % |
|--|----------|----------|-------------|
| Manufacturas de Origen Agropecuario | 4.537,44 | 4.853,15 | 6,96 |
| Carnes | 59,23 | 60,12 | 1,51 |
| Productos Lácteos | 375,43 | 468,84 | 24,88 |
| Otros productos de origen animal | 5,66 | 4,61 | -18,58 |
| Café, té, yerba mate y otras especias | 1,34 | 1,24 | -7,26 |
| Productos de molinería y preparaciones a base de cereales, harina, fécula o leche, productos de pastelería | 137,74 | 98,18 | -28,72 |
| Grasas y aceites | 1.460,15 | 1.503,46 | 2,97 |
| Azúcar, cacao y artículos de confitería | 54,52 | 58,2 | 6,76 |
| Preparados de legumbres, hortalizas y frutas | 62,21 | 62,36 | 0,24 |
| Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres | 16,17 | 32,24 | 99,38 |
| Residuos y desperdicios de la industria alimenticia | 2.321,27 | 2.514,47 | 8,32 |
| Extractos curtientes y tintóreos y materias albuminoideas; productos a base de almidón o féculas modificadas, colas enzimas | 24,09 | 24,88 | 3,26 |
| Pieles y cueros | 0,59 | 0,54 | -7,61 |
| Resto de MOA | 19,05 | 24,01 | 26,06 |



MANUFACTURAS DE ORIGEN INDUSTRIAL - MOI

Principales destinos de las exportaciones de la provincia 2022

| | 2021 | 2022 | variación % |
|--|----------|----------|-------------|
| Manufacturas de Origen Industrial | 1.599,84 | 1.758,83 | 9,94 |
| Productos químicos y conexos | 96,75 | 113,8 | 17,63 |
| Materias plásticas y artificiales | 36,91 | 41,26 | 11,77 |
| Cauchos y sus manufacturas | 26,49 | 30,69 | 15,86 |
| Manufacturas de cuero, marroquinería, etc. | 0,11 | 0,1 | -13,09 |
| Papel, cartón, imprenta y publicaciones | 9,38 | 8,21 | -12,46 |
| Textiles y confecciones | 2,23 | 2,13 | -4,21 |
| Calzado y sus componentes | 0,09 | 0,01 | -91,04 |
| Manufacturas de piedra, yeso, etc.; productos cerámicos, vidrio y sus manufacturas | 10,9 | 3,36 | -69,22 |
| Metales comunes y sus manufacturas | 12,83 | 9,61 | -25,12 |
| Máquinas y aparatos, material eléctrico | 263,6 | 329,53 | 25,01 |
| Material de transporte terrestre | 1.080,70 | 1.190,12 | 10,12 |
| Otras MOI | 59,86 | 30,04 | -49,82 |



En la página web de la Agencia se puede acceder a los informes actualizados, así como a información detallada por sectores e intercambios con otros países: INFORMES **TÉCNICOS Y COMERCIALES**



AGENCIA PROCÓRDOBA

ProCórdoba, es la Agencia para la Promoción de las Exportaciones de la Provincia de Córdoba: Política pública sostenible de gestión público-privada con más de dos décadas en apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas. Dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Minería del Gobierno de la Provincia de Córdoba, en su accionar mantiene relación con las áreas gubernamentales provinciales afines a sus iniciativas:ciencia y tecnología, innovación, integración regional, turismo, educación, en una mirada integral de la política pública.

Se relaciona con la Legislatura Provincial a los fines de diálogo y presentación de informes con la Comisión de Relaciones Internacionales, Mercosur y Comercio Exterior.

A nivel nacional se coordina con Cancillería Argentina y la Agencia de Promoción Nacional, articulando programas, servicios y eventos internacionales y comparte con las otras provincias a través de la Red Federal de Comercio Exterior.

En el territorio provincial se despliega el alcance de los servicios junto a entidades, cámaras y universidades donde se identifica el aporte de todos los actores de los ámbitos público, privado, académico y sociedad civil.

DIRECTORIO

- Gobierno de la Provincia de Córdoba
- Municipalidad de Marcos Juárez
- Municipalidad de Villa Dolores
- Unión Industrial de Córdoba
- Cámara de Comercio Exterior de Córdoba
- Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Componentes de Córdoba
- Asociación de Empresarios de la Región Centro Argentino
- Asociación de Industrias de la Alimentación de la Región de Río Cuarto
- Cámara de Comercio Exterior de San Francisco

Con el fin de incentivar la internacionalización de todos los sectores productivos, el Gobierno de la Provincia de Córdoba creó la Agencia ProCórdoba con competencia en todo lo relativo a la promoción de exportaciones mediante Ley N° 8938 de junio de 2001.

ProCórdoba se concibió como una sociedad de economía mixta en la que los sectores públicos y privados interactúan promoviendo la política comercial externa y la inserción internacional de las empresas, con el objetivo de consolidar la base exportadora de la provincia y de lograr un crecimiento sostenido de las firmas y los productos en los mercados internacionales.

Su Directorio está conformado por autoridades que representan a instituciones del Gobierno de la Provincia de Córdoba, Municipios y Cámaras empresariales de los diferentes rubros productivos y regiones provinciales.

Misión

- Promover la Oferta Exportable de la Provincia, priorizando su diversificación y mayor valor agregado.
- Facilitar el proceso de internacionalización de las empresas, particularmente las Pequeñas y Medianas (PyMEs).
- Fortalecer la cultura exportadora.

Visión

La Agencia ProCórdoba es la organización público-privada capaz de brindar mejores e innovadoras herramientas y servicios especializados para que las empresas, principalmente PyMEs, accedan a mercados externos y, así, alcanzar la sostenibilidad de las exportaciones de la Provincia de Córdoba.

Fortalecimiento institucional e internacionalización de la Agencia

El principal servicio que se puede ofrecer a los usuarios es una institución fortalecida que pueda brindarlos con los mejores estándares.

Este aspecto organizacional estratégico es clave para ProCórdoba, por ello adquiere importancia la internacionalización de la propia Agencia, el fortalecimiento institucional y de los equipos, la atención a la calidad de los servicios, el conocimiento de buenas prácticas y tendencia internacionales, la transferencia de conocimiento y cotejarse con pares.

Desde el año 2005 se desarrolla un Sistema de Gestión de Calidad adecuado a las normas ISO (International Standards Organization), normativa para el control y la garantía de calidad de los servicios que se brindan a las empresas de la provincia. Con la aprobación de las diferentes Auditorías de Calidad que lleva a cabo el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) la Agencia mantiene su Certificación de Calidad basada en la mejora continua. A lo largo de todos los años ha sostenido un 85%como promedio de satisfacción del cliente, valoración que realizan sus propios beneficiarios, las PyMEs.

La Agencia ProCórdoba fue distinguida con el Premio Nacional Fundación ExportAr en la categoría de "Servicios de Apoyo al Proceso Exportador" en los años 2007 y 2011 y mención especial en la misma categoría en 2016. Esta distinción es entregada anualmente por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto a través de su organismo de promoción de exportaciones. En el reconocimiento a esta categoría, se destaca la tarea de impulso permanente del comercio exterior y de asesoramiento a las empresas participantes en las diferentes acciones de promoción comercial.

Es un reconocimiento que otorga el Gobierno Nacional a los esfuerzos y logros de aquellas empresas y organizaciones que proveen sus productos y servicios al mercado mundial. De esta manera, promueve el crecimiento y la diversificación de la oferta exportable de calidad, con valor agregado y alta diferenciación y avalando su calidad y competitividad para generar una sólida cultura exportadora en el sector empresario nacional.





Calidad certificada ISO 9001:2015



Fortalecimiento institucional - Obtención de Becas para el personal

Atento al fortalecimiento institucional, un lineamiento especial es la actualización permanente de los integrantes de la Agencia, tanto en temas operativos, de gestión, conocimiento especializado, idiomas, etc. con capacitadores nacionales e internacionales.

Mención especial merecen las becas obtenidas para el personal a través de convocatorias en el ámbito de la cooperación como:

- Beca Singapur Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Singapur
- Civil Service College "Developing Government Policies to promote SME development". Singapur, Enero2012.
- Beca Rhone Alpes Francia. ERAI –Enterprise Rhône Alpes International

Programa de Movilidad Inter Clústers. Lyon, diciembre de 2013.

- Beca Agencia de Cooperación de Japón JICA. Capacitación en "Políticas de Desarrollo de las PyMEs". Nagoya, noviembre 2013.
- Beca Agencia de Cooperación de Japón JICA. Capacitación en "Políticas de Desarrollo de las PyMEs". Higashi Hiroshima, enero 2016.
- Beca MASHAV Israel. Curso internacional "Sistemas de apoyo al emprendimiento". Haifa, junio de 2018.

Evaluación externa internacional - Benchmarking

El cotejarse con otros organismos posibilita evaluarse comparativamente con la práctica y/o estándares internacionales. Permite contrastar el propio desempeño ante la exposición internacional y la comparación. A tal fin la agencia solicitó en 2017 la evaluación del programa del International Trade Center (ITC) sobre Benchmarking para la mejora de su rendimiento mediante una medición de la eficacia y la eficiencia de sus prácticas.

El ITC es el Centro especializado a nivel global en la temática del fomento del comercio internacional relacionados con la empresa. Es el organismo mixto de cooperación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

Con este Benchmarking el ITC realiza una evaluación independiente y objetiva de las prácticas operativas y de gestión de las OPC-Organismos de Promoción Comercial-examinadas, resaltando sus puntos fuertes y sus debilidades en comparación con las mejores prácticas comerciales de las OPC.









Benchmarking for Trade



BENCHMARKING
ITC'S PLATFORM FOR TSI PERFORMANCE IMPROVEMENT



"En el curso de sus quince años de vida, la agencia ha sabido evolucionar hasta conformar hoy una organización que ha alcanzado un buen nivel de funcionamiento y eficiencia. Cabe tener en cuenta que el análisis cualitativo realizado con el modelo de evaluación comparativa asistida provee una "instantánea" de la situación de la agencia realizada durante las entrevistas llevadas a cabo en septiembre 2017 y de acuerdo a la metodología del ITC. En base a esos criterios, ProCórdoba se puede considerar como una agencia que funciona en un nivel más alto que el promedio de las organizaciones que el ITC ha evaluado en los últimos 5 años. La evaluación atribuye a ProCórdoba una puntuación total de 58%, lo que la sitúa en un nivel satisfactorio de desempeño. En términos comparativos este puntaje coloca a ProCórdoba en posición 15 en el ranking de las 60 organizaciones que el ITC ha evaluado en los últimos cinco años. La misión de evaluación considera que, debido a los factores mencionados ya que la Agencia está llevando actualmente un proceso de revisión de su estrategia, adoptando algunas mejoras clave, la misma puede alcanzar en poco tiempo un nivel superior de desempeño con eficiencia y efectividad propias de las mejores agencias de promoción de comercio. Por lo tanto, se podría esperar que en un futuro relativamente cercano el puntaje aumente significativamente, pudiendo aspirar ProCórdoba a transformarse en términos de desempeño en una agencia líder a nivel mundial"

Extraído del INFORME DE ANÁLISIS COMPARATIVO. DOCUMENTO FINAL Setiembre 2017

Posicionamiento Internacional Fundadora de Redes Internacionales

La Agencia ProCórdoba es miembro fundador de la Red Internacional de Organizaciones Regionales de Promoción de Comercio Exterior. Creada en 2007 entre diferentes agencias subnacionales de promoción comercial del mundo con objetivos similares para compartir experiencias que faciliten el comercio exterior de las empresas de los territorios a las que pertenecen.

La Agencia ProCórdoba en el año 2008 organizó la Segunda Reunión Anual y fue electa como Presidente de la Red y reelegida para el período 2009/2010.En el marco de la RTPO formó parte del Comité encargado de mantener reuniones con organismos internacionales referentes a la temática comercial de apoyo a PyMEs para informar y posicionar el rol de los organismos de promoción de comercio exterior de nivel subnacional. Se presentó los servicios y aportes que realizan las provincias/regiones ante funcionarios del BID Washington, el International Trade Center y la UNCTAD en Ginebra y organismos con asiento en Bruselas. Estas acciones de visibilidad permitieron que fueran tenidas en cuenta las entidades subnacionales en distintas acciones y programas que hasta el momento eran dirigidas solo a las contrapartes de nivel nacional. Ejemplo de ello la invitación a participar en los eventos mundiales bianuales que convoca el International Trade Center donde se tratan actualizaciones y temas de relevancia global ligadas a la promoción del comercio exterior.





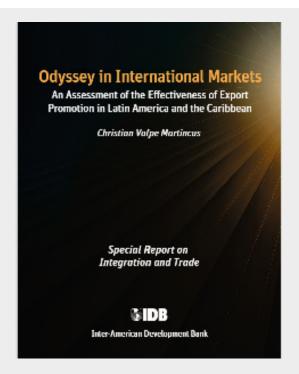




| Table 2.1 ■ The Sample | Table | e 2.1 | | The | Sami | ple |
|------------------------|-------|-------|--|-----|------|-----|
|------------------------|-------|-------|--|-----|------|-----|

| | Export Promotion Organizations Covered by t | he Survey | |
|------------------------|---|------------|---------------------|
| Country/ Region | Organization | | Year of Creation |
| | Rest of the World | | |
| Australia | Australian Trade Commission | AUSTRADE | 1985 |
| Denmark | Trade Council of Denmark | TCD | 2000 |
| Finland | FINPRO | FINPRO | 1999 |
| France | Ubilrance | UBIFRANCE | 2004 |
| Ireland | Enterprise Ireland | B | 1998 |
| Israel | Israel Export and International Cooperation Institute | IEICI | 1958 |
| Italy | National Institute for Foreign Trade | ICE | 1926 |
| Japan | Japan External Trade Organization | JETRO . | 2003 |
| Korea | Korea Trade and Investment Promotion Agency | KOTRA | 1962 |
| Netherlands | Agency for International Business and Cooperation | EVD | 1937 |
| New Zealand | New Zealand Trade and Enterprise | NZTE | 2003 |
| Philippines | Bureau of Export Trade Promotion | BETP | 1987 |
| Spain | Institute of Foreign Trade | ICEX | 1982 |
| Catolonia ¹ | Consortium for the Trade Promotion of Catalonia | COPCA | 1987 |
| Singapore | International Enterprise Singapore | IES | 2002 |
| Thailand | Department of Export Promotion | DEPT | 1977 |
| United Kingdom | United Kingdom Trade and Investment | UKTI | 2003 |
| | Latin America and the Caribbean | | |
| Argentina | EXPORTAR Foundation | EXPORTAR | 1993 |
| Cordoba | PROCORDOBA | PROCORDOBA | 1998 |
| Mendoza | PROMENDOZA | PROMENDOZA | 2003 |
| Bolivia ² | Center for the Promotion of Bolivia | CEPROBOL. | 1998 |
| Brazil | Brazilian Agency for the Promotion of Exports and Investments | APEX | 2003 |
| Chile | Direction of Export Promotion | PROCHILE | 1974 |
| Colombia | PROEXPORT | PROEXPORT | 1992 |
| Costa Rica | Costa Rican Promoter of Foreign Trade | PROCOMER | 1996 |
| Ecuador | Corporation for the Promotion of Exports and Investments | CORPE | 1997 |
| El Salvador | El Salvador Exports | EXPORTA | 2004 |

Continued on next page



Participación en informes sobre organismos de promoción

Cotejar diseños institucionales y tendencias contribuye a analizar núcleos de interés en común entre organismos de promoción, independientemente de la pertenencia a distintos niveles, nacional o subnacional.

Cuando se llevaran a cabo estudios o análisis de casos, se propendía a que sea tomada en cuenta la inclusión de la dimensión subnacional.

En el estudio comparativo que emprendió el Banco Interamericano de Desarrollo BID en 2010 se incluyó la realidad "regional/provincial-subnacional" de los organismos de promoción. Fue plasmado en el libro "Odisea en los mercados internacionales: Una evaluación de la efectividad de la promoción de exportaciones en América Latina y el Caribe: Informe especial sobre integración y comercio" del especialista del BID Christian Volpe Martincus.

Este informe realiza un análisis de las organizaciones de promoción de exportaciones de más de 30 países y presenta los resultados de evaluaciones de los efectos de la promoción comercial sobre las exportaciones de países y empresas, también identificando áreas para nuevas investigaciones.

En este estudio el BID incluyó junto a pares nacionales los datos informados por organismos de: Cataluña, Córdoba y Mendoza.

Presentación como buena práctica en ALADI

Junto al énfasis en destacar la importancia de los espacios subnacionales en los procesos de integración regional se detectaba el valor de articular lo público y lo privado en la práctica real de la gestión internacional. En el marco del 50° aniversario del proceso de integración de la Asociación Latinoamericana de Integración ALADI, la Secretaría General realizó un Foro en junio 2010 destinado al intercambio de experiencias y mejores prácticas en alianzas público - privadas para la internacionalización de las MIPyMEs.

Como propuesta oficial la ALADI definió "presentar metodologías y casos regionales y extrarregionales a cargo de expertos internacionales en mejores prácticas de alianzas público – privadas; la difusión de las experiencias exitosas en dicha materia enfocadas en el desarrollo de la internacionalización de las MIPyMEs; la presentación de herramientas innovadoras a los responsables gubernamentales de los países miembros para la elaboración de propuestas y estrategias conjuntas con el sector empresarial; y la profundización desde la ALADI de la inserción de las MIPyMEs en el proceso de integración regional."

La Agencia ProCórdoba fue invitada a exponer sobre Experiencias de Alianzas público-privadas orientadas a la internacionalización de las MYPyMEs siendo la única presentación de caso de una entidad subnacional.



Alianzas Público-Privadas para la ternacionalización de las MIPYMES





Las Agendas Internacionales Los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

La Agencia ProCórdoba, como organismo de promoción de exportaciones, vincula su actividad al ODS 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible que en sus Metas incluye el título sobre Comercio, y entre ellas la de "Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo ". Igualmente están relacionados los servicios a los ODS16 de Fortalecimiento de las Instituciones, en pos de la mejora pública; el ODS 4 Educación de Calidad; ODS 5 Igualdad de Género; ODS 8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico; ODS 9 Industria, Innovación e Infraestructura; ODS 10 Reducción de las Desigualdades.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Video ProCórdoba y ODS https://bit.ly/ProCordoba-ODS



ODS y Gobierno de la Provincia de Córdoba.

Desde el año 2016 la Provincia alinea sus acciones a los ODS y sus metas.

En 2019 la Provincia llevó adelante el proceso para la territorialización de los ODS luego de haber sido seleccionada para participar de la Primera Prueba Piloto liderada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

En el año 2020 la Provincia fue propuesta por la OCDE como miembro activo del Comité Internacional de los ODS para la sensibilización y formación de equipos gubernamentales de diferentes regiones del mundo. Uno de los objetivos es lograr que las provincias/regiones puedan llevar a cabo sus propios procesos de territorialización de los ODS.

En este marco, el Gobierno de Córdoba se desempeña como ejemplo de buena práctica de experiencia internacional.

Adjudicación para stand en la Cumbre Humanitaria ONU

En el marco de uno de los Servicios brindados por la Agencia relacionados a los Mercados Públicos, se abordaba el estudio vinculado a los Suministros Humanitarios, capacitando a empresas en las características especiales de este segmento especializado. Son los años en que la Asistencia Humanitaria reclamaba nuevas visiones y que posteriormente se presentaba para el 2015 la Cumbre Humanitaria Mundial que organizaba Naciones Unidas. En una de sus actividades participativas previas el organismo mundial organizó consultas regionales online. La correspondiente a Latinoamérica y el Caribe fue realizada del 16 Marzo al 10 Abril 2015. ProCórdoba participó con una propuesta que fue recogida en el Informe Resumen Latinoamérica y el Caribe:



"Involucramiento del Sector Privado: ProCórdoba sugiere crear una base de datos de potenciales proveedores de bienes y servicios que puedan necesitarse en emergencias. Esto sería particularmente de utilidad en la región de América Latina ya que muchas de las emergencias ocurren a nivel local y requiere la intervención de PyMEs como contribuyentes filantrópicos y proveedores comerciales."

Se comienza a incidir en la importancia de tener en cuenta el rol que puede adquirir el sector privado en temáticas y agendas que parecen a priori lejanas a su participación. Asimismo, la importancia de la territorialización, la localización de agendas en sus dimensiones varias. En el marco de este programa la Agencia se presentó en la Convocatoria y fue seleccionada para participar en la Cumbre Humanitaria Mundial de Naciones Unidas de Turquía en mayo de 2016. En el área de exposiciones se contó con un stand, siendo el único organismo de promoción de exportaciones presente, sea nacional o regional, representando así lo mucho que tiene para aportar el conocimiento de la oferta de empresas de los distintos países del mundo en cuanto a suministros humanitarios. Y que la pandemia COVID-19 demostró lo trascendente de este punto.











Posicionamiento internacional de evento sobre Asistencia Humanitaria

Nutrido con la experiencia en la Cumbre Mundial, la Agencia lleva a cabo en ese mismo año 2016 las Jornadas de Asistencia Humanitaria y Sector Privado que se transformó en evento anual y que en 2022 se llevó a cabo la Séptima edición. Contribuyó a generar conciencia sobre la importancia de los desafíos humanitarios y el rol que puede cumplir el sector privado, tanto como proveedores de productos y servicios, como por la experticia y trayectoria de las propias empresas y la necesaria articulación público privada frente a eventos adversos.

La organización de la oferta exportable relacionada a la Ayuda Humanitaria en la provincia de Córdoba, y del país permiten que Estados y Organismos conozcan la disponibilidad existente, por un lado, y que las empresas y emprendedores tengan mayor visibilidad, como sus productos, servicios, soluciones e innovaciones posibles, generando un crecimiento de este ecosistema.

Las Jornadas se han organizado con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Agencia Argentina de Inversión y Comercio Internacional y se invitó a participar en paneles a las distintas voces del quehacer vinculado a lo humanitario, eventos adversos, gestión del riesgo. Es así que participaron en las distintas ediciones la División de Compras de Naciones Unidas de Nueva York; el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF; la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO; el Programa Mundial de Alimentos, Depósito de Respuesta Humanitaria de Naciones Unidas de Brindisi, Italia y de Panamá; la Federación de Cruz Roja y Medialuna Roja; la Red Interamericana de Compras Gubernamentales RICG- Organización de Estados Americanos OEA; la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres UNDRR; las autoridades de nivel latinoamericano, nacional y provincial relacionados a Gestión de Riesgo, Salud y Emergencias; Comisión Nacional de Asuntos Espaciales (CONAE); Fundación TECHO, AVINA, y empresas y emprendedores de Córdoba y el país.

Estos espacios permitieron la vinculación de actores y sectores con alto grado de desconocimiento mutuo, potenciar la relevancia del trabajo multisectorial, multinivel (global, regional, nacional, local) y multiactoral para el corto, mediano y largo plazo.

Presentación como Caso en Conferencia Mundial de Organismos de Promoción

Ya en 2018, por el trabajo realizado con este programa ProCórdoba fue destacado por el International Trade Center como un ejemplo de contribución a un Ecosistema. Fue seleccionada ProCórdoba para presentar uno de los tres casos que se mostraron en la 12° Conferencia Mundial de Organismos Nacionales de Promoción Comercial. En esta reunión mundial, realizada en octubre de 2018 en Paris, fue el único organismo subnacional de Sudamérica presente. El tema convocante de la conferencia giró sobre "Ecosistemas de comercio e inversión: lograr el crecimiento". ProCórdoba realizó su aporte sobre un área no tradicional: "Ecosistema Ayuda Humanitaria". Como resultado del encuentro se identificaron tres tendencias principales que crean amenazas y oportunidades para estos organismos en un mundo cambiante: "La transición de un enfoque en el crecimiento de las exportaciones a un objetivo más amplio de crecimiento económico inclusivo; nueva oportunidad para que los organismos sean constructores de confianza y el cambio hacia un trabajo en conjunto a todos los actores del ecosistema." Se reconoció el imperativo de que los organismos se conviertan en una fuerza de conexión, que brinde una excelencia fluida a los exportadores e inversores, con un enfoque en la creación de asociaciones, la adopción de nuevos modelos comerciales, la medición y presentación de informes sobre los resultados y el impacto.















Agenda internacional sobre Gestión del Riesgo y sector privado

Junto a la Agenda 2030 y los ODS, es relevante el Marco de Sendai y la gestión del riesgo de desastre y el énfasis en la integración y vinculación de las agendas internacionales, con enfoque de riesgo.

Las Jornadas 2019, contaron además con la participación de funcionarios nacionales, quienes explicaron el funcionamiento del SINAGIR - Sistema Nacional para la Gestión Integral del Riesgo.

ProCórdoba participó bajo invitación y en carácter de representación de Argentina, en el Foro Regional ARISE México 2019: "Resiliencia para todos: la importancia de comprender el riesgo" junto a los referentes de 18 países, puntos focales de ARISE. En el contexto del Marco de Sendai, impulsado por la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNDRR), se ha establecido la Alianza del Sector Privado para Sociedades Resilientes (ARISE), cuyo propósito es unir al sector privado en colaboración con otros actores, para alcanzar las metas del Marco de Sendai.

El 2020 con la pandemia COVID-19 explicó de forma contundente la importancia de esta temática y la necesidad de estar preparado para eventos adversos y amenazas múltiples donde se requiere la intervención desde todos los sectores y actores con visión de gestión del riesgo. A partir de este nuevo proceso, un grupo de instituciones y empresas crea en el país un grupo de trabajo para formalizar un mecanismo que permita contribuir con los distintos niveles del estado y otras partes interesadas para crear sociedades más resilientes. Este grupo, constituido inicialmente por 7 miembros, entre ellos ProCórdoba, dio origen a la Red ARISE Argentina a partir del 23 de junio de 2021.

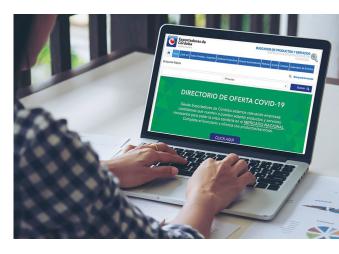
El impacto de la pandemia COVID-19 y la adaptación de los servicios

La pandemia COVID-19 y la disposición del aislamiento social preventivo y obligatorio declarada en Argentina el 20 de marzo de 2020 trastocó el normal funcionamiento de las actividades. En forma ágil se encararon acciones para la continuidad de servicios frente a la nueva realidad. Entre ellas, se transformó a formato virtual un evento clásico de la Agencia, las Jornadas de Comercio Exterior en el mes de mayo, constituyéndose en canal vital de comunicación con toda la comunidad de actores (gobierno provincial y nacional, embajadas, cámaras, organismos, empresas, universidades, público general) para intercambiar con análisis, estudios, capacitaciones sobre el impacto de la pandemia. La continuidad de la relación con los beneficiarios/usuarios de la Agencia marcó una contundente necesidad de participación: 3231 personas en todas las propuestas virtuales incluidas en un extenso ciclo de 47 capacitaciones durante las Jornadas de mayo 2020.

ProCórdoba realizó una rápida adaptación de sus servicios a la virtualidad e incorporación de eventos sincrónicos no presenciales en el calendario de ferias y misiones. Asimismo, se elaboró un informe del Ministerio de Industria, Comercio y Minería a través de ProCórdoba en base a un relevamiento realizado a 300 PyMEs exportadoras o con potencial exportador de la provincia. Las encuestas fueron realizadas durante el mes de mayo de ese 2020 y contemplaron un enfoque en 3 etapas: Conocer la realidad previa a la pandemia, durante la cuarentena y las expectativas para el escenario post COVID-19 en el marco de una vuelta la normalidad. Los objetivos incluyeron describir el impacto en los principales sectores exportadores; redefinir la oferta local con mayor potencial de exportación y de los mercados externos teniendo en cuenta el nuevo contexto global y crear nuevas herramientas que permitan al sector empresarial seguir desarrollando el proceso de internacionalización. En el lapso de los primeros 45 días se logró la creación de una nueva plataforma para presentar un Directorio de Empresas que ofrecían productos y servicios vinculados a las necesidades planteadas por la pandemia (distinta al tradicional Directorio de Oferta Exportable de 2300 empresas). Se reafirmó el apoyo al sector de equipamiento médico, altamente demandado y considerando que entre el 50-60% de lo que exporta Argentina de este sector es producido por PyMEs cordobesas y que las dos fábricas de respiradores del país están localizadas en la provincia de Córdoba.

También se dispuso un cambio en la metodología del servicio de asesoramiento a empresas debido a la





coyuntura. Al no poder ofrecer las herramientas de apoyo que se brindaban normalmente, se pasó a una estrategia de contacto individual, generación de vínculos directos, acompañamiento a las empresas en operatorias de comercio exterior y búsqueda de contactos comerciales. Ello se realizó asignando a todo el personal de la Agencia diferentes grupos de empresas para su seguimiento. Se priorizó lo cualitativo sobre lo cuantitativo. Como resultado de ello y a pesar de la crítica situación, en medio de la pandemia, 15 PyMEs cordobesas de diferentes rubros lograron realizar su Primera Exportación en el marco de los servicios de la Agencia.

The Challenges of Regional/Subnational Trade Promotion Organisations in the face of COVID-19









El rol significativo de los organismos de promoción comercial subnacionales

La pandemia demostró que organismos preparados, con capacidad de respuesta, son vitales para la sostenibilidad de las realidades productivas de los territorios y su incidencia en el desarrollo, con visión de gestión del riesgo, en marcos de sistemas de calidad y mejora continua. En ese 2020, signado por la pandemia mundial, por iniciativa de ProCórdoba junto a ACCIÓ de Cataluña y con la participación del International Trade Center -ITC se organizó el webinar "Los Desafíos de los Organismos de Promoción Comercial regionales/subnacionales frente al COVID-19".

El webinar contó con la asistencia de organismos provinciales y nacionales, entidades y redes de Europa y América Latina dedicados a la promoción de las exportaciones, con guienes se mantiene una estrecha relación. Durante el webinar se presentaron las experiencias de ProCórdoba y ACCIÓ en la adaptación e innovación en los servicios para las PyMES en un contexto signado por la incertidumbre y los efectos de la pandemia, apoyando la recuperación del tejido productivo exportador. El ITC, desde el área de Fortalecimiento Institucional analizando el impacto y el rol de los organismos de promoción de exportaciones destacándolos como fuente vital de asistencia para las PyMEs durante y post pandemia con herramientas de gran soporte como son el acceso a la información oficial y confiable, la asistencia técnica, la coordinación y la facilitación de redes, que, con una mirada a la vez local y global, generan escenarios resilientes, de mayor escala y eficiencia.

La Asamblea General de Naciones Unidas declaró el 27 de junio como "Día Internacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas" (MiPyMEs), como forma de concientizar acerca de su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la creación de empleo y del desarrollo económico.

Para conmemorar su día, en el 2022, Naciones Unidas, organizó en Nueva York el evento: "Resiliencia y Reconstrucción: MiPyMEs para el Desarrollo Sostenible a la vanguardia de una mejor y más fuerte recuperación frente a los impactos de la pandemia del COVID-19, la crisis climática y conflictos".

El International Trade Center propuso a ONU la participación de ProCórdoba como disertante en el Plenario 1: "Resiliencia y Reconstrucción: Políticas y ecosistema institucional para apoyar a las MiPyMEs: Buenas Prácticas de experiencias y recomendaciones para futuras crisis/ situaciones frágiles".

Tener voz en ONU, el principal organismo internacional, en el día especial en que se destaca el rol de las empresas, contribuye a enfatizar lo que pueden ofrecer los organismos de promoción subnacionales en apoyo a las mismas a través de sus servicios.







Internati Trade Centre



UNCTAD









DIRECTOR AGENCIA PROCÓRDOBA

Carlos Pelliza Cámara de Comercio Exterior de Córdoba

"Hace más de 20 años había una tendencia a nivel internacional donde los países que más crecieron en la internacionalización de sus empresas fueron porque contaron con organismos de promoción mixtos, es decir, la acción público-privada encabezando la promoción de las exportaciones e internacionalización de las empresas. Córdoba en aquel entonces no estuvo ajena a esa tendencia y a través de un grupo de industriales lideró la presentación de un proyecto al Gobernador de la Provincia, entonces recientemente asumido Dr. José Manuel de la Sota quien suscribió el proyecto de forma inmediata muy entusiasmado y pidió que se articulara la forma definitiva con su Ministro de Industria que por ese entonces era el Cr. Juan Schiaretti.

Así es como nace ProCórdoba. Esta construcción ha sido un aporte colectivo donde cada uno a dado lo mejor de sí en beneficio del conjunto y no menos destacable es el apoyo del equipo de trabajo de la agencia que se ha ido profesionalizando año a año y hoy constituye un valor fundamental en esta acción que supo interpretar las directivas del Directorio y también las necesidades del sector privado para desarrollar servicios altamente especializados y en función de las necesidades del sector empresario. "



"En el marco de nuestras acciones estratégicas para propiciar nuevas oportunidades comerciales para las empresas de Córdoba, en los últimos años hemos implementado programas específicos como el de Desarrollo Exportador, el de Grupo Exportadores, el Fondo Exportador y de Internacionalización de Empresas de la Provincia o el Programa de Asistencia Específica a través de los cuales personalizamos nuestros servicios y brindamos asistencia acorde a las necesidades particulares de cada empresa o de un sector productivo determinado"





CAPÍTULO III

NUESTRO PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y SUS USUARIOS



Para la realización de los servicios de ProCórdoba se ha desarrollado una amplia red de vínculos y alianzas estratégicas que incluyen Cancillería Argentina y la red de Embajadas en el exterior; organismos internacionales como la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS), Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG-OEA); representaciones diplomáticas acreditadas en el país; Consejo Federal de Inversiones (CFI): actores gubernamentales nacionales, provinciales y locales; entidades y cámaras, colegios profesionales, universidades y centros educativos, despachantes de aduana y otros actores del ecosistema exportador.





Portafolio de Servicios

ProCórdoba demuestra una larga trayectoria de trabajo mancomunado con empresas, clústers, cámaras y actores claves para la promoción de exportaciones.

A lo largo de los más de 20 años, se requirió adaptación, flexibilidad, escucha y diálogo con los beneficiarios y actores que contribuyen al desarrollo e implementación de los programas, en el marco de realidades cambiantes y pandemia global, para repensar los mejores servicios y modalidad de llevarlos a cabo con planes estratégicos fortalecidos. La Agencia pone a disposición un conjunto de herramientas y programas diseñados específicamente para apoyar a las empresas de bienes de los diversos rubros y para potenciar, ante el crecimiento sostenido en los últimos años, la presencia del sector servicios en el mercado internacional. Las acciones se aplican acorde a la rama productiva correspondiente ya que se trabaja con aproximadamente 26 sectores y subsectores productivos y teniendo en cuenta que tradicionalmente la provincia exporta a más de 140 países destino. Los servicios y programas destinados a las empresas tienen en cuenta sus diferentes estadios en el proceso exportador: las no exportadoras; las que lo realizan en forma esporádica y las exportadoras habituales. Se proporciona apoyo y acompañamiento para permitir a las empresas iniciar el camino de las ventas externas, fortalecer sus procesos, realizar aperturas, consolidar mercados o recuperar clientes externos.

En el marco de las acciones estratégicas para propiciar nuevas oportunidades comerciales para las empresas de Córdoba, en los últimos años se vienen implementando programas específicos a través de los cuales se personalizan los servicios y se brinda asistencia acorde a las necesidades particulares de cada empresa o de un sector productivo determinado.

El calendario anual de actividades de promoción comercial abarca un total de más de 100 eventos presenciales y virtuales a nivel nacional e internacional. Estas actividades de carácter sectorial o multisectorial incluyen: exposiciones y visitas a ferias internacionales, misiones comerciales directas e inversas y rondas de negocios

El portafolio de servicios cada vez más personalizados, adaptados a medida de las necesidades de los usuarios constituye un mix de acciones, donde la fortaleza de la institución radica en la capacidad ágil de creación permanente de propuestas y desarrollo de herramientas para alentar y fortalecer a las empresas de la provincia en su recorrido en el camino exportador

Fondo Exportador y de Internacionalización de Empresas de Córdoba - FEXIC

FExIC persigue el objetivo de brindar apoyo a empresas productoras de bienes y también a empresas productoras de servicios que tengan como meta lograr la internacionalización, aumentar sus exportaciones, o diversificar o recuperar mercados, mediante la ejecución de acciones que potencian la capacidad y competitividad de las empresas para abordar el mercado externo. Se caracteriza por ser un Apoyo (en formato de reembolsos) de hasta el 50 % del costo total invertido por las empresas para ejecutar las actividades contempladas en el programa, estando abierta la Convocatoria durante todo el año. Este Fondo prevé recursos para realizar actividades de publicidad, marketing, asesoría legal, estudio de mercado, contratación de personal experto en comercio exterior, instalación de oficina comercial en el exterior, normas de calidad para acceder a mercados extranjeros, capacitación de personal en comercio exterior y contratación de seguro de crédito para la exportación, entre otras.

Directorio de Oferta Exportable

Con el fin de ampliar permanentemente los servicios y actividades, en 2012 la Agencia Pro-Córdoba lanzó "Exportadores de Córdoba", el directorio virtual de acceso público y totalmente gratuito, que incluye la información de 2.300 firmas cordobesas exportadoras o con potencial exportador. Hoy, esta herramienta es una de las plataformas de promoción más sólida y robusta, y es única en su tipo a nivel nacional y latinoamericano.

Grupos Exportadores

Fomentar la asociación y la integración entre empresas es otro de los pilares distintivos de ProCórdoba. En ese marco, en 2010, creó el Programa de Grupos Exportadores que impulsa esquemas asociativos para mejorar la competitividad de las Pymes y grupos de productores en mercados externos.

Desde entonces, ProCórdoba propició la creación de 35 grupos exportadores de los más diversos sectores. Desde molinería, especialidades de cereales y legumbres, aceite de oliva y quesos, pasando por servicios de salud, servicios industriales, maquinaria agrícola, autopartes, bienes de capital, proveedores para sector de gas, petróleo y minería; hasta turismo, servicios para la industria de reuniones, servicios audiovisuales y producción musical y de esculturas, son algunos de los rubros protagonistas de esta iniciativa.

Front Office

Fondo Exportador y de Internacionalización de Empresas de Córdoba

Asistencias en Promoción Comercial (Calendario de Ferias y Misiones - Asistencias Específicas)

Asistencias Técnicas In-Company

Grupos Exportadores

Inteligencia Comercial - Desarrollo Exportador Sectorial

Compras Públicas Internacionales

Informes Técnicos y Comerciales

Mujer y Comercio Internacional

Inserción Laboral en Comercio Exterior

En 2021 ProCórdoba celebró los 20 años como Agencia para la promoción de las exportaciones de la Provincia.

Durante estas dos décadas de trayectoria, la Agencia brindó más de 7.300 asistencias a empresas para que pudieran participar en actividades de promoción comercial en el exterior.

De esta manera, 3.200 de esas asistencias fueron para que firmas integraran delegaciones en misiones comerciales, 3.100 para que participaran en misiones inversas con operadores internacionales, 890 para que expusieran sus productos o servicios en ferias internacionales y 135 para participar en actividades de promoción intranacional.

A su vez, a lo largo de estos 20 años, desde ProCórdoba se coordinaron y concretaron cientos de eventos de promoción comercial que permitieron a las empresas iniciar el camino de las ventas externas, fortalecer sus procesos, realizar aperturas, consolidar mercados o recuperar clientes externos. Los números reflejan el trabajo realizado: más de 850 eventos de promoción comercial desglosados en 470 misiones comerciales a diferentes países; 190 misiones inversas; más de 150 participaciones de empresas en ferias internacionales; y 26 actividades de promoción a nivel intranacional.

Además, y con el fin de contribuir a que más empresas den su primer paso en los mercados internacionales, durante estas dos décadas, desde ProCórdoba se promovió a más de 1.000 empresas a través de los programas de asistencia específicas. Estas iniciativas capacitan, asesoran, acompañan y financian a las empresas cordobesas para posicionar su oferta en mercados estratégicos. Por otra parte, en 2020, el nuevo escenario de pandemia mundial no impidió que la Agencia ProCórdoba continuara atravesando fronteras para impulsar a las empresas cordobesas. Así fue como en ese año se concretó la presencia en dos ferias, cinco misiones comerciales v cinco misiones inversas, todas desarrolladas de manera virtual. Más aún, en ese contexto de incertidumbre y dificultades, la agencia acompañó a 15 pymes cordobesas que concretaron durante el 2020 su primera exportación.

Grupos Exportadores conformados por la Agencia ProCórdoba. Detalle por sectores. Período 2010 - 2022

| SECTOR | Cant. de Grupos | Cant. de Empresas |
|--------------------------|-----------------|-------------------|
| Turismo Enológico | 1 | 7 |
| Software | 1 | 5 |
| Servicios Turísticos | 2 | 16 |
| Servicios para Reuniones | 1 | 15 |
| Servicios Industriales | 1 | 8 |
| Servicios Deportivos | 1 | 5 |
| Servicios de Salud | 1 | 7 |
| Servicios Audiovisuales | 1 | 9 |
| Servicios Artísticos | 2 | 20 |
| Petróleo, Gas & Minería | 2 | 13 |
| Nutrición Animal | 2 | 10 |
| Maquinaria Agrícola | 5 | 32 |
| Genética Animal | 1 | 5 |
| Maquinaria Vial | 1 | 8 |
| Cereales y Legumbres | 1 | 8 |
| Bienes de Capital | 1 | 7 |
| Autopartes | 3 | 16 |
| Alimentos | 4 | 22 |
| Alfalfa | 3 | 21 |
| Agroalimentos | 1 | 6 |
| Total General | 35 | 240 |

TESTIMONIOS DE EMPRESAS

Jaque Content - Daniel Lambrisca

"Nuestra empresa dedicada a la producción de contenidos audiovisuales como series, películas, documentales y cortos publicitarios nació pocos años después de ProCórdoba y la verdad que nuestros caminos se han cruzado desde siempre. Gracias al impulso que recibimos hemos logrado internacionalizar nuestra productora ya que tuvieron un rol clave en la apertura de Jaque Content México. Además, permanentemente colaboraron para que podamos participar en grandes ferias y mercados audiovisuales del mundo lo que nos abrió puertas en todos los continentes con resultados realmente increíbles. Para las PyMEs de Córdoba, como la nuestra, la tarea que realizan es fundamental gracias a los incentivos y financiamientos, a los planes de capacitación y a las políticas con las que promueven Córdoba en el exterior y han conseguido que muchas producciones cordobesas lleguen al mundo entero, algo que de otro modo hubiera sido imposible o mucho más difícil."

En Video Institucional 20 años





3 OGS - Mauricio Navajas

Empresa de desarrollo de videojuegos. "Conocimos a ProCórdoba a través de la Semana TIC y luego, por una articulación que se comenzó a dar entre la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentinos y ProCórdoba, se empezaron a hacer misiones. Destacaban la vertical videojuegos con la posibilidad de ir a los principales eventos del mundo para poder interactuar con distintos inversores, distintos clientes. ProCórdoba es fundamental para la internacionalización. En su matriz, que está compuesta por lo público y lo privado, tienen la cercanía con la industria y para nosotros eso hace que las misiones no sean aleatorias, sino que tienen un foco evaluado en un análisis estadístico de la realidad local."

En Video Institucional 20 años



Industria EMEgom- Pablo Maine - Director

"Fabricamos piezas de gomas y goma metal para la industria automotriz, para maquinaria agrícola y otro tipo de industrias. Conocimos a ProCórdoba por suerte ya hace muchos años en una misión comercial organizada por ellos y en adelante fue innumerable la cantidad de actividades que realizamos en conjunto. Hemos logrado clientes en Europa y el resto de América con acciones conjuntas. Es fundamental contar con entidades como ProCórdoba para llevar los productos argentinos al mundo, sobre todo para las PyMEs a quienes aliento para dar sus primeros pasos, se apoyen en las herramientas que le brinda ProCórdoba y puedan lograr su primera exportación. "

En Video Institucional 20 años

Ultracongelados Canalsenses - Oscar Decoberti - Encargado de Comercio Exterior

Pyme familiar dedicada a la elaboración de panificados ultracongelados listos para hornear. "En 2019 comenzamos a trabajar con ProCórdoba. Con la asistencia de un consultor proporcionado por la Agencia en el marco del Programa de Desarrollo Exportador, participamos de un taller de empresas familiares y de diferentes capacitaciones sobre cómo fijar precios en el exterior, operativa aduanera y estrategias comerciales. Además, realizamos un relevamiento sobre nuestro perfil exportador y detectamos qué debíamos mejorar".

En 2022 realizó su primera exportación a Chile, que consistió en una carga completa de 24 pallets de un mix de siete productos: medialunas dulces, saladas, y diferentes tipos de facturas con crema, membrillo y dulce de leche. A raíz de la primera experiencia de exportación con Chile, ya está en contacto con potenciales clientes de Brasil y Paraguay, y tiene como proyecto incrementar la capacidad productiva mediante la ampliación de la planta.

"Trabajar con la Agencia ProCórdoba nos permitió crecer como empresa, ayudándonos a desarrollar nuestro perfil exportador e implementar mejoras internas. Esto también trajo como consecuencia aumentos en las ventas locales".

En Noticias ProCórdoba 30 diciembre 2022





SIEC- Soledad Cafure - Gerenta General

Fabricación de mobiliario médico-hospitalario. En enero del 2020, se presentaron en una licitación internacional convocada por el PNUD de Paraguay para aprovisionar hospitales con motivo del dengue.

"Contamos para ello con toda la asistencia del equipo de Compras Públicas de ProCórdoba, desde la convocatoria y durante todo el proceso. Recibimos la noticia de que nos habían adjudicado y logramos despachar lo contratado el 19 de marzo 2020, en tiempo y justo, antes de que comenzara la cuarentena total en Argentina.

Fue una gran experiencia para nosotros y de esa contratación surgieron varias consultas de otras empresas del Paraguay. Estas licitaciones tienen sus formalidades y documentación a generar, en lo cual tuvimos asistencia plena del equipo de Pro-Córdoba. Actualmente, seguimos atentos a las posibilidades de este tipo y evaluamos su factibilidad, preparándonos para que las exportaciones sean parte de nuestra cartera de negocios"



En Noticias ProCórdoba 28 marzo 2020



Legume - Julio Galassi

Elaboración de pastas secas de alto valor nutricional utilizando harinas no tradicionales (legumbres)

En el marco del Programa de Desarrollo Exportador (PDE) 2021 consiguió la apertura al mercado uruguayo y ya realizó otras experiencias exportadoras y con proyecto de enviar cargas a Uruguay, Chile y Paraguay. "Ver que nuestros productos viajan al exterior es algo muy satisfactorio. Este programa es muy completo, los integrantes son muy profesionales, siempre dispuestos para todo. Cuentan con información para trabajar tanto dentro de la empresa como también sobre el extranjero, que es adonde apuntamos".

En Noticias ProCórdoba 3 enero 2022





MetalMec - Julia Singh - Socia

Implementos para maquinaria vial y de la construcción.

"Tenemos productos vendidos en todo el país, trabajamos mucho el mercado de las cooperativas eléctricas y, de hecho, nuestro primer cliente internacional se dedica al tendido de redes eléctricas en Chile. Lo que vendimos es una Hoyadora Hidráulica para realizar perforaciones verticales, como por ejemplo para el plantado de postes en tendidos de redes de energía".

Participamos en Metalexpo, conocimos potenciales clientes y contemplamos la posibilidad de abrir mercado en los países limítrofes. Nos enfocamos y nos planteamos el objetivo de conseguir nuestra primera exportación en el 2020. Se contactaron con el Servicio de Front Office para detectar sus necesidades mediante un diagnóstico personalizado que permite conocer el potencial exportador. Por otra parte, mediante el Convenio de Articulación que mantiene ProCórdoba con el Centro de Despachantes de Aduana MetalMec recibió asesoramiento técnico inicial con una despachante de aduana. "En la primera entrevista ella despejó nuestras dudas y nos acompañó e incentivó hasta concretar nuestra primera exportación. Sentimos mucho apoyo de todas las partes involucradas que nos motivaron durante todo el proceso".

"A pesar de la pandemia logramos nuestro objetivo". "Sabemos que este camino es largo y que apenas hemos dado los primeros pasos, pero empezamos creyendo que exportar era algo que podían lograr solo las grandes empresas y en muy poco tiempo nos mostraron que estábamos equivocados"

En Noticias ProCórdoba 10 diciembre 2020





Nuestra participación en Proyectos

En el marco de cooperación internacional ProCórdoba ha participado en convocatorias internacionales o proyectos especiales bajo distintas modalidades a los fines de profundizar vínculos con diferentes organismos, espacios geográficos y mercados meta y fortalecer las actividades de las PyMEs cordobesas para promover su internacionalización. Algunos ejemplos de estas prácticas: Un formato interesante multiactoral es la conformación de consorcios, liderando o nutriendo esquemas plurales que demuestran la sinergia posible complementaria y de valor agregado.

En el marco de la iniciativa "Proyectos de Misiones Universitarias al Extranjero III" de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, en el marco del consorcio, la Agencia ProCórdoba aportó apoyo para la participación de cinco universidades locales en la Misión a Singapur en 2013. Las Universidades beneficiarias del soporte y organización de la agenda de entrevistas por parte de ProCórdoba para promocionar la oferta educativa cordobesa fueron: Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional de Villa María, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Empresarial Siglo 21 y Universidad Blas Pascal.

Con característica sectorial, la participación en el programa Unión Europea Al Invest 5 en 2017 para el Proyecto de vinculación Cross-clustering. En formato consorcio participó ProCórdoba con la Agencia de Promoción de Actividades Internacionales de la Cámara de Comercio de Milán (PROMOS), como solicitante principal; la Federación de Cámaras de Comercio de la Unión Europea en Argentina (EUROCAMARA), la Fundación Empresarial Comunidad Europea EUROCHILE y el Sistema Camerale-Servizi. Programa que incluyó como objetivo el impulsar el desarrollo de las capacidades asociativas para MiPyMEs de Argentina y Chile del sector metal-mecánico y metalúrgico para abordar el desafío en promover y facilitar la creación de una dinámica para la formación de clusters y construir capacidad de vinculación e integración entre los socios de estas agrupaciones y de éstos con las redes de empresas y organizaciones empresariales ya existentes.

Junto al Fondo Argentino de Cooperación FOAR, Pro-Córdoba complementa misiones bajo distintas modalidades, como en Cooperación Sur-Sur. Ejemplo la misión exploratoria en Sudeste Asiático (Vietnam y Tailandia) en 2017 junto a la Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola y Agrocomponentes de la Provincia de Córdoba





AFAMAC y al Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA que contempló la visita a universidades, instituciones y centros de investigación en materia agrícola en ambos países asiáticos.

Asimismo en misión empresarial y fortalecimiento del sector lácteo. Taller de Oferta Tecnológica Argentina de Equipamiento para la Industria Láctea, en Cochabamba, Bolivia en 2019, organizado por Cancillería argentina conjuntamente con ProBolivia, a través del programa ProLeche del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural de Bolivia. Proyecto en el cual el Instituto Nacional de Tecnología Industrial INTI se encargó de capacitar y fortalecer a sus contrapartes bolivianas en el desarrollo del sector lácteo mediante la Cooperación Técnica. A raíz de ello se detectaron necesidades específicas para la tecnificación de la industria complementarias con la oferta tecnológica argentina. Contó con el apoyo y la participación de la Cámara Argentina de Fabricantes y Proveedores de Equipamientos, Insumos y Servicios para la cadena láctea -CAFYPEL y las agencias provinciales de promoción de las exportaciones ProCórdoba y Santa Fe Global.

Como agregado de valor, vinculación con sector privado en proyecto FOAR de la Universidad Nacional de Córdoba y el Instituto Cubano de Investigaciones de Derivados de la Caña de Azúcar para el aseguramiento de la calidad del ron cubano en 2019.

En una de las misiones de la delegación cubana en Córdoba se organizó una visita a la empresa exportadora Porta Hnos. donde compartieron en el recorrido a la planta la experiencia de esta empresa dedicada a la producción y elaboración de licores y alcoholes de alta calidad, soluciones de ingeniería industrial e innovaciones tecnológicas.

A nivel institucional, con características multinivel y triangular. El Intercambio de Expertos UE-ALC 2018 para brindar transferencia de knowhow al organismo par de nivel nacional de Cuba, encargada de la promoción de exportaciones, ProCuba. Programa que presentó como características: financiamiento europeo, relación entre entidades de distintos niveles (subnacional-nacional) y que la transferencia la brinda la agencia provincial ProCórdoba a su par nacional ProCuba relacionados a los servicios específicos vinculados a inteligencia comercial y mercados públicos.



















Nuestros vínculos con Japón y JICA, la cooperación japonesa

ProCórdoba en su rol de receptor, destaca los vínculos construidos en la relación con Japón, que se ha materializado durante el transcurso del tiempo con la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA). Dependiente del Gobierno japonés, JICA ejecuta programas de cooperación técnica bajo la aplicación de diversas modalidades, entre ellas el envío de Voluntarios Seniors, personas especializadas en distintos campos profesionales que asisten a las entidades receptoras en sus programas específicos.

En estos años de relaciones, la cooperación japonesa redundó en el fortalecimiento institucional con capacitación de herramientas virtuales y contribuciones significativas para la plataforma del directorio de Oferta Exportable de la provincia, con estudios sobre el sector alimenticio, entre otros tantos aportes y para mayor conocimiento mutuo, sobre su país y cultura.

En el marco de actividades de promoción comercial de la Agencia, se contó con la colaboración para las visitas en misión exploratoria de una delegación de importadores japoneses para la apertura e inserción en mercado japonés del Maní de Córdoba, programa implementado de manera conjunta con la Cámara Argentina del Maní Por otra parte, en 2013 ProCórdoba organizó una misión inversa de dos expertos de la Organización Nacional de Agricultura y de Investigación Alimentaria de Japón NARO, para que participen como disertantes en el 12° Congreso Internacional de Agricultura de Precisión y Expo de Maquinarias Precisas que organiza el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) Manfredi. Sus presentaciones refirieron a "Robótica en la Mecanización Agrícola" y "Desarrollos informáticos y de comunicaciones para la agricultura".

ProCórdoba se ha beneficiado con la recepción de cuatro expertos de JICA y profundiza la relación con el quinto representante, a partir de mayo de 2023, el Voluntario Senior Inoue Shizuo.

Video JAPON NARO Agricultura Precisión https://bit.ly/agricultura-precesion

Afianzamiento de relaciones para escalar oportunidades

Iniciar, cultivar y profundizar relaciones forma parte del accionar de ProCórdoba.

Tradicionalmente ha sido una forma de actuar desde los inicios de la entidad para el afianzamiento institucional y desarrollo de servicios en beneficio de las empresas y actores del territorio.

En el camino recorrido se han realizado convenios con instituciones varias y se reafirma en la etapa pos pandemia que la mejor manera de continuar es trabajar junto a organismos e instituciones que potencien resultados conjuntos.

• Convenio Marco de Colaboración ONU Argentina, ProCórdoba y la Universidad Católica de Córdoba

A fines del 2021, en el marco de la visita a Córdoba de la Delegación de las Naciones Unidas -ONU- en Argentina, con eje en el trabajo que realiza la Provincia en materia de Agenda 2030 y la territorialización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible se realizó un encuentro con ProCórdoba.

Se expusieron las acciones de la Agencia vinculada a la temática de Naciones Unidas junto a representantes del sector privado con quienes ProCórdoba interactúa con sus programas y servicios.

En la oportunidad, se suscribió un Convenio Marco de Colaboración entre la Oficina del Coordinador Residente de las Naciones Unidas en la Argentina, la Agencia Pro-Córdoba y la Universidad Católica de Córdoba, representada por su Rector.

Dicho Convenio tiene el objetivo de implementar acciones tendientes a desarrollar proyectos de cooperación técnica y científica de interés común, en el marco de iniciativas vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030; el fortalecimiento de la cooperación internacional y la transferencia de know-how afines a sus áreas de conocimiento y experticia.

• Memorándum de Entendimiento de Cooperación Técnica con la Red de Inversiones y Exportaciones de Paraguay REDIEX

En julio del 2022 en el marco de una misión comercial a dicho país se profundiza los vínculos con Paraguay en











búsqueda de mejorar las oportunidades de negocios y el comercio entre ambas regiones.

El vicepresidente de la Agencia ProCórdoba, Alejandro Piccioni y la Embajadora Estefanía Laterza, viceministra de la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX), dependiente del Ministerio de Industria y Comercio de Paraguay, firmaron un Memorándum de Entendimiento de Cooperación Técnica entre ambas instituciones. El convenio permite fortalecer el trabajo que se viene realizando para favorecer las exportaciones de los respectivos sectores empresarios. La intención de ambas partes es abordar también temas que estén vinculados a mejoras internas, la transferencia de know-how y el enriquecimiento mutuo que permite compartir experiencias. El evento estuvo encabezado por el Ministro de Industria y Comercio de Paraguay, Luis Alberto Castiglioni, quien manifestó la intención de reforzar las relaciones con Argentina a través de sus regiones, priorizando el vínculo con Córdoba, destacando el potencial de la provincia dado su desarrollo económico, el alto nivel de formación de sus recursos humanos y la calidad de las universidades.

Transferencia de nuestro "saber hacer"

La trayectoria institucional de ProCórdoba, las lecciones aprendidas por la implementación de los servicios y el feedback que se recibe de los usuarios fue conformando el "saber hacer" propio de la Agencia.

Se va calibrando ese "know-how" a las realidades cambiantes y desafiantes en la gestión institucional internacional y a la propia idiosincrasia empresarial y de ecosistema de negocios de Córdoba. La Agencia aporta transferencia de "cómo hace las cosas", intercambios de experiencias y buenas prácticas, con entidades provinciales, nacionales y del extranjero.

• Marco legal, organización interna y procedimientos

La modalidad de gestión público-privada es tenida en cuenta por solicitantes de organismos provinciales que desean adaptar o iniciar áreas de gobierno y conocer el recorrido de ProCórdoba.

El conocimiento de la normativa, los procedimientos administrativos que se requiere como organismo público-privado fue consultado por actores varios. Entre ellos, organismos gubernamentales de la propia Provincia como la Agencia Innovar y Emprender y de otras provincias como de la Provincia de La Pampa a la hora de crear y organizar su propia agencia de promoción de exportaciones.



46 | Agencia ProCórdoba S.E.M.

• Directorio de oferta exportable.

La plataforma on line de ProCórdoba que da visibilidad a las empresas, por su formato, organización y funcionalidad, es referente como instrumento vital del comercio exterior. Se ha solicitado el conocimiento sobre el diseño y funcionamiento de esta herramienta para ser implementado oportunamente en organismos pares como las Agencias de la Provincia de Buenos Aires y de la Provincia de La Pampa.

• Inteligencia Comercial

El Programa desarrollado por la Agencia vinculado a análisis de mercados e inteligencia comercial ha sido también solicitado por instituciones pares para recibir mayor información sobre el contenido y metodología del servicio técnico.

Con organismos de otras provincias de Argentina como así también del exterior se compartió el know-how, interiorizándose sobre el mismo, el organismo de promoción de la Provincia de Salta - ProSalta y el Instituto de Desarrollo Productivo - IDEP de la Provincia de Tucumán. A nivel internacional, el llevado a cabo en el marco del Intercambio de Expertos Unión Europea-América Latina y el Caribe para la transferencia de know-how al organismo nacional, Agencia ProCuba.

Servicio de capacitación a empresas en Mercados Públicos

El servicio sobre asesoramiento a empresas para que participen en convocatorias de Mercados públicos – Estados, Organismos Internacionales- fue transferido a actores institucionales de distinto nivel.

Se capacitó en el formato del servicio de ProCórdoba a autoridades y funcionarios de Cancillería Argentina; a la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y a la Red Federal de Organismos de promoción de exportaciones; igualmente a integrantes de los equipos de la Agencia de Promoción de Comercio Exterior de la Ciudad de Buenos Aires.

A nivel internacional se realizó transferencia de knowhow a los organismos nacionales Agencia ProCuba en el marco del Intercambio de Expertos Unión Europea-América Latina y el Caribe 2018

Y en 2022 a ProDominicana, el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, en el marco de la relación que se mantiene con la Red Interamericana de Compras Gubernamentales RICG de la Organización de Estados Americanos OEA.







El camino recorrido en estos más de 20 años encuentra a ProCórdoba abierta a esquemas de cooperación para desarrollar programas conjuntos, nutriendo proyectos y transferencia de conocimientos con organismos de promoción regionales/subnacionales o nacionales, redes internacionales y otras instituciones u organismos relacionados al comercio exterior en pos de un desarrollo sostenible basado en la consolidación de alianzas estratégicas.



CAPÍTULO V

NUESTRAS FORTALEZAS Y BUENAS PRÁCTICAS









PLAN ANUAL DE FERIAS Y MISIONES

El Plan Anual de Ferias y Misiones de ProCórdoba es una imagen de la realidad productiva exportadora de la provincia, reflejando los distintos rubros productivos y mercados meta reflejando en su gestión el diálogo multiactor y multinivel en la provincia.

Para una agencia de promoción de exportaciones la participación de las empresas en Ferias y Misiones constituye una actividad tradicional de los organismos en las distintas partes del mundo.

En ProCórdoba a sus inicios como Agencia, se contaba con una participación en aproximadamente 15 eventos anuales, habiendo incrementado a la actualidad en más de cien. No sólo se trata de un aumento numérico sino de elaboración y gestión integral, basado en inteligencia comercial, teniendo en cuenta las necesidades de los sectores productivos, las prioridades definidas, las características de los diferentes mercados y la composición de la canasta exportadora de Córdoba. Constituye la columna vertebral visible calendarizada de la gestión de promoción comercial que articula con los programas y servicios de la agencia.

El calendario de eventos actual marca la impronta de la gestión de Córdoba que es de articulación, de escucha activa y de previsibilidad para los empresarios a través de herramientas como la promoción comercial.

Articula siempre un esquema comercial plausible desde lo operativo y presupuestario, que estructura la base del apoyo a los principales sectores exportadores, tanto de bienes como de servicios. Luego, los diversos Programas Específicos de la Agencia que apuntan al sostenimiento del Plan de Negocios de cada empresa en forma individual, potencian y multiplican las acciones de ese Calendario Anual.

Está basado en promover, planificar y coordinar la participación de empresas cordobesas en las distintas ferias y misiones que se realizan a nivel provincial, nacional e internacional de acuerdo con las reglamentaciones y normas de calidad establecidas para dicho fin.

Los destinatarios son empresas productoras de bienes y/o servicios legalmente constituidas y radicadas en la Provincia de Córdoba, preferentemente PyMEs, que cumplan con las condiciones mínimas exigidas por la Agencia para iniciar, continuar o profundizar con su proceso de internacionalización.

Para la elaboración del mismo se consulta a los actores referentes, cámaras empresariales, según sus propios relevamientos de necesidades y propuestas, cotejado con las prioridades de la agencia las que surgen del desarrollo de un modelo creciente en inteligencia y detección de mercados. En la calendarización se incluyen las actividades de carácter sectorial o multisectorial que incluyen exhibiciones en ferias internacionales donde las firmas pueden mostrar sus productos en stand; visitas a ferias, participación en misiones comerciales directas y propuestas de misiones inversas y rondas de negocios.

Se informa y coordina con Cancillería Argentina y la Agencia nacional y en su ejecución se relaciona con las representaciones argentinas en el exterior y/o actores privados empresariales, cámaras y referentes para la consecución de las mismas.

Durante la pandemia se actualizaron herramientas y plataformas virtuales para dar continuidad a las actividades de contacto y vinculación comercial internacional, tanto para las rondas de negocios como para las ferias en el nuevo formato.

Estas acciones reflejadas en el calendario buscan contribuir a la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas del mercado cordobés, iniciándolas en la actividad, consolidando o fortaleciendo su potencial exportador en pos de consolidar la inserción internacional y ampliar las oportunidades económicas de las empresas de Córdoba, priorizando la diversificación de las exportaciones y el valor agregado.













¿Qué estás buscando?

Productos/Servicios

Ingresar valor de Búsqueda

BUSCAR

Empresas

Ingresar valor de Búsqueda

BUSCAR

Posición Arancelaria

Ingresar valor de Búsqueda

BUSCAR

DIRECTORIO DE OFERTA EXPORTABLE - DOE

El objetivo del DOE de Córdoba es ser una herramienta que ayude a promover los productos de las empresas de la provincia en los mercados internacionales. Además, busca posicionarse y consolidarse como el instrumento estatal que las empresas utilicen para dar a conocer sus productos al mundo y como un documento de consulta permanente para los potenciales clientes extranjeros, que requieren información actualizada sobre la oferta exportable provincial.

La necesidad de encontrar un formato ágil, de actualización permanente y disponible en los distintos países del mundo para hacer llegar la información sobre las empresas exportadoras de Córdoba definió la prioridad por parte de la Agencia de elaborar una propia plataforma acorde a las necesidades de una provincia con una canasta exportadora amplia, multisectorial y de mercados de destino múltiples.

Esta herramienta vino a sustituir en su tiempo al tradicional libro formato papel donde se presentaban los datos de las empresas con ventas externas, de complicada actualización en el tiempo y de envío a destinos en el exterior para su consulta o difusión.

La plataforma DOE fue desarrollada y lanzada en 2012 por la Agencia ProCórdoba siendo la única en su tipo a nivel nacional y latinoamericano.

Con renovaciones y actualizaciones para la mejora de su funcionalidad y acorde a las necesidades y posibilidades tecnológicas, actualmente se trata de un portal de acceso público, bajo un formato digital interactivo y multimedia, en los idiomas español, inglés y portugués. https://www.exportadoresdecordoba.com/
La plataforma incluye la información de aquellas firmas radicadas en la Provincia de Córdoba, que exporten permanente u ocasionalmente bienes y/o servicios, o que tengan intenciones y potencialidad para hacerlo. Asimismo, también incorpora a las firmas que brinden servicios que contribuyen a la operatoria de comercio exterior, como bancos, transportes, servicios aduaneros, seguros; y las entidades empresariales y organismos públicos vinculados al sector.

Concentra actualmente la información de 2366 ID registrados (mayo 2023). De ese total, 2104 empresas que pertenecen al sector productor de bienes y servicios; 188 son firmas que brindan servicios conexos a la exportación y 74 instituciones y organismos.

Por año, recibe la consulta de más de 220 mil usuarios, provenientes principalmente de Estados Unidos, Brasil, España, Chile, Colombia, México, Perú, Bolivia, Uruguay, India, China, Italia, Alemania, Francia, entre otros. La principal novedad es el motor de búsqueda que se desarrolló que es un salto de calidad respecto a los resultados para del usuario importador que busca datos de empresas o productos cordobeses optimizando tiempo y esfuerzo. Esto permite grandes posibilidades de desarrollo y generación de oportunidades para las empresas en el exterior.

Los principales cambios aplicados en esta plataforma virtual fueron la renovación de la imagen de la herramienta y la implementación de un nuevo motor de búsqueda que hoy cuenta con hasta 9 niveles dinámicos y el algoritmo permite la implementación futura de nuevos filtros o restricciones, con el fin de hacerlo más funcional y de fácil acceso y consulta.

Así, al ingresar al portal, los importadores pueden acceder a información de la oferta exportable de Córdoba, por empresa, producto o posición arancelaria, permitiendo que los resultados se muestren de una sola vez todos los datos y vías de contacto de las firmas. Asimismo, registrándose y creando su cuenta en el sitio, pueden elaborar su propio catálogo on-line.

El renovado sitio "Exportadores de Córdoba" incluye las secciones Oferta Exportable Destacada y Encontrá a nuestras empresas por el mundo, para consultar los eventos internacionales en los que estarán presentes empresas cordobesas promocionando sus servicios o productos. ProCórdoba posiciona al Directorio en los principales buscadores internacionales de oferta exportable, implementa una campaña en redes y buscadores digitales, lo difunde en publicaciones digitales; en las Embajadas, Consulados, entidades argentinas en el exterior y en las instituciones extranjeras con sede en el país y, lo presenta en los eventos nacionales e internacionales en los cuales participa la Agencia.

Asimismo, el DOE constituye una herramienta de interface con los procesos internos necesarios para la difusión de información hacia las empresas, registro y gestión con el CRM y seguimiento de satisfacción del cliente en las actividades.

Como Agencia de Promoción, ProCórdoba asiste a las compañías cordobesas cruzando su oferta exportable con las demandas de productos y servicios de distintos mercados del mundo. Por ello, es fundamental que sus datos estén disponibles en un Directorio de Oferta Exportable, ya que será una vidriera directa de la capacidad productiva de la provincia y permite articular la asistencia que brinde la agencia a través de sus servicios.



EMPRESAS PRODUCTORAS DE BIENES Y SERVICIOS EXPORTABLES



EMPRESAS DE SERVICIOS CONEXOS A LA EXPORTACIÓN



INSTITUCIONES Y ORGANISMOS VINCULADOS A LA EXPORTACIÓN



GRUPOS EXPORTADORES DE CÓRDOBA



Para profundizar en el conocimiento de los mercados externos, maximizar los recursos y contribuir a la toma de decisiones informadas, se desarrolla en ProCórdoba el programa de Inteligencia Comercial que se pone a disposición de los sectores empresariales de la provincia.

Frente al desafío de abordar mercados en un mundo cambiante para las empresas, la Agencia ProCórdoba generó un sistema que monitorea las variables que influyen en forma directa sobre la actividad comercial para redefinir la estrategia cuando se requiera.

El programa trabaja con una serie de herramientas de apoyo para las pymes, con el objetivo de ayudar y potenciar la incursión de las mismas en los mercados externos y fortalecer el entramado empresario en un contexto de creciente competencia.

ProCórdoba desarrolla este servicio que aplica un conjunto de métodos, técnicas y herramientas dirigidas a recabar, registrar, analizar y distribuir información estratégica para instituciones y empresas relacionadas a las exportaciones para promover las ventas de los productos cordobeses en el mercado externo.

El objetivo es lograr una visión a mediano y largo plazo de la actividad exportadora de cada sector industrial en los distintos mercados potenciales, para luego, con la información obtenida a través de los estudios de inteligencia comercial, ayudar a las empresas a posicionarse en dichos mercados con sus productos.

Con ello se proporciona un trabajo profesional para la internacionalización de las empresas bajo parámetros de Inteligencia comercial que convenza al sector privado, al sector público y genere compromisos de ejecución conjunta.

El servicio incluye el análisis de los sectores productivos locales y la selección de los países extranjeros con potencial para cada sector. Se realiza un profundo estudio de la oferta local, lo que permite establecer un fuerte vínculo con las empresas pertenecientes a los sectores productivos seleccionados. Para constatar las oportunidades comerciales de cada sector se llevan a cabo misiones exploratorias con visitas a actores claves en los países extranjeros que presentan potencialidad.





Asimismo, se implementa el Programa de Desarrollo Exportador (PDE), el que se adecua a las necesidades y características de cada empresa.

A la fecha los sectores productivos que se han trabajado con este programa son: lácteos, molinería, autopartes, caucho y plástico, pastas y panificados, maquinaria agrícola, software, salud y petróleo, gas y minería. El Servicio de Inteligencia Comercial brinda los siguientes servicios para las empresas:

- Diagnóstico, plan de acción de mejoras y proyecto de fortalecimiento: se lleva a cabo con una consultoría de expertos en el desarrollo exportador de empresas.
- Disponibilidad de herramientas de apoyo para incorporación de mejoras y competencias exportadoras: desarrollo de herramientas de comercio exterior (precio, costo, contactos comerciales); capacitación in company; optimización logística; desarrollo de marketing del producto y medios de comunicación; ficha técnica del producto a exportar, entre otros.
- Plan exportador y desarrollo en mercados objetivos: relevamiento de información comercial, visitas a mercados objetivos y rondas de negocios internacionales; definición de estrategias de exportación.
- Implementación de actividades comerciales como: compras públicas; comercialización por medio de consorcios de exportación; centro de distribución; franquicias; desarrollo de cadena de valor con empresas de mercado objetivo y vinculación con clúster internacional.

La preparación previa de la empresa para encarar un proceso exportador -sea de manera inicial, para abordar un nuevo mercado o comercializar un nuevo productoresulta fundamental para el éxito final del proyecto y para alcanzar los objetivos planteados. Para ello resulta fundamental contar con información actualizada, elaborar o revisar estrategias, adecuar procesos internos y elaborar un plan de acción a seguir. De este modo se potencia la toma de decisiones y se ordenan las acciones que proporcionen mayor eficiencia y eficacia para abordar el comercio exterior.











FONDO EXPORTADOR Y DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS DE CÓRDOBA - FEXIC

En la evolución de los servicios de la Agencia se avanza en la personalización para ofrecer programas más customizados según las necesidades específicas de cada empresa. Así se diseñó este fondo económico que requiere la presentación de proyectos y planes de negocios que son evaluados por una Comisión ad-hoc para su otorgamiento.

El programa FEXIC nace ante la necesidad de las empresas de abordar los mercados externos a paso firme, según las propias características individuales y sectoriales. La concreción y lanzamiento del Fondo implica poner a disposición de las empresas una nueva herramienta para el desarrollo del comercio exterior. Es sumar, a los habituales apoyos técnicos y económicos que se ofrecen a las empresas, un acompañamiento que tiene en cuenta otros aspectos que intervienen a la hora de realizar exportaciones.

Es un salto de calidad en los servicios y una consolidación en el proceso de brindar asistencias cada vez más orientadas a atender las necesidades de cada empresa y con ello darle mayor eficiencia a los aportes.

De esta manera el objetivo de FEXIC es apoyar económicamente y de manera parcial a empresas que tengan como meta lograr la internacionalización, aumentar el volumen de sus ventas internacionales y/o diversificar/recuperar mercados, mediante la ejecución de actividades que conduzcan a incrementar las exportaciones de Córdoba y generar empleo de calidad.

En función al grado de desarrollo exportador que presenten, las empresas deberán plantear un proyecto y estrategia de inserción internacional que les permita alcanzar sus metas.

Las ayudas económicas para el financiamiento de estos proyectos, estipuladas como reembolso, son de hasta 50% de lo realmente invertido por la empresa para la ejecución de las actividades contempladas en el programa.

Las actividades para las que prevé recursos este programa son diversas, y se pueden mencionar: estudio de mercado; asesoría técnica; aduanera y legal; contratación y capacitación de personal en comercio exterior; contratación de pasantías rentadas; contratación de asesores comerciales residentes en el país objetivo; invitación de técnicos, especialistas y referentes de opinión; instalación de oficina comercial en el exterior; certificación de normas de calidad para acceder a mercados externos; envío de muestras; realización de showrooms y tasting; contratación de seguro de crédito para la exportación; publicidad y marketing; entre otras.

Es un programa al que se puede acceder durante todo el año calendario, destinado tanto a empresas productoras de bienes como de servicios, a grupos de empresas y a monotributistas, siempre que se encuentren radicados en la provincia de Córdoba y se encuentren registrados en el Directorio de Oferta Exportable (DOE).

Adecuándose a las nuevas tecnologías y con el propósito de llegar a la mayor cantidad de empresas de la provincia, se han adaptado las presentaciones a través de formularios digitales tanto para solicitar la asistencia económica como así también para solicitar el reembolso. De esta manera el FExIC es considerada una herramienta completa e integral, complementaria a los demás programas vigentes de la Agencia y superador en cuanto a las herramientas básicas de promoción comercial, que busca la generación de valor agregado para que las empresas cordobesas puedan diferenciarse entre sus competidores en los mercados externos.













PROGRAMA ASESORÍA IN COMPANY

La personalización en los servicios requiere acciones a medida comprendiendo las necesidades, posibilidades y visiones de la empresa. A través del presente programa, se prevé contar con acompañamiento técnico especializado transmitiendo el know-how para que cada organización pueda continuar sus pasos de manera fortalecida, incursionando exitosamente en los mercados externos.

La promoción comercial requiere abordar nuevos aspectos organizativos, superando las tradicionales tareas de asistencia económica o acompañamiento en la fase de visitas al exterior para la participación en eventos internacionales.

El lograr la sostenibilidad de las ventas externas, principalmente para PyMEs, requiere programas más adaptados a la propia característica de cada empresa, sector y de su estadio en el proceso exportador.

Dentro del camino recorrido por ProCórdoba en el brindar servicios a las empresas y en línea con la orientación hacia iniciativas más customizadas, se aplica el Programa de asesoría In Company.

Surge como necesidad de las empresas de contar con apoyo técnico para lograr la internacionalización y la necesidad de sentirse acompañadas en el proceso. Por lo anterior, ProCórdoba se erige como el soporte necesario para lograr un íntegro y efectivo proyecto exportador. El Programa de asesoría in company consiste en aportar una consultoría personalizada para pymes cordobesas productoras de bienes y servicios que todavía no hayan realizado su primera exportación; que deseen recuperar mercados/diversificar destinos o que busquen profesionalizar sus procesos de internacionalización y comercio exterior.

La asesoría, que dura 12 meses, puede comenzar en cualquier momento del año, ya que se trata de un programa de ventanilla abierta.

El objetivo del programa es la transferencia de knowhow, brindando a las empresas el saber hacer necesario para que puedan desenvolverse en el comercio internacional de manera eficiente y profesionalizada. El programa se divide en dos etapas: operativa y comercial.

En la etapa operativa se efectúa un trabajo puertas adentro de la empresa con el objetivo de analizar el punto de partida y diagramar un esquema de trabajo acorde a la realidad y las posibilidades de cada entidad. Por lo que, en dicha etapa, se realiza un diagnóstico y diseño de un plan de acción; definición de dos destinos de exportación; investigación de mercados y desarrollo del plan exportador de la empresa. Asimismo, se presenta un proyecto FExIC con el fin que la Agencia ProCórdoba pueda brindar apoyo económico en todos los aspectos de mejora estructural que sean necesarios para lograr instaurarse como una empresa con perfil exportador.

Por su parte, la etapa comercial incluye la ejecución del plan exportador; establecimiento de contactos en los mercados potenciales; participación en ferias y misiones comerciales; viajes en misiones exploratorias a los países de destino; invitación a clientes del exterior para que conozcan los procesos productivos en las plantas de Córdoba; envío de muestras y cotizaciones.

ProCórdoba trabaja estrechamente con el consultor externo para hacer un seguimiento periódico de los avances de la empresa. Cada firma participante, a través del consultor designado, debe presentar documentación semanal y mensual durante toda la duración del programa.

Mediante la asignación de profesionales formados y con acabada experiencia en procesos exportadores a PyMEs, se transfieren a las empresas principales conceptos, desafíos y recomendaciones asociadas al desarrollo exportador.





MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS

Los mercados públicos tienen características particulares, diferenciadas de la relación B2B comprador-vendedor privados. Con el programa de ProCórdoba se busca lograr empresas fortalecidas, principalmente PyMEs, para participar en las oportunidades comerciales que brindan las convocatorias que realizan estados y organismos internacionales.

ProCórdoba considera a las Compras Públicas como una posibilidad comercial para las empresas cordobesas y una modalidad diferenciada de exportación.

Este Mercado comprende todos los procesos de adquisición que realizan las autoridades públicas de un país - ya sean estatales, regionales o locales- u organismos e instituciones internacionales para la compra de bienes, provisión de servicios o ejecución de obras.

Se requiere un conocimiento mutuo entre ambas partes: compradores públicos y la oferta potencial de las empresas

Este programa inició con fuerte apoyo para dar visibilidad a la temática y capacitación a empresas especialmente con la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS) para que empresas se inscriban como proveedoras confiables de ONU; se elaboraron manuales para segmentos diferenciados y capacitaron a empresas a través de Talleres sobre compra pública de Estados latinoamericanos con funcionarios de las áreas especializadas gubernamentales y/o sectoriales de los países. A través de este servicio la Agencia busca, difunde y publica oportunidades de adquisiciones internacionales de distintos sectores productivos. Asiste y capacita a empresas sobre procesos de adquisiciones internacionales. Organiza eventos con Jefes de Compras, funcionarios especializados de distintos países en los que se presentan las unidades de adquisiciones y las instituciones donde funcionan; se explican las diferentes modalidades de compra pública, el proceso de oferta para poder participar, los documentos necesarios, y los requisitos para poder convertirse en proveedor.

Se participa, por el lado de los compradores, en reuniones de organismos de compras públicas para dar a conocer y sensibilizar sobre la importancia de las ofertas locales en particular de las PyMEs. Especialmente junto a la Organización de Estados Americanos (OEA), Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG). A su vez con RICG se tiende a sensibilizar a las empresas acerca de la importancia de incorporar criterios de sos-







tenibilidad en su estrategia de internacionalización y en procesos de compras públicas de la región.

En 2018 ProCórdoba brindó un Webinar con Connect Americas, la plataforma del Banco Interamericano de Desarrollo BID destinado a empresas de Latinoamérica donde la capacitación cubrió los contenidos de terminología afín a la temática, características de las convocatorias, guía sobre cómo participar en un proceso de compra, cómo buscar información, los registros como proveedor de un Estado u organismo y presentando caso de éxito de una empresa cordobesa.

En 2019 por la experiencia de ProCórdoba se participó como Colaborador del Seminario y Ronda de Negocios "IPS Naciones Unidas" organizado por Cancillería Argentina, la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y UNOPS donde 11 Agencias dependientes de ONU presentaron sus demandas. ProCórdoba además acompañó a 65 empresas de la provincia que presentaron sus productos y servicios. Paralelamente, se capacitaron y discutieron los desafíos para la innovación en el marco del "Foro de Posibilidades UNOPS", enfocado en las micro, pequeñas y medianas empresas que son propiedad de mujeres o jóvenes, empresas sociales y empresas con innovación tecnológica, ambiental o social donde también se participó con representantes de Córdoba.

En el servicio de la Agencia los beneficiarios son tanto las empresas PyMEs capacitadas para ofertar en este mercado público especializado como también los organismos compradores al disponer de mayor conocimiento de la oferta en la región y ampliar la base de sus proveedores. Los procesos de mayor conocimiento entre ambas partes, desde un criterio técnico de información, aporta también a la transparencia del mercado.

Para organismos extranjeros, nacionales y provinciales que solicitaron transferencia de know-how, aporta a incursionar o interiorizarse en mayor profundidad sobre esta temática.

Para empresas cordobesas el resultado ha sido la participación en convocatorias y casos de exportación, acuerdos de largo plazo, a través de esta modalidad como por ejemplo equipamiento para incendios forestales, suministros médicos, equipamiento hospitalario, ambulancias, agua y saneamiento, higiene urbana, servicios de traducción para organismos internacionales y licitaciones que se publicaron en el marco de la respuesta a la emergencia sanitaria del COVID, entre otras.







MERCADOS ESTRATÉGICOS - SUDESTE ASIATICO

ProCórdoba organiza o apoya en forma ininterrumpida, distintas actividades que muestran el compromiso e interés por esta región multicultural y mercado estratégico para la provincia que presenta un intercambio comercial cada vez más acentuado, con agregado de valor y especializado.

Al tratarse de países con idiosincrasias y culturas particulares, mercados diferenciados y hábitos de consumo singulares, el abordaje al mercado del Sudeste Asiático significó emprender acciones a fin de ir logrando un mayor conocimiento y acercamiento a la región y su gente. Es así que las diversas gestiones tanto en el exterior como en las desplegadas en territorio, tuvieron la impronta público-privada, multinivel, institucional, educativa y comercial para poder dar también sostenibilidad a los esfuerzos de todos los actores.

Acciones de promoción comercial como las misiones a la región asiática y encuentros institucionales de la Provincia y la Región Centro han ido abriendo camino y fortaleciendo la relación con ese mercado estratégico para las exportaciones de Córdoba. Se organizaron misiones inversas con los agregados comerciales de las embajadas del sudeste asiático acreditados en el país, para mantener encuentros con empresas, cámaras y universidades. Bajo formato de "Jornada Vinculación con el Sudeste Asiático – Perspectivas Académicas y Comerciales" se han realizado encuentros con el trabajo en conjunto con instituciones cordobesas.

Cada año una institución académica fue sede del encuentro y donde los visitantes diplomáticos exponían y dialogaban con los docentes, investigadores y alumnos de las casas de estudio. En las reuniones con las empresas y cámaras empresariales, se actualizaba información sobre la evolución del intercambio comercial entre las partes comerciales, explicando la realidad productiva y principales ofertas mutuas donde las empresas actualizan información y presentan sus productos. La agenda incluía visita a empresas exportadoras o con intención comercial en la región.

ASEAN fue destino de misiones en marco de proyectos de cooperación como la realizada en consorcio "Proyectos de Misiones Universitarias al Extranjero III" para la participación de cinco universidades locales a Singapur en 2013.







Y proyectos de Cooperación Sur-Sur en marco de FOAR argentina como la Misión Exploratoria del Sector Maquinaria Agrícola e Insumos para el Agro al Sudeste Asiático. Junto al Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA y la Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola y Agrocomponentes de la Provincia de Córdoba AFAMAC en 2017, que contempló la visita a universidades, instituciones y centros de investigación en materia agrícola en Vietnam y Tailandia.

Se propició la participación de empresas de distintos sectores para misiones con agendas comerciales en los países de ASEAN y para visita a Ferias especializadas como MedLab Asia Pacific and Asia Health y Feria Internacional Thaifex.

En 2019 ProCórdoba realiza una publicación sobre el ASEAN a los fines de sistematizar información y visibilizar su importancia y con testimonios de empresas exportadoras de Córdoba.

En pandemia se mantuvo el vínculo con la región, incorporando junto a Cancillería argentina encuentros con las embajadas del país acreditadas en países del Sudeste Asiático, acercando de un modo directo a los empresarios participantes la información disponible en las representaciones y experiencias de las empresas cordobesas en esos mercados.

También en formato virtual se organizó un encuentro y ronda de negocios en 2021 de la industria audiovisual con Filipinas con showcase de productores y operadores de ambos países. Entre otros resultados la empresa cordobesa Malevo Films logró un acuerdo de coproducción junto a la cadena filipina GMA Network para un largometraje internacional.

Desde la Agencia ProCórdoba se concibió hace tiempo que para explorar y avanzar en estos mercados estratégicos los pasos tenían que ser continuos y consistentes. En este sentido, no sólo el conocimiento comercial sino también en una perspectiva de largo plazo más sostenible para concretar un acercamiento con visión integral.





GERENCIA DE COOPERACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES Agencia ProCórdoba S.E.M UNA COMUNIDAD
DE OPORTUNIDADES

Pro Córdoba AGINCIA MARINA MA





64 | Agencia ProCórdoba S.E.M.

MUJER Y COMERCIO INTERNACIONAL

Como Agencia para la promoción de las exportaciones, ProCórdoba ofrece este Servicio a las empresas cordobesas, adaptando las tendencias internacionales a las necesidades del comercio exterior, a la realidad de las mujeres empresarias y emprendedoras cordobesas combinada con el amplio portafolio de programas de la Agencia y orientado a concientizar e incidir sobre esta temática.

ProCórdoba participó en 2015 en el Foro de Mujeres Vendedoras, organizado por el International Trade Center -ITC en San Pablo, Brasil. Al año siguiente, el ITC ofreció a ProCórdoba actuar como Organización Verificadora de empresas de la reciente plataforma "SheTrades", que busca conectar a mujeres Wobs (women-owned businesses) en el mercado internacional. Profundizando esta línea de trabajo, se promovió asimismo la difusión del Portal del Banco Interamericano de Desarrollo Connect Americas, que presenta un capítulo sobre Mujeres destinado a empresarias de LATAM. Se generan así, oportunidades de promoción para las PyME junto a organismos internacionales a través del acceso a plataformas digitales.

Paralelo a la identificación y mapeo de PyMEs se organizó reuniones con propietarias y/o directivas de empresas exportadoras de Córdoba para dialogar sobre esta temática. Con fines de visibilidad de estos asuntos se sistematizó información disponible y se realizó una publicación de la Agencia que incluye testimonios de empresarias. Dicho trabajo fue presentado a las autoridades del ITC, en la actividad que ProCórdoba coorganizó junto a la Agencia Argentina en ocasión de la Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Buenos Aires en 2017.

Todo este proceso conllevó a relacionar y hacer sinergia con otros organismos internacionales, nacionales, ministerios provinciales y organizaciones especializadas. Se desarrollaron capacitaciones para fortalecer el liderazgo junto a Voces Vitales en un Ciclo de Mujeres 2018 contalleres para fortalecer el liderazgo, marca personal y pitching.

En 2019 bajo el lema, "Emprendiendo y Exportando con identidad femenina", la Agencia organizó el encuentro con mujeres exportadoras de diferentes rubros, quienes compartieron experiencias acerca de su rol en el camino laboral y personal intercambiando desafíos y visiones en

la actividad exportadora. Participó virtualmente desde Ginebra, Claudia Uribe del ITC, quien acentuó la importancia de la visibilidad de las empresas para crecer en el comercio internacional, destacando la diversidad de rubros en los que incursionan las emprendedoras cordobesas y compartiendo información sobre herramientas útiles al momento de estudiar los mercados de destino. Institucionalmente ProCórdoba participó en un Taller virtual en el 2020 organizado por el ITC y el Instituto Sueco de Normalización con partes interesadas para colaborar en el desarrollo de un Acuerdo para definir el término «empresa propiedad de mujeres» para ofrecer orientación a las empresas, las agencias estadísticas, los gobiernos y las iniciativas internacionales sobre cómo se puede emplear esta definición. El proceso finalizó con el resultado de la "ISO/IWA 34 Emprendimiento femenino—Definiciones clave y criterios generales".

Con la finalidad de presentar el Capítulo de Género y Comercio del Acuerdo Comercial Chile y Argentina y promover el empoderamiento y la participación de las mujeres en el comercio internacional Cancillería argentina y ProChile organizaron en 2021 un webinar y que contó con la presentación de un caso de una empresaria y Directora de la Agencia ProCórdoba.

En el Encuentro de Mujeres, organizado por la Provincia en Córdoba en febrero de 2023 junto a las Comisiones de Género de las regiones (CENTRO, ATACALAR, ZICOSUR y ORU FOGAR) ProCórdoba organizó la Mesa Sectorial de Mujeres Empresarias donde el ITC desde Ginebra presentó el programa de capacitación en e-commerce para mujeres; la Directora del Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) presentó el estudio sobre brecha de género en comercio exterior y las actividades que desarrolla el WEF, el Foro Económico de la Mujer.

La capacitación y actualización de las mujeres empresarias en estos espacios visibiliza el rol fundamental en sus empresas y organizaciones de las que forman parte, fortaleciendo sus tareas, perfiles, contribuciones y liderazgos y promoviendo su participación en el comercio exterior.















ISO/IWA-34 Women's Entrepreneurship - Terminology and General Guidance





CAPACITACIÓN

Uso de bases de datos del comercio internacional

Información Técnica y Comercial



CÁTEDRA PROCÓRDOBA

Consolidar la cultura exportadora, fortalecer y valorar la formación y capacitación son acciones de vital importancia como agencia de promoción del comercio exterior. Por este motivo, la Agencia participa en actividades formativas junto a instituciones educativas de distintos niveles, a fin de acercar el comercio exterior y profundizar en asuntos específicos en este campo.

Bajo el título general de Cátedra ProCórdoba se comprende una serie de actividades vinculadas con la comunidad educativa. Al llevarlas a cabo se mantiene una estrecha relación con las diversas instituciones formadoras radicadas en la provincia.

En esta relación y feedback mutuo se potencian los procesos de formación, capacitación, actualización, desarrollo de habilidades, utilización de herramientas. Las entidades educativas juegan un rol fundamental como formadoras y asimismo, ProCórdoba al brindar capacitaciones y/o colaborar como contrapartes, actualiza a las entidades sus propuestas formativas agregando valor a su currículo académico.

La provincia es asiento de universidades e instituciones que brindan carreras vinculadas a todos los aspectos del comercio exterior en sus niveles de Tecnicatura como la brindada por el Instituto Superior de Comercio Exterior, el Instituto Saber, las licenciaturas en comercio internacional, relaciones internacionales, tanto de grado como de posgrado de las Universidades Nacional de Córdoba, Universidad Tecnológica Nacional, Villa María, Católica de Córdoba, Siglo 21, Blas Pascal.

Las universidades invitan a presentar casos o tópicos que pueden nutrir a los Trabajos Finales de carreras de grado o posgrado, en los Talleres de Tesis y diseño de capacitaciones especiales ad-hoc. En otro orden, las capacitaciones técnicas sobre uso de Bases de Datos, herramientas y plataformas de comercio exterior brindan herramientas prácticas a alumnos de carreras afines de institutos y universidades de Córdoba.

Por otra parte, con la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Católica de Córdoba, como co-organizador, se dicta el Diplomado en Cooperación Internacional, propuesta que nace en 2018 como una iniciativa conjunta cuyo propósito principal es capacitar a funcionarios públicos, empresarios y demás actores interesados en la temática sobre herramientas para el diseño y gestión de iniciativas de cooperación internacional, fortaleciendo la articulación pública privada para el desarrollo, el rol de las alianzas estratégicas y sector privado, la integración regional y la internacionalización desde los territorios locales.

En 2019 se realizó un Taller sobre "Cooperación Internacional, la experiencia de Agencia ProCórdoba" que formó parte de la currícula de la Diplomatura Semipresencial en Cooperación Sur-Sur, dictada en el marco del Programa Iberoamericano para el Fortalecimiento de la Cooperación Sur-Sur que capacitó a funcionarios de las áreas de cooperación internacional de distintos países iberoamericanos.

Con la Universidad Siglo 21, en la Especialización en Negocios Internacionales se contribuyó para el dictado en los módulos de Operatoria del Comercio Internacional, Marketing internacional y el Seminario sobre Compras Públicas Internacionales.

En otro orden, ProCórdoba llevó adelante junto al Ministerio de Educación de la Provincia el programa de formación "Creando una cultura exportadora: Una Mirada al Mundo Externo" para los docentes de nivel secundario. Esta capacitación permite formar a los docentes y, por medio de ellos, a los estudiantes, con conceptos fundamentales de comercio exterior, de crear una conciencia exportadora en los estudiantes secundarios, brindar herramientas para que los jóvenes tengan un mejor desarrollo en el ámbito laboral y social y para ver al mundo como una oportunidad para el talento local. El curso cuenta con puntaje docente avalado por la Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa de la Red Provincial de Formación Docente Continua, a través del reconocimiento oficial de la provincia por la Resolución de Aceptación N° 193/ 2015.

Durante la pandemia, debido a las complicaciones que trajo aparejada, se optó por dar charlas en formato virtual directamente a los alumnos del nivel medio y terciario de la provincia.

Estas acciones denotan la experticia de la Agencia ProCórdoba en las temáticas mencionadas, además de resaltar la innovación en gestión y valor agregado que representa su labor para la internacionalización de las PyMEs cordobesas, generando cada vez más personas capacitadas que puedan formar parte de los equipos de trabajo de empresas, fortaleciendo la internacionalización del territorio y sus actores.



CONFERENCIA VIRTUAL EN EL MARCO DEL DIPLOMADO EN COOPERACIÓN SUR-SUR

"EL ROL DE LOS GOBIERNOS SUBNACIONALES EN LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL"



























INSERCIÓN LABORAL EN COMERCIO EXTERIOR

ProCórdoba concibe a la formación como servicio de impacto para el desarrollo exportador. La articulación y vinculación con instituciones educativas locales, nacionales e internacionales, incide activamente en la formación de los futuros profesionales que el mundo del trabajo demanda, fomentando así, la cultura exportadora.

Con distintas acciones vinculadas al mundo laboral, la Agencia contribuye a la formación de jóvenes que impactarán con su trabajo en el entorno dinámico del comercio exterior. Desde Pasantías/Prácticas Pre Profesionales en la propia Agencia hasta los programas articulados con otros ministerios de la provincia.

La Agencia cuenta con el Servicio de Formación Pre Profesional desde el año 2012, a través del cual recibió anualmente estudiantes de diferentes unidades académicas (nacionales e internacionales).

Del exterior han participado estudiantes de escuelas de negocios de Francia, tales como la Escuela de Negocios de Paris - ESSEC y la Escuela de Negocios de Estrasburgo y también de otros países a través de organizaciones como COINED Internacional y NICE Network for Intercultural Experiences.

Los Pre Profesionales son coordinados y supervisados permanentemente por un tutor de la Agencia. Desde el inicio, se comunica al pre profesional las funciones/actividades que llevará a cabo y las competencias que le serán demandadas. La Práctica contempla, además, como cierre de la experiencia, la realización de una Evaluación de Desempeño que es elevada a su Tutor Académico, como resultado final de su paso por ProCórdoba.

En otro orden, en una etapa más temprana de los jóvenes, con instancias para generar y promover en estudiantes del nivel medio un despertar de la vocación y el interés por el comercio exterior o disciplinas conexas se han realizado experiencias con la organización Junior Achievement en el marco del Programa de Jornada Educativa y con las instituciones: Escuela Escutti, Instituto "La Salle", Colegio F.A.S.T.A y Villa Eucarística. Los estudiantes son recibidos en la Agencia y comparten actividades y diálogos con los profesionales de ProCórdoba para conocer desde dentro la actividad laboral.

Bajo otra modalidad, en 2020 junto con la Facultad de Cs. Económicas y Administración de la Universidad Católica de Córdoba se coordinó un mecanismo de articulación relacionado a actividades de asesoramiento e investigación sobre planes de exportación y búsqueda de mercados potenciales para las empresas cordobesas. De este modo, estudiantes de la materia Gestión de Comercio Internacional colaboraron con las empresas que participan del Servicio de Inteligencia Comercial de ProCórdoba. Se trata de un mecanismo de articulación con beneficios para todos los participantes: las empresas cordobesas reciben asesoramiento sobre planes de exportación y mercados potenciales; los estudiantes se vinculan con experiencias reales; y ProCórdoba utiliza los reportes e informes generados desde la cátedra como insumos para sus áreas de inteligencia comercial. Participaron 21 empresas y 47 estudiantes (grupos de 2 o 3 por empresa).

Otra propuesta lo constituye el Programa de Inserción Laboral en Comercio Exterior - elaborado entre el Ministerio de Promoción del Empleo y la Economía Familiar; el Ministerio de Industria, Comercio y Minería; la Agencia ProCórdoba y la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba que busca incorporar a los jóvenes en nuevos puestos de trabajo. De este modo las personas beneficiadas reciben una asignación estímulo, se les brinda formación y entrenamiento incorporándose como ayudantes técnicos en comercio exterior en empresas exportadoras o con potencial exportador. A su vez brinda posibilidades para fortalecer a las empresas para que creen y/o refuercen unidades internas de comercio exterior. El programa tiene tres ejes de acción: capacitación de 80 horas, a cargo del Instituto Superior de Comercio Exterior - ISCE de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba; mentoreo y seguimiento de los procesos de práctica de manera semanal a cargo de la Agencia ProCórdoba y práctica laboral de 30 horas semanales durante un año en las empresas participantes. De este programa participaron 76 empresas de las cuales más del 50% logró concretar acciones de comercio internacional en los mercados extranjeros.

Por otra parte, a través del Fondo FExIC de la Agencia es posible la contratación de un pasante rentado encargado de realizar las actividades delegadas por la empresa en materia de Comercio Exterior, permitiéndole al pasante sumar experiencia y facilitándole a la empresa la realización de tareas y cumplimiento de los objetivos, siendo ello un beneficio mutuo.











Con estos programas se aporta a la misión de ProCórdoba relacionada a contribuir a fortalecer la cultura exportadora de la provincia a través de acciones que muestran la importancia de la articulación de actores públicos, privados y académicos en beneficio de los jóvenes y su inserción laboral.