

NEGOCIOS • CLIMA DE NEGOCIOS • ★ Sólo suscriptores

Industrias en Córdoba: la pandemia no pega parejo en todas



Ilustración de Oscar Roldán

★ Sólo suscriptores

Ver más notas



DIEGO DÁVILA

Domingo 11 de abril de 2021 - 00:10 | Actualizado: 11/04/2021 - 11:59



- Algunos sectores están mejor que otros; y hay empresas del mismo rubro a las que les va bien y otras a las que no.
- Cuáles son las dudas que genera la segunda ola de Covid-19.

o a todas las [industrias](#) de Córdoba les impacta de igual manera el virus

Más de **Clima de negocios**

los niveles de actividad previos a la pandemia, hay otras que festejan un “empate”, e incluso algunas a las que les va mejor que en 2019.

Aún cuando la mayoría tiene expectativas positivas para 2021, crecen las dudas sobre la segunda ola y la incertidumbre y el pesimismo sobre la economía.

Los datos provinciales surgen de una encuesta que hizo la consultora [Perspectivas Sociales](#) para la [Unión Industrial de Córdoba \(UIC\)](#) entre las empresas socias, según la cual 2020 no fue tan malo como se esperaba cuando arrancó la pandemia.

Si bien 45 por ciento dice que 2020 fue peor que el año anterior y 12 por ciento que fue tan malo como 2019, para el 29 por ciento fue mejor y para el 14 por ciento fue igual de bueno.

Pero cuando se preguntó sobre cómo sus empresas terminaron 2020, sólo 24 por ciento dijo: “Peor de lo que esperaba” y 21 por ciento,

la provincia

por DIEGO DÁVILA

NEGOCIOS

La Argentina tiene el mejor clima de negocios de la región



Por las provincias

Olavarría vuelve a fase 3 por la circulación comunitaria de las cepas Británica y de Manaos

proyectaba.

¿Quién es quién?

Los resultados por rubro (ver gráficos) muestran que la que peor lo pasó fue la industria gráfica, en la que a más de siete de cada 10 les fue peor o igual de mal que en 2019. Aun así, 54 por ciento de este sector tiene proyecciones positivas para este año.

Las industrias del *software* y la maquinaria agrícola fueron las que mejores resultados obtuvieron en 2020 y las que tienen las perspectivas más positivas para este año.

“Los resultados muestran mucha heterogeneidad, sobre todo por tamaño de empresa. La caída es más fuerte en las pymes, que tienen menos soporte

“Celeste, te estoy buscando”: la conmovedora carta de una azuleña que quiere volver a ver a su sobrina

Los Valles Calchaquíes tapizados de rojo por los pimientos secándose al sol

*mas capacidad,
mejor sortearon las
complicaciones.
Esto se nota sobre
todo en la industria
alimentaria”,
explica Marcelo
Uribarren,
presidente de la
UIC.*

Según Gabriela Moreno, titular de la [Asociación de Industriales de la Alimentación de Córdoba \(Adiac\)](#), los cambios de hábitos que provocó la pandemia determinaron que hubiera rubros favorecidos y otros con grandes perdedores. "El consumo hogareño y doméstico se vio beneficiado, pero el *snack*, la comida al paso o la venta por impulso disminuyó mucho y todavía no logra los niveles prepandemia”, agrega.

Entre los más golpeados está la gráfica, con un mercado cada vez más chico por la digitalización. “Hoy el rubro está a un 60 por

el sector necesita una reconversión; algunos reducen estructuras para seguir en el nicho y otros están cambiando hacia la digitalización o hacia la producción de packaging”, señala Natalia Heyd Murad, secretaria de la Unión Gráfica Argentina Regional Centro Noroeste (Ugar).

Buenas perspectivas

Los fabricantes de maquinaria agrícola, en cambio, gozan de las mieles del agro, activo durante toda la pandemia y beneficiado con la suba de los precios de las *commodities* agrícolas. “En promedio, las ventas del sector aumentaron entre 25 y 30 por ciento en 2020. La expectativa para 2021 es no bajar de este nivel”, resalta Luciana Mengo, presidenta de la [Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola y Agrocomponentes de Córdoba \(Afamac\)](#).

Otro rubro que crece es la industria del *software*, gracias a la transformación digital que generó el aislamiento, aun cuando muchos de



Inicio



Lo último



Contenido exclusivo



carolina



2020, y para este año esperamos algo más por la tendencia de recuperación de otros sectores”, advierte Pablo Gigy, presidente del [Córdoba Technology Cluster \(CTC\)](#).

En cambio, el sector automotor y autopartista comenzó mal 2020, pero lo terminó con tan buen ritmo que para este año tiene buenas proyecciones. “Arrancamos la pandemia pensando que el mercado se iba a reducir a 200 mil vehículos y terminamos en 340 mil unidades. A partir de los resultados del primer trimestre, para 2021 se proyectan 450 mil unidades”, dice Ramón Ramírez, tesorero de la [Cámara de Industriales Metalúrgicos y Componentes de Córdoba \(Cimcc\)](#).

A los fabricantes plásticos, sector transversal a la mayoría de estos rubros, tampoco les fue mal. “Trabaja al 80 por ciento de su capacidad porque acompaña a productos ligados a la pandemia, contenedores de alcohol en gel, botellas y bidones para líquidos de limpieza, hisopos, bolsas, paneles separadores y otros más. 2021 viene complejo, por la falta de materias

de la [Cámara de Industrias Plásticas de Córdoba](#), José Giletta.

Consultados respecto al impacto que tendrá la segunda ola del virus Covid-19, la mayoría teme más un crecimiento de los contagios entre sus empleados que a posibles medidas restrictivas del Gobierno nacional, según lo advierte Ramírez: "Si te falta 15 por ciento del personal por casos positivos, en cualquier momento se quiebra la cadena productiva de cualquier industria. Esto se mide día por día".

NEWSLETTER 9AM

De lunes a viernes, la selección de nuestros editores de la información más relevante para cada jornada.



Inicio



Lo último



Contenido exclusivo



carolina

En esta nota



CLIMA DE NEGOCIOS



EXPECTATIVAS ECONÓMICAS



ECONOMÍA PANDEMIA



MARCELO URIBARREN



GABRIELA MORENO



JOSÉ GILETTA



LUCIANA MENGÓ



PABLO GIGY



RAMÓN RAMÍREZ

Agregá un comentario



Inicio



Lo último



Contenido exclusivo



Carolina

ESPACIO DE MARCA

Plan Canje
Cereal: canjeá
tus granos por
un 0km y sacale
el máximo
provecho a tu
cosecha

por MUNDO MAIPÚ

ESPACIO DE MARCA

Ciberdelito:
nunca revelar
datos secretos
ni claves
bancarias

por BANCO DE

CÓRDOBA

ESPACIO DE MARCA

Museo doctor
Genaro Pérez, la
morada de
grandes
protagonistas
del destino de
Córdoba

por GRUPO EDISUR

ESPACIO DE MARCA

Ranger, Territory
y Transit: tres
opciones de
Ford con
financiación
exclusiva a tasa
fija

por MUNDO MAIPÚ



Nuestros sitios [LaVoz](#) • [MundoD](#) • [VOS](#) • [Clasificados](#) • [Musa](#) •
[Voy de viaje](#) • [Agrovoy](#) • [Club La Voz](#)

Publicidad [La Voz Global](#) • [Edición PDF](#) • [Clasificados](#)

Edición impresa [Edición impresa](#) • [Edición PDF](#)

Institucional [Directo al editor](#) • [La empresa](#) • [Redacción](#) •
[Manual de estilo](#) • [Normas éticas](#)

[Mi perfil](#)

La Voz del Interior. Fundado el 15 de marzo de 1904. LaVoz.com.ar. Lanzada el 21 de septiembre de 1996. Año 24. Edición N° 8968. Registro intelectual 56057581. Domicilio legal: La Voz del Interior 6080 – CP: X5008HKJ – Córdoba, Argentina. Teléfono (0351) 4757000. Propietario: La Voz del Interior SA. Gerente General: Juan Tillard. Director: Carlos Hugo Jornet. Editor: Carlos Hugo Jornet.

[GRUPO CLARÍN](#) • [Clarín](#) • [Olé](#) • [EntreMujeres](#) • [ViaPaís](#) • [TyC Sports](#) • [Los Andes](#) •
[TN](#) • [Ciudad](#) • [El Trece TV](#) • [Mitre](#) • [La 100](#) • [Cienradios](#)

© 1996 - 2021 TODOS LOS
 DERECHOS RESERVADOS.

[AVISO LEGAL - POLÍTICA DE](#)

