

## Avance de la digitalización en plantas pesqueras

Zanfrillo, A. <sup>(1,2)</sup>; Morettini, M. <sup>(1)</sup>; Bianchi Silvestre, G. <sup>(1)</sup>

(1) Grupo de Investigación Gestión de Información, Sistemas y Tecnologías (GIST), Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.  
 (2) Grupo de Investigación Innovación y Tecnologías Inteligentes en Organizaciones Sostenibles (ITIOS), Facultad Regional Mar del Plata, Universidad Tecnológica Nacional, Buenos Aires, Argentina.  
[alicia@mdp.edu.ar](mailto:alicia@mdp.edu.ar); [mariano.morettini@gmail.com](mailto:mariano.morettini@gmail.com); [guillbianchis@gmail.com](mailto:guillbianchis@gmail.com)

### Introducción

La transformación digital tiene en sus fundamentos un cambio cultural, manifiesto en la redefinición de las prácticas para la innovación y mejora de procesos y productos, llevando a la paulatina integración de las tecnologías existentes hacia el interior de las organizaciones y en su cadena de valor. Las empresas incorporan las tecnologías habilitadoras (internet de las cosas, robótica, fabricación aditiva, *cloud computing*, etc.) en sus procesos de gestión y de elaboración, brindando agregado de valor a través de la reducción de tiempos y costos de procesamiento y en la mejor interacción con clientes y proveedores a través de canales de venta y atención *online*. Los estudios sobre adopción de tecnologías habilitadoras y el grado de preparación (madurez digital) de las empresas para aprovecharlas se centra principalmente en nuestro país en las empresas manufactureras con escasez de información sobre la situación en otros sectores de actividad económica.

La medición del grado de preparación de las empresas para afrontar los retos de la transformación digital se realiza a través de diferentes herramientas, una de ellas, diseñada en el país, es el Autodiagnóstico de Madurez Digital.

### INDTech - Autodiagnóstico de Madurez Digital

Iniciativa público-privada para la transformación digital de la PyMEs articulando una oferta integral de soluciones tecnológicas. La herramienta de Autodiagnóstico de Madurez Digital -AMD- permite conocer el grado de digitalización y la hoja de ruta para su mejora definida en seis dimensiones.



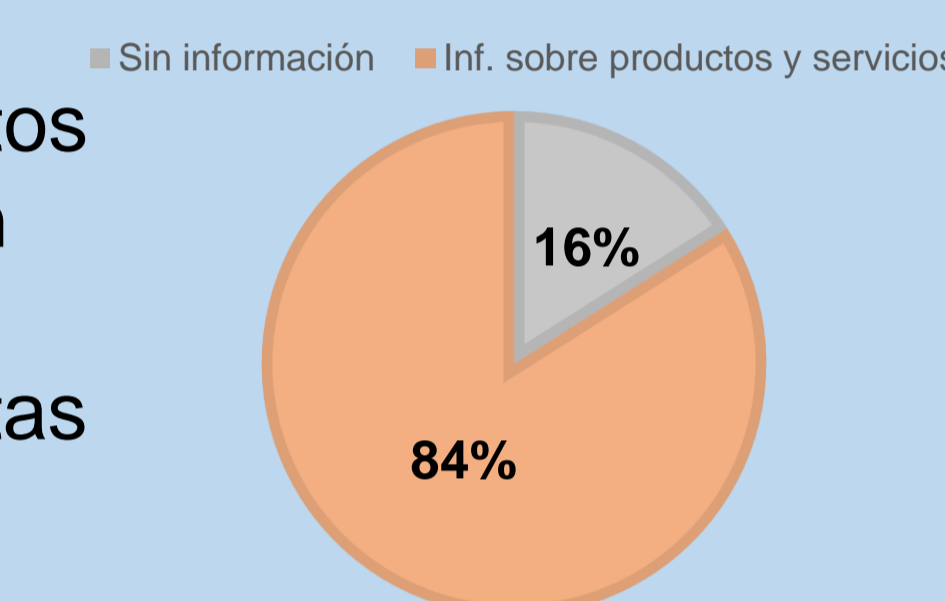
### Resultados

La presencia digital no resulta una prioridad para las empresas analizadas. Pese a ser considerados los canales digitales una puerta de acceso a la primera información sobre la identidad corporativa, solo el 50% ofrece información en línea a través de un portal o sitio específico.

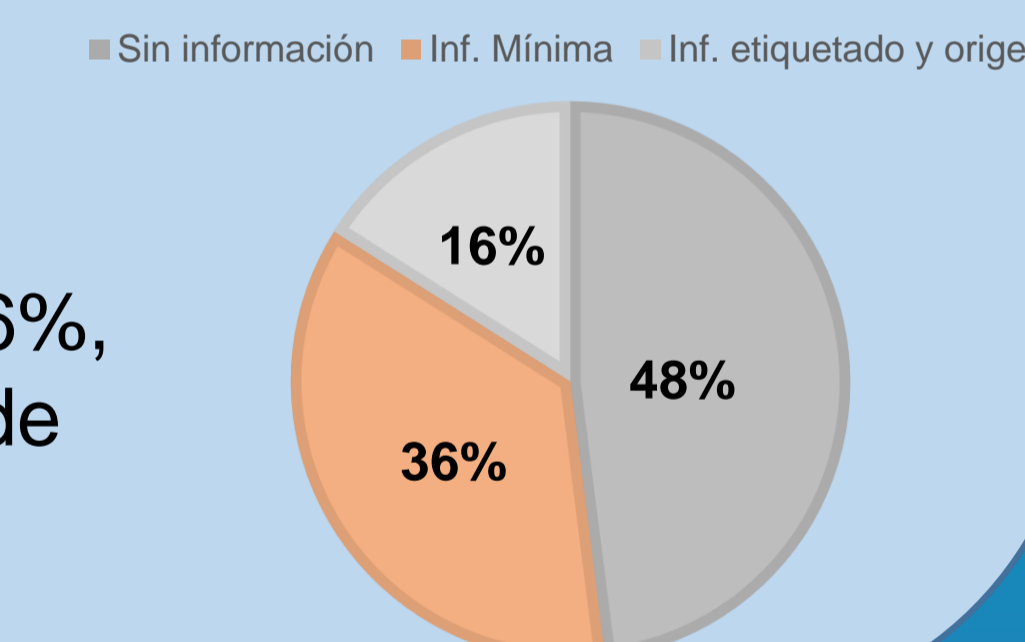
El 84% de las empresas con presencia digital publica un catálogo de productos y servicios como primer nivel en el desarrollo de canales de comercialización electrónicos. Este catálogo se presenta en formatos tradicionales, con una descripción básica hasta aquellos que ofrecen información nutricional y recetas y en formatos de mayor interés para su público objetivo.

Sobre las certificaciones exhibidas por las empresas, aproximadamente la mitad de ellas, el 48%, no realiza publicaciones a pesar de realizar exportaciones de sus productos. El 36% ofrece información mínima sobre certificaciones sobre calidad, seguridad e inocuidad alimentaria y, sostenibilidad de la pesca y trazabilidad de productos (*International Standardization Organization - ISO*, *Food Safety System Certification - FSC 22000* y *Marine Stewardship Council - MSC*). En un porcentaje menor, el 16%, se encuentran aquellas empresas que ofrecen información sobre este tipo de certificaciones.

Distribución de información sobre catálogos de productos y servicios en empresas pesqueras marplatenses. 2022



Distribución de información sobre certificaciones en empresas pesqueras marplatenses. 2022



### Objetivo

Determinar el grado de madurez digital en la dimensión Productos y Servicios del AMD de INDTech 4.0 a través de la medición de información sobre comercio electrónico y certificaciones de calidad exhibidos en forma digital por las empresas del sector.

### Metodología

Se realizó un estudio descriptivo con análisis de fuentes secundarias en más de 80 empresas pesqueras radicadas en la ciudad de Mar del Plata. El relevamiento se realizó durante el primer semestre del 2022 sobre sitios web e información de publicaciones oficiales. Se identificaron las plantas con actividad en "elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos", su tamaño, nivel de operaciones y presencia digital con oferta de productos y servicios así como publicaciones de certificaciones de calidad de productos y procesos y, sistemas de trazabilidad.

### Pregunta de investigación

¿Cuál es el grado de madurez digital en la dimensión Productos y Servicios en las plantas pesqueras marplatenses?



### Discusión

La digitalización de la dimensión Productos y Servicios para las plantas pesqueras marplatenses ofrece ventajas centradas en un mejor acceso por clientes y proveedores a información sobre la entidad, reducción de tiempos en el desarrollo de transacciones y eficiencia en la comparación de productos y servicios. Sin embargo, aún no se perciben estos beneficios en el desarrollo de la identidad y los canales de comercialización online. La madurez digital exhibida por las empresas del sector en la dimensión bajo análisis ofrece un estadio incipiente que se confronta con la antigüedad promedio de las empresas con más de 30 años de trayectoria en la localidad.

**Referencias bibliográficas** Delgado Fernández, T. (2021). Taxonomía de Transformación Digital. *Revista Cubana De Transformación Digital*, 1(1), 4–23. <https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/62>  
 Ministerio de Desarrollo Productivo (2022). AMD INDTech: Test de autodiagnóstico de madurez digital. <https://indtech.ar/amdIndtech.htm>