

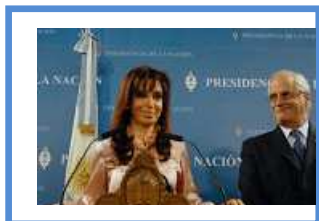
INFORME ECONÓMICO



REORGANIZAR LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS ARGENTINOS

El día 9 de marzo de 2009 la Presidenta Cristina Fernández junto al Canciller Jorge Taiana han inaugurado el Encuentro con los Señores Embajadores de la República Argentina y titulares de Centros de Promoción en el exterior para definir la política de promoción comercial futura. Los mismos fueron convocados por el Gobierno para transmitir instrucciones de manera directa a todos los funcionarios al frente de las sedes diplomáticas argentinas. La medida obedece a la intención de buscar reorganizar la promoción comercial para promover nuevos mercados y productos.

Esta es la primera vez que se realiza una reunión de este tipo, que es habitual en otros países del mundo y en cualquier organización pública, privada o de la sociedad civil que necesita que todos sus actores compartan visión y objetivos, y lleven adelante un plan de acción conjunta en el futuro. Entre otras cosas, se busca impartir directrices sobre la visión de la realidad internacional y la dirección de la política exterior.



Desde lo organizativo, los embajadores asistieron a múltiples sesiones de trabajo en las que se analizó la evolución del comercio internacional argentino, las negociaciones económicas y comerciales, su impacto en el comercio exterior y las oportunidades que se presentan para las empresas argentinas. El encuentro ha desarrollado una serie de talleres de carácter técnico, en los que los embajadores tendrán la ocasión de presentar las problemáticas particulares de sus representaciones y de las regiones en donde se desempeñan.

Desde ya, la iniciativa resulta muy interesante y representa una excelente oportunidad para comenzar un camino de cambios positivos para el comercio exterior argentino. Hace mucho tiempo que se espera que se trace una dirección como esa y se le otorgue más importancia al rol que cumple en ese sentido la representación comercial.

Como se ha difundido recurrentemente desde A.I.E.R.A., la Argentina ha tenido un fuerte crecimiento en materia de comercio exterior desde la crisis del 2001. Durante este periodo, las exportaciones han pasado de 25.000 a 75.000 millones de dólares. Sin embargo, cuando se analiza estos datos con mayor precisión, se descubre que la estructura de los productos exportados se ha mantenido inalterada: la mayor parte de

las exportaciones se encuentra muy concentrada en pocas partidas, las ventas se concentran en pocos mercados (que son los tradicionales y que se encuentran en crisis actualmente), se exportan productos de poco valor agregado, y las PyMEs, que son las mayores generadoras de empleo, no tienen una participación central ni continua en este proceso.

Ahora bien, revertir esa problemática, que no es nueva ni reciente, sino la consecuencia de un largo proceso, no es para nada sencillo y requiere llevar adelante un fuerte trabajo de reorganización institucional. La misma debe abarcar a un amplio grupo de instituciones públicas y privadas. Dentro de esa red, la Cancillería, las embajadas y las representaciones argentinas en el exterior, juegan un papel central, aunque no son los únicos.

Analizando la situación desde lo general, lo primero que se necesita hacer es llevar adelante un Plan Estratégico para el Comercio Exterior de la Argentina. El mismo debería ser integral, es decir, abarcar a todas las áreas que tienen un rol fundamental en este proceso.



Y para que este Plan Estratégico se lleve adelante con éxito, es imprescindible consultar a los principales actores que juegan un rol central en la materia y con quienes se comparte una visión común de país. Le cabe al gobierno definir las orientaciones generales del mismo y tomar las decisiones finales sobre el rumbo que se seguirá, pero es muy importante consultar a los propio protagonistas y a los

diferentes actores que operan cotidianamente en el comercio exterior, que conocen la realidad del mismo y la problemática que afecta a éste. En especial, es importante dejar sentado desde el inicio de esta estrategia, que lo que se busca es ampliar las relaciones de la Argentina con el mundo, desarrollar un tejido económico más moderno, promocionar cadenas de producción más complejas en todo el país, vender productos con mayor valor agregado, y generar mejores puestos de trabajo, para que toda la población se vea beneficiada por el mismo.

Específicamente, un Plan Estratégico debe partir del estado actual del comercio exterior argentino, definir los nuevos objetivos que se busca llevar adelante, analizar los problemas que se enfrentan actualmente para dar ese giro y prever las acciones que se tomarán para superarlos.

Mucho pueden mejorar las exportaciones reorganizando las tareas de las embajadas y los embajadores, pero hay muchas cuestiones que exceden su labor y que no dependen de ellos. Problemas de competitividad de las diferentes ramas de producción, insuficiente y costosos medios de financiación de exportaciones, demoras en la devolución de los impuestos o el pago de los reintegros, son solo algunos elementos que terminan provocando la baja participación de las PyME. El análisis de todos estos elementos debe ser una parte fundamental de este plan estratégico.

Sí se puede comenzar a definir un nuevo esquema de funcionamiento para las representaciones en el exterior. Es importante empezar a medir sistemáticamente los resultados anuales y de mediano plazo de las exportaciones argentinas en cada mercado. En este esquema, las embajadas y consulados seguramente deberán reorganizar su funcionamiento y orientación y ello obligará a prever y perfeccionar un plan conjunto.

Otro punto que se debe modificar, es el de empezar a generar más información que la que se posee y genera actualmente. Es muy difícil hacer un análisis profundo del estado

del comercio exterior sin poseer información concreta y precisa de muchos aspectos. Si se quiere incentivar la exportación de nuevos productos, ampliar las relaciones comerciales con nuevas regiones del mundo, ampliar las ventas externas de las economías regionales y ampliar el universo de empresas exportadoras dándole mayor lugar a las PyMEs, se necesita que el INDEC y los demás organismos del Estado que tienen participación en esas áreas comiencen a generar más información. De lo contrario, los análisis resultarán inconsistentes, sin elementos fidedignos de evaluación ni de contraste con la realidad.

Se necesita tener datos corrientes de la cantidad de empresas PyMEs que exportan cada año, a qué mercados lo hacen, desde qué provincias, cuántas lo hacen de manera continua o esporádica, cuántas se inician y abandonan, qué productos venden. También se necesita hacer un seguimiento específico de los productos industriales. Tanto de las exportaciones como de las importaciones. Y deben definirse objetivos anuales de cantidades, productos y mercados.

Sí se puede empezar a pensar en medios nuevos para promocionar las exportaciones de las PyMEs, la búsqueda de nuevos mercados o la exportación de nuevas partidas. Todas ellas, para no repetir los errores del pasado, deben necesariamente disponer de fuertes elementos sistemáticos de control y seguimiento. Esquemas como el pensado en el proyecto para promocionar las inversiones de capital o las nuevas inversiones en infraestructura, deduciendo las mismas del impuesto a las ganancias, podrían ser adaptados para cumplir con los mencionados objetivos. Por esta vía se podría impulsar la realización de estudios de mercado específicos y cubrir parte de los costos relativos a las primeras exportaciones, efectivizando los mismos, una vez demostrada la correspondiente exportación. Esta tarea requeriría que DGI, Aduana, Cancillería, Fundación Exportar y la Secretaría de Industria coordinaran y trabajaran en conjunto.

Estas y otras acciones requieren tener un Plan Estratégico. Si se quiere lograr el desarrollo económico del país y se considera que el comercio exterior es una parte central en ese proceso, debe realizarse un análisis profundo. En especial de los problemas que hoy resultan un impedimento para exportar más y mejores productos.

Hace tiempo que se viene luchando por esta mayor promoción de las acciones de las PyME y por nuevos programas que alienten su inserción internacional. Sin salir a competir al mercado mundial es muy difícil que las mismas puedan crecer y que la economía argentina se desarrolle en sentido cualitativo. Por ello, la acción que se va a llevar adelante resulta muy auspiciosa. AIERA celebra la misma, y espera que sea el inicio de un largo camino para que más PyMES puedan vender en más mercados, y productos con mayor valor agregado.

CUIDAR LA RELACIÓN CON BRASIL, PERO MEJORAR EL MERCOSUR

La relación entre Brasil y Argentina ha sufrido una serie de tensiones en los últimos meses, producto de los temores y la desaceleración que la crisis internacional ha llevado a ambas economías. En especial, las mismas se han generado por la introducción de licencias no automáticas de importación introducidas por la Argentina en octubre y febrero y el fallido intento de Brasil, dos semanas antes de esta última acción, de implementar una medida similar. Si bien éstas deben entenderse en un contexto de crisis y reducción del comercio general, que siempre genera tensiones, no deben hacer que se pierda de vista que hay en marcha



un proceso de integración que resulta fundamental para ambos países, y que hay que relanzar. Para que el mismo sea realmente efectivo, el Mercosur debe avanzar en cuestiones pendientes que son las únicas que harán que dejen de producirse tensiones de este tipo.

Repasando el devenir de los acontecimientos, este nuevo capítulo de disputas comienza con la introducción de las exigencias de licencias de importación por parte de la Argentina en octubre pasado, que tuvieron cierto impacto en la reducción del flujo comercial, aunque la mayor parte del mismo fue producto de la crisis misma. Luego, a inicios de febrero, Brasil adoptó una medida similar que exigía licencias previas para la importación del 60% de los productos adquiridos en el exterior. Pero la misma fue revocada en seguida, ante las críticas de los países vecinos.

Cuando a mediados de febrero el Gobierno decidió ampliar el universo de productos sujeto a licencias previas de importación, que implica nuevos precios de referencia para la importación de otros 800 productos, el titular de la Federación de Industrias del Estado de San Pablo (Fiesp), Paulo Skaf, realizó declaraciones muy fuertes, reclamando que Brasil debería restringir el ingreso de ciertos productos argentinos como contrapartida a esta medida. Los empresarios brasileños denunciaron que las autoridades argentinas se resistían a liberar las licencias de importación para sus productos. También reclamaron que Argentina impone tasas antidumping en base a criterios dudosos para defender a su industria. En los medios brasileños se hizo referencia a que estas licencias dificultan la entrada de neumáticos y electrodomésticos, aplican un precio mínimo para la entrada de 50 tipos de tubos de acero y hierro, y que afectan directamente las ventas brasileñas de textiles.

Ante las declaraciones del Presidente de la Fiesp, el titular de la Unión Industrial Argentina (UIA) en la Provincia de Buenos Aires, Osvaldo Rial, sostuvo que "más que por Argentina, los industriales brasileños deberían preocuparse por China, la verdadera amenaza para las industrias regionales". Rial señaló que Argentina tuvo un déficit de 4.300 millones de dólares en la balanza comercial con Brasil durante 2008 y afirmó que en los últimos meses hubo "muchas denuncias de maniobras de subfacturación", que "hay que atacar porque es competencia desleal y afecta a la producción nacional". La Fundación Pro-Tejer salió a sostener este reclamo y puntualizó que la industria textil argentina contribuyó al desarrollo industrial brasileño con un superávit comercial para ese país de 1.690 millones de dólares en los últimos cinco años.

Lula Da Silva, con más perspectiva, reconoció el problema e intentó contenerlo: "¿Hay un problema con Argentina? Sí. Este problema debe ser debatido en una mesa de negociaciones en el ámbito del Mercosur. Es inútil debatir a través de la prensa, el



Mercosur es el foro legítimo para decidir los temas comerciales". También el Ministro de Desarrollo brasileño, Miguel Jorge, intentó poner paños fríos: "¿Cómo se puede pensar que Brasil iniciará represalias comerciales con uno de sus principales asociados? Eso no va a ocurrir".

Hay que tener claro que Brasil está aprovechando la crisis internacional para posicionarse como uno de los líderes mundiales emergentes, y que se resiste a aplicar medidas proteccionistas. Le advierten al mundo que si todos los países se cierran para defender su producción interna, va a ser peor para todos. Lula señaló que es "un equívoco pensar que medidas proteccionistas al comercio puedan ayudar a resolver los problemas". Además tienen muy claro que para poder afianzar su proyección regional en América del Sur necesita del Mercosur, que representa la mayor parte del comercio y el producto sudamericano. Y que el Mercosur, para consolidarse, precisa de la Argentina.

También desde el Gobierno argentino se trató de bajar el tono de la disputa y se

remarcó que las nuevas medidas buscaban evitar la competencia desleal, la evasión fiscal y la subfacturación de los productos que ingresan a valores bajos. Y que no se buscaba perjudicar a Brasil. Luego de las reuniones, el canciller Jorge Taiana admitió ante la prensa de ese país que era "motivo de preocupación" el déficit comercial de la Argentina con el socio mayor. "No se piensa igual en todos los puntos de vista. Hay intereses que no son exactamente los mismos, pero hay voluntad de buscar soluciones y acuerdos que, en principio, fortalezcan la integración y la vuelvan más equilibrada".

Luego de la misma reunión, el Canciller brasileño le dijo a la prensa que se estaban buscando "Formas de apoyar al comercio de los dos países, inclusive por medios financieros y creativos. También hablamos sobre la ampliación del uso de la moneda común, que puede crecer mucho más aún, de un apoyo más inmediato a las PyME vinculadas al comercio y de apoyo a las inversiones. Acordamos encarar esas dificultades que pueden haber en uno u otro sector, de manera comprensiva, buscando evitar el proteccionismo y apuntando al crecimiento del comercio con el objetivo final de la no restricción", dijo Celso Amorim. Además, ambos Cancilleres anunciaron la creación de un grupo de trabajo para intentar limar las aristas de las disputas comerciales entre los dos países, que estaría integrado por funcionarios de cancillería y economía de ambos países.

Ahora bien, más allá de la buena predisposición de los Gobiernos de ambas partes, y de todos los Ministros y personalidades (incluidos los presidentes) que intervienen de manera personal en la resolución de las disputas, hay un problema que no termina de resolverse nunca y que es el que realmente provoca las crisis y tensiones recurrentes. No hay una política común que abarque a los cuatro socios y que fije de una vez para siempre las reglas de juego del bloque. Mientras ello no suceda, los problemas seguirán apareciendo, debilitando al Mercosur y necesitando que los presidentes intervengan para calmar los ánimos. Ese tipo de resolución de crisis no es bueno para el Mercosur, ya que genera temores y desconfianza y permite que se alteren las reglas de juego recurrentemente. Al respecto, es importante tener en claro los siguientes puntos:

1- No está claro (al menos no está formalmente definido) qué tipo de integración se va a llevar adelante. ¿Se quiere eliminar asimetrías entre los países? Si no se quiere, lo mejor es no intervenir. Pero si se pretende que a todos los países les convenga y convenga sumarse al proyecto regional, entonces habrá que empezar a pensar y debatir esta cuestión fundamental. Alguna institución deberá guiar ese proceso de eliminación de asimetrías nacionales y regionales. ¿Lo hará un banco de desarrollo regional? ¿Los países más poderosos contribuirán económicamente para que los más pequeños se sumen?

2- ¿Cuál es el proyecto económico de la unión? ¿Están claros los objetivos que se buscan llevar adelante? ¿Hay coincidencia entre los socios? Si no está claro, avanzar es ir a ciegas, sin tener claro hacia dónde, adoptando las medidas en un clima de urgencia, que en general siempre beneficia al que tiene más poder.

3- ¿Se va permitir que cada país pueda devaluar cada vez que lo afecta una crisis, y altere la relación de competitividad con sus vecinos? Esto genera tensiones comerciales que no le hacen bien a la unión que se quiere formar. Esa es la senda que se está recorriendo actualmente. Si se quiere evitar ese tipo de problemas se debe avanzar en el establecimiento de una moneda común que de un horizonte de previsibilidad, estabilidad y tranquilidad. Si bien ese camino es largo y lleva tiempo, al menos, se debe comenzar a prever.



Mínimamente, a establecer las reglas que guiarán este proceso: ¿qué exigencias se pondrán a los países que deseen

voluntariamente a integrar la moneda común (como se hizo con el Tratado de Maastricht con el Euro)? ¿Cuál será la relación entre las monedas? Si se pretende promover a los países de menor tamaño, tal vez una tasa preferencial los estimularía a una mayor integración y los predispondría positivamente a formar parte de la misma desactivando problemas y críticas actuales. ¿Qué acciones se deben llevar adelante previamente, como condición necesaria para que la moneda común se establezca? En algún momento se deberá a empezar a pensar en el largo plazo si se quiere profundizar la integración.

4- Si cada país puede seguir aplicando medidas que restrinjan el comercio con sus socios ante dificultades externas, también altera las reglas de juego y genera tensiones. Para evitar eso, hay que definir una política económica y regional común. Si no se lo hace, difícilmente se pueda evitar que se peleen los socios y se debilite la confianza.

5- Muy ligado al punto anterior está el permitir que cada país tenga un diferente tratamiento arancelario y aduanero hacia el exterior del bloque. Como ya se dijo, estas cosas llevan tiempo, pero requieren definir cuándo y cómo se irán eliminando las diferencias hasta llegar a un esquema común.

6- Por último, se debe tomar conciencia de una vez, de que se necesita poner en práctica un sistema para resolver las controversias comerciales. Hace tiempo que se habla del mismo. Mucho tiempo. Pero éste se demora y no se cambia nada. Esta mini crisis diplomática es una de las causas de que dicho sistema no esté ya operativo. Se necesita que se defina una forma de resolver los problemas comerciales con el que estén de acuerdo todos los países. Que se defina un órgano integrado por un cuerpo de funcionarios con representantes de todos los países, que tenga objetivos y reglas claras, compartidas y aceptadas por todos los socios antes de que los problemas aparezcan, y que sea en su accionar neutral, objetivo, justo y legítimo para resolver cualquier conflicto.

Este sistema de organizar viajes y misiones especiales y urgentes, poniendo en juego las figuras de los presidentes, cancilleres o ministros para resolver problemas sectoriales, no puede continuar. Está arriesgando el avance de la integración y la confianza entre los habitantes y empresas de los diferentes países. Es extraño que Brasil, que tiene tanta visión a largo plazo y está pensando su desarrollo a 20 años adelante, que tiene tan claro la importancia de profundizar el Mercosur y la Unasur, no presione para avanzar en estas cuestiones. Pareciera que más allá de los problemas, el mismo le es funcional en algún aspecto. Cuando no hay reglas ni instituciones, los problemas se resuelven en la práctica según el poder de cada uno. Ya que está fuera de duda la voluntad de avanzar en la integración, pareciera ser que todavía confía en que estos conflictos los puede manejar y hasta modelar.

Las declaraciones del Ministro de Asuntos Estratégicos de Brasil, Roberto Mangabeira Unger, que buscaba hallar puntos de acercamiento y desarrollar una agenda positiva hacia adelante, para poder avanzar a pesar del conflicto, demuestran que Brasil tiene muy claro esta situación. Vale la pena recordarlas: "Los problemas comerciales, cuando no hay un proyecto común, parecen enormes. Cuando existe un proyecto, son reales, pero mucho menos importantes. En el Mercosur hablamos de dinero, logística, comercio y otros temas, pero jamás tratamos lo más importante: el modelo, la estrategia, el proyecto, como lo hicieron los europeos cuando armaron la Unión Europea. La Unión Sudamericana es un cuerpo sin espíritu: discutimos todo menos lo que realmente es indispensable."



Ya antes de la reunión, el canciller brasileño Celso Amorim había expresado en Brasilia que a los funcionarios les esperaba una difícil tarea y que "deberían mostrar

creatividad para encontrar formas de superar los problemas comerciales bilaterales". Ya Todos tenían claro antes de la reunión que el comercio bilateral había caído muy fuerte en enero, y que eso genera siempre tensiones. "Ahora queremos ver cómo podemos responder", dijo el canciller del socio mayor del Mercosur. "Tenemos que encontrar formas de superar esta crisis; no creo que haya respuestas simples o fáciles. Tenemos que ser creativos, porque es importante mantener y reforzar la integración, y buscar fórmulas financieras y monetarias que nos ayuden a superar esta crisis."

Las palabras son acertadas y válidas, pero es muy difícil ser creativo cuando hay tantas cuestiones pendientes que estallan. Tal vez, la creatividad que se necesita, es para empezar a definir e instrumentar estas cuestiones y no para resolver los conflictos que se producen por no tenerlas ya definidas.

Dejando bien señalado el verdadero problema de fondo, vale la pena mostrar datos concretos de lo que se sabe hasta ahora sobre la evolución del comercio bilateral. Según el análisis de AIERA, realizado con los datos del INDEC del último trimestre, de noviembre a enero (no hay datos de febrero hasta el momento), las exportaciones a Brasil se han reducido un 28%, misma variación que la sufrida por las importaciones provenientes de ese país. En ese plazo, las exportaciones industriales a ese mercado se han reducido un poco menos, un 12%. Pero esos valores están influidos por los datos de noviembre, donde los efectos de la crisis internacional eran menores en aquel momento. Si sólo se toman los últimos datos (de enero), aunque un mes aislado no es suficiente para sacar conclusiones, las exportaciones a Brasil habrían caído un 52%, mientras las importaciones de Brasil lo habrían hecho un 54%. Todavía es necesario esperar a marzo, para tener datos concretos, si bien es claro que el comercio entre ambos socios ha caído fuertemente.

Exportaciones al Brasil por Rubros												
Rubro	Último Trimestre del Año Anterior				Último Trimestre				Variaciones			
	Nov. 07	Dic. 07	Ene. 08	Total Trim.	Nov. 08	Dic. 08	Ene. 09	Total Trim.	Var Nov.	Var Dic.	Var Ene.	Var Trim.
Prod. Primarios	136	205	455	796	124	125	140	389	-9%	-39%	-69%	-51%
MOA	129	130	97	356	132	107	89	328	2%	-18%	-8%	-8%
MOI	694	632	471	1797	806	467	302	1575	16%	-26%	-36%	-12%
Combustibles	126	158	166	450	64	38	45	147	-49%	-76%	-73%	-67%
Total	1085	1125	1189	3399	1126	737	576	2439	4%	-34%	-52%	-28%

Fuente: AIERA con datos del INDEC

Importaciones provenientes de Brasil por Uso Económico												
Importaciones	Último Trimestre del Año Anterior				Último Trimestre				Variaciones			
	Nov. 07	Dic. 07	Ene. 08	Total Trim.	Nov. 08	Dic. 08	Ene. 09	Total Trim.	Var Nov.	Var Dic.	Var Ene.	Var Trim.
Bienes de capital	303	303	274	880	255	225	116	596	-16%	-26%	-58%	-32%
Bienes intermedios	475	416	562	1453	473	358	291	1122	0%	-14%	-48%	-23%
Combustibles y lubricantes	23	41	12	76	1	1	1	3	-96%	-98%	-92%	-96%
Piezas y accesorios para bienes de capital	263	230	237	730	264	158	109	531	0%	-31%	-54%	-27%
Bienes de consumo	150	129	137	416	135	113	80	328	-10%	-12%	-42%	-21%
Vehículos automotores de pasajeros	180	156	211	547	175	146	66	387	-3%	-6%	-69%	-29%
Resto	1	0	0	1	1	1	0	2	0%	0%	0%	100%
Total MOI	1395	1275	1433	4103	1304	1002	663	2969	-7%	-21%	-54%	-28%

Fuente: AIERA con datos del INDEC

Otro punto levemente a favor de Argentina es que, al menos desde el punto de vista de la cantidad de divisas que dispone el país, muy necesarios en estos momentos de crisis, la reducción de las importaciones ha reducido el déficit crónico que se tiene con Brasil, sobre todo en materia industrial. Ahora bien, hay que tener muy claro que esta situación es transitoria y casual y que se tiene una menor competitividad industrial que el socio mayor del Mercosur y una dependencia estructural con ese mercado, que provoca déficits crónicos en la balanza de pagos bilateral.

Exportaciones al Brasil por Principales Rubros												
Exportaciones MOI	Trimestre del Año Anterior				Último Trimestre				Variaciones			
	Nov. 07	Dic. 07	Ene. 08	Total Trim.	Nov. 08	Dic. 08	Ene. 09	Total Trim.	Var Nov.	Var Dic.	Var Ene.	Var Trim.
Productos químicos y conexos	88	104	74	266	103	72	66	241	17%	-31%	-11%	-9%
Materias plásticas y sus manufacturas	61	48	57	166	89	49	46	184	46%	2%	-19%	11%
Caucho y sus manufacturas	17	17	13	47	18	18	16	52	6%	6%	23%	11%
Manufacturas de cuero, marroquinería	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Papel, cartón, impresos y publicacione	17	15	15	47	14	12	11	37	-18%	-20%	-27%	-21%
Textiles y confecciones	15	12	10	37	18	6	8	32	20%	-50%	-20%	-14%
Calzado y sus partes componentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Manufacturas de piedra, yeso, vidrio	2	2	2	6	2	2	2	6	0%	0%	0%	0%
Piedras, metales preciosos, monedas	0	1	0	1	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Metales comunes y sus manufacturas	32	35	26	93	40	34	17	91	25%	-3%	-35%	-2%
Máquinas y aparatos, material eléctrico	58	62	47	167	69	57	37	163	19%	-8%	-21%	-2%
Material de transporte terrestre	396	328	221	945	412	213	100	725	4%	-35%	-55%	-23%
Vehíc. de navegación-aérea, marítima y fluvial	0	0	0	0	33	0	0	33	n	0%	0%	n
Resto de MOI	7	7	6	20	7	4	0	11	0%	-43%	-100%	-45%
Total MOI	693	631	471	1795	805	467	303	1575	16%	-26%	-36%	-12%

Fuente: AIERA con datos del INDEC

Por ello hay que mirar al mediano plazo y buscar la manera de reducir esa diferencia de competitividad industrial con Brasil. Hay siempre una tendencia a concentrarse más en la protección aduanera y cambiaria, que la que se presta a los eternos problemas de financiamiento, estímulo a la inversión y nuevas y mejores vías de promoción comercial. Hay que pensar también en el momento en que la crisis vaya a pasar, porque en ese nuevo contexto, la protección especial actual será difícil de sostener.

En definitiva, y como conclusión, hay que tener muy claro que se necesita avanzar en la integración, porque es fundamental para todos los países. Y que la misma no puede quedar atada a problema comerciales, que en este proceso son un medio y no un objetivo. Los mismos, que existen y deben salvarse, deben ser resueltos con frialdad y perspectiva para que no se generen más problemas. Pero es fundamental, para evitar que los mismos se produzcan y se reduzcan los motivos de peleas, que se resuelvan cuestiones históricas básicas, como las señaladas.

AIERA PRESENTÓ SU PROPUESTA EXPORTADORA A LA MINISTRA DE PRODUCCIÓN DÉBORA GIORGI

En un encuentro realizado día 17 de febrero en la Confederación General Empresaria de la República Argentina, AIERA presentó su propuesta para un plan nacional de comercio exterior ante la Ministra de Producción Débora Giorgi, con el objetivo de mejorar la situación exportadora nacional.

Los esbozos de esta propuesta, que fueron presentados en el número del mes pasado de este Informe Económico, apuntan a promover el desarrollo nacional homogéneo de todo su territorio, el aumento sostenido del nivel de ingresos, agregar más valor a la producción y estimular un ambiente económico interno más competitivo.



La reunión organizada por la C.G.E.R.A contó con la presencia de delegaciones de esta entidad de 18 provincias y más de 60 representantes de Cámaras y Federaciones empresarias que participaron en el tratamiento de temas relacionados con la situación de las PyME argentinas.

Ante la presentación ante la Ministra, AIERA pidió que se diera especial y rápida atención a la eliminación de la exportación de impuestos nacionales, provinciales y municipales que gravan los productos, al problema de la financiación de las exportaciones y a la definición una estrategia de promoción y penetración en los mercados externos.

El Diputado Nacional Marcelo Fernández, Presidente de C.G.E.R.A., le pidió a también a la Ministro participar en las discusiones por los salarios y por la nueva ley de riesgos del

trabajo y sobre todo integrar el futuro Consejo Económico y Social, de manera que las PyME participen de las discusiones sobre el financiamiento a las empresas nacionales, la situación de los salarios y en los temas relativos al comercio exterior.

Los pedidos realizados a la Ministra fueron bien recibidos por ésta. La misma dejó en claro que las preocupaciones de las PyMES coincidían con las prioridades del Gobierno. "La protección del mercado interno es una bandera de la Presidenta y de este ministerio. El esfuerzo de todos es para tratar de mantener un mercado interno lo más tonificado posible", dijo al cierre del encuentro.

INTERCAMBIO COMERCIAL ARGENTINO: 12 MESES DE 2008

El resultado de la balanza comercial argentina en los doce meses del año 2008 fue de 13.176 millones de dólares, un 19% mayor al experimentado en el mismo período de 2007. Este resultado, fue producto de haberse exportado bienes por 70.589 millones de dólares e importado bienes por 57.413 millones.

Saldo de la Balanza Comercial			
Rubro	2007	2008	Var. %
Exportaciones	55.780	70.589	27%
Importaciones	44.707	57.413	28%
Saldo	11.073	13.176	19%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares

En el caso de las exportaciones, analizando los valores exportados por grandes rubros, se advierte que los productos primarios crecieron un 33%, las Manufacturas de Origen Agropecuario 25%, las Manufacturas industriales 28% y las exportaciones de combustibles 14%.

Exportaciones Argentinas por Rubros			
Rubro	2007	2008	Var. %
Productos Primarios	12.352	16.425	33%
MOA	19.188	24.050	25%
MOI	17.321	22.209	28%
Combustibles	6.919	7.905	14%
Total	55.780	70.589	27%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares

Al analizar la composición de las exportaciones se advierte que un 23% fueron productos primarios, un 34% manufacturas de origen agropecuario, 31% manufacturas de origen industrial y 11% combustibles.

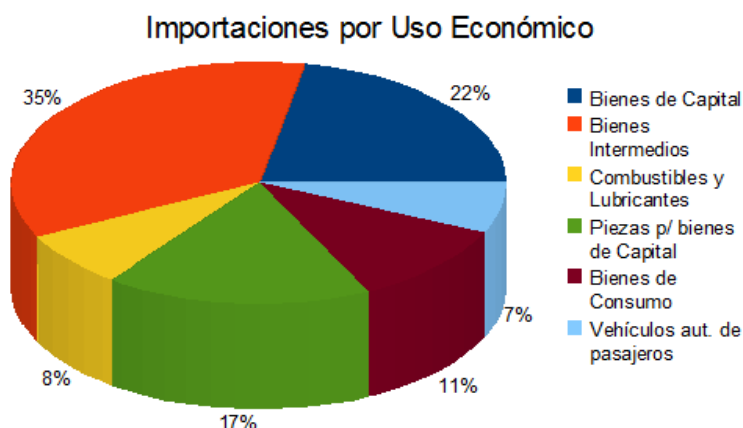


En el caso de las importaciones, analizadas por Uso Económico, se advierte que los bienes de capital crecieron un 22% en los doce meses del año, los bienes intermedios un

32%, los combustibles un 52%, las piezas para bienes de Capital un 23%, los bienes de consumo un 21% y los vehículos automotores un 43%.

Importaciones Argentinas por Uso Económico			
Rubro	2007	2008	Var. %
Bienes de Capital	10.397	12.639	22%
Bienes Intermedios	15.371	20.227	32%
Combustibles y Lubricantes	2.845	4.318	52%
Piezas p/ bienes de Capital	8.065	9.960	23%
Bienes de Consumo	5.208	6.291	21%
Vehículos aut. de pasajeros	2.709	3.875	43%
Resto	114	103	-10%
Total	44.709	57.413	28%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares



Al analizar el destino de las exportaciones, se advierte que en los 12 meses del año el 23% de las mismas se ha dirigido al MERCOSUR, 19% a la UE, 10% al Nafta, 9% a China, 7% a Chile, 7% al Resto de ALADI, 4% al Magreb y Egipto y 4% a Medio Oriente, entre los principales destinos de exportación.

Exportaciones por Rubro a cada Destino										
Zona	Prod. Prim.	%	MOA	%	MOI	%	Comb.	%	Total	%
Mercosur	2.079	13%	1.803	7%	10.181	46%	2.217	28%	16.281	23%
Chile	561	3%	1.166	5%	1.884	8%	1.123	14%	4.734	7%
Resto de Aladi	840	5%	1.787	7%	2.042	9%	44	1%	4.713	7%
NAFTA	412	3%	1.502	6%	3.560	16%	1.897	24%	7.371	10%
U.E.	3.493	21%	7.893	33%	1.764	8%	84	1%	13.235	19%
ASEAN	543	3%	1.520	6%	179	1%	15	0%	2.257	3%
China	3.801	23%	1.954	8%	165	1%	687	9%	6.607	9%
Corea	256	2%	326	1%	13	0%	26	0%	621	1%
Japón	212	1%	158	1%	176	1%	4	0%	550	1%
India	119	1%	669	3%	43	0%	6	0%	837	1%
Medio Oriente	1.333	8%	970	4%	330	1%	0	0%	2.633	4%
MAGREB y Egipto	1.272	8%	1.518	6%	213	1%	14	0%	3.017	4%
Resto del Mundo	1.503	9%	2.785	12%	1.658	7%	1.788	23%	7.734	11%
Total	16.424	100%	24.051	100%	22.208	100%	7.905	100%	70.591	100%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares

En el caso del destino de los valores exportados por rubro, surge que en el caso de los productos primarios, sin valor agregado, 21% se exportan a la UE, 24% a China, 12% al Mercosur, 8% a Medio Oriente y 8% a Magreb y Egipto. En el caso de las manufacturas agropecuarias, en los primeros 12 meses del año, 33% se exportó a la UE, 8% a China, 7% al Resto de Aladi, 7% al Mercosur, 6% a Magreb y Egipto, 6% al Nafta, 6% a Asean y 5% a Chile. Respecto de los combustibles, 28% se exportó al Mercosur, 24% al Nafta, 14% a Chile y 9% a China. En el caso de las manufacturas de origen industrial, en los primeros once meses, 46% se envió al Mercosur, 16% al Nafta, 8% a Chile, 9% al Resto de Aladi, y 8% a la UE.

Exportaciones a cada destino:

Al analizar lo que se exporta a cada mercado, encontramos que en el caso del MERCOSUR, 63% son MOI, 14% son combustibles, 13% son productos primarios y 11% son MOA. En el caso del Nafta, 48% son MOI, 26% son combustibles, 20% son MOA y 6% son productos primarios. A la Unión Europea se exporta 26% de bienes primarios, 60% de Manufacturas agropecuarias, 13% de MOI y 1% de combustibles. En el caso del Resto del Mundo, 36% son MOA, 21% son MOI, 19% son productos primarios y 23% combustibles.

Exportaciones por Rubro a cada Destino										
Zona	Prod. Prim.	%	MOA	%	MOI	%	Comb.	%	Total	%
Mercosur	2.079	13%	1.803	11%	10.181	63%	2.217	14%	16.281	100%
Chile	561	12%	1.166	25%	1.884	40%	1.123	24%	4.734	100%
Resto de Aladi	840	18%	1.787	38%	2.042	43%	44	1%	4.713	100%
NAFTA	412	6%	1.502	20%	3.560	48%	1.897	26%	7.371	100%
U.E.	3.493	26%	7.893	60%	1.764	13%	84	1%	13.235	100%
ASEAN	543	24%	1.520	67%	179	8%	15	1%	2.257	100%
China	3.801	58%	1.954	30%	165	2%	687	10%	6.607	100%
Corea	256	41%	326	52%	13	2%	26	4%	621	100%
Japón	212	39%	158	29%	176	32%	4	1%	550	100%
India	119	14%	669	80%	43	5%	6	1%	837	100%
Medio Oriente	1.333	51%	970	37%	330	13%	0	0%	2.633	100%
MAGREB y Egipto	1.272	42%	1.518	50%	213	7%	14	0%	3.017	100%
Resto del Mundo	1.503	19%	2.785	36%	1.658	21%	1.788	23%	7.734	100%
Total	16.424	23%	24.051	34%	22.208	31%	7.905	11%	70.591	100%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares

Análisis de las Importaciones:

Si se evalúan las importaciones por origen de procedencia en los doce meses de 2008, se advierte que el 35% del total proviene del MERCOSUR, 16% de la UE, 16% del Nafta, 12% de China y 10% del Resto del mundo.

Importaciones por Uso Económico provenientes de cada Destino																
Zona	Bs. Cap.	%	Bs. Inter.	%	Combs.	%	Ac.Bs Cap.	%	Bs. Cons.	%	Vehic.	%	Resto	%	Total	%
Mercosur	3.826	30%	8.066	40%	573	13%	3.459	35%	1.739	28%	2.622	68%	4	4%	20.289	35%
Chile	39	0%	609	3%	92	2%	60	1%	152	2%	0	0%	0	0%	952	2%
Resto de Aladi	8	0%	209	1%	142	3%	16	0%	215	3%	0	0%	0	0%	590	1%
NAFTA	2.956	23%	3.070	15%	555	13%	1.109	11%	709	11%	535	14%	2	2%	8.936	16%
U.E.	2.333	18%	2.914	14%	373	9%	2.024	20%	987	16%	380	10%	2	2%	9.013	16%
ASEAN	374	3%	332	2%	40	1%	409	4%	291	5%	0	0%	0	0%	1.446	3%
China	2.025	16%	2.315	11%	70	2%	1.002	10%	1.706	27%	25	1%	0	0%	7.143	12%
Corea	197	2%	208	1%	3	0%	147	1%	38	1%	138	4%	0	0%	731	1%
Japón	339	3%	275	1%	17	0%	476	5%	104	2%	167	4%	0	0%	1.378	2%
India	36	0%	295	1%	30	1%	65	1%	63	1%	3	0%	0	0%	492	1%
Medio Oriente	38	0%	88	0%	5	0%	18	0%	53	1%	0	0%	0	0%	202	0%
Magreb y Egipto	0	0%	168	1%	87	2%	1	0%	2	0%	0	0%	0	0%	258	0%
Resto del Mundo	468	4%	1.677	8%	2.331	54%	1.174	12%	232	4%	4	0%	96	92%	5.982	10%
Total	12.639	100%	20.226	100%	4.318	100%	9.960	100%	6.291	100%	3.874	100%	104	100%	57.412	100%

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año en millones de dólares

El trabajo precedente ha sido realizado por Santiago Solda, economista de AIERA

La **Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina (AIERA)** es una entidad civil sin fines de lucro creada en el año 1966, que agrupa a pequeñas y medianas empresas nacionales, cámaras regionales y sectoriales y centros de industria y comercio. Su misión es brindar sustento y apoyo en el ámbito del comercio exterior, desarrollando una actividad dinámica en favor de las economías regionales y PyME de todo el país.

Como entidad gremial empresaria, AIERA despliega su acción institucional ante diversos organismos -Aduana, Cancillería, Ministerio de Economía, Banco Central-, con el objeto de mejorar las condiciones en que se desenvuelven las exportaciones y conseguir mejor acceso a los mercados. También integra el Consejo de Administración de la Fundación ExportAr; de la cual es miembro fundador, y forma parte del Consejo Consultivo Aduanero.

Desde el año 1966 AIERA representa los intereses de las PyME participando activamente en el ámbito del comercio exterior argentino. AIERA impulsa su proyecto empresario, convirtiéndose en su canal de participación a nivel institucional.