



EXPEDIENTE Nº _____
Agregado Nº _____
47244
- 3 JUL 1978 FECHA

23148

Señor Jefe del Departamento Investigaciones
Dr. HUMBERTO PEREIRA
S / D.-

CATALOGADO

De mi mayor consideración:

Tomo conocimiento del análisis efectuado por el Señor Jefe de Actividades Económicas y Estratégicas, Lic. Victor Béker, al informe sobre "Posibilidades de Complementación Económica del Noroeste Argentino con Países Limítrofes" (Expediente 5.5.45), y paso a responder las observaciones formuladas.

- 1.- No hay observaciones en este punto.
- 2.- Debe tenerse en cuenta que el trabajo se cubrió en dos etapas. Los tres primeros capítulos se elaboraron considerando información secundaria disponible, con la limitación que ello lleva implícito. En cambio, el informe de mercado tuvo en cuenta información cualitativa recogida "in situ", que en cierta forma modificó conclusiones anteriores, fundamentalmente en lo que hace a la visualización global del problema, es decir, la significación que podrían tener los mercados paraguayo y boliviano para basar en ellos una estrategia de crecimiento del NOA.

Salvado este punto, al cual el liquidador le asignó especial importancia, sin ser observado su enfoque durante el desarrollo del trabajo, paso a sintetizar las conclusiones particulares del estudio realizado.

PARAGUAY

Tal se señala en el informe, "el mercado paraguayo presenta un interesante crecimiento apoyado en un proceso económico caracterizado por una gran disponibilidad de energía eléctrica y fuertes ingresos de divisas, elementos dinamizadores de la demanda". No obstante, de la lista de productos analizada, no son muchos los mercados con posibilidades ciertas de desarrollo.

Como síntesis del capítulo 4.2. del informe, surgen como viables la leche en polvo dentro de los productos lácteos, los artículos de confitería, fertilizantes, maquinaria agrícola, yeso, vehículos para el transporte público de pasajeros y las partes y piezas de automóviles. Los demás, como se indica en cada caso, no cuentan con perspectivas de corto plazo.

En materia de leche en polvo tenemos un mercado de 33 mil toneladas en 1976, que se muestra razonablemente abastecido para los actuales niveles de ingreso. Nuestra oferta sólo cubre el 6% de ese total, que podría ser ampliado con una mezcla de mercado basada en precio, promoción y calidad, siguiendo la estrategia indicada en 4.2.3.1. Respecto de artículos de confitería el mercado es pequeño, 100 toneladas anuales aproximadamente, de las cuales ya la oferta argentina cubre el 90%. Los actuales volúmenes negociados pueden más que duplicarse con un manejo comercial centrado en la presentación del producto y el precio.

Para fertilizantes la situación es promisoría en razón del importante crecimiento agrícola. Es escasa la participación argentina, que sólo puede ampliarse vía ordenados programas de promoción. En el capítulo pertinente del informe se señalan los requerimientos que el mercado impone al producto y al precio, elementos de base para cualquier campaña. Por las mismas razones anteriormente apuntadas se presenta como muy bueno el caso de la maquinaria agrícola, con una plaza que está en el orden de las 600 unidades anuales, pudiendo llegar a 966 en 1982. En la actualidad Argentina cubre el 13%.

En este caso, además del crecimiento en la demanda, se plantea como necesario la ocupación de segmentos ya abastecidos del mercado, tal se indica en el párrafo 4.2.3.8.

0
H. 41121
I 17
IV

// 2.4

Dice el informe en el punto 4.2.3.6. referido al yeso: "El desarrollo de la industria de la construcción y, fundamentalmente, las importantes obras hidroeléctricas, han motorizado el desarrollo de este mercado, que ofrece muy buenas perspectivas". Actualmente se está en las 30 toneladas, de las cuales 2 proceden de Argentina. Las exigencias del mercado hacen prever una duplicación de ese volumen.

Finalmente tenemos el rubro de vehículos para distintos usos que está, en el orden de las 4.600 unidades anuales, de las cuales Argentina aporta a proximadamente un 18%. El punto fundamental para trabajar esta familia es el precio y que, en calidad hay receptividad.

BOLIVIA

Para este mercado el centro está en la leche en polvo y condensada, la grasa de cerdo, algo de maquinaria agrícola, fertilizantes y partes y piezas de vehículos.

El consumo interno total de la leche en polvo y de la condensada está en el orden de las 13.500 toneladas, con un crecimiento anual acumulativo del 4% abasteciendo nuestro país en la actualidad el 10% de ese total. El arraigo de las marcas europeas hacen muy fuerte la competencia para el producto argentino.

La grasa de cerdo es un mercado interesante con un promedio de 15.000 toneladas anuales en los últimos años. Argentina cubre el 50% de ese total, con posibilidad de avanzar sobre la franja de los restantes abastecedores. No son muchas las posibilidades expansivas del actual mercado porque el mayor consumo que provoque el crecimiento vegetativo se anulará con el proceso de sustitución que se está produciendo en favor del aceite comestible. En el parágrafo 4.3.4.7. se explicitan las perspectivas del producto.

El mercado del tractos es de 800 unidades al año, pero se ve muy limitado por prohibiciones introducidas a partir de 1973 en que las posibilidades de compras al exterior se reduce a las unidades de más de 140 H.P., que son las menos demandadas en razón de la mala infraestructura vial y de comunicaciones, lo que condiciona el uso de vehículos con tonelajes elevados, que tampoco son idóneos para los tipos de explotación existentes, en general pequeños. Si bien la prohibición no rige para la maquinaria agrícola, ésta, que cuenta también con posibilidades por el desarrollo agrícola, se vio limitada porque la comercialización de estas líneas generalmente se opera completa, el tractor más los equipos.

El que resulta muy importante es el rubro de los fertilizantes cuya demanda alcanzó en 1975 cerca de 17.000 toneladas. Para acceder al mismo se necesita apoyo comercial basado fundamentalmente en promoción, y difusión para hacer conocer las ventajas del producto.

Finalmente es destacable el caso de las partes y piezas de vehículos, que están significando cerca de 2.500 toneladas anuales, sólo cubiertas en un 4% por abastecimiento argentino. Se puede avanzar bastante en este mercado, requiriéndose para ello una fuerte agresividad ya que se debe luchar con la menor participación relativa del vehículo argentino en el parque automotor boliviano.

De esta manera resumimos la situación de aquellos productos con mayores posibilidades, cuya consideración específica efectuamos en el informe, como también lo hacemos con los restantes.

3.- Cuando hablamos de "perspectivas importantes" lo hacemos pensando en la dimensión. No hacemos referencia a la falta de mercado.

En cuanto al tráfico ilegal tiene su importancia, especialmente en Bolivia, donde según estimaciones de la Cámara de Comercio, que fue visitada, el 60% de lo ingresado llega por esta vía. El comerciante importador boliviano que paga im-



tos y derechos no está en condiciones de competir con el operador que puede evitar esas obligaciones. Ello de por sí es un factor limitante al crecimiento del comercio. Debe tenerse en cuenta que las firmas comerciales que operan en La Paz, sólo tienen ventajas en el servicio de posventa, que es de interés para muchos consumidores, pero cuesta competir en precio. Cuando hablamos de estos nos referimos a bienes de consumo durables y no durables. En materia de equipos, como el caso de la maquinaria agrícola, tal situación no se da.

4.- Este punto está relacionado con la visualización global del problema.

En el inciso a) de las observaciones ya se dice que se "trata de un supuesto totalmente irreal". Comparto tal criterio por lo que no vale hacer el análisis técnico. Pero no deja de ser un aspecto formal, supuestamente mal empleado, para tratar de dar fuerza a la idea central del informe: en lo particular hay posibilidades para varios productos, en la visión general son mercados de escasa dimensión.

Precisamente se dice en el Informe: "Sí es viable incrementar el intercambio en algunos rubros de los considerados. El mejoramiento de la infraestructura de transporte y comunicaciones es un paso previo, imprescindible, y ya se está haciendo algo al respecto. Pero no basta comerciar más, porque las potencialidades de Paraguay, Bolivia y NOA superan en exceso la capacidad de consumo de sus respectivos mercados. En consecuencia su crecimiento tiene que basarse en una estrategia de desarrollo hacia afuera, buscando plazas extrarregionales. En el caso de algunos de los productos considerados, se puede mejorar el comercio, y no dudamos en afirmar que hay que hacerlo".

5.- En lo que hace a los aspectos formales, debo puntualizar:

a) Los consignados para las exportaciones se refieren a los precios FOB en el puerto o lugar de embarque de las mercaderías, y para las importaciones, a los precios CIF puerto argentino o frontera, según la declaración aduanera tal como consta en "Comercio Exterior". INDEC, fuente citada en cada caso.

b) La confección de estos cuadros es trabajosa por las posiciones y países que deben ir considerándose. Al momento de realizar el estudio se pensó que tales cuadros podrían brindar un buen aporte con sólo indicar las cantidades. Acepto que tal interpretación pudo estar equivocada, pero cuando se efectuó el trabajo era el momento de solicitar la ampliación. Para concretarlo ahora se necesita un importante aporte de horas/hombre. Es menester señalar que las estadísticas de 1976 estaban tabuladas pero no impresas, lo que dificulta más la tarea.

Por lo expuesto, de no ser fundamental para el desarrollo de esta etapa del estudio, solicito respetuosamente se me exima de dicha obligación, pensando también en no dilatar más la tramitación del expediente.

c) En el capítulo III se señala que desde Octubre de 1972 persiste la paridad de pesos bolivianos 20 por dólar, que seguía vigente al momento del viaje realizado por el suscrito. De esa forma podrían realizarse las conversiones pertinentes.

d) En lugar de no....."permitir hacer milagros"...puede decirse: "las limitaciones cuantitativas del mercado no hacen prever un crecimiento como para justificar la instalación en la región de nuevas plantas productoras de maquinaria agrícola".

En lugar de "formalización de negocios comerciales" puede decirse: "...sólo es posible concretar algunas operaciones comerciales"....

A la espera de que el presente sirva para aclarar los temas observados, lo saluda atentamente.


Lic. ROBERTO IGLESIAS