

0/0.322(2)
M11
I

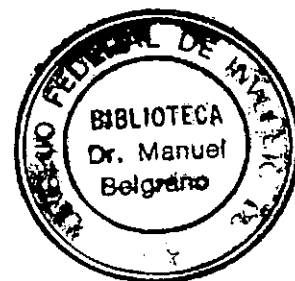
MPN 1207

35842

Estudio de la Oferta Exportable
Bases de Datos del
Comercio Exterior

San Juan - San Luis - La Rioja;

1991



0.322

01231

Autoridades

Secretario General: Ing. Juan Jose Ciacera

Dirección de Cooperacion Técnica: Ing. Susana Blundi

Area Actividad Económica: Lic. Francisco del Carril

*Departamento Aprovechamiento de los Recursos:
Lic. Roberto Sarudiansky*

Consejo Federal de Inversiones

- CORDINACION GENERAL: *Lic. Jorge Marchini*
- SUPERVISION GENERAL: *Lic. Pilar Romero*
- SUPERVISION DE LA BASE DE DATOS:
Sr. Marcelo Mojico
- SUPERVISION DE ENCUESTAS:
Sr. Marcelo Falcinelli

PROVINCIAS

- RESPONSABLES TECNICOS

LA RIOJA: *Lic. Carlos Alaniz Andrada*

SAN LUIS: *CPN. Luis Gutierrez*

SAN JUAN: *Lic. Roberto Gutierrez*

- CONFECCION DE LA BASE DE DATOS: *Lic. Jorge Rivas*

AUTORES:

Oferta Exportable de la Rioja: Tec. de la Dirección de Comercio Exterior.

● *Oferta Exportable de San Luis:* CPN Luis Gutierrez

Oferta Exportable de San Juan: Lic. Antonio Molina (Resp. del capítu
de transporte)
Lic. Laura Marun
Lic. Elida Hidalgo
CPN Alejandro Savatsky

Elaboración de los documentos C.F.I

"Alternativas de Exportación del Nuevo Cuyo"
-Regional: Lic. Jorge Marchini /

"Alternativas de Acceso a Bases de Datos Externas por Redes
de Telecomunicaciones para el fomento de las Exportaciones
Empresarias" : Lic. Pilar Romero

AGRADECIMIENTOS

Las provincias de La Rioja, San Luis y San Juan y el Consejo Federal de Inversiones agradecen la colaboración de los señores empresarios, cuya participación fue indispensable para la creación de la base de datos y a todos aquellos que con su trabajo la hicieron posible.

PARA INFORMACION DEL Sr. Jefe del Departamento
Aprovechamiento de los Recursos
Lic. Roberto Sarudiansky

PRODUCIDO POR Lic. Pilar Romero

BUENOS AIRES, noviembre 11..... DE 1991.

REF.: Expte. 1626-Regional (San Luis, La
Rioja y San Juan.).-

A los efectos de elevar el presente Informe
Parcial a la Biblioteca del Organismo, adjunto al pre-
sente el citado Informe.

Atentamente.

P. Romero

De acuerdo, por el Dpto.
Centro de Documentación



Lic. ROBERTO SARUDIANSKY
JEFE DEPARTAMENTO
APOVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

I N D I C E

"OFERTA Y DEMANDA REGIONAL PARA EXPORTACIONES DEL NUEVO CUYO"

Lic. Jorge R. Marchini

	PAGINA
INTRODUCCION.....	1
PLAN DE TAREAS.....	3
Reuniones de coordinación.....	4
ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE.....	5
A) Preparación del cuestionario.....	5
B) Determinación del universo.....	7
C) Instrucción de Encuestadores.....	8
D) Difusión de la Investigación.....	9
E) Lanzamiento y cumplimiento de Encuesta.....	11
F) Preparación ingreso en computación.....	13
RESULTADOS PRELIMINARES DE LA ENCUESTA.....	14
1) Actitud de las Empresas.....	14
2) Productos detectados.....	14
3) Primeras interpretaciones sobre oferta.....	18
COMPUTACION.....	20
DEMANDA POTENCIAL.....	23
Potenciales mercados de demanda.....	27

A N E X O S

COMUNICACION Nº 1: Comentarios sobre Encuesta de Oferta.
" Nº 2: Acta Reunión, San Juan 17 y 18/04/91
" Nº 3: Reformas al formulario de Encuesta.
" Nº 4: Viaje J. Marchini a San Luis, 7/05/91
" Nº 5: Instructivo para Encuesta.
" Nº 6: Acta Reunión, La Rioja 27 y 28/05/91
" Nº 7: Cartas a Empresas Encuestadas.
" Nº 8: Acta Reunión, San Luis, 27 y 28/06/91
" Nº 9: Acta Reunión, San Juan, 31/07 y 1/08/91
" Nº 10: Acta Reunión, San Juan, 12 y 13/09/91
" Nº 11: Carta al Director de Com.Ext.San Luis.
" Nº 12: Requerimientos para Computación.
" Nº 13: Decisiones del Coordinador.
" Nº 14: Metodología Propuesta para Demanda.
" Nº 15: Cartas para el Exterior (castellano)
" Nº 16: Cartas para el Exterior (inglés)
" Nº 17: Instrucciones para Computación.

ADJUNTO: Formulario de Encuesta de Oferta Exportable.

1er. INFORME PARCIAL DE EXPERTO CONTRATADO JORGE RICARDO MARCHINI.

ESTUDIO: "OFERTA Y DEMANDA REGIONAL DEL NUEVO CUYO" CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (C.F.I.)

INTRODUCCION:

El trabajo emprendido en las Pcias. del "Nuevo Cuyo" (La Rioja, San Juan y San Luis) intenta cubrir un requerimiento de investigación estratégico para el desarrollo regional. Esto es, el llevar adelante un estudio general de una importante área geográfica y económica del país para : evaluar la "capacidad real y potencial de exportación" de los productos y empresas regionales, "identificar los problemas de infraestructura que afectan la operatoria del sector exportador" y "proponer soluciones que coadyuven a incrementar la oferta exportable en el corto , mediano y largo plazo".

La tarea planteada, con un plazo total de 9 meses de duración, se ha dado en un marco de fuertes cambios en la economía argentina e internacional . Ello hace aún más imprescindible la necesidad de asumir un estudio inédito, exhaustivo de la producción y capacidad exportable del "Nuevo Cuyo" que fuera más allá de una evaluación coyuntural circunstancial.

Se ha manifestado en forma común por parte de las provincias que conforman el "Nuevo Cuyo" el interés existente en este estudio. Entre otros beneficios esperados del mismo han sido citados: a) el tener un mejor diagnóstico de la realidad provincial y regional, b) el lograr una información práctica a ser volcada a los sectores productivos y/o exportadores regionales sobre las oportunidades y perspectivas del mercado internacional para la ubicación los productos locales en el mercado internacional c) el consolidar una información regional que sirva como elemento de juicio destacado para avanzar en la complementación regional (consorcios, consolidación de oferta, utilización eficiente de infraestructura, etc.) d) el poder servir la propia tarea de investigación en forma inmediata a una mayor capacitación de los funcionarios provinciales vinculados al comercio exterior y a la transferencia posterior de estos conocimientos y experiencias a las empresas locales.

Un especial énfasis y preocupación ha sido el intentar brindar con este estudio elementos de ponderación objetivos -no solo enunciativos- sobre las perspectivas y conveniencias para la permanencia de las empresas industriales radicadas en los últimos años en las provincias al calor del régimen de promoción industrial.

Este trabajo no apunta a brindar solo un reflejo inmediato sobre la situación y perspectivas del comercio exterior regional (si bien incluye brindar un cuadro de situación y diagnóstico sobre la actualidad y perspectivas). Una visión limitada al corto plazo podría ser condicionada por el

comportamiento coyuntural de variables macroeconómicas nacionales e internacionales -evaluación de precios o costos solo por el cuadro cambiario, situación circunstancial de demanda y oferta, disposiciones recientes sobre comercio exterior, etc.- llevando a que la vigencia de sus conclusiones fueran eventualmente acotadas a un horizonte de tiempo muy estrecho. Se ha pretendido, por el contrario, dar a este estudio un horizonte mayor al intentar evaluar los regionales desde un punto de vista más amplio y así mismo más consistente; intentando determinar las condiciones comparativas y/o competitivas objetivas (naturales, productivas, comerciales) de los productos regionales en el mercado internacional. !!!

El desafío no ha sido menor. Se ha debido formular toda esta propuesta sin la existencia de experiencias anteriores abarcativas regionales en este campo de estudio. Se ha tenido que conciliar la tarea de equipos de trabajo (encuestadores, técnicos e investigadores) ubicados en tres provincias en un cronograma de investigación común, pese a tenerse en cada caso marcos de referencia y desafíos de trabajo particulares. Se ha intentado en todo momento, sostener un equilibrio entre la visión regional general, que apunta a ponderar los lazos objetivos de complementariedad económica y comercial existentes en el "Nuevo Cuyo", y los puntos de vista particulares de cada una de las provincias. ?!!

En todo caso se intenta con esta investigación abrir nuevas líneas de información e interpretación sobre las perspectivas de inserción regional en el mundo. El objetivo de este estudio no es brindar tan solo un encuadre teórico general y /o externo a los desafíos sociales, productivos y comerciales, que, sin duda, tiene planteados acuciantemente el "Nuevo Cuyo". En todo momento, se han buscado establecer líneas de trabajo, metodologías, bases informativas y formas de presentación temáticas de uso práctico en ámbitos públicos y privados, que estén abiertas en el futuro al seguimiento, el debate y el enriquecimiento permanente por parte de todos los sectores de la comunidad. !

PLAN DE TAREAS

En forma previa a la contratación del Coordinador General se definió un plan de tareas consensuado por las provincias intervinientes.

A grandes rasgos, se estableció una delimitación entre: a) la identificación y estudio de los productos exportables regionales (OFERTA), b) incorporación de información a una base de datos para su tabulación y procesamiento (COMPUTACION) y c) la detección de potencialidades y perspectivas de los productos regionales con mayor potencialidad de penetración en el mercado internacional (DEMANDA).

A tales efectos, las responsabilidades fueron definidas de la siguiente forma:

OFERTA: Equipos de trabajo propios de cada provincia (LA RIOJA, SAN JUAN Y SAN LUIS).

COMPUTACION: Coordinación a cargo de SAN LUIS.

DEMANDA: Coordinación a cargo de SAN JUAN.

La Coordinación General de estas tareas - si bien definidas en un cronograma de trabajo inicial- ha supuesto, en todo momento, la unificación de criterios, la puntualización de prioridades y la definición de pautas de trabajo comunes para toda la investigación.

El seguimiento de cada una de las fases y partes se ha hecho a través de reuniones de coordinación periódicas (rotativas en cada provincia), comunicaciones escritas regulares -que se adjuntan a esta presentación- y, en la medida de lo posible (al existir limitaciones de medios) por diálogos telefónicos.

Si bien se predeterminó un plan de tareas general en el marco de los convenios firmados por las autoridades de las Provincias de La Rioja, San Juan y San Luis, en cada reunión de coordinación se establecieron objetivos de trabajo acotados al períodos entre reuniones mensuales. A la finalización de cada uno de los encuentros se han elaborado ACTAS DE REUNIONES en las cuales las partes intervinientes han asumido compromisos de trabajo y plazos de cumplimiento máximo - se adjuntan a esta presentación actas de reuniones realizadas hasta el momento-.

Las reuniones de coordinación incluyeron en su desarrollo inicial un repaso de las actividades comprometidas por actas de encuentros anteriores. El planteo en un ámbito de intercambio común de los cumplimientos y/o dificultades de las tareas emprendidas contribuyeron a sincronizar los ritmos de trabajo y a la solución de escollos particulares de cada Provincia mediante el conocimiento de experiencias comunes.

En todo caso, se ha planteado intentar con este trabajo evitar algunos de los "peligros" que pueden arrastrar a resultados prácticos escasos o nulos:

A) El exceso de información: Toda empresa se incluye automáticamente en "ofertas exportables" con una capacidad

aparente muy amplia de productos y capacidades. Bajo el punto de vista de aquellos que van a utilizar la información, una información "inflada" no es útil al no diferenciarse los datos ciertos de aquellos disfrazados para dibujar una apariencia exportadora.

B) A veces ocurre, por el contrario, que solo se incorporan los grandes productos e industrias -que en general tienen una capacidad propia mayor y no requerirían en muchos casos un apoyo público de estudio de demanda internacional significativo- y no emprendimientos pequeños. Es posible trabajar con estos últimos, aún reconociendo que resultan muchos más cuidadosos los contactos (EJ: no es posible presentarles perspectivas exportadoras ilusorias cuando sus esfuerzos siempre son muy importantes en caso de decidir algún emprendimiento).

C) La falta de difusión de los trabajos en los sectores para quienes la información realmente puede ser de utilidad. Muchas veces trabajos significativos quedan en escritorios o bibliotecas a los cuales no suelen utilizar como fuente informativa muchos sectores incumbentes.

D) Aspirar a mucho y quedar sólo en intenciones. En tanto, en general, son muy grandes los déficits informativos de las provincias para conocer sus potencialidades exportables, el trabajo debe plantear un inicio de una línea de conclusiones y perspectivas a ser luego, eventualmente, desarrolladas, mejoradas y complementadas en el futuro. El trabajo debe ser, en lo posible, un hito en este proceso.

E) Los trabajos pueden ser muchas veces interesantes como estudios de investigación, pero es necesario que ayuden, en la mayor medida posible a la obtención de resultados concretos. La forma de presentación debe ser accesible a los sectores públicos y privados.

Las consideraciones antedichas, tal como se observará en los desarrollos posteriores, se han intentado tener en cuenta en las tareas emprendidas.

Por último se ha ponderado la necesidad de un intercambio permanente con la opinión pública regional (artículos en los diarios, informes a las cámaras de comercio, contactos directos con los propios encuestados) para ir dando a conocer resultados y conclusiones iniciales del trabajo en cada etapa de investigación (Ver más adelante capítulo sobre difusión).

REUNIONES DE COORDINACION REALIZADAS

FECHA

LUGAR

17 y 18 de Abril	San Juan
7 de Mayo	San Luis (*)
27 y 28 de Mayo	La Rioja
27 y 28 de Junio	San Luis
31/07 y 1/08	San Juan
12 y 13 de Septiembre	San Juan

(*) Viaje del coordinador para poner en marcha el plan de trabajo de encuesta en San Luis.

ENCUESTA DE OFERTA EXPORTABLE PROVINCIAL- PREPARACION Y ORGANIZACION.

La etapa de relevamiento informativo de " oferta y potencialidad exportable" resulta clave para la realización del trabajo. Sobre todo si se pretende que, amen de obtener una delimitación extensiva de las potencialidades productivas pueda ayudarse a lograr conclusiones de utilidad práctica para apoyar las perspectivas exportadoras regionales (detección de ofertas, cuantificación y calificación de productos, ubicar mercados de interés, lograr opiniones sobre perspectivas exportadoras, etc.).

A partir del primer encuentro de coordinación - los días 17 y 18 de Abril de 1991 en la Pcia. de San Juan- se plantearon las tareas necesarias para lograr un registro de toda la potencialidad actual y en perspectiva en cada provincia y el conjunto regional:

- A) Preparación del cuestionario de encuesta
 - B) Detección del universo a encuestar
 - C) Instrucción de los encuestadores y organización de su plan de trabajo
 - D) Difusión de la investigación en la opinión pública.
 - E) Lanzamiento y cumplimiento de la encuesta.
 - F) Preparación de tareas vinculadas al procesamiento de datos por computación.
- Demanda*

A) PREPARACION DEL CUESTIONARIO DE ENCUESTA :

Se estableció la confección de dos formularios distintos. Uno común para todas las actividades y otro especial, dadas sus características específicas, para la actividad minera. En todo caso, se partió del supuesto de la existencia -en grados distintos en cada provincia - de una información previa parcial y no sistematizada específica para un estudio integral del desarrollo actual, y en mucho menor medida potencial, del comercio exterior regional.

Con la intervención e intercambio de opiniones de los responsables del trabajo, se prepararon cuestionarios de encuesta a ser dirigidos a las empresas o unidades económicas.

Por tal motivo se previeron algunas dificultades o limitaciones que pudieran surgir eventualmente en el posterior trabajo de campo:

- 1) La prevención por parte de las empresas en brindar información detallada sobre sus actividades temiendo, por ejemplo, a que la misma pudiera servir a controles impositivos o de utilidad para que sus competidores pudieran conocer sus "secretos empresarios".
- 2) El escepticismo de muchas empresas o sectores respecto a la utilidad de trabajos de investigación general. En muchos casos ha regido la idea que ellos han brindado información en oportunidades anteriores (Ej: ofertas exportables provinciales) pero que no han llevado a resultados comerciales posteriores.
- 3) El encuestado - en muchos casos empresas familiares- no tiene capacidad de responder a cuestionarios extensos con información que no dispone en forma inmediata (Ej: preguntas para el contador

que viene una sola vez por mes, datos que nunca se registran en la empresa - posición arancelaria de las exportaciones, capacidad de producción , etc.-). Así mismo, por las propias tareas cotidianas, el interrogado suele no tener tiempo para estar una o dos horas respondiendo a las preguntas.

4) De existir un cuestionario muy extenso y de responderse este sólo parcialmente, puede existir el peligro que la información recopilada sea despareja (de compleja tabulación e interpretación) y/o no diferencie entre información relevante y secundaria respecto a los objetivos generales del trabajo.

Por todo ello, se contempló en la preparación del formulario de encuesta: a) la posibilidad de alcanzar una información básica sobre empresas y emprendimientos con potenciales condiciones exportadoras. b) la claridad del cuestionario a los efectos de evitar interpretaciones confusas, c) lograr una necesaria recopilación informativa evitando, en la mayor medida posible, el requerimiento de datos conocidos o de muy lateral utilidad, d) el dotar a la encuesta de condiciones de claridad y presentación que apuntaran a la mejor tabulación posterior de la información en la base de datos que preparará con sus resultados e) el permitir una flexibilidad en la base de datos preparada con el objeto de permitir una vigencia y/o actualización de la misma en forma posterior a la finalización de la investigación. Se intenta, de tal forma, el ofrecer a la región la transferencia de un "activo permanente" con la posibilidad eventual de ingresar datos actualizados -altas, bajas, cambios de información- de las empresas locales (ver Comunicación Nº 1, 12 de Abril de 1991) y f) difundir entre los encuestados la expresa idea de la reserva de la información empresarial brindada, a ser utilizada exclusivamente para su exclusivo a los fines de este estudio.

Luego de extensos debates (ver acta de reunión, comunicación Nº 2) se elaboró un cuestionario inicial a ser luego probado en "una prueba de campo" con algunas empresas- piloto en cada provincia.

El diseño y confección del formulario de encuestas quedaron a cargo del Sr. Jorge Rivas de San Luis; adaptándose una diagramación acorde con la posterior incorporación de la información a la base de datos en computación.

Se programó la realización de las "encuestas piloto" en la 1er. semana de Mayo., y el lanzamiento de todo el plan final de trabajo de encuestamiento para fines del mismo mes.

De la experiencia de prueba surgieron una cantidad importante de comentarios y/o críticas las cuales -por ser más significativas que los previsto originalmente - fueron puestas a consideración en la segunda reunión de coordinación en La Rioja en el mes de mayo. (ver comunicación Nº 3, 22 de mayo de 1991) En esta oportunidad se determinó el cuestionario definitivo a ser entregado para su diseño e incorporación al programa de ingresos de la base de datos por el Sr.Rivas (San Luis).

Realizadas las enmiendas y aclaraciones finales , la impresión de las encuestas -para su distribución por parte de los encuestadores de cada provincia - fue realizada por el CFI.

B) DETERMINACION DEL UNIVERSO A ENCUESTAR

A partir de la primera reunión de coordinación se establecieron procedimientos para la determinación por parte de cada una de las provincias de un universo de unidades económicas a encuestar. Para la realización de esta tarea se tuvieron en cuenta algunas premisas básicas:

(1) La existencia de una significativa experiencia anterior con las empresas locales por parte de las Direcciones de Comercio Exterior de las Pcia. de La Rioja y San Juan.

2) La situación particular de San Luis. En ésta la responsabilidad del trabajo fue puesta a cargo de la Subsecretaría de Planeamiento de la Pcia. de San Luis, sin relación anterior ni experiencia en temas de comercio exterior.

(3) La actitud abierta a incorporar empresas pequeñas - aún familiares -, medianas y grandes. Se determinó expresamente NO excluir unidades económicas en razón a su menor envergadura productiva o comercial.

(4) El objetivo de esta investigación ha sido lograr una información extensiva del actual desarrollo y potencialidades pero se ha indicado en los lineamientos de la investigación la necesidad de considerar esencialmente "el interés de los empresarios" como elemento básico de consideración en la recopilación informativa de oferta exportable. Se ha considerado que únicamente pueden ser de utilidad las conclusiones de un trabajo significativo como el que se ha encarado, en caso de existir el interés - y por ende la voluntad de realizar esfuerzos en comercio exterior- por parte de las empresas regionales -aún si estos fueran parciales-.

(5) La incorporación no sólo de productos tradicionales o actuales de exportación sino de aquellos que, aún sin experiencia de ubicación externa, suponen el tener una potencialidad y/o interés en su eventual perspectiva (Ej: efecto social en el empleo, mejoramiento tecnológico, valor agregado, etc).

6) Vinculado a los dos puntos anteriores, se planteó inicialmente la necesidad de realizar campañas de difusión dirigidas y masivas en cada una de las provincias, convocando al interés y a la colaboración empresarial y sectorial hacia esta investigación.

7) El intentar lograr en la investigación la mayor consistencia informativa. De tal forma, se evaluó la necesidad de incluir la verificación o contrastación de la información recopilada por parte de informadores calificados buscando la mayor veracidad en los datos del estudio.

Para la determinación del universo a encuestar se recomendó la utilización de fuentes primarias y secundarias:

FUENTES PRIMARIAS: Empresas registradas en Direcciones de Comercio Exterior, Registros de la Dirección de Estadística Provincial, Secretaría de Industria -en particular para las empresas "promocionadas"-, Aduanas - en cada Provincia-, Cámaras empresariales y/o sectoriales, Municipalidades.

FUENTES SECUNDARIAS: Bancos, Estudios Contables, Despachantes de Aduana, Informantes calificados.

En la primera reunión de coordinación (17 y 18/04) se volcó una primera estimación -tan solo provisional- del universo a encuestar.

<u>UNIVERSO PROVISIONAL</u> <u>DE EMPRESAS A ENCUESTAR</u>	
<u>PROVINCIA</u>	<u>CANTIDAD</u>
LA RIOJA	100
SAN JUAN	150
SAN LUIS	150
<hr/>	
TOTAL	400

En aquella oportunidad se decidió la elaboración de cada provincia y su presentación en la siguiente reunión en La Rioja (27 y 28/05) de un padrón detallado y depurado del universo a encuestar.

Una especial consideración se realizó respecto a la situación de la Pcia. de San Luis. En este caso, tal como se mencionara más arriba, no existía por parte de la Subsecretaría de Planeamiento una experiencia previa desarrollada en el seguimiento global del comercio exterior provincial. Amén de ello se requería poner en marcha los primeros pasos de las tareas vinculadas a computación - a cargo del Sr. Jorge Rivas-.

El Coordinador General viajó a la Ciudad de San Luis el 7 de Mayo tratándose los temas de: a) Universo de encuesta, b) Campaña de difusión, c) Coordinación con la Secretaría de Comercio Exterior de la Pcia. de San Luis, d) Comunicaciones entre el CFI y San Luis y e) Plan de Trabajo. En cuanto a las tareas de computación se planteó un intercambio de opiniones respecto: i) El programa - o base de datos a ser utilizado en la encuesta- ii) Dificultades encontradas en la encuesta-piloto, iii) El ingreso de datos en las computadoras en La Rioja y San Juan. (Comunicación N°4)

C) INSTRUCCION DE LOS ENCUESTADORES Y ORGANIZACION DEL PLAN DE TRABAJO

La extensión y especificidad del cuestionario, y las características inéditas de la tarea de aproximación y encuestamiento de empresas determinaron el requerimiento de brindar una capacitación especial a los grupos de encuestadores en cada provincia.

A tales efectos, el Coordinador preparó un INSTRUCTIVO DE ENCUESTA para su estudio y consideración en las reuniones previas de instrucción de encuestadores y como guía de interpretación de cada una de las preguntas del cuestionario en las propias entrevistas con las empresas (Comunicación N°5)

Por su parte, cada una de las provincias preparó un plan de trabajo en acuerdo al universo de empresas a encuestar, dividido por circuitos de localización y a un cronograma semanal

de visitas que fue presentado en la reunión de coordinación en La Rioja (Acta de la Reunión ,Comunicación Nº7). Se definió entonces la fecha de lanzamiento de Encuesta al 11 de Junio de 1991 y la remisión de informes al CFI cada 10 días; indicando en estos los resultados alcanzados (cantidad de empresas visitadas, cantidad de formularios entregados, cantidad de empresas a visitar).

Los criterios para la preparación del plan fueron particulares de cada provincia. En líneas generales se programaron, en primer lugar, las visitas a las empresas ubicadas cerca de las ciudades capitales, para luego concentrar la atención en aquellas ubicadas en el interior.

El plan ajustado del universo a encuestar (realizándose altas y bajas respecto a lo previsto tentativamente en forma inicial a través de la verificación con las fuentes primarias y secundarias) quedó planteado de la siguiente forma:

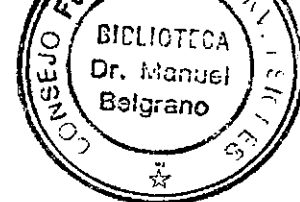
LA RIOJA :	101 EMPRESAS	-	58	en Capital	-	-
SAN JUAN :	155	"	-	49	"	"
SAN LUIS:	144	"	-	72	"	"
	400			179		

El detalle por actividad y localización puede encontrarse en los informes parciales de cada una de las provincias.

D) DIFUSION DE LA INVESTIGACION EN LA OPINION PUBLICA:

Tal como se ha explicado, el estudio de "Alternativas de Exportación del Nuevo Cuyo" intenta realizar una evaluación extensiva a todos los niveles productivos (grandes, medianos y pequeños emprendimientos) sobre las potencialidades exportadoras regionales. Así mismo, se ha afirmado que " se ha buscado establecer líneas de trabajo, metodologías, bases de información y formas de presentación temática de uso práctico en ámbitos públicos y privados ".(ver INTRODUCCION)

Para esta primer etapa de la investigación se entendió como de gran importancia la necesidad de: a) difundir los objetivos generales de esta investigación conjunta -la primera con estas características - que se realiza de la región del Nuevo Cuyo con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones, b) convocar en forma abierta a las empresas o emprendimientos a colaborar en brindar información solicitada a los encuestadores que irían a visitar sus oficinas o establecimientos en los próximos días, c) Invitar a sumarse a nuevas empresas que no hubieran sido incorporadas en el universo de encuesta inicial y d) Abrir un lazo de comunicación con la opinión pública para despertar el interés y el debate sobre comercio exterior regional en general y de las tareas y perspectivas supuestas a ser abiertas por los eventuales resultados de este estudio en particular.



Los esfuerzos de difusión pública fueron llevados adelante en todas las provincias. Cada una de ellas presentó un **PLAN DE DIFUSION**, que fue analizado en la reunión de coordinación en la Pcia.de La Rioja(27 y 28 /05/91). Se acordó el lanzamiento de la campaña de difusión para la primer semana de Junio de 1991 (Ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 6).

La difusión pública incluyó:

CONFERENCIAS DE PRENSA: De autoridades provinciales y técnicos señalando el inicio del proyecto y llamando a la colaboración de los sectores industriales y comerciales locales.

PROGRAMAS Y AVISOS POR TV Y RADIO: Indicando la realización de la encuesta y difundiendo los lineamientos y perspectivas de este trabajo de

REUNIONES EN CAMARAS Y SECTORES ECONOMICOS: Para difundir la convocatoria a la participación empresaria local.

Además, se propuso la confección de una carta de remisión personalizada a cada una de las empresas a encuestar; notificándose sobre la realización del trabajo y señalando la importancia de su colaboración particular en el mismo.

El Coordinador General preparó una "carta-modelo" cuyos contenidos se debatieron en la reunión del 27 Y 28 de Mayo. Con esta propuesta, las provincias adaptaron sus lineamientos para la remisión posterior extensiva a las empresas locales de una misiva firmada por las autoridades locales de primer nivel. En cada provincia ello se cumplimentó por medio de las cartas firmadas por:

SAN JUAN: Sr. Gobernador de la Pcia de San Juan

LA RIOJA: Sr. Ministro de Producción de la Pcia.
de la Pcia de La Rioja.

SAN LUIS: Sra. Subsecretaria de Estado de
de Planeamiento de la Pcia. de San
Luis.

(Ver Comunicaciones Nº 7)

Así mismo, por último, debe señalarse que cada una de las provincias ha referido este Proyecto a un lema o slogan identificador que sintetizó para estas el objetivo central de este trabajo.

LA RIOJA: "EXPORTE DESDE Y POR LA RIOJA"

SAN JUAN: "AYUDESE A EXPORTAR"

SAN LUIS: "EXPORTAR ES LA SALIDA"

E) LANZAMIENTO Y CUMPLIMIENTO DE LA ENCUESTA

A partir de los ajustes y preparativos mencionados quedó definitivamente decidida la fecha de Lanzamiento de la Encuesta para el 11 de Junio de 1991.

Se ajustaron para esa fecha los planes de visitas de encuestadores. En el caso particular de San Luis, se coordinó el viaje del técnico del CFI Marcelo Falccinelli. Los planes de trabajos originales cubrían un período entre 30 y 40 días.

En la reunión de coordinación del 27/28 de Junio en San Luis se realizó una primera evaluación del grado de avance de la encuesta. (ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 8)

En ese momento cada uno de los responsables dio un informe sobre la marcha de la tarea en su provincia. A ese momento en La Rioja se habían visitado 53 empresas, en San Juan 47 y San Luis 65.

Se definió entonces una primera fecha tentativa de finalización del trabajo de encuestas el día 19 de Julio de 1991.

Debe mencionarse la existencia de algunas dificultades que se plantearon al desarrollo de la recolección informativa;

A) Pese a las previsiones realizadas (recomendaciones, confección de instructivo de encuesta) los encuestadores encontraron dificultades en la interpretación de algunas preguntas del cuestionario. Se homogeneizaron nuevamente criterios para superar esta dificultad mediante comunicaciones con el Coordinador.

B) Si bien también se había previsto la posibilidad que un número importante de empresas visitadas no pudieran responder inmediatamente a las encuestas por falta de información o, sobre todo, por tener sus oficinas centrales fuera de la provincia, este fenómeno fue mucho más extendido que lo inicialmente supuesto. Al momento de la primera reunión se tenía entre las tres provincias solo 25 formularios ingresados.

C) Existieron algunas dificultades de infraestructura de trabajo (Ej: falta de unidades de transporte en La Rioja, cambios en el equipo de encuestadores y mudanza de oficinas en San Luis). Estas postergaron un tanto el cumplimiento de los planes de trabajo previos.

D) El desarrollo de la primer parte de la encuesta se dio en líneas generales dentro de las ciudades capitales. De alguna forma, existía la ayuda de la concentración geográfica para la realización de las visitas.

E) Con motivo de la presencia de los técnicos de las distintas provincias y del CFI se realizó una entrevista formal con el Director General de Comercio Exterior de la Pcia. de San Luis, D. Alvaro Nieto el día 28 de Junio de 1991. Se intercambiaron opiniones sobre la marcha del Estudio y con posterioridad el Coordinador remitió una correspondencia solicitando información puntual sobre algunos temas tratados. (Ver Comunicación Nº11)

En la reunión de coordinación los días 31 de Julio y 1º de Agosto en San Juan se realizó una nueva evaluación de la marcha de las encuestas (ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 9)

Se evaluó entonces:

- 1) Existía un alto grado de avance en el contacto con las empresas del universo a encuestar (alrededor del 70% del total). Existía una demora un tanto mayor en San Luis respecto a las localidades del interior de la provincia.
- 2) Continuaba existiendo una gran lentitud en el ingreso de encuestas completadas (alrededor de 100 o algo así como el 25% del padrón total regional).
- 3) Se indicó que había existido en la marcha del trabajo un cambio del universo de empresas. Existieron en la provincias 12 incorporaciones (empresas que se habían sumado sin ser programadas anteriormente) y 10 bajas (cierre de empresas).
- 4) Se estableció en la reunión de coordinación la fecha del 31 de Agosto para el cierre de la tarea de encuestamiento (Ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 9).

En la última reunión de coordinación realizada en la Pcia. de San Juan el 12 y 13 de Septiembre de 1991, se actualizó la última evaluación sobre la marcha de la encuesta de oferta exportable.

A) Existió un fuerte salto desde la reunión anterior hasta entonces. Se había completado el total de las visitas programadas y existía un alto grado de ingreso de las encuestas

ENCUESTAS INGRESADAS
AL 13/09/91

SAN JUAN	140
LA RIOJA	90
SAN LUIS	54

284

De lo anterior surge que el ingreso de encuestas era de alrededor del 90% del total en San Juan y La Rioja y aproximadamente solo el 40% en San Luis (esta situación si bien se ha mejorado un tanto a la confección del presente informe, existía al 22 de Octubre formularios pendientes de entrega en particular de la ciudad de Villa Mercedes).

B) Se definió la fecha definitiva de finalización del ingreso de encuestas (en la base de datos) para 30/09/91 (Ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 10).

C) Se ratificó la preparación de artículos periodísticos para poder volcar a la opinión pública los primeros resultados de la Encuesta Regional que ya se había definido en Acta de Reunión anterior (Ver Comunicación Nº9)

F) PREPARACION DE LAS TAREAS VINCULADAS AL INGRESO DE DATOS POR COMPUTACION

Ya a partir de la primera reunión conjunta se establecieron pautas generales para el ingreso y procesamiento de datos de las encuestas en computación.

Se planteó entonces la metodología de trabajo a través de; i) la preparación por parte del experto Jorge Rivas del programa de ingreso de datos a ser utilizado, ii) la propuesta de utilización de los propios equipos de computación de cada una de las provincias para realizar la propia tarea de ingreso de datos sus encuestas, iii) la remisión desde San Luis de los programas y la puesta en marcha en las provincias de estos con la presencia del Sr. Rivas. iv) en forma posterior el Sr. Rivas prepararía el sistema de procesamiento de datos.

El tema del ingreso de datos por computación fue tratado en cada una de las reuniones de coordinación posteriores (ver Actas de Reuniones).

El Sr. Rivas preparó el programa de ingreso de datos, quedando listo el mismo para su puesta en marcha a mediados del mes de Junio. Es necesario destacar la excelente calidad del trabajo presentado por el experto por la claridad de su presentación, su facilidad de uso y los detalles en su realización contemplados.

Debe mencionarse, de cualquier forma, que existieron sucesivas dificultades en la adaptación de los programas en las computadoras provinciales (Ej: imposibilidad de realizar modificaciones sobre datos ya ingresados, falta de espacio en los campos reservados para cada respuesta, trabas en el fluir del sistema) que debieron irse solucionando sobre la marcha.

Las dificultades de comunicación llevaron a los impedimentos recién indicados a ser muy lentamente reparados ; al punto de llegarse recién a principios del mes de Octubre con un funcionamiento normalizado del ingreso de datos.

Este atraso en el trabajo de computación (que luego analizaremos en mayor detalle en el capítulo correspondiente) retrasó enormemente el ingreso de datos de la encuesta. Al momento de realizarse este informe solo existen datos muy parciales ingresados cuya copia de diskette ha sido recibida por el Coordinador.

El sistema de ingreso de datos, se supone una vez que ya esté en pleno funcionamiento y probado, será factible que pueda convertirse en un activo de uso permanente en las Provincias después de la finalización de este estudio.

RESULTADOS PRELIMINARES DE LA ENCUESTA DE OFERTA EXPORTABLE

Pese a existir al momento un atraso notorio en el ingreso de datos y el procesamiento de las encuestas de oferta exportable, puede ya indicarse algunos resultados preliminares respecto a la encuesta provincial.

1) **ACTITUD DE LAS EMPRESAS:** En general la encuesta fue bien recibida por las empresas regionales. De cualquier forma debe indicarse que ha existido un gran número de empresas que indicaron que; O bien respondían al pedido de información haciendo la salvedad que suponían no tener perspectivas exportadoras en el corto plazo, O en otros casos se brindaba una información limitada condicionada por la falta de horizontes exportadores. ||

En líneas generales se obtuvo una buena respuesta por parte de las empresas con "productos tradicionales de exportación" EJ: uva, aceitunas, granito, cebolla, ajo, granito y en menor medida relativa por parte de las empresas "promocionadas" con producciones no-tradicionales de reciente localización regional.

Se ha observado un alto grado de opiniones negativas respecto a las perspectivas exportadoras; vinculada esta opinión a la falta de competitividad supuesta a las producciones locales en el mercado internacional. Ha sido la "situación cambiaria" supuesta como la mayor restricción para alcanzar una penetración internacional.]!!

En líneas generales los encuestadores fueron muy bien recibidos en sus visitas a las empresas. Debe mencionarse que, la campaña de difusión masiva, prácticamente no acercó nuevos emprendimientos, si bien se evaluó que el conocimiento previo por parte de las empresas ayudó a una mejor actitud informativa de estas.

El trabajo intenso de encuestamiento en toda la provincia sirvió para el conocimiento de nuevas empresas con vinculaciones y/o interés en comercio exterior.

2) **PRODUCTOS DETECTADOS:** El procesamiento informativo de las encuestas, al momento de realizarse este informe, se encuentra demorado. Aún así, es posible adelantar un listado inicial de productos de oferta exportable detectados por las respuestas de las empresas, y mercados potenciales de mayor importancia actual y aquellos supuestos como de mayor potencialidad en perspectiva.

LA RIOJA

<u>PRODUCTO</u>	<u>MERCADOS ACTUALES</u>	<u>MERCADOS POTENCIALES</u> <i>en base a qé?</i>
SEMILLA DE JOJOBA	USA,CANADA, ITALIA	CHILE, USA,CEE PARAGUAY, BRASIL, INGLATERRA, JAPON
ESPARRAGOS	EUROPA, BRASIL	EE.UU.
PASA DE UVA	EUROPA	EE.UU.
JUGUETES	ESPAÑA, CHILE BRASIL, URUGUAY, BOLIVIA	EUROPA
PRENDAS DE VESTIR -CAMPERAS, JEANS-	USA, ITALIA	EUROPA
HILADO DE ALGODON	EUROPA, BRASIL	EE.UU. FRANCIA ALEMANIA
TELA CRUDA DE INGLATERRA, ITALIA ALGODON	SUIZA	ESPAÑA
TELAS PLASTICAS	BRASIL, URUGUAY	CHILE
MAQUINARIA AGRICOLA	PARAGUAY, BOLIVIA	PERU
DROGAS MEDICIN. (INSULINA BOV-PORC.	POLONIA, MEJICO, RUMANIA, URUGUAY	ITALIA, EE.UU.
CUEROS CAPRINOS	ALEMANIA, BRASIL VENEZUELA, CHILE	ITALIA, EE.UU.
PIGMENTOS DE CADMIO	CHILE, URUGUAY, ECUADOR, COLOMBIA, BRASIL.	OTROS A.LATINA.
ACEITUNAS EN SALMUERA	BRASIL	MEJICO,EE.UU., BOLIVIA, PARAGUAY,CEE
ACEITUNAS EN ESPAÑA ALMIBAR		CEE
VINOS	BRASIL, PARAGUAY DINAMARCA	EE.UU. JAPON, BOLIVIA PAISES DEL PACIFICO
NUECES SIN CASCARA		BOLIVIA

LA RIOJA

<u>PRODUCTO</u>	<u>MERCADOS ACTUALES</u>	<u>MERCADOS POTENCIALES</u>
TOALLAS, SABANAS ITALIA, CHILE, EE.UU.		BRASIL
MEDIDORES GAS Y ELECTRICIDAD		
REPUESTOS AUTOMOVILES		
PANELES FOTOVOL- BRASIL TAICOS		A. LATINA
MOBILIARIO DE METAL CHILE, EE.UU.		BRASIL, URUGUAY
COSMETICOS	PANAMA	BRASIL ORIENTE
CALZADO DEPORTIVO		
VIDRIO P/AUTOMOVILES	URUGUAY, CHILE PARAGUAY	CEE, EE.UU

SAN LUIS

<u>PRODUCTO</u>	<u>MERCADOS ACTUALES</u>	<u>MERCADOS POTENCIALES</u>
HIERBAS AROMATICAS		
ARTESANIAS	ESPAÑA, URUGUAY	EUROPA, ASIA
PIEDRA LAJA	ITALIA	EUROPA, EE.UU
CAL HIDRATADA		BRASIL PARAGUAY
ENVASES PLASTICOS PERU, PARAGUAY, URUGUAY, BOLIVIA		CHILE MEJICO.
CONFECCIONES		ESPAÑA A. LATINA P. ARABES.
AGUA MINERAL		
PINTURAS	URUGUAY,	BRASIL EE.UU.
YESOS		A. LATINA
FELDESPATO, CUARZO	CHILE, URUGUAY	A. LATINA

SAN LUIS

PRODUCTOS

MERCADOS
ACTUALES

MERCADOS
POTENCIALES

PINTURAS

URUGUAY, BOLIVIA

BRASIL,
CHILE, EE.UU.

SAN JUAN: Al momento de prepararse este informe San Juan no había entregado su resumen de oferta exportable, mercados actuales y mercados potenciales.

De cualquier forma se informó sobre los productos identificados.

SECTOR AGRICULTURA:

- AJOS
- CEBOLLA
- ESPARRAGOS
- SEMILLA, Alfalfa, hortícolas.
- UVA DE MESA.

SECTOR AGROINDUSTRIA:

- ACEITE DE OLIVA
- ACEITUNAS
- ACIDO TARTARICO
- ALCOHOL ETILICO
- ALCOHOL VINICO
- APERITIVOS
- CONSERVAS (Tomate, alcaucil, espárragos)
- CHAMPAGNE
- DULCES
- FRUTAS DESECADAS
- JUGO DE UVA CONCENTRADO
- MOSTO DE UVAS
- VINOS.

NOTA: Los listados anteriores son solo preliminares.

C) PRIMERAS INTERPRETACIONES SOBRE LA OFERTA EXPORTABLE REGIONAL PRESENTADA:.

El resumen arriba presentado puede llevar algunas reflexiones iniciales.

A) Existe una alta concentración en "productos tradicionales" de exportación regional. En cuanto a los industriales, tienen una mayor preeminencia los "agroindustriales", agregando 'valor agregado' a las producciones locales que cuentan con productividad y costos relativos ventajosos en el mercado internacional. } ?

B) Resulta notoria la inexistencia de respuesta (también en cuanto a la no devolución formularios de encuestas) por parte de las empresas "promocionadas", sin utilización central de materias primas o de insumos locales/ o regionales. En casi todos los casos se ha indicado por parte de la empresa la imposibilidad de tener costos competitivos para el mercado internacional. ||||

C) En los listados, hasta el momento, no se ha reflejado sino incipientemente la presencia de nuevas alternativas y proyectos mineros.

D) Los mercados potenciales observados como de mayor interés son en un principio los de A. Latina -muy en particular el ámbito del MERCOSUR, Europa y EE.UU. Así mismo existe un destacable interés en mercados del Pacífico (asiáticos). *de qué país? de ella? no sé?*

E) A lo largo de la encuesta pudieron detectarse una cantidad importante de productores e industrias con capacidad exportable de los cuales no existía un conocimiento previos a la realización de la encuesta. (el detalle de este fenómeno es explicado en los Informes Parciales de las Provincias.) *dónde están?*

F) Se han detectado también nuevos productos (Ej: aceitunas en almibar, pinturas, carne de conejo.etc.) con eventuales potencialidades exportadoras. ?

G) Pese a la existencia de un marco general reconocido como dificultoso en el último período para la penetración en el mercado internacional (altos costos locales, revaluación constante de hecho de la moneda, suspensión de regimenes de promoción de exportaciones) se ha percibido un significativo interés en las empresas regionales para el desarrollo de su comercio exterior.

E) Existe una actitud positiva en muchos productores e industriales que realizan las mismas actividades a desarrollar formas de asociación o consorcio con otras empresas similares. Este será un punto a observar muy atentamente en los análisis puntualizados posteriores.

F) Se ha planteado por parte de muchas empresas encuestadas un desconocimiento importante sobre las condiciones y exigencias que requiere el ingresar al mercado internacional. |||

G) En forma paralela al punto anterior debe mencionarse que existe también un desconocimiento remarcable respecto a las tareas de apoyo a las empresas que desarrollan organismos (nacionales y provinciales) en la promoción de las exportaciones.

E) Surge de las encuestas la preocupación (apoyados en datos explicativos) sobre dificultades de infraestructura para el mejoramiento y racionalización de las exportaciones regionales.

F) Es posible destacar preliminarmente que se han obtenido datos indicativos que pueden servir de base de estudio - y eventualmente iniciativas posteriores- para asentar las posibilidades de complementación entre las tres provincias del "Nuevo Cuyo"

G) Ha existido en muchas empresas una reticencia a brindar información sobre precios y volúmenes de exportación. Aún así debe reconocerse que esta limitación ha sido solo parcial y se logrado una información amplia sobre actividades empresarias y exportadoras regionales.

COMPUTACION

Las tareas de incorporación y procesamiento de datos fueron asignadas en forma previa a la incorporación del Coordinador General. Las responsabilidades quedaron planteadas de la siguiente forma:

PROGRAMACION GENERAL: San Luis (Sr. Jorge Rivas)

INCORPORACION A

BASES DE DATOS : En cada una de las provincias.

Debe indicarse que no existían antecedentes de trabajos comunes de computación entre los entes de comercio exterior (públicos o privados) del "Nuevo Cuyo".

Ya en la primera reunión de coordinación se contó con la presencia del Sr. Jorge Rivas (Acta de Reunión, Comunicación Nº 2). Si bien no se incorporó "computación" en el temario tratado, se hizo un primer avance a ello en cuanto:

- A) El conocimiento de los equipos de computación de cada uno de las provincias (son equipos distintos PC,AT,XT).
- B) Al conocimiento de los requerimientos básicos de procesamiento de datos a ser necesitados en el Estudio.
- C) La explicación sobre las características de los formularios de encuesta, de los cuales se debía extraer la información para ser ingresada.

En forma posterior, el Coordinador General realizó un viaje a San Luis (7 de Mayo de 1991) en el cual se dio tratamiento en particular con el Sr. Rivas a las tareas planteadas de computación (Ver detalle en Comunicación Nº 4).

En esta oportunidad se clarificaron algunas dudas al respecto: al programa a utilizar como base de datos (CLIPPER), las dificultades de tabulación de datos de la encuesta, una primer aproximación a las informaciones a ser procesadas por el programa, las dificultades de tabulación de las encuestas ingresadas., las formas de ingreso de datos en las computadoras de La Rioja y San Juan, la imposibilidad de conexión a través de MODEM.

En el encuentro de coordinación en la Ciudad de La Rioja (27 y 28 de Mayo de 1991), el tema de computación tuvo un tratamiento especial, definiéndose los lineamientos de los formularios encuesta a ser preparada para su posterior impresión.

Se dividieron entonces las fases del trabajo de computación:

- A) Preparación de los formularios de encuesta con el cuestionario definido definitivo. En esta tarea se utilizaría un programa de escritura y gráfica sin operatividad como base de datos.
- B) Preparación del programa de carga de datos de encuestas a realizarse en cada una de las computadoras provinciales para luego su consolidación informativa en San Luis.

C) Preparación de la base de datos (de acuerdo a los datos de encuesta) para su utilización posterior en dos sentidos. Por un lado la formulación de una "Oferta Exportable" provincial y regional. Por otro lado, para la consolidación y cruce informativo entre los datos recogidos en la encuesta.

En el encuentro de La Rioja quedó planteado el compromiso de un plazo de 20(veinte) días para tener establecida la Base de Datos (tarea B). (Ver Acta de Reunión, Comunicado Nº 6)

El Sr. Rivas realizó un excelente trabajo en la confección gráfica de los formularios de encuestas para cada provincia.

En la reunión posterior en la Ciudad de San Luis (27 y 28 de Mayo) se presentó parcialmente el programa de ingreso de encuestas en computación.

En esta reunión quedó planteado el compromiso de "puesta en marcha" de los sistemas con un viaje del Sr. Rivas a La Rioja y San Juan en la segunda semana de Julio.

La visita del especialista se realizó en la 3er. semana de Julio, aún siendo que se plantearan dificultades en su funcionamiento en San Juan; lo cual planteó la necesidad de retornar a San Luis para hacer las modificaciones correspondientes.

Debe señalarse que. pese a las dificultades existentes, en cuanto a su presentación y funcionalidad el programa de aplicación preparado por el Sr. Rivas fue considerado por todos los especialistas como excelente.

En el encuentro siguiente de coordinación en San Juan (31/07 y 1/08/94) nuevamente fue puesto en consideración el tema de computación. En esta oportunidad se trataron las dificultades planteadas que habían demorado el comienzo de la tarea de ingreso de datos. Existieron dudas diversas respecto a : espacio permitido para la introducción de algunas respuestas, posibilidades de corrección de datos, imposibilidad de tener acceso a algunas pantallas del programa de ingreso, etc.

De tal forma se resolvió el viaje del Sr. Rivas a las provincias de San Juan el día 6 de Agosto y el 8 de Agosto a La Rioja.

Estos viajes fueron demorados algunos días por dificultades personales del Sr. Rivas.

A partir de las dificultades planteadas, el Coordinador General intentó un encuentro personal con el Sr. Rivas. Este tenía programado viajar por otras cuestiones a Buenos Aires en el mes de Agosto. Se planteó entonces la posibilidad de tener esa reunión personal para poner al día el seguimiento de las tareas de computación.

Lamentablemente, el encuentro personal en Buenos Aires no pudo llevarse a cabo. Solo se mantuvo una conversación telefónica en ~~la~~ cual el Coordinador se comprometió a remitir una comunicación a San Luis con sus inquietudes respecto a la marcha de las tareas.

La aludida comunicación (Comunicación Nº 12, 4 de Setiembre de 1991) hizo un repaso del estado de situación y especificó aclaraciones sobre la "Presentación básica de la información" "Datos a ser procesados como oferta exportable básica" (remitiéndose adjunto un modelo internacional) y de "datos a ser procesados específicamente para el trabajo".

En la reunión de coordinación en San Juan (12 y 13 de Septiembre) se puso en consideración el informe del Coordinador General sobre las tareas de computación. Se resolvió (Acta de Reunión, Comunicación Nº 10) por un lado: i) la remisión de la carga de datos de las encuestas a fines del mes de Septiembre ii) la realización por parte de San Luis de las últimas modificaciones del sistema de ingreso de datos a los efectos de que a fines de septiembre los datos estén totalmente incorporados y iii) la remisión por parte de San Luis en la primera semana de Octubre del modelo de presentación en la base de datos, por región y provincia en acuerdo al modelo presentado por el Coordinador General.

El Coordinador General tuvo, en esta oportunidad una charla especial con el Sr. Rivas en la cual le presentó nuevamente los lineamientos básicos necesarios de la base de datos y los cruces informativos a ser en un principio utilizados.

Al momento de confeccionarse el presente informe las tareas de incorporación de datos (las modificaciones al programa de ingreso de datos se remitieron a San Juan y La Rioja aparentemente recién a principios del mes de Octubre) está muy retrasado el ingreso de encuestas. Por su parte, no se ha recibido en el CFI -ya a fines del mes de Octubre- el "modelo de presentación de la base de datos" comprometido en reunión de coordinación anterior.

Al no tenerse ninguna notificación posterior sobre los motivos de la demora (se hicieron varios intentos de comunicación telefónica infructuosos) el Coordinador General remitió una nota urgente a los responsables de cada una de las provincias advirtiéndole sobre las demoras en el cumplimiento de tareas comprometidas (Ver Comunicación Nº 13). A partir de ello se tuvo una reunión personal (22 de Octubre de 1991) con el Cdr. Luis Gutiérrez (responsable de la Pcia. de San Luis) donde se hizo un repaso de las tareas pendientes, quedando el compromiso de este de llamar desde San Luis en forma inmediata a su retorno para poder informar sobre el estado de situación de las tareas de computación.

Las dificultades deberán ser solucionadas en forma inmediata ya que existe una importante tarea pendiente de ordenamiento informativo para ser incorporado en la presentación final de nuestro estudio.

DEMANDA POTENCIAL PARA LOS PRODUCTOS REGIONALES

De acuerdo al Procedimiento de Análisis determinado al lanzarse el presente proyecto, se ha planteado avanzar en la detección de mercados de demanda para los productos preseleccionados regionales.

De tal forma, se intenta superar los límites descriptivos de las condiciones productivas y exportadoras regionales (oferta exportable) para avanzar en la determinación de las "posibilidades de exportación" potenciales -por lo tanto no desarrolladas aún- de productos identificados.

En tal sentido, el objetivo del trabajo no es el de reemplazar las necesarias iniciativas que deben tomar en cada caso eventualmente los productores y/o exportadores regionales. Se trata de brindar bases de interpretación e informativas básicas, complementarias a los esfuerzos particulares que puedan desarrollarse. La intención es, por lo tanto, brindar una presentación descriptiva general sobre los mercados potenciales de demanda, las condiciones requeridas para el ingreso en estos de productos desde el exterior, una evaluación primaria sobre las condiciones objetivas de competitividad de los productos regionales para su ubicación en las plazas analizadas, y los procedimientos y pasos prácticos recomendados a ser llevados adelante para intentar una penetración comercial concreta con los productos regionales.

La tarea de investigación de demanda plantea un campo de análisis general muy amplio. Aún así, es posible avanzar mediante aproximaciones sucesivas, con la utilización de fuentes de información alternativas y la evaluación comparativa entre condiciones de oferta y requerimientos de demanda. Se requiere, por un lado, un análisis objetivo para determinar las potencialidades de ubicación externa de los productos regionales (indicando primero su potencialidad competitiva básica o la inexistencia de esta), para luego avanzar con información y análisis más puntualizado de los requerimientos, canales y alternativas de comercialización de los mercados supuestos como viables.

El estudio de detección de demanda, si bien complementario al que se realiza respecto a oferta, plantea un desafío de investigación distinto a este último.

En la delimitación de responsabilidades del Proyecto preterdeterminadas en forma previa a la contratación del Coordinador General, se dio responsabilidad a la Pcia. de San Juan (Lic. Antonio Molina) para centralizar el estudio de DEMANDA.

El equipo de trabajo de San Juan (Dirección de Comercio Exterior) cuenta con una experiencia relevante en la investigación y seguimiento práctico de temas de Comercio Exterior.

Se amplía?

X

En tanto se ha considerado en todo momento el estudio específico de demanda el que supone mayores desafíos a nuestro proyecto, la preocupación sobre este tema llevó a un seguimiento constante del mismo a partir del inicio de nuestro trabajo.

De ahí que, pese a estar determinado en el cronograma original de actividades el inicio de la investigación de demanda recién al tercer mes de puesto en marcha el proyecto, ya a partir de la primera reunión de coordinación en San Juan el 17 y 18 de Abril de 1991, se comenzó con una decisión de "relevamiento de información secundaria de demanda" a ser llevada adelante por San Juan (Comunicación Nº 2).

A partir de entonces, y pese a estar concentrada en la primera etapa la prioridad de trabajo en la muy intensa tarea de encuesta regional (ver capítulo correspondiente de este informe), se dio un continuo tratamiento a la "investigación de demanda".

Ya a en la reunión en la Ciudad de La Rioja, 27 y 28 de Mayo de 1991, " se consensuó un Listado de Productos Tentativos en el tema de demas, se analizaron las distintas fuentes de consulta como así también se decide la confección de un Pool de contactos en el exterior" (Comunicación Nº 6)

El listado predeterminado de productos fue el siguiente

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| ✓ - AJO | - GRANITO |
| - CEBOLLA | - ONIX |
| ✓ - ESPARRAGO | - BENTONITA |
| - NUECES | - CAL, YESO, CEMENTOS ESPECIALES. |
| ✓ - PASAS DE UVA | - CONSERVA DE TOMATE |
| ✓ - ACEITUNAS | - PLANTAS AROMATICAS |
| ✓ - ACEITE DE OLIVA | - CARNES BOVINAS, |
| ✓ - VINOS - CHAMPAGNE- | CAPRINAS, LIEBRE, CONEJO |
| ✓ - MOSTO CONCENTRADO | - MIEL |
| - ARTESANIAS EN PIEDRA | - LANA CAPRINA |
| - MADERA, CERAMICA, TEXTIL. | - PRODUCTOS DE PLASTICO |
| ✓ - MARMOLES (TRAVERTINO) | (TONELES) |
| - CUEROS | - TEXTILES -CAMISAS- 277 |
| - JOJOBA | |

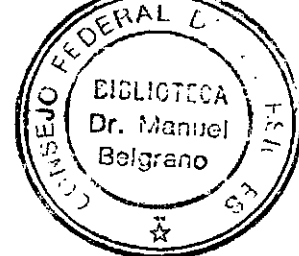
*Ver agregados en
página 27*

En cuanto al aporte al "pool" informativo de contactos en el exterior, la Pcia. de La Rioja aportó una lista de nombres y direcciones de fuentes conocidas; quedando para todos la tarea abierta de aportar nuevos datos a ser remitidos a la Pcia. de San Juan.

Entre la reunión de La Rioja (27 y 28/05) y el siguiente encuentro de coordinación en San Luis (27/ y 28/06) no hubo nuevos avances en este tema. De ahí es que en esta última se diera un tratamiento particular a la situación del estudio de demanda que ayudar a seguir avanzando ordenadamente en sus tareas.

Al entenderse que podría existir una dificultad en la determinación de los pasos a seguir en el estudio de demanda, el Coordinador General propuso la preparación de una "METODOLOGIA PARA LA DETECCION DE MERCADOS DEMANDANTES DE PRODUCTOS DEL NUEVO CUYO". (Ver Acta de Reunión, Comunicación Nº 8).

*En el Informe de
San Juan
sólo se publicaron
9 (1) folios
vía de mesa
24 en esta
página*



El Coordinador General preparó la Metodología propuesta que fue remitida para su análisis inmediato a los responsables de cada una de las provincias (Comunicación Nº 14). En esta, como podrá observarse, se plantean desde una introducción a los problemas que supone el estudio de demanda, hasta los pasos prácticos a ser llevados adelante en esta tarea.

Por su parte, el Coordinador General averiguó sobre las posibles bases de datos internacionales en temas de comercio exterior, aunque quedó planteado el interrogante sobre su eventual utilización dado los costos de uso de las mismas. Se conversó esta cuestión, de cualquier forma, con los funcionarios del CFI.

En la posterior reunión de coordinación en San Juan (31/07 y 1/08) se planteó la demora existente en las tareas de investigación de demanda; determinándose pasos prácticos inmediatos para la búsqueda de información y avanzar en su estudio.

Se aprobó entonces una carta de presentación del trabajo para ser remitida a los organismos e instituciones internacionales (Acta de Reunión, Comunicación Nº 9). Esta misiva fue preparada por San Juan (Comunicación Nº 15) y el Coordinador General realizó una traducción de la misma en idioma inglés (Comunicación Nº 16).

La carta antedicha incluyó el listado adjunto de "productos detectados de mayor potencialidad exportadora" y un cuestionario específico sintético para las Consejerías Comerciales de Argentina en el exterior, requiriendo información sobre condiciones de demanda de productos específicos en cada mercado.

Se determinó poner en marcha un Plan de Remisión de la carta de referencia durante el mes de Agosto (Acta de Reunión, Comunicado Nº 9).

Por su parte en la misma reunión, se determinó la búsqueda de información primaria de información estadística del listado preliminar de productos de la oferta exportable regional (Acta, Comunicado Nº 9). Esta tarea, que implicaba la información de exportaciones realizadas por Argentina y cada una de las provincias en los últimos años, fue realizada en Buenos Aires por el técnico del CFI Marcelo Falccinelli, a través de la utilización de la base de datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior. Esta información fue remitida inmediatamente a San Juan.

En forma inmediata a su regreso a Buenos Aires, el Coordinador General realizó un informe especial sobre la situación del estudio de demanda y las tareas inmediatas decididas sobre este tema que fue remitido en forma inmediata a cada una de las provincias (Comunicación Nº 17, 9 de Agosto de 1991).

La última reunión de trabajo llevada a cabo previa a la confección del presente informe se llevó a cabo en San Juan los días 12 y 13 de Septiembre ppdo.

Fue este un encuentro de coordinación centrado esencialmente en el tema de demanda -ante las demoras observadas hasta el momento - y de ahí su realización en la ciudad de San Juan (alterando la rotatividad impuesta inicialmente a las reuniones conjuntas).

En esta oportunidad se analizó la demora en la búsqueda de información y de contactos internacionales programados. En tal

sentido , se determinó entonces: a) el compromiso inmediato de S Juan de remisión de la correspondencia comprometida, b) la incorporación de 3 nuevos productos por provincia que se sumarían a la lista original de productos seleccionados. c) la remisión por parte de la Pcia. de San Juan de dos funcionario a Buenos Aires en la semana del 7 al 11 de Octubre de 1991 para trata en la búsqueda de información de demanda.

A partir de las determinaciones anteriores debe mencionarse que : a) San Juan remitió la carta de presentación y cuestionarios antedichos a una cantidad de países y organismos b) Se agregaron nuevos productos industriales al interpretarse que existe en el lista preseleccionado una central presencia de productos primarios y/o tradicionales. Se han sumado entonces: Cosméticos (jabones y cremas)- La Rioja-, muebles de oficina y escuela de metal - La Rioja-, confección de camisas - San Luis- Artículos de higiene y limpieza - San Juan-, zapatillas deportivas - San Juan-,

Por su parte San Juan informó que se ha hecho un pedido particular de investigación para el mercado de los EE.UU. de los productos preseleccionados utilizando el convenio que tiene la Dirección de Comercio Exterior con la Oficina del Córdoba Trade Center en Nueva York, EE.UU.

El viaje comprometido de funcionarios de San Juan a Buenos para la búsqueda de material de demanda fue concretado en la semana del 11 al 15 de Octubre pasado. El técnico del CFI, Marcelo Falccinelli y el Coordinador General prepararon previamente un diagrama de visitas (Embajadas, organismos internacionales, cámaras binacionales) a ser llevadas a cabo en la oportunidad. Debe mencionarse que sólo viajó la Lic. Laura Marún en tanto la Lic. Elida Hidalgo no pudo concurrir a Buenos Aires. En esos días, la Lic. Marún fue acompañada por el Sr. Falccinelli y se avanzó solo muy parcialmente en la recopilación informativa.

A partir nuevamente de las demoras existentes el Coordinador General preparó una nueva comunicación general a los responsables provinciales indicando el cuadro de situación y propoiniendo alternativas para superar las dificultades existentes (Comunicación Nº 13 del 18 de Octubre de 1991).

Se espera en un período inmediato lograr avanzar en forma substantiva en la investigación de demanda.

POTENCIALES MERCADOS DE DEMANDA PARA LOS PRODUCTOS REGIONALES

Si bien las primeras evaluaciones son provisionales, y de posible revisión posterior, podrían ser determinados como los mercados de mayor potencialidad aparente para los productos regionales los siguientes.

PRODUCTO	MERCADO
AJO	MERCOSUR - CHILE
CEBOLLA	MERCOSUR
ESPARRAGO	CEE, BRASIL, EE.UU.
PASAS DE UVA	EE.UU. - <i>Ethiopia</i>
ACEITUNAS	MEJICO, BOLIVIA, PARAGUAY
	CEE, EE.UU.
ACEITE DE OLIVA	MERCADOS ASIATICOS (JAPON)
	EE.UU. MERCOSUR.
VINOS	EE.UU., BOLIVIA, PARAGUAY
	JAPON, COREA
ARTESANIAS	CEE, JAPON, EE.UU.
MARMOLES Y GRANITOS	CEE, EE.UU., JAPON, MEJICO.
ONIX	CEE, EE.UU.
PLANTAS AROMATICAS	CEE, EE.UU. JAPON, MERCOSUR
CONSERVA DE TOMATE	BRASIL -EN GRAL. MERCOSUR <i>CANADA</i>

El listado anterior es condicional en muchos casos a mejoramiento de calidades de productos (presentación, envase, etc.) y a un ajuste en muchos casos de costos locales a los precios internacionales de competidores.

Casi nada!



COMENTARIOS RESPECTO AL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE OFERTA EXPORTABLE.

La etapa de relevamiento informativo resulta clave para la realización del trabajo. Sobre todo si se pretende que surja del mismo conclusiones de utilidad práctica para apoyar las perspectivas exportadoras provinciales (detección de ofertas, cuantificación y calificación de productos, ubicar mercados e indicar eventuales alternativas de aproximación a los potenciales compradores en acuerdo también a la capacidad económica y organizativa existente, etc.).

Se plantea entonces un desafío importante -es preciso esforzarse en intentar tomar registro de toda la potencial oferta exportable regional-, teniendo en cuenta las propias dificultades de la extensión del universo a ser investigado y, posiblemente, el límite de información sistematizada hasta el momento en el tema.

Veamos algunas de las eventuales dificultades que pueden surgir en el trabajo de encuesta:

- 1) La prevención por parte de las empresas en brindar información detallada sobre sus actividades temiendo, por ejemplo, que la misma pueda servir a los efectos de controles impositivos o de utilidad para que sus competidores conozcan sus "secretos empresarios".
- 2) El escepticismo de muchas empresas o sectores respecto a la utilidad de los trabajos de investigación de este tipo. En muchos casos rige la idea que ellos han brindado información en oportunidades anteriores (Ej: ofertas exportables provinciales) pero que no han tenido resultados posteriores.
- 3) El encuestado -en muchos casos empresas familiares - no tiene capacidad de responder a cuestionarios extensos con información que no cuenta inmediatamente (Ej: preguntas para el contador que viene un solo día por mes, datos que nunca se registran en la empresa- Ej: posición arancelaria de las exportaciones-, etc.). Así mismo, por las propias tareas cotidianas, el interrogado no tiene tiempo para pasar tal vez una o dos horas respondiendo a las preguntas.
- 4) De existir un cuestionario muy extenso y de responderse este sólo parcialmente, que la información en total recopilada en las provincias sea despareja (de compleja tabulación e interpretación) y/o no diferencie entre información relevante y secundaria a los efectos del objetivo del trabajo.

EN PARTICULAR RESPECTO AL CUESTIONARIO ORIGINAL QUISIERA INDICAR ALGUNAS IMPRESIONES, EN RELACION A LOS PUNTOS ARRIBA EXPUESTOS.

1) DATOS DE LA EMPRESA: Están considerados todos los datos básicos de ubicación de las empresa. Agregaría HORARIO DE ATENCION y AÑO DE CREACION DE LA EMPRESA (datos de utilidad para los eventuales compradores), CAPITAL, MONTO DE VENTAS GLOBAL ANUALES., PORCENTAJE DE VENTAS QUE ES EXPORTADO. Por su parte, pienso que puede ser de utilidad la ubicación sectorial de la empresa de acuerdo a una clasificación general predeterminada (Ej: metalúrgica, artesanía, etc.)

Está muy bien la enunciación de la persona a cargo del tema de exportación. Pondría una pregunta: ¿Opera en comercio exterior en forma directa o a través de 3os.? ¿Qué empresa?.

La información sobre referencias bancarias es muy importante. Puede solicitarse el nombre de los bancos de los cuales es cliente y opera. El dato sobre la pertenencia a cámaras o asociaciones es lateral pero útil.

Sobre el personal ocupado me parece que la única información relevante, a efectos del trabajo, es la cantidad de empleados (sirve para ubicar a la empresa en cuanto a su envergadura tanto a nosotros como a los eventuales compradores) y no la clasificación laboral.

La relaciones de la empresa con el exterior puede vincularse a los antecedentes de la misma. ¿Ha exportado"? ¿Lo hace actualmente?.

En cuanto a la eventual asociación con otras empresas (consorcio, trading, etc.), puede darse en la forma de pregunta. ¿Asocia vuestra empresa su oferta exportable con otros productores? ¿Cómo?. En caso que no lo haga ¿Creería conveniente hacerlo? Si acaso responde sí, ¿Por qué motivos no puede hacerlo? Varias respuestas como opciones (Ej: porque no conozco a otros oferentes, porque son mis competidores, etc.).

No creo que sea relevante el interrogar sobre el conocimiento sobre los acuerdos especiales. Excepto que existiera un requerimiento en el trabajo (Ej: selección de estos países como mercados de mayor atención para el trabajo)

La información solicitada sobre la utilización de métodos de control de calidad es delicada. En líneas generales todas las empresas constestan que sí (¿quién va a decir que produce sin normas de control de calidad?). Esa pregunta, me parece, que podría ser obviada.

II DATOS DEL PRODUCTO: La identificación de productos es atinada. Una cuestión lateral abierta es la ubicación de los mismos dentro del nomenclador (¿usamos NADE o ARMONIZADO? ¿Esperamos que ese dato sea brindado por el encuestado o se lo colocamos nosotros?

En cada caso se posible hacer una reseña indicando solo"

PRODUCTO	CAPACIDAD	PRODUCCION	OFERTA
	PRODUCCION	ACTUAL	EXPORTABLE
			INMEDIATA.

.NOTA: Es una pregunta clave, pero delicada porque se presta al macaneo. (Es una de las preguntas de mayor necesidad de verificación por parte, por ejemplo, de los informantes relevantes)

PRODUCCION ESTACIONAL: Ubicación de período . Es de utilidad.

LA INFORMACION SOBRE TURNOS DE TRABAJO, NIVEL DE CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA A REGIMEN Y NIVEL DE UTILIZACION. No me parece relevante para el trabajo en un principio. A excepción que se quiera tener un diagnóstico de la situación industrial provincial (Ej: en los últimos 3 años las industrias locales sólo trabajan al 32.5% de su capacidad instalada?). En caso contrario nó. Es una pregunta que puede ser complicada para responder.

En cuanto al motivo por el cual la empresa trabaja por debajo

de su capacidad, si acaso, puede preguntarse respecto a la actualidad.

VENTAS AL EXTERIOR: Es un dato muy importante. El antecedente de exportación es una información relevante para el trabajo.

Por un lado como información central se encuentra la de los montos de exportación en los últimos años y la de los mercados a los cuales vende (Ej: Chile, Brasil, EE.UU.)

Una información opcional es la referencia sobre las empresas compradoras de sus exportaciones. **NOTA:** Esta información cuenta con una apreciación disímil por parte de las empresas. Por un lado, el poder brindar la información sobre los antecedentes de comercio exterior, puede resultar de gran importancia para la consideración por parte de potenciales importadores en el exterior que aproximemos con el trabajo (a los importadores puede resultar un dato clave el saber que operan con el firma XX de Alemania). Por otro lado, de cualquier forma, en muchos casos esta información se intenta mantener reservada para no "avivar a la competencia". Son puntos de vista alternativos. La pregunta puede ser opcional haciendo la salvedad que, en caso de no responderse, resulta una desventaja a los efectos de alcanzar para la empresa mejores resultados con la difusión de la información a los importadores de otros países.

La otra parte de la información son las importaciones. Si son importadores directos o no en un principio. Montos anuales de importaciones (no creo que sea necesario incluir productos). También el origen y si tiene vendedores directos desde el exterior el nombre de las empresas (esto último también opcional con las mismas salvedades ya mencionadas).

La cuestión precios es delicada. Puede haber cuestiones de volumen relativo, periodos del año....o los propios cambios de la economía argentina. Puede darse, eso si precios de referencia si acaso, para ubicar la competitividad relativa de los productos (aquellos standarizados) en el mercado internacional a través de la investigación que haremos respecto a la demanda por medio de estadísticas de importación u otros medios.

La incidencia del transporte en los precios FOB, me parece que es de difícil recopilación si se hace caso a caso. Dos cuestiones con esto: por un lado se puede solicitar precios FOB para todos los productos, por otro se puede realizar con los productos una evaluación de la incidencia relativa de los fletes en forma general, ya cuando tengamos la selección de los productos exportables.

En cuanto a transporte de carga. Está bien la pregunta sobre el medio de transporte utilizado. Habría que agregar, eso si, el tiempo de embarque hacia el exterior desde la salida de la producción (Ej: desde la salida de depósito hasta el embarque en Puerto Rosario, una semana). La forma de empaque me parece, en un principio, no relevante.

Sobre el tema de estímulo a las exportaciones y su utilización tengo dudas. Primero si queremos conocer la opinión sobre los estímulos que tienen las empresas (¿funcionan o no?). Segundo y tal vez más importante si conocen las empresas o no los sistemas de promoción de exportaciones.

Un comentario similar al anterior podría hacerse respecto a la utilización de servicios de apoyo a las

exportaciones. De cualquier forma me parece muy importante preguntar sobre la participación en ferias en el exterior. (¿Han participado en ferias y exposiciones en el exterior? ¿Cuáles y en qué año? ¿Cual ha sido el balance de su presentación? ¿Cree que se puede mejorar esa presencia, cómo?). Idem respecto a misiones comerciales al exterior.

Falta una pregunta, me parece, con respecto a las perspectivas que observa la empresa para exportar (Excelentes, muy buenas, malas) y cuáles son los mercados que suponen de mayor interés a desarrollar una aproximación comercial.

Espero que todos los comentarios anteriores no sean considerados sino opiniones (por supuesto no la última palabra) para ser puestas a consideración por los intervinientes en el trabajo en la próxima reunión de coordinación en San Juan. Obviamente todo ello es materia de discusión y de opiniones distintas.

Jorge Marchini

Buenos Aires, 12 de Abril de 1991.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA
MINISTERIO DE ECONOMIA
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
SAN JUAN

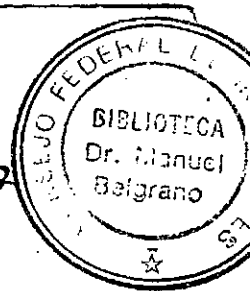
COMUNICACION N°2

ACTA

En la ciudad de San Juan a los dieciocho días del mes de Abril de 1991, se reúnen funcionarios de las áreas de Comercio Exterior del Gno. de la Pcia. de La Rioja, Lic. CARLOS ALANIZ ANDRADA, de San Luis, Lic. MONICA NEME y Lic. JORGE RIVAS, de San Juan, Lic. ROBERTO GUTIERREZ, Lic. LAURA MARUN y Lic. ELIDA HIDALGO, por el Consejo Federal de Inversiones Lic. PILAR ROMERO y Lic. JORGE MARCHINI a los efectos de tratar los siguientes temas referentes al PROYECTO DE OFERTA Y DEMANDA EXPORTABLE REGIONAL:

- 1 - Definición del Formulario de Encuesta a utilizar.
- 2 - Definición de la información para el primer informe de avance para el 11/05/91.
a.- Universo de empresas y productos.
- 3 - Definición de fechas para:
 - a.- Encuestas pilotos semana del 06/05.
 - b.- Evolución de la misma. Semana del 13/05.
 - c.- Remisión de los formularios definitivos al C.F.I. entre el 13 y 14/05.-
 - d.- Circulación de información a las provincias y C.F.I del Plan de Encuesta Previo. Fecha 17/05.-
 - e.- Reunión en La Rioja para definir el Plan Final 21 y 22/05.-
 - f.- Fecha tentativa de lanzamiento de la Encuesta 29/05.-
 - g.- Relevamiento de información secundaria de Demanda disponible por la Pcia. de San Juan.-
- 4 - Tareas del C.F.I:
 - a.- Balance de esta reunión. Semana 29/04
 - b.- Introducción de la encuesta, instructivo y avance del tema fuentes de información de Demanda. Semana 29/04.-
 - c.- Propuestas para el Programa de Computación.
 - d.- Definición del tema de impresión de las encuestas antes de la semana del 29/05.-

No habiendo más asuntos que tratar, se firman cuatro ejemplares del mismo tenor y a un solo efecto.-



DE: Jorge Marchini - CFI.

A: Subsecretaria de Planeamiento de la Pcia. de San Luis. Lic.
Jorge Rivas.

REFORMAS PARA EL FORMULARIO DE ENCUESTA PARA TRABAJO DE
IDENTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE EXPORTACION DE LA RIOJA, SAN
JUAN Y SAN LUIS.

EN HOJA I -1

1) Quitar el cuadrito de CODIGO DE LOCALIDAD (se ha planteado utilizar exclusivamente a los efectos de clasificación el código postal y el nombre de la Localidad.

EN HOJA I -2

1) Donde dice : Su Empresa es: Las categorías deben ser:
PRODUCTORA - INDUSTRIAL - SERVICIOS - EXPORTADORA.

2) En la pregunta sobre cómo observa las perspectivas de su Empresa para el Comercio Exterior. Las opciones pueden ser:
EXCELENTES- MUY BUENAS- BUENAS - REGULARES - MALAS - NO SABE-
OTRAS -.

EN HOJA II - 1

1) En los datos del producto se plantea hacer un cuadro como el
ADJUNTO N° 1 . que reemplaza los dos cuadros anteriores de la
hoja.

EN HOJA II - 2

1) En cuanto a Materias Primas y Materiales que utiliza. Se
reemplaza por cuadro ADJUNTO N° 2. En lo posible incluir varios
renglones para cada producto (al menos tres).

En esa hoja se quita el precio de fábrica o finca que ya ha
sido considerado por la modificación planteada para la hoja II- 1.

EN HOJA II - 3

1) Se reemplaza el cuadro de esa hoja por el ADJUNTO N° 3.

EN HOJA III- 1

1) Todo queda igual.

EN HOJA III- 2

1) En Instrumentos de Pago que utiliza incluir solo: CARTA DE
CREDITO, COBRANZA DOCUMENTARIA, y OTROS . Especifique:.....

2) En Instrumentos Contractuales que utiliza incluir solo. ¿ REALIZA CONTRATOS DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL? Con opciones solo SI o NO.

3) En Documentos Comerciales que utiliza sólo incluir: CERTIFICADO DE ORIGEN (con sub-opciones ALADI y SGP), CERTIFICADO DE CALIDAD, CERTIFICADO SANITARIO, CERTIFICADO FITOSANITARIO, Y OTROS. Especifique.....

EN HOJA III - 4

1) En Transporte de Carga, Medios que Utiliza. Debe subdividirse. a) Hasta punto de embarque de exportación. Opciones son FERROVIARIO, AUTOMOTOR Y AEREO. b) Hasta lugar de destino de la exportación con opciones: MARITIMO, FLUVIAL, AEREO, AUTOMOTOR, FERROVIARIO.

2) Desaparece el pedido de información sobre el Uso del Contenedor (ya incluida en Adjunto Nº 3).

EN HOJA III - 5

1) Todo queda igual.

EN HOJA III - 6

1) Todo queda igual.

EN HOJA III - 7

1) En la 3er. pregunta. " De contestar afirmativamente. ¿ Continúa exportando?". Debe quitarse "Especifique las razones" y sólo poner opciones SI y NO.

2) Donde dice "De contestar negativamente. ¿Qué dificultades encontró?". Deben incluirse algunas opciones. FALTA DE COMPETITIVIDAD DE MIS PRODUCTOS, DIFICULTADES DE TRANSPORTE, DESCONOCIMIENTO DE CANALES DE COMERCIALIZACION, BARRERAS ARANCELARIAS O PARA-ARANCELARIAS DE LOS PAISES, Y OTROS, Especifique.....

3) En cuanto a "Cuales son las soluciones que Ud. propondría para mejorar el Comercio Regional con los mercados del Pacífico?". Deben ponerse opciones. MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES, MAYOR AVANCE DEL PROCESO DE INTEGRACION ECONOMICA Y COMERCIAL, MAYOR INTERCAMBIO INFORMATIVO, Y OTROS. Especifique.....

4) En la pregunta sobre "Cual es en su opinión el principal proble que afecta a sus exportaciones? " Deben ponerse opciones. PROBLEMAS PROPIOS DE LA EMPRESA, FALTA DE LINEAS DE FINANCIAMIENTO, DESCONOCIMIENTO SOBRE EL MERCADO INTERNACIONAL, ATRASO CAMBIARIO, FALTA DE INFRAESTRUCTURA EN LA PROVINCIA Y OTROS. Especifique.....

J. Marchini

Buenos Aires, 22 de Mayo de 1991,-

RESUMEN DE VIAJE DE JORGE MARCHINI A SAN LUIS EL 7 DE MAYO DE 1991.

En mi visita San Luis fui recibido por los funcionarios de la Subsecretaría de Planeamiento, Licenciados Gutiérrez y Neme. Trabajamos toda la mañana sobre temas pendientes para la incorporación plena de la San Luis al estudio conjunto.

Los temas tratados y las resoluciones más significativas acordadas pueden sintetizarse como sigue:

TAMAÑO DEL UNIVERSO A SER ENCUESTADO: Hasta el momento se había trabajado tan solo con una estimación intuitiva respecto al número de empresas, productores o exportadores a ser incluidos en la encuesta.

Gutiérrez -quien ha sido Director de Estadística de la Provincia- ha tenido una importante experiencia en la realización reciente -1989/90- de una Encuesta Industrial Provincial. Debe mencionarse que esta base informativa, si bien no es ajustada exactamente a nuestra búsqueda -se hizo una recopilación de todas las empresas existentes sin discriminar su presencia o perspectivas en comercio exterior-, puede ser una referencia a ser utilizada.

Existe el compromiso de San Luis en tener evaluado para la reunión de La Rioja, por escrito, el 20 y 21 de Mayo.

Para la detección de actuales o potenciales exportadores provinciales hemos acordado la búsqueda informativa en otras fuentes complementarias:

COMERCIO EXTERIOR DE SAN LUIS: Tienen un listado de exportadores y conocimiento de las empresas o productores interesadas en comercio exterior.

ADUANA: Gutiérrez ha hecho contacto con la Aduana local. Sería posible conseguir el listado de los exportadores que operan desde allí (desde ya se indica que son muy pocos).

BANCO DE SAN LUIS: Está habilitado a operar en comercio exterior pero no son muchas las empresas que lo utilizan en este ámbito. El Banco tiene una persona, la Sra. Puig Jerez, quien se señala ha llevado una tarea muy destacada, con gran voluntad, en la detección de empresas y potencialidades exportadoras. Se consultará con ella.

CAMARAS EMPRESARIAS: No existe en la Pcia. Cámara de Comercio Exterior -existe una; solo de carácter nominal-. Las Cámaras de referencia se encuentran en la Ciudad de San Luis y Villa Mercedes -en esta última con un destacable dinamismo-. Ha existido en forma reciente una convocatoria provincial muy relevante referente a Control de Calidad que movilizó al sector empresarial con más iniciativa.

ESTUDIOS CONTABLES GRANDES: Se empezó a contactar los estudios contables interesados en muchos casos en ampliar los servicios hacia sus clientes. Ya se ha recibido información de uno de ellos.

AGRICULTURA: Es posible hacer una aproximación con las autoridades provinciales en la materia y el INTA. Hay temas nuevos de interés provincial como ser: miel y hierbas aromáticas por ejemplo.

MINERIA: La detección de empresas se hace por vía de organismos gubernamentales vinculados. Se ha mencionado un Sr. Albarracín, quien es un informante muy destacado en la materia.

El universo de empresas a ser encuestadas estará preparado para ser presentado en la reunión de trabajo en La Rioja.

CAMPANA DE DIFUSION: Si bien no se encontraba en la oportunidad la Dra. Magalino, para definir esta cuestión se conversaron las iniciativas propuestas a los efectos de difundir el trabajo a los sectores a ser entrevistados (y ganar eventualmente su colaboración y confianza). Se conversó sobre las propuestas conversadas en la reunión de San Juan (carta del Gobernador a empresarios, medios de difusión, etc.).

De acuerdo a una primera aproximación se ha evaluado que: a) existe una limitada capacidad de difusión por vía de las cámaras empresariales, b) existe un listado importante de empresas convocadas y de nombres de personas referentes a raíz de la extensa convocatoria hecha por seminarios de control de calidad en San Luis y V.Mercedes. c) Dependiendo de Planeamiento se encuentra Difusión. A través de ellos tal vez podría coordinarse otras iniciativas -medios de comunicación, cartas, etc.- (debía ser conversado esto con la Sra.Subsecretaria).

COORDINACION CON COMERCIO EXTERIOR EN SAN LUIS: Se refirió a la inquietud existente en la reunión de San Juan respecto a la coordinación con el sector gubernamental a cargo de este tema. Se indicó que la relación con el sector a cargo del Lic. Negri es muy buena y se trabajara en forma coordinada con ellos. Se manifestó la inquietud que parte de los encuestadores a ser contratados pertenecieran a ese ámbito.

COMUNICACIONES: Las comunicaciones con San Luis no han funcionado bien. Debe mencionarse, por ejemplo, que el mismo día de mi estadía allí se recibía el material remitido por el CFI desde Bs.As. el 22 de Abril ppdo (más de dos semanas de demora!). La forma de remisión de materiales convenida es la remisión por empresa de omnibús, (EJ:Autotransporte San Juan) remitiendo aviso de salida por medio de telex o fax. Va a averiguarse en Bs.As. qué ocurrió con el envío anterior tan demorado.

ENCUESTA PILOTO: No se había lanzado hasta el momento. Se convino su realización para evaluar sus resultados y llevar un informe sobre la misma a la reunión de La Rioja (Ej: dificultades con las preguntas, falta de claridad de interrogantes, tiempo promedio de entrevista, etc.).

PLAN DE TRABAJO: Los compromisos de trabajo asumidos hasta la reunión de La Rioja fueron los siguientes:

- 1) Elaboración de un padrón -o universo- de empresas a ser encuestadas, en acuerdo a la investigación de las fuentes arriba mencionadas. Se llevará por escrito el número y ubicación geográfica.
- 2) Resultados de la encuesta piloto. Debe llevarse por escrito una evaluación de la experiencia y comentarios respecto al cuestionario original preparado en San Juan.
- 3) Encuestadores: Deben estar definidos y convocados los encuestadores para la Provincia.
- 4) Inquietudes respecto a sus vínculos económicos con el CFI. Se informará a la Lic. Pilar Romero del CFI para que puedan canalizar directamente sus dudas e inquietudes. Se recordó la fecha del 11 de Mayo para la remisión del primer informe de avance.
- 5) Plan de encuesta general: Debe presentarse en la próxima reunión un plan propuesto para el cubrimiento de toda la encuesta provincial (división de las tareas entre encuestadores, fechas, distribución geográfica, etc.).

TRABAJO DE COMPUTACION

El día de mi visita por la tarde se hizo una reunión con Jorge Rivas - a cargo de computación- y la Lic. Mónica Neme para aproximar inquietudes respecto al ingreso en la base de datos de encuestas, recopilación informativa (en especial de demanda), procesamiento y ordenamiento de datos y emisión ordenada de los mismos.

Los principales temas tratados, a ser más extensamente analizados en la reunión en La Rioja, fueron:

PROGRAMA A SER UTILIZADO EN ENCUESTA: Es el programa "CLIPPER" que es un paquete de software muy apropiado para el ingreso de una gran cantidad de registros (D.BASE un máximo de 256 campos, CLIPPER: 1.024). CLIPPER es más rápido y tiene más funcionalidad de búsqueda (hasta aproximadamente 20 más que DBASE). Es posible con este programa hacer ordenamientos alfabéticos (Ej por nombre de empresa) o numéricos (Ej: por orden de nomenclador). y realizar cálculos para consolidar información (Ej: sumar ofertas exportables de productos). Puede hacer cálculos diversos (sumas, porcentajes, etc.). Es posible también hacer gráficos (tortas, líneas, tridimensionales, barras, etc) con otro soft auxiliar: SOFT QUATRO PRO

COMENTARIO RESPECTO A LA ENCUESTA INICIAL: Se evaluó con Rivas que existe en el primer cuestionario (el de la encuesta-piloto) muchas preguntas abiertas de difícil tabulación. Debería eventualmente hacerse un esfuerzo para lograr una clasificación básica de respuestas más usuales en cada caso, para dejar planteado un OTROS en caso de no conformar ninguna al entrevistado. Se manifestó que

en el formulario original no están los datos del encuestador (referencia básica ante cualquier dificultad para realizar una consulta).

INGRESO DE DATOS EN COMPUTADORAS EN SAN JUAN Y LA RIOJA: Rivas indicó que va a preparar un "paquete" completo para hacer posible el ingreso de datos en cada una de las computadoras en forma independiente, para luego unificar la información en San Luis. Indicó que el ingreso de datos no sería complicado de entender por parte de los que usen el programa.

MODEM: Rivas aclaró que la computadora de Planeamiento no tiene modem para comunicarse con bases de datos u otras computadoras. Averiguará si esta posibilidad existiría en Comercio Exterior de San Luis.

REFERENCIAS A LA INFORMACION A SER SOLICITADA POR EL TRABAJO: Se conversó sobre algunas salidas de información que serán requeridas por el trabajo (ordenamiento por rubros, por nomenclador arancelario, por sector, etc.). Se planteó en algunos casos la necesidad de tener una buena y clara presentación para su posterior utilización por los lectores del trabajo.

REUNION DE LA RIOJA: Si bien no estaba convenida la presencia de Rivas en la reunión en La Rioja, se quedó en consultar la conveniencia de su presencia en la misma. En todo caso, este tema (computación) formará parte del temario de ese encuentro.

Buenos Aires, 13 de Mayo de 1991.-

COMUNICACION Nº: 5
INSTRUCTIVO PARA ENCUESTA

PROYECTO DE IDENTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE EXPORTACION

Introducción:

El trabajo de "Identificación de Alternativas de Exportación" está planteado como una extensiva investigación en las Pcia.s. de La Rioja, San Juan y San Luis sobre la realidad y potencialidad exportadora de la región del "Nuevo Cuyo".

Son objetivos centrales del proyecto: "el identificar y evaluar los productos con capacidad real y potencial de exportación", "identificar los problemas de infraestructura que afectan la operatoria del sector exportador" y ayudar "a incrementar la oferta exportable en forma concreta en el corto, mediano y largo plazo".

En este marco, la etapa de encuesta a realizarse directamente en los sectores económicos locales forma una parte esencial para la realización del trabajo. La calidad de la información obtenida resulta imprescindible para lograr que este importante esfuerzo que realizan las provincias con el financiamiento del Consejo Federal de Inversiones (CFI) sirva posteriormente como punto de apoyo a nuevas y/o mejores iniciativas exportadoras en la región.

Aún así, en la aproximación concreta a las empresas --tanto pequeñas como grandes -- que se llevará adelante pueden surgir reservas o limitaciones a tener en cuenta por los encuestadores. Veamos algunas:

PREVENCION A DAR INFORMACION EMPRESARIA: Puede existir, por ejemplo, temor a brindar información detallada sobre sus actividades temiendo que o bien pueda servir a controles impositivos o ser de utilidad para que sus competidores conozcan sus "secretos empresarios". Debe señalarse entonces que esta información está acotada a un cuestionario mínimo imprescindible para evaluar perspectivas exportadoras; siendo datos que normalmente se solicitan por parte de potenciales importadores o bases de datos de otros países (lateralmente es necesario indicar que la información de empresas seleccionadas será introducida en bases de datos internacionales -Japón, Comunidad Económica-). Por su parte, y tal como se indica en la gacetilla introductoria, el información recopilada estará exclusivamente dirigida a los fines de la investigación.

ESCEPTICISMO RESPECTO A LA UTILIDAD DEL TRABAJO: En muchos casos rige la idea que su empresa ha brindado anteriormente información (Ej: ofertas exportables) sin obtener posteriormente resultados concretos. Ante este planteo dos son las cuestiones a señalar: Primero que este trabajo tiene como criterio básico de incorporación el propio interés de los productores o empresarios que buscan nuevas alternativas exportadoras. Por otro lado, que este estudio no apunta a ser un mero censo o registro de oferta exportable sino que intenta identificar productos viables de exportación, evaluar sus perspectivas en el mercado internacional y aún señalar a los intervinientes eventuales vías de acceso y

estrategias de comercialización cuya utilización o no quedará a criterio de los potenciales exportadores.

CAPACIDAD DE RESPUESTA A LA ENCUESTA: La empresa encuestada -en muchos casos empresas familiares- puede tener dificultad para responder a todos los interrogantes (Ej: en las preguntas de ventas totales puede decirse que el contador viene una sola vez por mes) o el pedirle datos que no son de uso habitual (Ej: nomenclador de exportación). No se intenta recabar información sofisticada. Debemos realizar un esfuerzo para que la información, eso sí, no sea "dibujada" (Ej: magnificar datos a los efectos de aparecer con una magnitud exportadora mayor que la real). Si acaso la respuesta no fuera posible responder inmediatamente se puede dejar la inquietud y recoger la información en forma posterior (intentemos que sea en la menor cantidad de preguntas posible, en tanto significa multiplicar el trabajo de encuesta). En el caso específico de las preguntas de comercio exterior (Ej: clasificación en el nomenclador) haremos un esfuerzo especial en ayudar a responderlas.

OBSERVACIONES PUNTUALES A LAS PREGUNTAS

NOMBRE O RAZON SOCIAL: Las sociedades pueden ser personales o jurídicas (S.A., SRL, Cooperativa, etc). Es necesario poner el nombre completo y no utilizar abreviaturas (NO PONER Soc.Ind.de La Rioja S.A. en lugar debe escribirse Sociedad Industrial de La Rioja S.A.).

DOMICILIO Y DATOS DE COMUNICACION: En forma clara y completa. Cuando se trate de empresas no ubicadas en centros urbanos. La dirección postal y ubicación (Ej: Ruta Nº XX, Km.XX, Parque Industrial Lote Nº XX).

CODIGO DE LOCALIDAD: Debe escribirse el número de acuerdo a TABLA DE LOCALIDADES que tiene cada Provincia.

ADMINISTRACION CENTRAL: Puede ocurrir que muchas empresas radicadas tengan su centro de decisiones -en particular si se vinculan con el comercio exterior- fuera de la Provincia (Ej: Buenos Aires).

AÑO DE INICIACION DE ACTIVIDADES: Resulta un dato significativo muchas veces para los importadores. Si acaso fuese una empresa antigua, puede ser asociado a una tradición empresarial y/o comercial. Alternativamente, una empresa nueva puede suponer el conocimiento de un nueva alternativa de oferta no conocida con anterioridad en el mercado internacional. Si acaso la razón social ha cambiado en el tiempo y la nueva sociedad se ha hecho cargo de la anterior, es posible ingresar como fecha de iniciación la de la primera empresa.

PERSONAS RESPONSABLES DE LA EMPRESA EN TEMAS DE EXPORTACION: Se incluye aquí las personas con las cuales, eventualmente, las empresas del exterior podrían hacer contacto inicialmente. En caso de no tratarse de una empresa con presencia exportadora el dueño de la empresa o persona a cargo de temas comerciales que podría tomar a cargo propuestas de comercio exterior.

IDIOMAS: Se solicita únicamente los idiomas en que puede llevarse adelante un contacto comercial. No es preciso indicar el conocimiento por el nivel de formación sino por su posibilidad de utilización básica para comunicación con personas del exterior.

HORARIO DE ATENCION: Horario de atención normal de la Empresa. Puede ser que la tenga un horario cortado como ser de : 8.30 a 12.00 y de 16.00 a 19.30.

BANCOS CON LOS CUALES OPERA: Mencionar los bancos de los cuales es cliente la firma. No es preciso indicar instituciones con las cuales ha realizado o realiza operaciones de comercio exterior sino las operaciones corrientes (caja de ahorro, cuenta corriente).

TIPO DE ACTIVIDAD PRINCIPAL: Debe tildarse la que resulta más atinada o cercana al campo de desarrollo de la Empresa.

PERSONAL OCUPADO EN SU ACTIVIDAD: La división entre personal permanente y temporario se vincula exclusivamente al hecho de trabajar en un periodo del año o todo el año. No se pregunta acerca del tipo de contrato o vinculación laboral (bajo convenio, contratado). En caso de empresas en las cuales trabaja el grupo familiar, puede incorporarse en el total a los miembros de este (en acuerdo a la división antedicha).

RELACION CON EL EXTRANJERO POR COMERCIO EXTERIOR: Las respuestas afirmativas pueden ir desde aquellas empresas que operan en forma regular con el exterior hasta aquellas otras que, o bien han tenido exportaciones en el pasado, o se encuentran en contacto de aproximación con contrapartes en el exterior.

OPINIONES SOBRE LAS PERSPECTIVAS DE LA EMPRESA EN COMERCIO EXTERIOR: Debe tildarse aquella que se supone más apropiada a la empresa -es una opinión particular-. En cuanto al ¿Por qué? Es tan solo una breve aclaración. Ej: EXCELENTES "Porque somos los mejores productores internacionales", MALAS "Porque nuestros productos y costos no son competitivos", etc.

II. DATOS DEL PRODUCTO

IDENTIFICACION DE PRODUCTOS: Es esta una información central para la encuesta. **MUY IMPORTANTE:** Debe tenerse en cuenta que el cuadro original no es correcto y que **EL FORMULARIO ORIGINAL IMPRESO DEBE SER MODIFICADO DE LA SIGUIENTE FORMA:**

1er COLUMNA: Donde dice "Código del Producto" debe decir "Nombre del Producto". En tanto el ancho de la columna es muy pequeño, en caso de necesitarse un mayor espacio para designar el producto, por favor utilizar el dorso de la hoja, manteniendo el orden numérico del cuadro.

En el nombre se ingresa únicamente el nombre general del producto (Ej: pasas de uva). Puede sumarse, de ser necesaria, una descripción de detalle un poco mayor a los efectos de poder identificar mejor del mismo. En la descripción al dorso puede sumarse la información aclaratoria (Ej: variedades XX,YY, fraccionadas para la venta al público).

2a. COLUMNA: En cuanto al significado de USO FINAL se intenta detectar el destino del producto. Ej: Producto Dolomita. Uso Final: Industria del Vidrio. En productos finales Ej: Juguetes. el uso final puede dejarse expresado como "consumo"...

3er. COLUMNA: El dato de la POSICION ARANCELARIA necesita tener algunas aclaraciones.

a) En general la ubicación de su producto dentro de las clasificaciones habituales (NADE, NALADI, ARMONIZADO numeraciones utilizadas) sólo son conocidas por los exportadores (aún así no todos).

b) Existe en la actualidad un cambio de las clasificaciones aplicándose en Argentina el denominado "NOMENCLADOR ARMONIZADO" que es de uso internacional. A los efectos de la encuesta solicitamos la clasificación arancelaria NADE (Nomenclador de Exportación) de acuerdo a la Guía Práctica del Exportador e Importador.

c) De tratarse de productores o industriales sin o con poca experiencia en comercio exterior la clasificación arancelaria puede ser un dato desconocido. Podemos de cualquier forma ubicarla por medio de la "GUIA PRACTICA DEL EXPORTADOR" u otras publicaciones por medio de una búsqueda independiente de la encuesta. Es preferible que nos den el nomenclador, pero no es indispensable.

4 a. COLUMNA UNIDAD DE MEDIDA Se trata de poner tan sólo la unidad de medida (toneladas, kgs, m3., litro, etc.) que es usada habitualmente.

5a. 6a. y 7a. COLUMNA: CANTIDADES PRODUCIDAS: Los totales producidos reales en el año 1990 y la esperada o estimada para 1991. La CAPACIDAD DE PRODUCCION DE 1991 es la capacidad de producción teórica que tiene la Empresa para ese producto. Con esta pregunta se intenta conocer cuál es el volumen de oferta o



producción actual de la empresa y la capacidad potencial total de la misma para cada producto.

Los valores solicitados pueden ser estadísticos o estimados.

Debe aclararse que puede existir en algunas empresas la tendencia a deformar esta información. Así es como podrían indicarse cifras mayores que las reales como forma de magnificar su capacidad exportable o, en otros casos, disminuir por temor al uso de la información (ver observación en Introducción).

8A. COLUMNA: ESTACIONALIDAD: Esta columna está vinculada en forma preeminente a productos cuya oferta es posible tan sólo durante un período regular del año (Ej: uva fresca). Debe ponerse la fecha que empieza y termina la estacionalidad. Esta información se refiere a las fechas de oferta de venta de producto -puede o no coincidir con las fechas de producción-

Esta condición es muy usual, por supuesto, en los productos del reino vegetal (Ej: uva!). Debe ponerse E (Empieza) el momento del año en que comienza la oferta de venta de producción y T (Termina) el final del período anual de venta. Si bien el período puede variar un tanto de año se solicita el acotamiento de período usual para la Empresa.

9A. COLUMNA: UNIDAD DE VENTA La información requerida es la unidad mínima de venta del producto. Ej Juguetes (500 unidades), espárragos (1.000 kgs.). LA COLUMNA DENOMINADA UNIDAD NO TIENE UTILIDAD.

PRECIO DE PRODUCTOS: El tema de indicar precios resulta uno de los más sensibles y tal vez de mayor inquietud para los entrevistados. Es necesario hacer algunas aclaraciones:

a) Nuestro requerimiento apunta tan solo a lograr un precio de referencia general no el puntual para operaciones comerciales (pueden existir modificaciones por cantidad, período del año, calidades muy diversas, etc.). El dato que necesitamos es sólo referencial a los efectos de poder estudiar la potencialidad teórica o aproximativa de un producto en el mercado internacional. De tal forma podemos realizar una aproximación a una evaluación inicial sobre la competitividad de la oferta exportable local en los mercados de demanda. La inexistencia, por el contrario, de los datos de precios inhibiría la posibilidad de tener un elemento central en la determinación de la viabilidad competitiva -al menos en primera instancia - de los productos ofrecidos.

NOTA: En caso de ser una empresa con un listado muy amplio de productos se solicita información (en un principio de 8 productos) que por su importancia relativa (volumen, suposición de viabilidad exportadora) son considerados más significativos por la empresa encuestada.

CUADRO DE PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES QUE UTILIZA

Se solicita una descripción de las materias primas (se entiende como aquellas vinculadas en forma directa al recurso natural Ej: aceitunas, granito, etc.) y materiales (insumos o productos semi-elaborados requeridos en la producción Ej: plásticos, acero, circuitos integrados, etc.) más significativos dentro de cada producto. Se intenta conocer el porcentual de participación en referencia al origen de cada uno. Puede ser un dato estimado por experiencia de la Empresa ya que esta información no suele ser considerada contable o estadísticamente por estas.

En cada caso se desea conocer si las materias primas y/o materiales utilizados son de origen LOCAL, REGIONAL - Area del "Nuevo Cuyo" Pcia. de La Rioja, San Juan y San Luis - NO REGIONAL - Argentina, excluyendo por lo tanto al "Nuevo Cuyo". IMPORTADA: Del exterior.

En cuanto a la hoja que dice DEFINA INSUMOS: Debe aclararse que se trata tan solo de INSUMOS IMPORTADOS exclusivamente. Se solicita, en lo posible, conocer el nomenclador de aduana el producto (cabe la misma aclaración que se hace más arriba respecto a que no tengan la información). Como PAIS DE ORIGEN Y PROCEDENCIA, en caso de ser variados, poner el más importante. Pueden o no coincidir el país de origen y de procedencia.

HOJA CON INFORMACION DE CUBICAJE, PESO Y MEDIO DE TRANSPORTE INTERNO. Se trata de una información vinculada a la búsqueda de valores de fletes (cubicaje y peso son los datos imprescindibles para determinar el costo de flete). El MEDIO DE TRANSPORTE interno es el utilizado en forma habitual hasta el centro de consumo más importante y/o lugar de embarque en el caso de las exportaciones.

III. SOLO A EXPORTADORES

NOTA IMPORTANTE

ESTA SECCION ESTA RESERVADA SOLO PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE SON EXPORTADORAS. EL CUESTIONARIO PRETENDE LOGRAR INFORMACION QUE NO DEBIERA RESULTAR DE COMPLEJA RESPUESTA PARA EMPRESAS HABITUADAS A OPERAR CON EL EXTERIOR.

REGISTRO DE EXPORTADOR: Unicamente es un dato que sirve a los efectos de conocer si la empresa está inscripta en el Registro Nacional de Exportadores.

FORMA DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS: En esta sección se intenta conocer dos cuestiones. Por un lado, en caso de realizar exportaciones indirectamente, de qué forma se canalizan estas. Por otro lado, se intenta saber cuál es la opinión de los empresarios respecto a la posibilidad de sumar su oferta exportable con la de otras empresas a los efectos de apuntar a una mayor penetración en el mercado internacional (mercados de alta demanda, mejor distribución de costos fijos, etc.).

CONDICIONES DE VENTA: Se intenta conocer la forma habitual de operación comercial de la Empresa. Pueden señalarse varias ya que no son excluyentes.

INSTRUMENTOS DE PAGO: También los instrumentos de pago con los que habitualmente opera la Empresa.

INSTRUMENTOS CONTRACTUALES

DOCUMENTOS COMERCIALES: Idem anterior.

FITOSANITARIO: Es una información relevante para los productos alimenticios. Se solicita indicar el ente u organismo que certifica la aptitud de los productos.

ENVASE Y EMBALAJE: Se solicita la información por producto. Envases y embalajes más habituales en cada caso. Ej: Producto pasas de uva, Tipo de Envase cajas de madera: Unidades 250gms, Tipo de embalaje: cajas de cartón : Unidades de Envase por embalaje:50 .

Se han puesto varias líneas por productos contemplando la posibilidad que se trate de un mismo producto que tiene varias opciones de envase y/o embalaje.

TRANSPORTE DE CARGA, MEDIOS QUE UTILIZA. Debe elegirse la opción más viable o preeminente para la Empresa. La separación entre "hasta el punto de embarque de exportación" y "hasta el lugar de destino de la exportación", está basada en el supuesto que pueda existir una separación de transporte utilizado en cada una.

ESTIMULOS :Se enumera aquellos apoyos estatales que están o han estado vigentes en Argentina en los últimos años.

Se solicita la opinión a la Empresa acerca de cuáles son los estímulos que cree más significativos para apoyar sus exportaciones. Le solicitamos que nos indique cuáles son los 4 más importantes. Ej: 1,3,6 y 7 (Otros: en el que puso "Tipo de cambio preferencial")..

SERVICIOS DE APOYO Idem anterior. Se solicita la opinión a la Empresa sobre aquellos Servicios de Apoyo que cree más relevantes para apoyar sus exportaciones.

MATERIAL DE PROMOCION DISPONIBLE: Se intenta conocer cuáles son los materiales disponibles para brindar a los eventuales importadores en forma inmediata, en caso de iniciarse un contacto comercial.

MARCAS REGISTRADAS: Pueden ser marcas registradas en Argentina o internacionalmente. Se solicita saber si tiene la misma Empresa marcas registradas tanto a nivel local como en el exterior.

VENTAS AL EXTERIOR: Es esta una información histórica., para cada producto. Requerimos datos generales para cada producto (no detalle sino cifras globales).

ADUANA POR DONDE DOCUMENTA LA EXPORTACION: Sirve a los efectos de conocer si las empresas locales utilizan los servicios aduaneros que cuentan en la propia Provincia.

ESTIMULOS PARA INICIAR EXPORTACIONES: Se trata de conocer si ha logrado el apoyo de los esquemas promocionales de exportación que ha tenido el país a lo largo de los años. EJ: FOPEX, reembolsos, pre-financiación, post-financiación, importación temporaria, Programas Especiales de Exportación.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES: Es un ranking de países compradores para la Empresa (no por producto). Intenta conocer la preponderancia relativa de los mercados compradores.

OTROS MERCADOS IMPORTANTES: Pueden mencionarse mercados que resultan, de acuerdo a la evaluación de la Empresa, de potencial perspectiva para sus productos. El objetivo de esta pregunta es detectar el interés de la Empresa en mercados que eventualmente merecerían realizar algún esfuerzo de aproximación pero que por motivos diversos (falta de tiempo, recursos, etc.) no han podido ser aún encarados.

PREGUNTAS SOBRE EL MERCADO DEL PACIFICO: Apuntan a conocer la atención que se brinda a la perspectiva de mejoramiento de los vínculos a través de la Cordillera y el receptar las inquietudes de las Empresas para avanzar en este proceso.

PREGUNTA SOBRE EL PRINCIPAL PROBLEMA QUE AFECTA A SUS EXPORTACIONES Con esta pregunta final se intenta conocer cuál es el principal escollo que supone la Empresa que limita o anula su capacidad de exportar. Debe elegirse solo una.

FINAL DE LA ENCUESTA

Una vez terminado el cuestionario a la Empresa, el encuestador debe completar al dorso de la última hoja los siguientes datos:

NOMBRE DEL ENCUESTADOR:

PERSONA ENTREVISTADA EN LA EMPRESA:

FECHA Y HORA DE LA ENCUESTA:

En caso de no completarse la encuesta en ese día: Agregar. DEBE RETIRARSE INFORMACION DEFINITIVA Fecha y hora.

IMPRESION DEL ENCUESTADOR RESPECTO DE LA EMPRESA: Ej: "Fueron muy amables e intentaron en todo momento brindar información". " Tienen mucho entusiasmo para exportar" " Han sido muy reticentes a dar datos", o cualquier otra impresión personal que le parezca al encuestador. Estamos intentando conocer su impresión sobre la actitud de la Empresa.

FIRMA DEL ENCUESTADOR:

Buenos Aires, 5 de Junio de 1991.



COMUNICACION N°6

A C T A

En la Ciudad de La Rioja a los, veintiocho dias del mes Mayo de 1991, se reunen Funcionarios y Tecnicos de las Areas de Comercio Exterior del Gobierno de la Provincia de La Rioja, Lic. Carlos Alaniz Andrada, Ing. Mariano Parco, Cdor. Carlos Herrera, Dra. Ana Peñaloza, Zulma Edith Faez, Jorge Esteban Delgado; por la Provincia de San Juan, Lic. Elida Hidalgo, Lic. Antonio Molina; por la Subsecretaria de Planeamiento de la Provincia de San Luis, Lic. Luis Gutierrez, Lic. Jorge Rivas; por el Consejo Federal de Inversiones, Lic. Pilar Romero y Lic. Jorge Marchini, a los efectos de tratar los siguientes temas referentes al "Proyecto de Oferta y Demanda Exportable Regional":

1) En base a los testeos realizados en cada Provincia con el Formulario Piloto, se producen modificaciones de orden practico en el mismo.

2) Se establece la fecha de Lanzamiento de la Encuesta para el 11 de Junio de 1991.

3) Se acuerda sistematizar el envio de informes cada diez (10) dias:
Primera fecha: 21 de Junio/91
Segunda Fecha: 02 de Julio/91.

4) Plan de Difusion, se acuerda lanzar la misma en la semana del 03 al 10 de Junio/91, haciendo uso de todos los medios de comunicacion con que cuenta cada provincia.

5) Instructivo de Encuesta, a fin de orientar al encuestador para una mayor precision en la tarea, el Coordinador del Proyecto ampliara algunos puntos del Instructivo y los remitira a Provincias en la semana del 03 al 10 de Junio/91.

6) A posteriori de las modificaciones segun Punto 1) que efectuara el Programador de la Subsecretaria de Planeamiento de la Provincia de San Luis, lo enviara al C.F.I. en la presente semana, para su impresion definitiva. El C.F.I. compromete envio a Provincias del formulario impreso a partir de la fecha 03 de Junio/91.

7) Se consensua Listado de Productos Tentativos para el tema de Demanda. Se analizaron las distintas fuentes de consulta como asi tambien se decide la confeccion de un Pool de contactos en el exterior.

8) Tema Fletes, se propone para la proxima reunion en San Luis que las Provincias lleven datos sobre Costos de Fletes.

9) Tema Informatica, el Programador de la Subsecretaria de Planeamiento de San Luis, compromete a veinte (20) dias de la fecha tener establecida la Base de Datos.



10) El C.F.I. compromete envío via fax de los honorarios de los Analistas, Programador y Encuestadores del Proyecto.

11) Se define la fecha y lugar de la proxima reunion: 25/26 de Junio/91 en la Ciudad de San Luis.

No habiendo mas asuntos que tratar, se firman cuatro (4) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.


ELMARUINI


Ponce


Ponce


Ponce


Ponce


Ponce


Ponce


Ponce


Ponce



COMUNICACION Nº 7

PROYECTO DE PARA CARTA PRESENTACION O TEXTO DE FOLLETO
EXPLICATIVO DEL TRABAJO A SER REMITIDO A LAS EMPRESAS ENCUESTADAS

Señor Empresario:

Nos dirigimos a Ud. a los efectos de informarle sobre la iniciación del "Proyecto de Identificación de Alternativas de Exportación" de las Provincias de La Rioja, San Juan y San Luis.

La iniciativa, dentro del marco de esfuerzos comunes del ámbito denominado "Nuevo Cuyo", tendrá 8 meses de duración (Mayo 1991/ Enero 1992), y sus objetivos son: la realización de una exhaustiva evaluación de las capacidades exportadoras actuales y potenciales de la región, y el poder confrontar la misma con la demanda internacional de cada producto. Sus conclusiones y recomendaciones serán volcadas como corolario, en forma inmediata, a las empresas locales a los efectos que cuenten con una herramienta informativa de gran utilidad para encarar los posteriores contactos privados con contrapartes en el exterior.

La realización del estudio estará a cargo de un equipo de profesionales y técnicos de organismos gubernamentales provinciales y el financiamiento y coordinación del Consejo Federal de Inversiones (CFI); contando con el apoyo de entidades empresarias y sectoriales regionales.

A lo largo de los próximos días, vuestra empresa recibirá la visita de un encuestador que le elevará un cuestionario que apunta a recabar datos básicos para el estudio. La información, en todo caso, tendrá un carácter reservado y su utilización estará limitada exclusivamente a los objetivos del trabajo.

Rogamos a Ud. vuestra colaboración. Este esfuerzo de apoyo a la búsqueda de mercados externos intenta responder a la imprescindible necesidad de nuestra Provincia de encontrar nuevas alternativas de desarrollo mediante el mejor aprovechamiento de los indudables recursos naturales, productivos y humanos existentes. A ese esfuerzo estamos todos convocados.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atentamente.

FIRMA DE AUTORIDADES Y/O
FUNCIONARIOS PROVINCIALES.

EVENTUALMENTE PODRIA AGREGARSE UN LISTADO DE LAS ENTIDADES QUE ADHIEREN A LA REALIZACION DEL TRABAJO (CAMARAS DE EXPORTADORES, PRODUCTORES, ENTIDADES).

SI ACASO SE SUPONE CONVENIENTE, PODRIA TAMBIEN INCLUIRSE UNA LISTA DE LOS RESPONSABLES Y TECNICOS A CARGO DEL PROYECTO.

GOBIERNO DE LA PROVINCIA

SAN JUAN

SAN JUAN, Junio de 1991.-

Estimado

Nos dirigimos a Ud. a los efectos de informarle sobre la iniciación del "Proyecto de Identificación de Alternativas y Exportación" de las Provincias de La Rioja, San Luis y San Juan.

La iniciativa, dentro del marco de esfuerzos comunes del ámbito denominado "Nuevo Cuyo", tendrá 8 meses de duración (Mayo 1991/Enero 1992), y sus objetivos son: la realización de una exhaustiva evaluación de las capacidades exportadoras actuales y potenciales de la región, y el poder confrontar la oferta determinada con la demanda internacional de cada producto. Sus conclusiones y recomendaciones serán volcadas como corolario, en forma inmediata, a las empresas locales a los efectos que cuenten con una herramienta informativa de gran utilidad para encarar los posteriores contactos privados con contrapartes en el exterior.

La realización del estudio estará a cargo de un equipo de profesionales y técnicos de organismos gubernamentales provinciales y el financiamiento y coordinación del Consejo Federal de Inversiones (C.F.I.); contando con el apoyo de entidades empresarias y sectoriales regionales.

A lo largo de los próximos días, vuestra empresa recibirá la visita de un encuestador que le elevará un cuestionario que apunta a recabar datos básicos para el estudio. La información; en todo caso, tendrá un carácter reservado y su utilización estará limitada exclusivamente a los objetivos del trabajo.

Rogamos a Ud. vuestra colaboración. Este esfuerzo de apoyo a la búsqueda de mercados externos intenta responder a la imprescindible necesidad de nuestra Provincia de encontrar nuevas alternativas de desarrollo mediante el mejor aprovechamiento de los indudables recursos naturales, productivos y humanos existentes. A ese esfuerzo estamos todos convocados.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atentamente.-



GOBIERNO DE SAN LUIS
SUBSECRETARÍA DE ESTADO DE
PLANEAMIENTO

COMUNICACION N° 7

NOTA N° 133-SEP-91.-

SAN LUIS, 12 de Junio de 1991.-

Señor Empresario:

Nos dirigimos a Ud. a los efectos de Informarle sobre la iniciación del "Proyecto de Identificación de Alternativas de Exportación" de las Provincias de La Rioja, San Juan y San Luis.

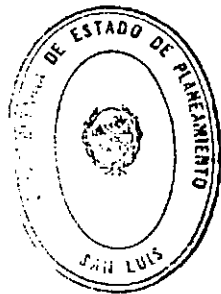
La iniciativa, dentro del marco de esfuerzos comunes del ámbito denominado "Nuevo Cuyo", tendrá 8 meses de duración (Mayo 1991/ Enero 1992), y sus objetivos son: la realización de una exhaustiva evaluación de las capacidades exportadoras actuales y potenciales de la región, y el poder confrontar la misma con la demanda internacional de cada producto. Sus conclusiones y recomendaciones serán volcadas como corolario, en forma inmediata, a las empresas locales a los efectos que cuenten con una herramienta informativa de gran utilidad para encarar los posteriores contactos privados / con contrapartes en el exterior.


La realización del estudio estará a cargo de la Subsecretaría de Estado de Planeamiento - Avda. Illia y Junín 3° Piso; con el financiamiento y coordinación del Consejo Federal de Inversiones (CFI); contando con el apoyo de entidades empresarias y sectoriales regionales.

A lo largo de los próximos días, vuestra empresa recibirá la visita de un encuestador que le elevará un cuestionario que apunta a recabar datos básicos para el estudio. La información, en todo caso, tendrá un carácter reservado y su utilización estará limitada exclusivamente a los objetivos del trabajo.

Rogamos a Ud. vuestra colaboración. Este esfuerzo de apoyo a la búsqueda de mercados externos intenta responder a la imprescindible necesidad de nuestra Provincia de encontrar nuevas alternativas de desarrollo / mediante el mejor aprovechamiento de los indudables recursos naturales, productivos y humanos existentes. A ese esfuerzo estamos todos convocados.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atentamente.-




LIC. GRACIELA D. MAZZARINO
Subsecretaría de Estado
de Planeamiento

"1991. AÑO DE HOMENAJE AL PUEBLO PUNTANO DE LA INDEPENDENCIA"



ACTA

En la Ciudad de San Luis, a los VEINTIOCHO días del mes de JUNIO de 1991, se reúnen Funcionarios y Técnicos de las Áreas de Comercio Exterior del / Gobierno de la Provincia de La Rioja Ing. Mariano Parco; Por la Provincia de San Juan Lic. Elida Hidalgo, Lic. Laura Maun; por la Provincia de San Luis, Subsecretaría de Planeamiento, C.P.N. Luis Gutierrez, Lic. Mónica / Neme; Eduardo Cabrera y Jorge Rivas; por el Consejo Federal de Inversiones, Lic. Pilar Romero y Lic. Jorge Marchini, a los efectos de tratar los siguientes temas referentes al "Proyecto de Oferta y Demanda Regional" // ("Identificación de Alternativas de Exportación para el Nuevo Cuyo"):

- 1) Análisis a la fecha del grado de avance de la encuesta por parte de // cada una de las provincias.
- 2) Definición de fecha tentativa de finalización del trabajo de encuestas el día 19/07/91.
- 3) Próxima reunión prevista en principio en la Provincia de San Juan para los días 25 y 26 de Julio de 1991.
- 4) Tareas a realizar hasta la próxima reunión,

C.F.I.: Enviar:

- 1 - Metodología propuesta para el tema demanda.
- 2 - Informe sobre Bases de Datos Internacionales relacionado con el // tema anterior.
- 3 - Esquema de presentación de Informe de Avance para el 11/08/91.
- 4 - Llevar, a reunión de San Juan, listado de contratos internacionales.

Esta información será enviada entre el 8 y 9 de Julio de 1991.-

SAN JUAN: - Enviar modelo carta para presentación del proyecto para conserjerías Económicas Argentinas, Embajadas de países demandantes y organismos especializados.

- Delimitación de Fuentes de información sobre Demanda que se cuenta en la Provincia.

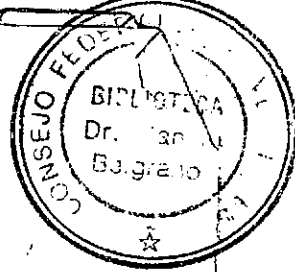
Enviarlo el 8 ó 9 de Julio de 1991.

Para las 3 Provincias

- Resumen sobre situación del trabajo de encuesta para el día 8 ó 9 de / Julio de 1991.



GOBIERNO DE SAN LUIS
SUBSECRETARIA DE ESTADO DE
PLANEAMIENTO



...//2.-

- Elevar listado de contratos internacionales a reunión de San Juan.
- Llevar para la misma reunión lista de costos de fletes.

SAN LUIS

- El Sr. Jorge Rivas viajará a las Provincias de La Rioja y San Juan en la segunda semana de Julio a los efectos de llevar, explicar y poner en funcionamiento el programa que se utilizará para Base de Datos.-

No habiendo más asuntos que tratar, se firman cuatro (4) ejemplares del mismo tenor y a un solo efecto.-----

Jorge Rivas
Lic. Jorge Rivas
meo

Mónica Neme
Lic. Mónica Neme

Dr. Luis I. Cantón
Dr. Luis I. Cantón

Mariano Porco
Mariano Porco

Donat Marconi
Donat Marconi



COMUNICACION N° 9

GOBIERNO DE LA PROVINCIA
MINISTERIO DE ECONOMIA
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
SAN JUAN

ACTA

En la ciudad de San Juan al día 1 de Agosto de 1991 se reúnen funcionarios de las Áreas de Comercio Exterior de la Provincia de La Rioja, Lic. CARLOS ALANIZ ANDRADA; de la Provincia de San Juan Lic. ROBERTO GUTIERREZ, Lic. ELIDA HIDALGO y Lic. LAURA MARUN; del Área de Planeamiento de la Provincia de San Luis, CPN LUIS GUTIERREZ y por el Consejo Federal de Inversiones Lic. PILAR ROMERO y Lic. JORGE MARCHINI, a los efectos de tratar los siguientes temas referentes al PROYECTO DE OFERTA Y DEMANDA REGIONAL ("Identificación de Alternativas de Exportación para el Nuevo Cuyo"):

- 1- Se convino entre las provincias y la Coordinación del Proyecto finalizar el trabajo correspondiente a la encuesta de oferta exportable el día 31 de agosto de 1991.
- 2- Cada Provincia, si estima necesario, deberá delimitar y enviar el listado de empresas que tengan Administración Central en Buenos Aires para que el C.F.I. gestione su retorno.
- 3- Cada provincia, deberá redactar al 31/08/91 un artículo a los efectos de darle difusión pública a los resultados obtenidos hasta ese momento.
- 4- Enviar el día 11 de agosto Informe Parcial a C.F.I..
- 5- Las provincias aprueban en total conformidad el Informe de Avance presentado por el Coordinador General del Proyecto Lic. Jorge Marchini.
- 6- Se aprueba carta de presentación del trabajo a los organismos e instituciones pertinentes.
- 7- Elaborar y poner en marcha Plan de Remisión de la carta de referencia durante el mes de agosto.
- 8- Llevar adelante búsqueda primaria de información estadística de Demanda para el listado preliminar de productos de la oferta exportable regional.
- 9- Computación: El experto Jorge Rivas viajará a la provincia de San Juan el día 6 de agosto y el 8 de agosto a la provincia de La Rioja con el



GOBIERNO DE LA PROVINCIA
MINISTERIO DE ECONOMIA
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
SAN JUAN

objetivo de poner en marcha el sistema de ingreso de datos y ajustar criterios comunes de utilización para todas las provincias.

- 10- Las provincias se comprometen a enviar al C.F.I. diskettes con la carga de datos de la encuesta de oferta exportable a fin de agosto.
- 11- Se estipula la próxima reunión para los días 5 y 6 de septiembre de 1991 en la provincia de La Rioja.
- 12- San Luis: Se compromete a enviar al C.F.I. el día 8 de Agosto propuesta de cronograma de actividades en la Provincia, que requerirán el apoyo de un técnico del C.F.I.

No habiendo más asuntos que tratar se firman cuatro ejemplares del mismo tenor y a un sólo efecto.-



GOBIERNO DE LA PROVINCIA
MINISTERIO DE ECONOMIA
SAN JUAN

COMUNICACION N° 10

A C T A

-----En la ciudad de San Juan, a los trece días del mes de septiembre de 1991, se reunen representantes de las Direcciones de Comercio Exterior de: La Rioja, Zulma Paez; San Juan, Roberto Gutierrez, Antonio Molina, Elida Hidalgo, Alejandro Savatsky y Laura Marún; Area de Planeamiento de la provincia de San Luis, Jorge Rivas y el Coordinador General del CFI, del Proyecto Alternativas de Exportación (Oferta Exportable Regional y Demanda Internacional) Jorge Marchini; a efectos de dar tratamiento y acordar las acciones que comprende la marcha del Proyecto de referencia.

1- a) Compromiso de San Juan de envío de correspondencia de presentación del trabajo y demanda de información a las Conserjerías Económicas Argentinas seleccionadas en base a los productos de interés regionales.

b) Envío a Embajadas, Cámaras Binacionales y Organismos Internacionales de nota presentación del trabajo con anexo de listado de productos de interés.

2- Las provincias asistentes comprometen el envío a San Juan antes de fin de mes de septiembre, de hasta tres productos nuevos/promocionados u otros que la Provincia valore de interés para la investigación.

3- El C.F.I. compromete el envío a San Juan a fin de septiembre de la información recabada sobre demanda.

4- Las Provincias se comprometen a facilitar la carga de datos de las encuestas a fines del mes en curso.

5- San Juan y La Rioja, enviaran fotocopias de las encuestas mineras a la provincia de San Luis, Area de Planeamiento, antes de finalizar septiembre a efectos que se incorporen a la base de datos, con el compromiso de remitirlos a C.F.I. Provincias.

6- Las Provincias se comprometen a enviar al C.F.I. el listado de productos mineros detectados con el objetivo de ser analizados por técnicos del organismo, cuyos resultados se incorporarán al proyecto.

7- San Juan y San Luis se comprometen a enviar nómina de productos exportables en forma similar al modelo presentado por la provincia de La Rioja.

8- La provincia de San Juan se compromete a enviar dos funcionarios a Buenos Aires para trabajar en la búsqueda de información de demanda en la semana del 7 al 11 de Octubre de 1991 para lo cual C.F.I. preparará cronograma de trabajo.



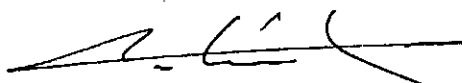
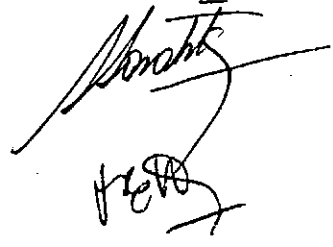



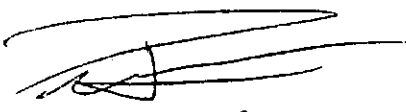
GOBIERNO DE LA PROVINCIA
MINISTERIO DE ECONOMIA
SAN JUAN

9- Se reitera compromiso por partes de las Provincias de elaborar artículos referidos al proyecto.

10- San Luis se compromete a finalizar las modificaciones del sistema de ingreso de datos a los efectos de que a fines de septiembre los datos estén totalmente incorporados.

11- San Luis enviará en la primera semana de octubre el modelo de presentación de la base de datos, por región y provincia.

No habiendo más asuntos que tratar se firman cuatro ejemplares del mismo tenor,-----







Jose Alvarado

COMUNICACION N° 11

Buenos Aires, 5 de Julio de 1991.-

Señor Director General
de Comercio Exterior
de la Pcia. de San Luis.
D. Alvaro Nieto.
Pringles 1180
5700- SAN LUIS

De mi mayor consideración:

Por la presente me dirijo a Ud. a los efectos de poder agradecer en forma muy especial vuestra deferencia de recibir en vuestro despacho el 28 de Junio ppdo. al grupo de funcionarios de Consejo Federal de Inversiones (C.F.I.), y de las Pcias. de La Rioja y San Juan.

Debo en especial ponderar particularmente vuestras atinadas apreciaciones respecto al perfil exportador de vuestra Provincia y agradecer su interés en la marcha del trabajo "Proyecto de Identificación de Alternativas y Exportación del Nuevo Cuyo".

A lo largo del encuentro surgieron comentarios sobre temas de potencial interés exportador, como ser Artesanías y Hortalizas, de los cuales mucho agradeceríamos si Ud. pudiera remitirnos información complementaria (datos de productores) que incorporaríamos inmediatamente a nuestra investigación.

Deseo por último ratificar el común y sincero deseo del equipo de profesionales y técnicos que trabajamos en el Proyecto de Investigación mencionado, de mantener un estrecho contacto con vuestro Organismo, a los efectos de alcanzar resultados que contribuyan, en la mayor medida posible, al incremento del comercio exterior regional.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo muy atentamente.

Lic. Jorge. Marchini

A: Jorge Rivas.

ALGUNOS REQUERIMIENTOS PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACION DE LA ENCUESTA DE OFERTA EXPORTABLE DEL "NUEVO CUYO".

A esta altura de nuestro trabajo debe estar en marcha plenamente la incorporación de los datos de encuesta. De acuerdo a lo establecido en la última reunión de coordinación en San Juan quedó establecida la fecha 31/08/91 para cerrar el ingreso de encuestas. Aún pudiendo existir alguna flexibilidad o excepción, debe suponerse que la mayor parte de la información está en condiciones de ser tabulada y comenzar a ser procesada.

PRESENTACION BASICA DE LA INFORMACION:

La Encuesta de Oferta Exportable tiene dos ámbitos de utilización bien diferenciados.

Por un lado, la consolidación de una información básica provincial y regional sobre empresas y productos exportables. En tal sentido hemos ya conversado sobre los ordenamientos informativos de mayor utilidad para los eventuales usuarios futuros de esta base de datos (los propios organismos de comercio exterior provinciales, los potenciales compradores extranjeros, las cámaras de comercios locales y/o internacionales, etc.). Se ha planteado la inquietud de superar la presentación habitual de las "Ofertas Exportables Provinciales" conocidas que no resultan, en muchos casos, de fácil acceso o de rápida y suficiente claridad informativa. Este requerimiento puede ser pensado en ir más allá del lapso de esta investigación y servir su utilización futura (con las modificaciones y/o reformas que se supongan convenientes en cada caso) como una base de datos permanente futura para el uso por parte de las provincias y la región.

Por otro lado, la Encuesta debe servir a los fines del propio estudio que llevamos adelante. En tal caso, debemos procesar información recopilada apuntando a obtener mediante su evaluación y estadística, datos y ponderaciones específicas (cruces de datos, porcentajes, etc.) importantes para la obtención de resultados en el trabajo.

DATOS A SER PROCESADOS COMO OFERTA EXPORTABLE BASICA

Debe ser esta una presentación básica de las empresas y productos provinciales y regionales. Existe, en tal sentido, la necesidad de clasificar la información de encuestas ordenadamente para su uso fluido por parte de los futuros usuarios. Las entradas básicas en este ordenamiento son: -a) CLASIFICACION ALFABETICA DE PRODUCTOS, b) CLASIFICACION ARANCELARIA DE PRODUCTOS c) CLASIFICACION ALFABETICA DE EMPRESAS CON INFORMACION BASICA SOBRE ELLAS.

Se adjuntan fotocopias de modelos utilizados internacionalmente que pueden servir como referencia general en este ordenamiento.

MORIRIN CO., LTD. (OSAKA BRANCH) (8)

Higobashi Shimizu Bldg. 7F, 3-7, Tosabori 1-chome, Nishi-ku, Osaka 550 (Head Office: 4-22-10, Honmachi, Ichinomiya, Aichi 491). Tel: 06-444-1180 ~ 1183. Telex: J64585 MORIRIN. Cable: MORIRIN OSAKA. Fax: 06-443-5486, 06-445-8546. President: Shunji Mori. Type of business: Importer, Exporter. Est.: 1918. Capital: ¥980,000,000 (1989). Annual sales: ¥145,000,000,000 (1989). Employees: 700. Bank: Tokai Bank, Osaka Br.; Bank of Tokyo, Osaka Br. Office hours: M-F, 9:00-5:00. Overseas offices: Taipei, Hong Kong, Bandung (Indonesia). Trade name: MR-TEX. Contact preference: Manufacturer, Exporter, Importer.

[Export items]

Export Dept. Tel: 06-444-1180/3 (Hideo Asai and Makoto Tamasato): *Fishing nets and equipment for fisheries (U.S.A., W. Germany, U.K., France, Egypt, Australia and Spain); (Take Matsui): Textile piece goods (U.S.A., W. Germany, U.K., France, Australia, Canada, Hong Kong, Taiwan and Korea)*

[Import items]

(H. Asai, Tel: 06-444-1182): *Yarns for knitting & weaving (natural & animal) (Any Country); (M. Tamasato, Tel: 06-444-1183): Knit sweater (Italy, Spain, U.K., France, W. Germany); Fishing equipment (nets, ropes, sheets, etc.) (Any Country)*

MORIROKU COMPANY, LTD. (5)

6/F, Kasumigaseki Bldg., 3-2-5, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100. Tel: 03-581-6511. Telex: 2222804 MRCEM J. Cable: MORIROKU TOKYO. Fax: 03-580-2573. President: Kyosuke Mori. Type of business: Exporter, Importer. Est.: 1916. Capital: ¥450,000,000 (1989). Annual sales: ¥122,595,000,000 (1989). Employees: 820. Bank: Kyowa Bank, Nihonbashi Br.; Mitsui Bank, Tokyo Br. Office hours: M-F, 9:00-5:30. Overseas offices: Hong Kong, New York (U.S.A.). Trade name: MORIROKU. Catalog available: English. Contact preference: Importer, Exporter, Manufacturer.

[Export items]

International Div. (Kunio Tsunekawa © ©, Takashi Watanabe ©, Tel: 03-503-9535): *Speciality chemicals; Plastics & plastic additives; Dyestuffs & dyestuff auxiliaries (Any Country)*

[Import items]

International Div. (Kunio Tsunekawa © ©, Takashi Watanabe ©, Tel: 03-503-9535): *Chemicals, speciality chemicals, dyestuffs and intermediates; Plastics & plastic additives (Any Country)*

MORISHITA INC. (Morishita K.K.) (5)

2360, Hinase-cho, Wake-gun, Okayama 701-32. Tel: 0869-72-2111. Telex: 252-2066 MORICA J. Cable: MORISITANET OKAYAMA. Fax: 0869-72-3148. President: Ichinosuke Morishita. Type of business: Manufacturer, Exporter, Importer. Est.: 1909. Capital: ¥351,670,000 (1989). Annual sales: ¥7,571,000,000 (1989). Employees: 480. Bank: Chugoku Bank, Hinase Br.; Sanwa Bank, Okayama Br. Office hours: M-F, 8:00-5:00. Overseas offices: Bangkok (Thailand). Trade name: MARSOL. Catalog available: English. Contact preference: Wholesaler, Retailer.

[Export items]

Export Sec. (Yasuyuki Morishita © ©, Tel: 08697-2-2111): *Fish nets, twine and rope; Sporting nets; Flower nets; Safety nets; Camouflage nets; Polyethylene sheets; Container bags; Cement bags (Any Country)*

MORITA ARATA & CO. (Morita Arata Shokai.) (2)

159, Okuharayama, Sasayama-cho, Taki-gun, Hyogo 669-25. Tel: 07955-7-0358. Telex: KYOINBTH J63377 Attn. MORITA. Cable: Morita Sasayama. President: Arata Morita. Type of business: Importer. Est.: 1953. Capital: ¥45,000,000 (1989). Annual sales: ¥85,000,000 (1989). Employees: 2. Bank: Taiyo Kobe Bank, Sasayama Br. Office hours: M-F, 9:00-5:00; S, 9:00-12:00. Catalog available: English. Contact preference: Manufacturer, Exporter, Importer.

[Import items]

Women's garments; Hand bags; Automobile parts; Marbles; Toys (Any Country)

MOROHOSHI PRINTING INK CO., LTD. (6)

450, Aoto-cho, Midori-ku, Yokohama 226. Tel: 045-932-5121. Telex: J47924 MORINK YOKOHAMA. Cable: MOROHOSHI YOKOHAMA. Fax: 045-933-7422. President: Takao Gambe. Type of business: Manufacturer. Est.: 1891. Capital: ¥1,500,000,000 (1989). Annual sales: ¥23,976,600,000 (1989). Employees: 640. Bank: Yokohama Bank, Nakayama Br.; Industrial Bank of Japan, Yokohama Br. Office hours: M-F, 8:30-5:15. Trade name: MOROHOSHI. Catalog available: English. Contact preference: Importer, Manufacturer, Wholesaler, Printing Company, Distributor.

MACHINERY, SAW CUTTING, AUTOMATIC

NAKAYA SAW CUTTING MACHINE CO., LTD.
(U.S.A., Canada, Australia, Sweden and France) E-293

MACHINERY, SAW DOCTORING

YAMANI & CO., LTD.
(S.E. Asia, Australia, N. America and Canada) E-551

MACHINERY, SAWING

CHUGOKU KIKAI SEISAKUSHO CO., LTD. (Any Country) . E-41
TSUNE SEIKI CO., LTD. (Any Country) E-523

MACHINERY, SAWMILLING

CHUGOKU KIKAI SEISAKUSHO CO., LTD. (Any Country) . E-41
KIKUKAWA IRON WORKS, INC. (Any Country) E-194

MACHINERY, SCALING, PAINT

SEIWA SPRAY PUMP INC.
(Any Country including Communist Bloc) (K-68), E-409

MACHINERY, SCREW MFG.

SAMPOE INDUSTRIES LTD. (Any Country) E-385

MACHINERY, SCREW/BOLTS AND NUTS MFG.

SUPER AUTOMOTIVE COMPANY (Any Country) E-452

MACHINERY, SEALING, FOR "TOFU"

SATO & CO., LTD. (Any Country) E-402

MACHINERY, SEALING, HEAT

QUEEN LIGHT ELECTRONIC INDUSTRIES LTD.
(Any Country) E-373

MACHINERY, SEALING, HIGH FREQUENCY

NAKAO SEWING MACHINE WORKS LTD. (Any Country) . E-293
QUEEN LIGHT ELECTRONIC INDUSTRIES LTD.
(Any Country) E-373

MACHINERY, SEALING, HOT AIR

QUEEN LIGHT ELECTRONIC INDUSTRIES LTD.
(Any Country) E-373

MACHINERY, SEALING, VACUUM

NIPPON POLYCELLO INDUSTRY CO., LTD.
(Any Country) E-319

MACHINERY, SEALING & TRIMMING

DAISEY MACHINERY CO., LTD. (Any Country) E-57

MACHINERY, SEAMLESS STOCKS KNITTING

NAGATA SEIKI CO., LTD. (Any Country) E-287

MACHINERY, SEDIMENTATION

SUIDO KIKO KAISHA, LTD. (Any Country) E-442

MACHINERY, SEEDING

SAIKO CO., LTD. (Any Country) E-381

MACHINERY, SEMICONDUCTOR MFG.

MUROMACHI KAGAKU KOGYO CO., LTD.
(Any Country) (K-64), E-283
NIPPON SEIKO K.K. (Any Country) (K-14), E-320
NISSEI SANGYO CO., LTD.
(Any Country subject to COCOM approval) E-328
OCTECHS CORPORATION
(Any Country except for North Korea) E-342
OVERSEAS PRODUCT PLANNING CORP. (Any Country) . E-362

MACHINERY, SETTING, AUTOMATIC

NAKAYA SAW CUTTING MACHINE CO., LTD.
(U.S.A., Canada, Australia, Sweden and France) E-293

MACHINERY, SEWER CLEANING

KANTOOL CO., LTD. (Any Country) E-184

MACHINERY, SEWER INSPECTION

KANTOOL CO., LTD. (Any Country) E-184

MACHINERY, SEWER MAINTENANCE

KANTOOL CO., LTD. (Any Country) E-184

MACHINERY, SEWING

AVER INTERNATIONAL LTD. (Any Country) E-24
IECO JAPAN, LTD. (Any Country) E-141
JAGUAR CO., LTD. (Any Country) E-160
JAPAN SEWING MACHINE EXPORTERS' ASSOCIATION
(Any Country) G-11
OHNISHI INC. (China, Hong Kong) E-344
SUPRA (JAPAN) LIMITED (Any Country) E-453
TOMINAGA BOEKI KAISHA, LTD. (Any Country) E-502

MACHINERY, SEWING, DOMESTIC

JAGUAR CO., LTD. (Any Country) E-160
JANOME SEWING MACHINE CO., LTD.
(Asia, Africa, Middle East and S. America) E-161
OCARINA CORPORATION (Any Country) E-342
PRIMA INTERNATIONAL CORPORATION
(Middle East, C. & S. America) E-370
SINGER NIKKO COMPANY, LTD. (Any Country) E-434
SUNLIGHT SEWING MACHINE CO., LTD. (Any Country) . E-451
YAMAMOTO & CO., LTD. (Any Country) E-549

MACHINERY, SEWING, FOR BAG CLOSING

EXCEL CORPORATION (Any Country except U.S.S.R.) . . E-77

MACHINERY, SEWING, FORMER

QUEEN LIGHT ELECTRONIC INDUSTRIES LTD.
(Any Country) E-373

MACHINERY, SEWING, INDUSTRIAL

JAGUAR CO., LTD. (Any Country) E-160
JAPAN INDUSTRIAL MACHINE CORP. (Any Country) . . E-163
NAKAO SEWING MACHINE WORKS LTD. (Any Country) . E-293
PRIMA INTERNATIONAL CORPORATION
(Middle East, C. & S. America) E-370
SINGER NIKKO COMPANY, LTD. (Any Country) E-434
YAMAMOTO & CO., LTD. (Any Country) E-549

MACHINERY, SEWING, INDUSTRIAL, USED

PRIMA INTERNATIONAL CORPORATION (Asia) E-370

MACHINERY, SEWING, MINI

ISHII INDUSTRIAL CO., LTD. E-150
JAGUAR CO., LTD. (Any Country) E-160

MACHINERY, SHAFT MFG.

MIYAZAKI IRON WORKS, LTD. (Any Country) E-274

MACHINERY, SHEARING

TANISAKA IRON WORKS, LTD. (Any Country) E-475
YODOGAWA STEEL WORKS, LTD. (Any Country) E-558

MACHINERY, SHEARING, METAL WORKING

TSUDA CORPORATION (Any Country) E-521

MACHINERY, SHEARING/SPLITTING

DAIEI MACHINERY CO., LTD. (Any Country) E-52

MACHINERY, SHIPBUILDING

UEHARA MFG. CO., LTD. (Any Country) E-527

MACHINERY, SHOT BLASTING

ITOH METAL ABRASIVE CO., LTD. (Any Country) E-152

PROYECTO: ALTERNATIVAS DE EXPORTACION DEL NUEVO CUYO.

DE : JORGE MARCHINI

A : COORDINADORES DEL PROYECTO: PCIAS DE: LA RIOJA
SAN JUAN
SAN LUIS.

Al momento de confección de esta comunicación, nuestro trabajo está muy demorado respecto al cronograma original previsto y los compromisos de tareas asumidos en la última reunión de coordinación en San Juan (12 y 13 de Septiembre).

En síntesis, deben mencionarse algunas tardanzas importantes que, de hecho, se han convertido en "cuellos de botella" para avanzar en el estudio como ser:

- a) Se previó originalmente finalizar el trabajo de encuestas el 31/08 (acta de reunión del 19 de Agosto) y de finalización de la carga de datos en computadora el 30/09, para luego remitir los diskettes completados al CFI (acta del 13/09). HASTA EL PRESENTE NO SE HA RECIBIDO LA INFORMACION DE CADA PROVINCIA - A EXCEPCION DE LA RIOJA QUE LO HIZO PARCIALMENTE.
- b) Con el objeto de trabajar con el estudio de demandas para los productos regionales se demandó a San Juan y San Luis la remisión de un listado de productos detectados en las encuestas y mercados supuestos como de mayor interés (el modelo de referencia es el informe realizado por La Rioja). SI BIEN SE HA INDICADO QUE LA REMISION DE LOS LISTADOS ES 'INMINENTE' HASTA EL MOMENTO ESTOS NO HAN SIDO RECIBIDOS POR EL CFI.
- c) La realización de modificaciones del sistema de datos (a cargo de San Luis) para permitir el ingreso de datos antes de fines de septiembre y la remisión al CFI en la primera semana de Octubre del modelo de presentación de la base de datos, por región y provincia (acta del 13/09). SI BIEN SE CONOCE QUE SE HAN HECHO MODIFICACIONES AL SISTEMA QUE SE HAN REMITIDO DESDE SAN LUIS A SAN JUAN Y LA RIOJA (EL CFI NO HA RECIBIDO COPIA) EN LOS ÚLTIMOS DÍAS, NO SE HA TENIDO HASTA EL MOMENTO NINGUNA NOTIFICACIÓN SOBRE DIFICULTADES O EXPLICACIONES RESPECTO A LA TARDANZA EN LA CONFECCIÓN DEL MODELO DE BASE DE DATOS.
- d) Existió un compromiso de remisión inmediato de un listado de productos mineros (encuesta minera) para su análisis por su evaluación por técnicos en Buenos Aires (acta 13/09).

Las demoras antedichas están provocando serias dificultades al conjunto del trabajo. Así es como, por ejemplo, se ha dificultado toda la búsqueda de información de demanda (¿qué productos y a dónde se supone pueden ser vendidos?). Aún más, la falta de información de oferta inhibió todo el desarrollo de actividad de la Lic Laura Marín en su viaje a Buenos Aires al realizarse visitas a embajadas y organismos internacionales en la segunda semana de Octubre. Por su parte, la falta de un armado de la base de datos ha dilatado el comienzo de un trabajo que requiere una particular atención como es la revisión, consolidación y ordenamiento de la información de oferta exportable regional.

DECISIONES PARA ANTES DE LA PROXIMA REUNION DE COORDINACION EN LA RIOJA EN 1A. SEMANA DE NOVIEMBRE.

Hasta el momento, sin duda, se ha realizado una muy ponderable tarea por parte de los participantes en este estudio en las tres provincias. La realización de las encuestas provinciales de oferta exportable ha significado un esfuerzo enorme que ahora debe tener -y no lo tiene aún- un correlato en el trabajo de ordenamiento informativo y detección o evaluación de potencial demanda externa. No existe un tiempo ilimitado en este estudio. Existe un cronograma definido inicialmente cuyo cumplimiento se ha supuesto alcanzable.

No es el momento de empezar a rondar las dificultades sin perspectiva de salida. Pretendemos completar un trabajo destacado en correspondencia con la capacidad -que en mi opinión es excelente- del grupo que lo ha emprendido. Para ello, eso sí, se requerirá un cumplimiento riguroso de tareas y un intercambio de informaciones y opiniones intenso. No serán más permisibles dilaciones injustificadas para la realización de este trabajo. Aún con las previsibles limitaciones que tengamos (Ej: falta de información de mercados, de precios de oferta, etc.) están dadas las condiciones para alcanzar un estudio con conclusiones de gran utilidad para la región.

En la próxima semana (21 al 25 de Octubre) deberá ser remitido al CFI:

- 1) El listado de los productos exportables de San Luis y San Juan (formato realizado por La Rioja) y el de productos mineros.
- 2) Un informe de cada una de la provincias sobre el estado actual del ingreso de datos en computadora de las encuestas realizadas. (cantidad de empresas que han entregado formulario, cantidad pendiente de hacerlo, cantidad que no van a entregarlo, número de encuestas revisadas e ingresadas).
- 3) Los diskettes con la carga de datos realizada hasta el momento.
- 4) Un informe de la Pcia. de San Luis sobre la situación de procesamiento de datos de encuesta (preparación de base de datos para consolidar oferta exportable provincial y/o regional, cruces informativos, dificultades, etc. Todo ello en referencia a lo definido en última reunión de coordinación en San Juan.
- 5) San Juan debe informar sobre el estado de situación del trabajo de demanda (fuentes de información contactadas, listado de contactos por carta intentados, requerimientos informativos o de interpretación faltantes hacia las provincias o el CFI, comparación de precios de oferta con los de importación del mercado estudiado, etc) en acuerdo con la metodología propuesta.

Para la próxima reunión de coordinación deberá traerse por escrito - aunque más no sea en borrador - una primera evaluación sobre demanda potencial para los productos y mercados seleccionados por las provincias - en acuerdo por ejemplo a la metodología más abajo mencionada -. Aún siendo que estos análisis o presentaciones sean preliminares, estos deberán servir como referente inicial informativos y de evaluación y opinión sobre las condiciones de demanda para las ofertas regionales.

El trabajo de demanda es el que está más demorado.

DATOS A SER PROCESADOS ESPECÍFICAMENTE PARA EL TRABAJO

De acuerdo a los datos incorporados en el cuestionario de encuesta se ha recibido respuestas a una serie de interrogantes complementarios. Estos van desde preguntas de opinión (Ej: Cómo observa las perspectivas de su Empresa en Comercio Exterior?) con opciones excluyentes (Excelentes, muy buenas, etc.), a otras cuantitativas y/ o cualitativas (Ej: cantidad de producción, porcentual de utilización de materias primas, venta de exportación por producto, asociación en consorcio, etc.) o hasta algunas de respuesta abierta (¿Qué estímulos cree necesarios para apoyar sus exportaciones?).

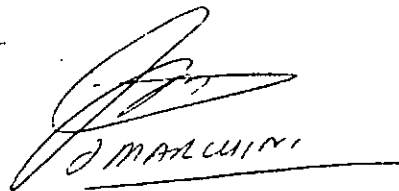
Sólo de las dos primeras categorías arriba mencionadas es posible realizar una consolidación de información, cálculos y cruces informativos.

En todo caso, una primera presentación requerida será la unificación de respuestas a la misma pregunta hecha por todas las encuestas (por provincia, por región, por tipo de producciones ofrecidas, etc.).

Los cruces informativos (condición de una pregunta vinculada a otra) será solicitados específicamente.

Una cuestión lateral de importancia resulta la posibilidad de hacer gráficas claras que sirvan para una más clara exposición de datos (variaciones anuales de exportación, tortas con divisiones regionales, etc.).

Buenos Aires, 4 de Setiembre de 1991.-



J. MARCUINI

SEÑALAMIENTOS PARA LA REALIZACION DEL ESTUDIO DE DEMANDA.

Si bien ya con anterioridad se ha propuesto una metodología de demanda (fecha de preparación 9 de Julio y remitido a cada Pcia. en la semana posterior) puede ser oportuno retomar este tema.

Tal como ya se ha señalado el estudio de demanda resulta distinto a la compilación informativa de demanda. Se plantea "la necesidad de mutiplicar fuentes informativas, delimitar su utilidad a los fines del trabajo, y expresar datos y comentarios que aporten nuevas conclusiones -al menos aproximativas- al objetivo de evaluar las potencialidades exportadoras regionales".

Los objetivos básicos son : A) que pueda tenerse en un informe conciso por producto y mercado una idea sobre las potencialidades de la oferta regional, B) que pueda describirse las condiciones de comercialización de los productos de importación en cada mercado estudiados, C) se brinde una información estadística concisa y una presentación de datos de importadores y cámaras de utilidad eventual práctica para los exportadores.

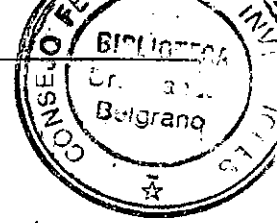
Ya se ha definido la necesidad en un principio de delimitar productos entre aquellos que se observa una mayor viabilidad exportadora o interés empresario u oficial más preeminente y los otros, cuyo efecto de investigación tan sólo podría ser referencial o de un uso práctico muy limitado.

Existe un primer listado de productos de mayor interés consensuado por las provincias, a los cuales cada provincia sumó tres productos -con preferencia de empresas industriales "promocionadas" -. Aún así falta hasta el momento (por las demoras) una definición de los mercados de mayor interés (a excepción de La Rioja que remitió esta información en su resumen de oferta exportable)

*Cuales son?
pág 24, pág 27
o?*

Este trabajo no puede hacerse sino a través de "aproximaciones sucesivas". No es posible esperar a tener todas las informaciones y conclusiones para recién comenzar a confeccionar un informe de demanda. Se trata si no de plantearse un esquema básico (o esqueleto de títulos o temas) a ser aplicado a cada producto para luego ir "llenando" la información que se vaya obteniendo. Pueden ingresarse en un principio conclusiones o datos preliminares o parciales para luego ir ajustando cada informe. Si no se tiene datos en un título , esto no es óbice para descartar el estudio (habrá que observar si ,de cualquier forma, no existen algunas conclusiones o aproximaciones interesantes para ser difundidas). La idea no es abarcarlo todo en este estudio, sino el ofrecer una información útil, sintética, clara que ayude a conclusiones prácticas por parte de los usuarios de la información. Esto se preguntan cuestiones simples: ¿ Cómo se evalúa en un principio la potencialidad de mi producto en el mercado comprador? ¿ Cuáles son las condiciones de demanda de este último? ¿ Cuáles son los pasos o contactos posteriores que deberían llevarse adelante para aproximarse a los eventuales compradores?.

Con tal intención, un esquema puede ser como el que sigue (obviamente este puede ser luego mejorado o modificado, pero al menos, puede servir tal vez como planteo inicial):



- DESCRIBIR Y EVALUAR EL MERCADO POTENCIAL : Pueden incluirse aquí estadísticas de importación, tendencias de la producción local (si la hay) y de los oferentes internacionales. Puede aproximarse ya alguna evaluación de comparación de precios de oferta y demanda(Ej: precios FOB o FAS más un coeficiente general para llegar a precio en punto de demanda). Aunque pueda ser dificultoso debe intentarse tener algún precio de referencia de cada mercado estudiado.).

- ARANCELES, REGULACIONES Y PROCEDIMIENTOS DE IMPORTACION: Se incluye aquí el tratamiento aduanero del producto (general, GATT, preferencial, ALADI, MERCOSUR), normas específicas (sanitarias, cualitativas, cuotificaciones, aforos,etc.). En los procedimientos debe mencionarse, si fuera acaso, las exigencias de documentación para el exportador.

CANALES DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION: Una visión general sintética que cubra, en lo posible, el proceso desde el ingreso o nacionalización de la mercadería hasta la venta al consumidor final. Puede facilitar esta descripción la elaboración de una gráfica simple que recree sintéticamente la etapas comerciales habituales.

ESTRATEGIAS UTILIZADAS POR LOS PAISES COMPETIDORES: Si acaso si tuviera alguna información interesante respecto a fórmulas utilizadas para la penetración en el mercado investigado (en especial por parte de países y empresas similares a las nuestras), esta puede ser de utilidad para los potenciales exportadores.

LISTADO DE IMPORTADORES, CAMARAS IMPORTADORAS - DE EXISTIR- Y FERIAS COMERCIALES. Listado de importadores - en lo posible detectando su importancia relativa, y formas habituales en que establecen nuevos contactos comerciales-. La información de empresas importadoras debe tratar de indicar: Nombre completo de la firma o cámara, domicilio, teléfono, fax, telex y sector o persona -nombre y apellido- de la persona a cargo de contactos con el exterior.

COMENTARIOS SOBRE PERSPECTIVAS SUPUESTAS PARA LA OFERTA REGIONAL Y ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA LOS POTENCIALES EXPORTADORES: Puede ser esta tan solo una evaluación general sobre la competitividad y perspectivas que puede brindar el mercado estudiado para la oferta local. Si es posible, puede ser conveniente el brindar una breve referencia de cómo seguir adelante si acaso desea intentar avanzar en su intento comercial (Ej: realizar carta de presentación -datos usuales incluidos-, presentarse en una feria, concurrir a misiones comerciales, etc)

No perdamos más el tiempo!. Hagamos un gran esfuerzo (todos) para producir un excelente resultado. Yo confío plenamente en la capacidad de este grupo de trabajo, pero debe ponerse el tesón imprescindible en sus tareas.


Jorge Marchini

Buenos Aires, 18 de Octubre de 1991

METODOLOGIA PROPUESTA PARA LA DETECCION DE MERCADOS DEMANDANTES DE LOS POTENCIALES PRODUCTOS DE EXPORTACION DE LA REGION DEL "NUEVO CUYO".

De acuerdo al cronograma original para el Estudio de "Oferta y Demanda Regional", se ha establecido una búsqueda específica de la potencial demanda externa para los productos regionales - ponderados mediante la encuesta realizada en la 1a. fase del trabajo- planteándose detectar "mercados objetivos" y ponderar vías de "comercialización y adecuación del producto".

Debe destacarse que nuestra investigación no apunta a ser una mera recopilación de "Oferta Exportable", cuyo objetivo final sería tan sólo confeccionar una ordenada recopilación informativa de productos para la eventual ubicación en los mercados internacionales. Esta intenta brindar una apoyatura más amplia, extensa y práctica cuyo objetivo es ayudar en última instancia a ser una herramienta consistente, no sólo teórica, sino de uso práctico para los potenciales exportadores.

El estudio de detección de demandas debe contemplar esfuerzos y/o dificultades distintas a las afrontadas en la compilación informativa básica de oferta. Por lo pronto, debe indicarse la necesidad de multiplicar fuentes informativas, delimitar su utilidad a los fines del trabajo, y expresar datos y comentarios que aporten nuevas conclusiones -al menos aproximativas- al objetivo de evaluar las potencialidades exportadoras regionales.

Los estudios sobre demanda suelen tener peligros como ser: i) El convertirse en una recopilación informativa extensiva, sin ejes que se ajusten a acotados objetivos de investigación. Esto es el juntar la mayor cantidad de datos, publicaciones, comentarios, etc. (de acuerdo a esta concepción siempre puede 'quedar bien' poner mucha información) sin considerar, por ejemplo, el uso práctico que deberán hacer de la misma los potenciales exportadores regionales. ii) El convertirse en investigaciones de vigencia inmediata (Ej: inclusión o exclusión de productos únicamente en base a la compración de precios actuales de exportación en comparación con precios de importación de los países eventuales demandantes) iii) El no ponderar la significación relativa de cada información, llevando a conclusiones confusas y/o ambiguas.

ALGUNAS DELIMITACIONES PREVIAS NECESARIAS.

Surgen en primer lugar algunos interrogantes que deben ser resueltos inmediatamente a los efectos de definir la orientación general y la intensidad del trabajo : ¿ Deben ingresarse en el estudio los productos tradicionales de exportación de la región ? ¿ Debe buscarse información sobre "nuevos mercados" para estos? Si no, ¿ Debe hacerse un resumen de las condiciones del mercado mundial para esas producciones?.

Otras cuestiones a resolver son: a) si es necesario concentrar las mayores búsquedas informativas en "nuevos productos" (Ej: aceitunas en almibar, que comentó La Rioja, o)

productos industriales que hasta el momento sólo han sido ubicados en el mercado interno que han sido detectados por la encuesta (parques industriales). o b) en aquellas ofertas que, ya teniendo alguna presencia exportadora, se suponen (por consideraciones diversas en cuanto a ventajas comparativas de producción, calidad o costos) pueden llevar en un plazo a una mayor expansión de las exportaciones?

Pueden existir otras consideraciones a ser tenidas en cuenta, como ser: posibilidad de consolidación de oferta regional (Nuevo Cuyo), interés social (efecto multiplicador en empleo), el "efecto-demostración" sobre el conjunto de la actividad económica provincial (organización de nuevas unidades productivas, incorporación tecnológica, etc.).

En todo caso, una vez ingresados los datos de encuesta surgirá un espectro amplio de potenciales productos a ser estudiados. Es en este momento que será preciso hacer una delimitación inicial de productos entre:

i) Aquellos cuyas perspectivas exportadoras son nulas o muy alejadas.

ii) Aquellos cuyas perspectivas podrían resultar interesantes de poder lograr una adaptación a los mercados compradores internacionales.

iii) Aquellos cuyas perspectivas exportadoras son inmediatas; en cuyo caso podría resultar de utilidad el brindar una información práctica a los potenciales exportadores, explicitando pasos que se estima debieran ser asumidos para llegar a contactos comerciales concretos.

Existirá la necesidad de delimitar los productos a los efectos de poder evaluar, en un principio, la intensidad de atención a cada uno de ellos. Un peligro posible que puede tener un trabajo como el que encaramos es el perderse en una búsqueda sin ejes de información para todos los productos y todo el mercado mundial para cada uno de ellos. Un imposible abarcamiento.

De tal forma será necesario plantear una delimitación sucesiva en el trabajo en: Primero) Una búsqueda de información básica (importaciones del producto en mercados de referencia, condiciones de compra, etc.) y comparación con la oferta local que sirva a los efectos de tener una primera evaluación aproximativa acerca de su viabilidad exportadora. Segundo) Y vinculado a lo anterior, una delimitación inicial de los productos en las categorías arriba mencionadas. Tercero) Un estudio más intenso de potencialidades exportadoras de aquellos productos definidos como de mayor interés y/o que se evaluara la necesidad de una mayor atención. En tal caso debe intentarse un análisis pormenorizado intensivo mucho mayor. Aquí se necesitará una recopilación informativa ordenada que abarque desde:

1) La descripción de cada mercado importador, las tendencias de demanda e importación del producto.

2) El estudio de las las tendencias de producción local y de los oferentes internacionales del producto (relaciones entre demanda, producción y tendencias de importación).

3) La tipificación de los productos (normas de calidad, clasificaciones, condiciones particulares exigidas por los demandantes, etc.).

4) Si bien puede resultar en muchos casos una información de compleja búsqueda, debe intentarse conseguir precios de referencia de cada mercado estudiado. En lo posible en cada etapa de comercialización.

5) Las prácticas comerciales. Formas de negociación (volumenes, formas contractuales y de pago,).

6) Procedimientos de importación. Exigencias de documentación. Controles obligatorios. Normatividad básica de referencia (a nivel de información de referencia de utilidad para el exportador local).

7) Tarifas de importación. Aranceles generales y preferenciales (Ej: de existir la inclusión del producto dentro del SPG, MERCOSUR o ALADI).

8) Etapas de comercialización. Una visión general sintética del desarrollo de las importaciones del producto estudiado en los mercados compradores, desde su ingreso o nacionalización hasta la venta al consumidor final. Puede facilitar esta descripción la elaboración de una grafica simple que recree sintéticamente etapas el esquema comercial habitual.

9) Empresas importadoras. Listado de importadores -en lo posible detectando su importancia relativa, y formas habituales de comercialización.- y cámaras relacionadas. La información básica debe incluir Nombre completo de la firma o cámara, domicilio, teléfono, fax, telex, y sector o persona a cargo de contactos con el exterior.

10) Ferias y Cámaras Importadoras - de existir- del país investigado. Indicación de características generales de los eventos feriales más apropiados para el producto, sus condiciones básicas para participar, datos del ente organizador. En el caso de las cámaras datos de comunicación, organizacionales (Ej; número de empresas que nuclea, sus funciones, etc.) y persona a cargo de los contactos internacionales.

10) Estrategias comerciales de países competidores. A los efectos de conocer planteos utilizados para la penetración del mercado comprador.



ETAPAS DEL TRABAJO:

1A. ETAPA: Fuentes de información: Delimitación del alcance de las mismas.
DIRECTAS: Estadísticas de exportación e importación (INDEC -Argentina-, países importadores - en Buenos Aires a través de las agregadurías comerciales en nuestro país, organismos que cuentan con trabajos e información ordenada sobre comercio internacional (FMI, ONU, CEPAL, BID-INTAL, MCE, etc.).

Consultas a Agregadurías Económicas y Comerciales de la Argentina en el exterior.

Fletes: Información sobre costos de fletes por ejemplo hasta puerto de embarque en Argentina o Chile.

NOTA: Eventualmente se intentará acceder a bases de datos en el exterior - condicionada su utilización al costo de estas -.

INDIRECTAS: Contactos personales o por carta con sectores públicos o privados locales e internacionales. (Ej: empresas extranjeras compradoras, investigadores de organismos especializados, cámaras exportadoras, funcionarios de organismos de contralor, etc.

Recopilación de trabajos nacionales o internacionales que puedan aportar información o comentarios sobre los productos estudiados.

2a. ETAPA: - Ordenamiento de datos de "Oferta Exportable" obtenidos mediante la Encuesta realizada en cada Provincia.
- Delimitación básica de los productos de acuerdo a la división por "viabilidad inicial" (arriba mencionada). Esta delimitación de productos se hará contando con información básica (estadísticas, precios, demandas, etc.). En todo caso, a los efectos de no tomar resoluciones apresuradas u opinables, los productos debieran confrontados con la opinión de cada Provincia (en acuerdo con el interés o perspectiva de cada una).
- Preparación de informes por producto (con la utilización de toda la base informativa) y mercado (también más arriba mencionados).

3A. ETAPA: Elección de "productos piloto" a los efectos de intentar brindar un asesoramiento práctico inmediato a productores y / o exportadores locales para poner en marcha -obviamente de así estar interesados- el proceso de acercamiento a compradores en el exterior.

San Juan, Argentina, xx Agosto de 1991.-

Señor NN

De nuestra mayor consideración:

Tenemos el agrado de dirigirnos a Ud., a los efectos de informarlo sobre la realización del estudio "IDENTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE EXPORTACION PARA LA REGION DEL NUEVO CUYO".-

Este trabajo, cuya finalización está prevista par Febrero de 1992, se lleva a cabo por parte de Organismos Oficiales de los Gobiernos de las Provincias de La Rioja, San Juan, San Luis y la coordinación del Consejo Federal de Inversiones.

Debemos en particular destacar que este esfuerzo de investigación, el primero que se realiza en forma coordinada en esta temática, apunta a determinar las capacidades de los productos y empresas regionales para incrementar los intercambios comerciales internacionales.

El "Nuevo Cuyo" abarca una extensa área geográfica en la República Argentina de 255.000 km². con una población de más de 1.000.000 de habitantes. Cuenta esta Región con tradicionales e importantes actividades agropecuarias y mineras; a las cuales se ha sumado en los últimos años la más relevante radicación industrial que se haya registrado en el país.

La provincia de San Juan se encuentra a cargo de centralizar todos los contactos externos para este estudio. Es por ello que solicitamos vuestra colaboración en lo relativo a información de ese país, la cual será requerida en forma específica oportunamente.

Considerando que será importante difundir las conclusiones de este Proyecto Regional, se ha previsto el envío de copias de las mismas a todos los organismos nacionales e internacionales incumbentes.

Sin otro particular, y desde ya agradeciendo su eventual colaboración, hacemos propicia la oportunidad para saludar a Ud. muy atentamente.-

FAVOR CONTACTAR
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
DE LA PCIA. DE SAN JUAN
LIC. ANTONIO MOLINA
ABERASTAIN 89 SUR
5400 SAN JUAN R.A.
TEL: 00-54-64-213343/2822
FAX: 00-54-64-213732
TLX: 59132 NOBEL AR

TRADUCCION DE LA CARTA REMITIDA AL EXTERIOR DE PRESENTACION DEL
TRABAJO DE "IDENTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE EXPORTACION PARA
LA REGION DEL NUEVO CUYO"

San Juan, Argentina, September 20th. 1991

Mr. XX.
United Nations
10 Park Avenue
New York - etc.

Dear Sir:

We are greatly pleased to contact you to inform that the "New Cuyo" (Nuevo Cuyo) Region in the Argentine Republic, formed by the Provinces of La Rioja, San Luis and San Juan, supported by the Consejo Federal de Inversiones (Argentina's Federal Investment Council -CFI-), is carrying up the Project "DETECTION OF NEW EXPORT ALTERNATIVES FOR THE NEW CUYO REGION".

The "New Cuyo" Region occupies an extensive geographical area in Argentina of 255.000 sq kms, and a population of over 1.000.000 people. This Region accounts for traditional and important farming and mining activities; being added along the last years the most important development of manufacturing activities in all the country.

The basic aims for this work are: to detect the regional firms and products that have greatest export potentiality, to analyze the international demand for them and to find possible surveying sources for their imported materials.

It has been programmed the remittance of final conclusions of the study to all the national and international organizations, as yours, related to foreign trade.

As the Province of San Juan is in charge in analyzing international demands, we are writing to ask your help in our task to collect information on your country's (ies') market.

With special regards towards your attention and help.

Yours sincerely.

Dr. Roberto Gutierrez
Foreign Trade Director
Province of San Juan
Argentine Republic.

4A. ETAPA: Presentación del Trabajo Final.

En este se incluirá:

- a) una visión general de la demanda internacional para los productos regionales.
- b) Una visión de los países importadores potenciales.
- d) Los informes por producto.
- e) Conclusiones y recomendaciones generales para el incremento de las exportaciones regionales.

Como especialista en el tema de demanda ha sido designado el Lic. Antonio Molina de la Pcia. de San Juan. Este tendrá a cargo el centralizar las tareas de investigación y servir de canal a todas las inquietudes que surgan vinculadas a la investigación de demanda.

La Metodología propuesta debe ser considerada tan sólo una aproximación inicial al tema. Serán precisos los aportes y comentarios de los participantes en este trabajo. Se ruega puedan traer sus opiniones a la próxima reunión en San Juan, prevista, en un principio, los días 25 y 26 de Julio de 1991.

Jorge Marchini

Buenos Aires, 9 de Julio de 1991.

ETAPA DE RECOPILOACION INFORMATIVA PARA LA BUSQUEDA DE POTENCIAL DEMANDA PARA LA OFERTA EXPORTABLE DEL NUEVO CUYO.

A la fecha de preparación de este escrito estamos muy atrasados en la recopilación de información y en general todo el trabajo sobre demanda. Hemos evaluado en la última reunión en San Juan la necesidad de delimitar fuentes informativas, productos, mercados e ir ajustando posteriormente la evaluación de perspectivas exportadoras.

Pese a que la información detallada y extensiva sobre productos exportables regionales surgirá del procesamiento de las encuestas, se elaboró en el último encuentro un primer listado de productos de potencial interés:

- AJO	GRANITO
- CEBOLLA	ONIX
- ESPARRAGO	BENTONITA
NUECES	CAL, YESO, CEMENTOS ESPECIALES.
PASAS DE UVA	CONSERVA DE TOMATE.
ACEITUNAS	PLANTAS AROMATICAS
ACEITE DE OLIVA	CARNES BOVINAS, DE LIEBRE Y CONEJO.
VINOS -CHAMPAGNE-	MIEL
MOSTOS	LANA CAPRINA
ARTESANIAS EN PIEDRA,	PRODUCTOS DE PLASTICO (TONELES)
MADERA, CERAMICA, TEXTIL.	
MARMOLES (TRAVERTINO)	TEXTILES- CONFECCION CAMISAS.
CUEROS.	ESPARRAGOS (no está en listado, ¿tiene que figurar?)

TAREAS INMEDIATAS DECIDIDAS

Si bien no hemos podido aún tener una reunión con Antonio Molina para debatir más puntualmente una división de trabajo, creo que es necesario no esperar más para poner en marcha tareas específicas en la investigación de demanda.

- 1) En Buenos Aires comenzamos a ubicar en nomenclador cada uno de los productos arriba mencionados y buscar las estadísticas de exportación argentina en los últimos tres años.
- 2) En Buenos Aires se ha comenzado una búsqueda de los trabajos de Consejerías Económicas de la Argentina en el exterior referidos a los productos aludidos.
- 3) En Buenos Aires comenzamos a buscar trabajos de investigación de mercado del CCI vinculados a estos productos. Quisiera preguntarle a San Juan con cuáles cuenta ya que algunos es necesario pedirlos al exterior.
- 4) Es preciso que San Juan comience a mandar las cartas de presentación del trabajo. Hay un primer listado elaborado que fue entregado en la última reunión en el cual figuran direcciones de Cámaras Binacionales y Embajadas en Buenos Aires. En estos casos, creo que es posible remitirle la carta con el texto considerado en San Juan (descripción del Nuevo Cuyo y de los objetivos del trabajo)

5) Una atención particular y distinta debe darse a las cartas a ser remitidas al exterior a Consejerías Económicas. En este caso con la dificultad que seguramente podemos enfrentarnos es que si dejamos pasar el tiempo, por la propia demora que tienen habitualmente las respuestas -más de dos meses...si lo hacen-, su recepción sería muy tardía. Por ello es necesario en la remisión de la primer carta de presentación ya incluir las preguntas específicas sobre productos que les estamos requiriendo.

En tal sentido tiene que enviarse una carta modificada que incluya ya una solicitud específica de información que puede ser de la siguiente forma:

a) El texto de la carta es igual a las anteriores, pero en el 5to. párrafo donde dice: "Es por ello que solicitamos vuestra colaboración en lo relativo a información de ese país, la cual será requerida en forma específica oportunamente" DEBE DECIR: "Es por ello que solicitamos vuestra colaboración en lo relativo a información de ese país, la cual le requerimos en forma específica en cuestionario adjunto. Quisiéramos destacar muy especialmente que todo dato o información global o parcial brindado será de gran utilidad para la investigación, comprometiéndonos en todo caso a mencionar en la publicación final las fuentes y el nombre de las personas y entidades que han colaborado."

En la hoja adjunta puede titularse CUESTIONARIO. se realizarán las preguntas específicas. Las preguntas se vinculan a los requerimientos informativos enunciados en la "Metodología para la Detección de Demanda" que Uds. cuentan. Las preguntas deben ser simplemente expuestas y no exceder lo estrictamente necesario (si nosotros ya contamos con alguna información no volvamos a repetirla) centrándose exclusivamente en los productos que nos interesa investigar para ese mercado. Tenemos que tener en cuenta de no abrumar al cuestionado que, por falta de capacidad o tiempo (dejemos de lado la falta de voluntad), no se sienta en condiciones de responder o dilate demasiado su contestación.

Puede hacerse el cuestionario escribiendo cada pregunta y dejando dos o más renglones para su respuesta, facilitando la tarea al informante.

La otra cuestión es ¿A quiénes enviamos el cuestionario? Ha existido una primer delimitación de mercados de interés central en la última reunión que son: países del MERCOSUR, Chile, A. Latina en general, EE.UU., Canadá, Europa (Comunidad especialmente?), países asiáticos importadores (Japón, Corea, Singapur, etc.). De cualquier forma, queda abierta la posibilidad que con ciertos productos específicos se pida información en nuevos mercados.

En cuanto a qué productos solicitamos información para cada mercado tenemos que tener en cuenta también las respuestas brindadas por la encuesta de oferta realizada (VER PREGUNTAS EN HOJA III-6 en las cuales se solicita destino de las exportaciones y "Qué otros mercados considera que son importantes para sus productos?". San Juan debe consultar a las otras provincias en cuanto a las respuestas que tienen hasta el momento en las encuestas recibidas.

5) Una mención especial debe hacerse respecto a la búsqueda de demanda para los productos mineros. Les ruego remitan la lista de productos detectados a Buenos Aires. Al Lic. Saludiansky del CFI, quien es así mismo geólogo, se ha convenido poderlo consultar ya que cuenta con mucha información y experiencia en este tema.

6) Les solicito a Uds. remitan comentarios o sugerencias respecto a la posibilidad de utilizar bases de datos internacionales (Dialogue, World Trade Center, OEA, etc.). Está pendiente la posibilidad -aún no confirmada- de su utilización para el trabajo. De cualquier forma dado su alto costo debemos racionalizar una propuesta eficiente para su eventual utilización.

7) Queda pendiente para San Juan la recopilación actualizada de fletes locales e internacionales que se había solicitado anteriormente. Sé que se había comenzado a trabajar sobre la cuestión pero no conozco los resultados hasta el momento.

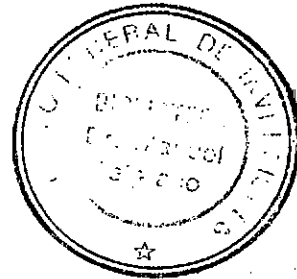
Les quiero informar que en la semana del 12 al 16 de Agosto estaré en Uruguay. Les solicito que remitan al CFI la próxima semana un informe y comentarios sobre las cuestiones enumeradas.

Saludos:

Jorge Marchini

Buenos Aires, 9 de Agosto de 1991,-

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE



I- DATOS DE LA EMPRESA

Si su empresa esta formada por varios establecimientos, mencionar a continuacion nombre del establecimiento que esta radicado en la provincia.

NOMBRE O RAZON SOCIAL: _____

DIRECCION: _____

Codigo de Localidad:

--

Nro.:

--

Ruta:

--

Codigo Postal:

--

Telefonos:

Fax:

--

Telex:

--

ADMINISTRACION CENTRAL:

DIRECCION: _____

Nro.:

--

Codigo Postal:

--

Localidad:

--

Telefonos:

Fax:

--

Telex:

--

Año de Iniciacion de la Empresa: _____

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

PERSONAS RESPONSABLES EN TEMAS DE EXPORTACION EN LA EMPRESA:

Nombre y Apellido: _____

Funcion: _____

Conocimientos de Idiomas: _____, _____, _____.

Horario de Atencion:

:	:	:	:
---	---	---	---

ASOCIACIONES Y/O CAMARAS A LAS QUE PERTENECE: _____

INSTITUCIONES BANCARIAS CON QUE OPERA: _____

ACTIVIDAD Y RUBRO DE SU EMPRESA:

Agroindustrial ☐ Industrial ☐ Servicios ☐ Agropecuaria ☐ Minera ☐

INDIQUE EL PERSONAL QUE TIENE OCUPADO EN LA ACTUALIDAD:

PERSONAL	CANTIDAD
Permanente	
Temporal	

Tiene alguna relacion en el extranjero para el Comercio Exterior ? SI ☐ NO ☐

En su opinion como observa las perspectivas de su Empresa para el Comercio Exterior ?

Excelentes ☐ Buenas ☐ Regulares ☐

Malas ☐ No sabe ☐ Otras ☐

Por que? _____

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE DE LA PROVINCIA DE SAN LUIS

II- DATOS DEL PRODUCTO

IDENTIFICACION DE PRODUCTOS:

Se entiende por "productos" todas las mercaderías producidas y/o exportadas, que tomadas individualmente son clasificables y figuran c/u bajo un rubro NADE.
Si fabrica o produce mas de 8 bienes, detalle los principales por orden de importancia.

NOMBRE	CODIGO DEL PRODUCTO (*)	USO FINAL	POSICION ARANCELARIA (*)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDADES PRODUCIDAS		CAPACIDAD DE PRODUCCION 1991	ESTACIONALIDAD		UNIDAD DE VENTA	UNIDAD DE VENTA
					1990	1991		Empieza	Termina		
1								/	/		
2								/	/		
3								/	/		
4								/	/		
5								/	/		
6								/	/		
7								/	/		
8								/	/		

(*) Código del producto según Guía Práctica del Exportador e Importador.

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

PRECIO DE PRODUCTOS: Cual es su mejor precio de ex-fabrica/finca para competir en el mercado externo, a junio de 1991 en U\$S por unidad de venta.

	PRODUCTO	PRECIO POR UNIDAD EN DOLARES
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES QUE UTILIZA

MATERIAS PRIMAS						MATERIALES					
	DESCRIPCION	LOC. %	REG. %	R.N. %	IMP. %		DESCRIPCION	LOC. %	REG. %	R.N. %	IMP. %
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

Importaciones

DEFINA INSUMOS: Cuales son los insumos (mat. primas, materiales) mas importantes para su Empresa ?

	NOMBRE DEL PRODUCTO	POSICION ARANCELARIA NADI	VOLUMEN	PAIS DE ORIGEN (*)	PAIS DE PROCEDENCIA (* *)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

(*) Donde se fabrica el producto.

(* *) De donde proviene el producto.

Su Empresa, es importadora directa de los insumos del exterior ?

SI ☐

NO ☐

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

III- COMERCIO EXTERIOR

COMERCIALIZACION INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS

Registro Importador - Exportador nro. _____

Qual es la modalidad utilizada para exportar ?

Exporta directamente la firma ☐

A traves de terceros ☐

Si exporta a traves de terceros, especifique :

Empresa Exportadora ☐

Cooperativa de Exportacion ☐

Trading ☐

Otros (*) ☐ (*) Especificar: _____

VENTAS AL EXTERIOR: Ha realizado la Empresa exportaciones en forma regular ?

SI ☐

NO ☐

En caso de contestar afirmativamente, desde que ano ? 19____

Como obtuvo informacion del Mercado Externo ? _____

CONSORCIO

Asocia vuestra Empresa su Oferta Exportable con otros Productores o Empresas ?

SI ☐

NO ☐

En caso que NO lo haga. Seria conveniente hacerlo ?

SI ☐

NO ☐

Si responde SI. Por que motivos no puede hacerlo ? _____

Si responde que NO es conveniente hacerlo. Indique si son algunas de estas las causas:

- a) Porque no conoce otro oferente

☐

- b) Por temor a la competencia

☐

- c) Por desconocimiento de las ventajas de asociacion

☐

- d) Otros (*)

☐

(*) Especificar: _____

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

MATERIAL DE PROMOCION DISPONIBLE

Catalogos y folleteria

☐

Idiomas : _____

Video

☐

Idiomas : _____

Otros

☐

Idiomas : _____

MARCA REGISTRADA

Tiene Marca Registrada Nacional ?

NO

☐

SI

☐

Tiene Marca Registrada Internacional ?

NO

☐

SI

☐

Donde ? : _____

VENTAS DE EXPORTACION EN USA

PRODUCTO	1990	1989	1988
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

ADUANA POR DONDE DOCUMENTA LA EXPORTACION: _____

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE PROVINCIA DE SAN LUIS

Ha recibido algun estimulo especial para iniciar exportaciones ? SI ☐ NO ☐

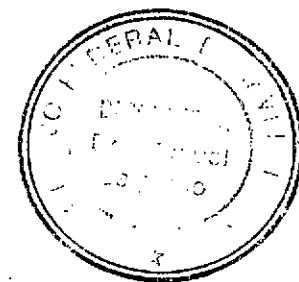
En caso afirmativo, citelos _____

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES

Cuales son su principales mercados externos ? Mencionalos por orden de importancia, segun las operaciones realizadas en 1990.

PAISES	PORCENTAJE SOBRE VALOR TOTAL

Que otros mercados considera que son importantes para sus productos ?



ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE PROVINCIA DE SAN LUIS

CONDICIONES DE VENTA CON QUE ESTA OPERANDO

- a. Contado ☐ b. Pago Anticipado ☐
c. Financiado ☐ _____ dias fecha de embarque.

INTRUMENTOS DE PAGO CON QUE ESTA OPERANDO

- a. Carta de Credito ☐ b. Cobranza ☐ c. Otros (*) ☐

(*) Especifique: _____

INTRUMENTOS CONTRACTUALES QUE UTILIZA

- a. Contrato de Compra-Venta Internacional ☐ b. Factura Pro-forma ☐ c. Telex-fax ☐
d. Nota Confirmacion ☐ e. No tiene definida ☐

(*) Si no tiene definida. Por que?: _____

DOCUMENTOS COMERCIALES QUE UTILIZA

- a. Certificado de Origen ☐ ALADI ☐ Sist. de Preferencia Generalizada ☐
b. Certificado de Calidad ☐
c. Certificado Sanitario ☐ FITOSANITARIO ☐
d. Factura ☐
e. Guia Aerea ☐
f. Carta de Porte ☐
g. Lista de Empaque ☐
h. Conocimiento de Embarque ☐
i. Romaneo ☐
j. Otros (*) ☐ (*) Especifique: _____

ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE

PROVINCIA DE SAN LUIS

ENVASE Y EMBALAJE

	TIPO DE ENVASE	UNIDADES	TIPO DE EMBALAJE	UNID. DE ENVASES CONT. POR EMBALAJ.
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				