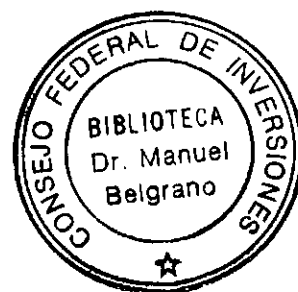
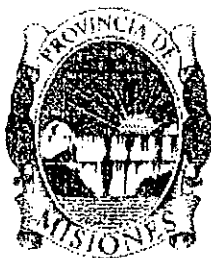


O/0.322(2)

N112

44120

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MISIONES



Programa de:
**DESARROLLO DE LA
PRODUCCIÓN EXPORTABLE
DE UNA MICROREGION DE MISIONES**

INFORME FINAL

Contrato de Obra Exp. N° 5495

Exp. Contratado: Ing. Jorge Armando Maidana

Agosto de 2003

Representante Titular en la Provincia de Misiones del Consejo Federal de
Inversiones:

Ministro-Secretario de Estado General y de Coordinación de Gabinete:
Ing. LUIS JACOBO

Secretario General del Consejo Federal de Inversiones:

Ing. JUAN JOSE CIACERA

PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN EXPORTABLE DE UNA MICROREGION DE MISIONES

INTRODUCCIÓN

Consideraciones preliminares

En los últimos años asistimos en el país a la verificación de una tendencia de la unificación de esfuerzos de las pequeñas unidades económicas y políticas para superar las dificultades que tienen por su propia conformación. Sin embargo este proceso es lento y lleno de dificultades en primer lugar por la arraigada cultura individualista y en segundo lugar por la falta de mecanismos de incentivo a estas uniones y marco legal adecuado a las nuevas conformaciones.

Actualmente desde el Poder público nacional se ha producido una verdadera concientización en lo referente a estimular los procesos asociativos sea los provenientes del sector público (especialmente para el caso de acciones municipales) o del sector privado (alentándose la conformación de grupos asociativos de pequeñas empresas). En este cambio evidentemente ha influido el componente de los programas internacionales de apoyo al desarrollo hecho que también se plasmó en la recepción constitucional del concepto de "región" incorporado en la reforma de la Constitución del año 1994.

En la provincia de Misiones se insinuó en estos últimos años esta tendencia y desde el gobierno provincial se apoyó un incipiente movimiento asociativo de pequeños Municipios que además innovaban en sus propósitos de contribuir al desarrollo local fomentando la diversificación productiva.

El grado de asociatividad alcanzado por esta aglomeración de Municipios estaba resumido y evidenciado por las múltiples reuniones de los intendentes de esos Municipios y una acción piloto de diversificación productiva orientada a la piscicultura.

El cambio de la política cambiaria abrió la posibilidad de las pequeñas empresas de la Microregión para internacionalizar sus negocios y la idea de la necesidad de consolidar el proceso asociativo de los Municipios mediante la realización de acciones orientadas a apoyar este proceso de internacionalización. Había un antecedente concreto: la producción exportable de te de esa Microregión.

El propósito de insertar la producción en el mercado externo supone la mejora sustancial de la calidad de productos y procesos y acciones de mediano y largo plazo que traccionarían los esfuerzos asociativos.

Teniendo en cuenta las acciones provinciales realizadas con Rusia y España en forma preponderante en lo que se refiere a la vinculación internacional de la provincia, se inició la presente investigación con una doble finalidad: a) Consolidar la oferta exportable de la Microregión con vista a esos mercado abriendo la posibilidad de obtener resultados a corto plazo en exportaciones puntuales y b) definir un programa de actividades tendientes a lograr la inserción en esos mercados a partir de un diagnóstico de posibilidades de vinculación, lo que suponía acciones de mediano y largo plazo.

Marco institucional de una Microregión de Municipios para desarrollar acciones en el mercado internacional

A partir de la sanción de la reforma de 1.994 de la Constitución, quedó explicitado el rol de las provincias en las relaciones internacionales: textualmente el art. 124 establece “Las provincias ... podrán también celebrar convenios internacionales en tanto no sean

incompatibles con la política exterior de la Nación y no afecten las facultades delegadas al Gobierno federal o el crédito público de la Nación; con conocimiento del Congreso Nacional..."; en tanto que el art. 116 de la Constitución Provincial, establece que el Poder Ejecutivo es desempeñado por el gobernador en carácter de jefe de la Administración y representa a la Provincia en sus relaciones con los Poderes Públicos de la Nación y con las demás Provincias pero no hace mención a las relaciones internacionales; mientras que el art. 161, reconoce la autonomía política, económica y financiera de los Municipios, ejerciendo sus funciones con independencia de todo otro poder; el art. 170 establece que solamente los municipios de 1º categoría pueden dictarse sus respectivas cartas orgánicas por lo tanto, los municipios que integran la Microregión, al pertenecer a 2º y 3º categorías se rigen por la ley orgánica de las municipalidades N° 257 y sus modificatorias así es que, las relaciones internacionales se traducen en acciones puntuales realizadas por sus intendentes. Por consiguiente, la Constitución Provincial, al igual que la Ley N° 257 y sus modificatorias no establecen expresamente las relaciones internacionales de los Municipios, tal como lo contempla la Constitucional Nacional para las Provincias; sin embargo de la misma se puede inferir que, también los Municipios podrán celebrar convenios internacionales en tanto y en cuanto no se contrapongan a la política nacional y provincial en la materia; se aprecia en este punto un vacío legal que quedó expuesto en un caso concreto protagonizado por la mayoría de los intendentes de algunos Municipios de Misiones con la exportación de yerba a Medio Oriente. Los intendentes habían avanzado con un convenio de colaboración con Israel que se concretaba en un intercambio de tecnología por productos; ello generó la crítica de la mayoría de los exportadores que habían ganado el mercado Sirio y que se contraponía expresamente a este convenio y que quedó reflejado en noticias y comentarios en medios gráficos locales. Respecto al grado de institucionalidad adquirido por la Microregión con miras a su relacionamiento con el exterior, al igual que el acuerdo mutuo entre las partes firmantes a

desarrollar actividades conjuntas y su voluntad de participar en futuros planes comunes a través de los organismos del sector público y de las organizaciones del sector privado, tendientes a promover y fomentar proyecto e investigación y desarrollo de las comunidades de la región con un criterio de aprovechamiento integral de su potencialidad territorial quedó consignada en un **Convenio Marco de Cooperación y Asistencia Recíproca** suscripto el 30 de agosto de 2002 entre la Provincia de Misiones y los Municipios integrantes, dicho convenio incluye como anexo el **Acta de Acuerdo Intermunicipal**, signada por los intendentes municipales intervinientes, en Campo Viera el 8 de marzo de 2002, en la misma se explicitan los objetivos de la Microregión.

Con fecha 16 de mayo de 2002, La Cámara de Representante de la Provincia sanciona la **Declaración Nro. 17-202/03** que declara de **Interés Provincial** la suscripción del Proyecto de Desarrollo de la Microregión.

Con fecha 23 de mayo de 2002 el Honorable Concejo Deliberante de Campo Viera, sanciona la **Ordenanza Nro. 04/02** que declara de **Interés Público Municipal** la creación de la Microregión; ratifica el Acta Constitutiva suscripta entre los Municipios adheridos y Autoriza al Intendente Local a emprender todas las acciones requeridas para el normal desarrollo de la misma.

Con fecha 22 de febrero de 2003 se firma el **Primer Acta de Colaboración e Integración entre la Microregión Misiones y la Microregión Do Grande Santa Rosa del Estado Río Grande Do Sul, Brasil**, compuesto por veinte municipios. En dicha acta se deja plasmado un conjunto de objetivos y compromiso de colaboración y trabajo mancomunado en beneficio de las poblaciones de los pueblos que lo integran, con una visión real y compartida sobre el desarrollo de las Microregiones elegidas.

Actualmente se halla en proceso de aprobación un proyecto de ley para crear un ente autárquico intermunicipal.

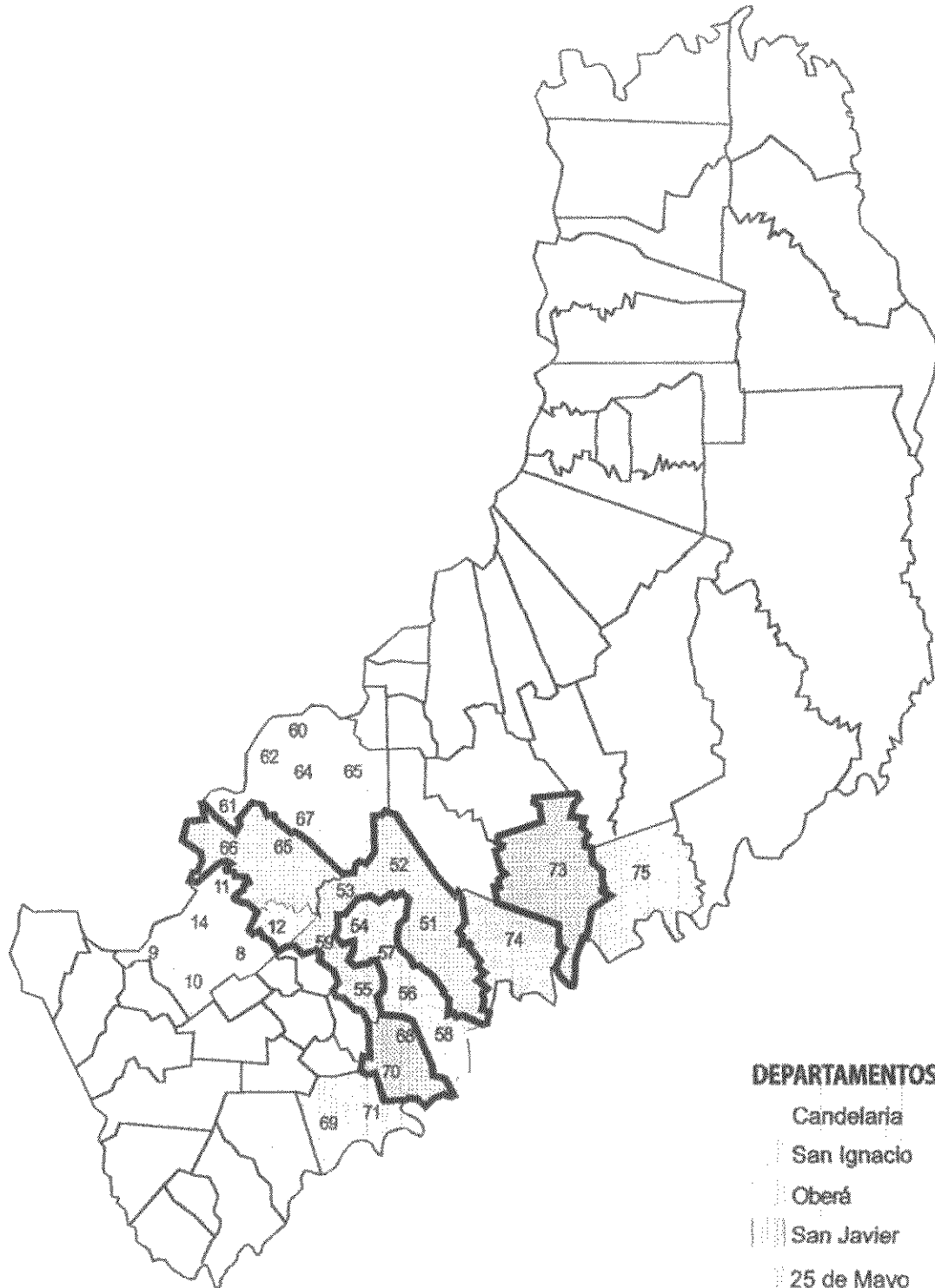
Cuadro de municipios integrantes, categoría y kms.

Municipios	Categ	Km2	Muni/Dpto	Dptos	Km2 Dptos	Muni/Mnes	
12	Mártires	2º	100	11,43%	Candelaria	875	0,34%
51	Campo Ramón	2º	421	26,00%	Oberá	1.619	1,41%
52	Campo Viera	2º	215	13,28%	Oberá		0,72%
53	Col. Alberdi	3º (*)	152	9,39%	Oberá		0,51%
55	Guarani	2º	112	6,92%	Oberá		0,38%
59	San Martín	2º	104	6,42%	Oberá		0,35%
63	Gdor. Roca	2º	242	15,05%	San Ignacio		1.608
66	San Ignacio	2º	347	21,58%	San Ignacio	535	1,16%
68	F. Ameghino	3º (*)	107	20,00%	San Javier		0,36%
70	Mojón Grande	3º (*)	121	22,62%	San Javier		0,41%
73	25 de Mayo	2º	691	42,16%	25 de Mayo	1.639	2,32%
			2.612			6.276	8,76%
						29.801	

Mnes. Sup. Total

(*) Según ley 3848, estos Municipios también son de segunda categoría

Microregión Misiones



Localización geográfica

La Microregión está comprendida por 11 pequeños Municipios, 8 de segunda categoría y 3 de tercera, con una superficie total de 2.612 km², que representa el 41.62 % de la superficie total de los cinco Departamentos en las que se localizan, que en su conjunto totalizan 6.276 km² conformando el 8.76 % de la superficie total de Misiones. Estos Departamentos se ubican en la zona centro-sur de la Provincia, tres de los cuales (San Javier, Oberá y 25 de Mayo) sobre las márgenes de Río Uruguay, límite natural con la República del Brasil y dos municipios (Candelaria y San Ignacio) sobre las márgenes del Río Paraná, límite natural con la República del Paraguay.

Cuencas Hidrográficas

Sobre el Río Paraná, se localiza la subcuenca P10 Yabebiry, de singular importancia por su caudal central y por la gran cantidad de pequeños afluentes que favorecen a los municipios de Mártires, San Ignacio y Gdor Roca, aunque en este último, también existe cursos de agua que integran la subcuenca del Ñacanguazú. Sobre el Río Uruguay, en los departamentos de San Javier, Oberá y 25 de Mayo, se localizan las subcuencas: U25 Portera, U24 Guerrero, U23 Alipio, U10 Once vueltas, U22 Alférez, U21 Segredo, U9 Ramón, U8 Acaraguá, U7 Alegre, U6 Pindaití, U5 Saltito, U20 Dorado y U19 Torariro; todas estas favorecen a los restantes municipios de la Microregión. A los efectos de una mejor comprensión, se debe acotar que en toda la Provincia existen 27 subcuencas correspondiente a la cuenca del Paraná, 27 subcuencas que pertenecen a la cuenca del Río Uruguay y 8 subcuencas corresponden a la cuenca del Iguazú.

Unidades Ecológicas y Regiones Naturales

Los municipios de San Ignacio y Gobernador Roca se hallan comprendidas por las unidades ecológicas: IV unidad costera de la vertiente del Paraná y V serranía baja; los municipios que integran el departamento de Oberá, es decir, Campo Ramón, Campo Viera, Colonia Alberdi, Guarani y San Martín se encuentran en la unidad ecológica VI unidad de la meseta central; el municipio de Mártires pertenece a la unidad ecológica III unidad de transición y los municipios de Florentino Ameghino, Mojón Grande del departamento de San Javier y el municipio de 25 de Mayo del departamento homónimo corresponde a la unidad ecológica VII sierras de la vertiente sur del Uruguay.

Los municipios de Mártires y San Martín se encuentran incluidos en la región natural **Relieve fuertemente ondulado a colinado o premontañosa** que se caracteriza por presentar lomas con pendientes de hasta 20 %, con suelos de evolución intermedia, ubicados en lomas y sectores coluviales, profundos a moderadamente profundos, de buena fertilidad natural asociado a suelos poco evolucionados en los sectores escarpados. La vegetación natural pertenece a la selva subtropical, muy degradada por acción antrópica. El uso principal de la tierra es el cultivo del tabaco como cultivo de renta y para productos de subsistencia.

Los municipios de Gobernador Roca y San Ignacio están ubicados en la región natural del **Pediplano parcialmente disectado** que ocupa una franja casi continua a lo largo del valle de Río Paraná, aquí predominan relieve ondulado con lomas bien definidas con inclusiones de áreas escarpadas inclinadas hacia vías de agua conformando un paisaje estabilizado, debido a un proceso de fluviopediplanación, predominan lomas con pendientes mayores al 5 % (entre 5 – 10 %), suelos rojos profundos, arcillosos de fertilidad media. La vegetación natural es la selva subtropical de lauráceos, muy degradados por acción antrópica, con especies leñosas como laurel negro (*Pectandra membranácea*), laurel amarillo (*Ocotea suaveolens*), laurel (*Nectandra saligna*), etc. En San Ignacio se encuentran lomas con suelo poco evolucionados,

con vegetación de pseudoestepa de espartillo (*Elionurus neiticus*) sobre lomas con arenisca que se utilizan en cultivos perennes como yerba mate, tung y forestales con pinos (*Pinus elliotti*, taeda, etc.) y en Gobernador Roca para el cultivo de la mandioca para industria.

Los municipios de Alberdi, Campo Ramón, Campo Viera y Guarani se encuentran en la región natural **Meseta central preservada** comprende el dorso de la provincia, el paisaje predominante es de planicie de relieve ondulado de 5 – 9 %, con discontinuidades debido a fallas que determinan un escalonamiento con altitudes crecientes desde los 300 metros en Alem a 350 metros en Campo Viera. Predominan los suelos rojos profundo, arcillosos que definen su buena aptitud para cultivos perennes. La vegetación nativa, degradada por acción del hombre, responde a la selva subtropical, con especies nativas como la grapia (*Spuleia leiocampa*), cañafistula (*Peltophorum dubium*), guaica (*Ocotea puberula*), etc. Estas tierras se destinan a la producción de cultivo perennes como té, yerba mate, tung y forestales.

Los municipios de Florentino Ameghino y Mojón Grande se encuentran en la región natural de **Relieve montañoso fuertemente disectado** y parte correspondiente a las **Estribaciones de la meseta preservada**; la primera presenta relieve escarpado e inclinado, causado en parte por disectación de la meseta central preservada con geoforma típicas con cerros, con predominio de suelo someros a moderadamente profundos, pedregosos y/o rocosos, que se extienden sobre laderas de los cerros. Esta región muestra arroyos que corren confinados en valles profundos sin deposición aluvial definida. La vegetación es la típica de la provincia, selva subtropical degradada por acción antropica con especies como: loro blanco (*Bastardiopsis densiflora*), laureles (*Pectandra* SP), etc. Estos bosques se asocian a capueras, que se define como la regeneración después de algunos años de explotación de las tierras por diversas especies arbóreas como laureles, ambay chico, etc. y tacuarales de tacuapí y tacuarembó en el soto bosque. El uso actual de estas tierras es la explotación de las especies maderables nativas, los cultivos anuales como tabaco, de subsistencias y en menor medida los

forestales. En la parte correspondiente a la Estribaciones de la Meseta Preservada, con relieve ondulado a inclinado en las escarpas, presenta suelos con espesor variable y fertilidad media.

El municipio de 25 de Mayo, corresponde las siguientes regiones naturales: parte a la **Meseta Central Preservada** con relieve montañoso fuertemente disectado e inclusiones de la región con relieve fuertemente ondulado a colinado. En este municipio el uso principal de las tierras se destina a los cultivos perennes, como yerba mate y té; plantaciones anuales como tabaco; de autoconsumo como maíz, poroto, mandioca; forestales y la explotación del monte nativo.

Características Sociales

De acuerdo a datos preliminares del Censo de Población del 2001, la Microregión cuenta con 63.788 habitantes que representa el 6.61 % sobre el total de población de la Provincia (965.522 habitantes) lo que implica una densidad poblacional de 24.42 habitante por km², casi un 8 % menos que la densidad poblacional de toda la provincia que asciende a 32.4 habitantes por km².

El índice de masculinidad para la Provincia de Misiones es de 100.65 % lo que representa 100.65 varones por cada 100 mujeres, mientras que para la Microregión este índice es de 107.70 %, o sea que indica 107.7 varones por cada 100 mujeres e implica un 7 % por encima del índice provincial.

La tasa de crecimiento demográfico del periodo 1.991 – 2001 para toda la Provincia fue de 22.39 %, mientras que para la Microregión fue del 14 % lo que implica un menor crecimiento del orden del 37.49 % con respecto al primero, en principio esto podría deberse al fuerte movimiento migratorio producido fundamentalmente hacia la capital provincial.

La Microregión presenta situaciones similares y en mucho caso peor al resto de la provincia con respecto a los principales indicadores sociales, con N.B.I superior al 40 %, con cobertura de salud de solamente el 35.80 % (22.833 personas) sobre el total de la población lo que implica que está por debajo en un 15.11 % sobre el porcentaje que tienen cobertura de salud

en toda la provincia (407.123 personas, que representa el 42.17 % sobre la población total provincial); registra 22 comedores escolares y 37 comedores comunitarios; se aprecia fuerte déficit habitacional y una proporción importante de viviendas que no cuentan con provisión de agua por cañería al interior, no disponen de retrete con descarga de agua, tienen piso de tierra u otro material precario, no disponen de conexión eléctrica ni mucho menos cloacas y más de la mitad usan leñas como combustibles con un porcentaje de población rural que sobrepasa el 40 %, en el régimen de tenencia de la tierra se observa situaciones irregulares en un porcentaje cercano a los 30 % (estos guarismo se ha obtenido por consulto a los responsables de cada municipio ya que en la actualidad aún no están disponibles los datos relevados en el último censo).

Con respecto a la pirámide poblacional para la Microregión es dable observar que presenta una elevada tasa de jóvenes con un 38.21 % de la población con menos de 14 años, 12.95 % entre 14 y 19 años, 25.02 % con edades entre 20 y 39 años, es decir que más de un tercio de la población están por debajo de los 40 años y solamente el 5.47 % superan los 65 años. La cantidad de estudiante registra un total de 17.656 alumnos que representa un 27.68 % de la población total de la Microregión, distribuida de la siguiente forma:

Estructura Educativa	Establecimiento	Alumno
Escuelas inicial públicas	57	1.653
Escuelas primarias públicas	107	14.027
Escuelas secundarias públicas	16	1.832
Escuela superior no universitario	1	144
Total	181	17.656

Fuente: INDEC, Informe preliminar. Censo Nacional de población y Vivienda de 2.001

Respecto de la orientación: las especialidades más frecuentes cursadas, en instituciones de educación formal, son el bachillerato y perito mercantil; en San Ignacio se localiza una escuela de la familia agrícola (E.F.A.) y en instituciones de educación no formal, las

especialidades más frecuentes cursadas por los alumnos son: ESA (Escuela Secundaria Abierta) dependiente del SIPTED; Institutos privados de enseñanza de computación, sin títulos oficiales y academia de dactilografía.

En tanto que los Jubilados y pensionados suman 1.503 personas, lo que hace un 2.36 % sobre la población total de la Microregión.

En el campo de la salud, la Microregión cuenta con 4 establecimientos asistenciales con internación, 23 sin internación y 7 clínicas privadas que en conjunto poseen capacidades para atender a más de cincuenta mil pacientes anualmente, 25 camas disponibles y atienden anualmente a más de 1.200 pacientes en internación con 29 Médicos residentes en la Microregión lo que implica un médico por cada 2.200 habitantes.

LA MICROREGIÓN DE MISIONES Y EL MERADO RUSO

I. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE PRODUCCIÓN DE LOS MUNICIPIOS EN FUNCIÓN DEL MERCADO DE RUSIA

La producción de Misiones está basada fundamentalmente en la agricultura y en bienes manufacturados provenientes de la agroindustria, comercializándose en su mayor parte en el resto del país y parte hacia el mercado externo con un flujo de intercambio generalmente desfavorable en razón de adquirir bienes finales (maquinarias, agroquímicos, bienes durables, etc.) a precios más alto que lo recibido por su producción agrícola y agroindustrial.

Del análisis del P.B.G. se puede inferir un crecimiento importante del mismo en los últimos años pasando los 3.500 millones de pesos, con una participación relativa en baja del sector primario del orden del 11 %, del sector secundario en un porcentaje cercano al 47 % y el sector terciario en constante aumento con guarismo del orden del 42 %. La agricultura y la

silvicultura son los rubros de mayor relevancia en el sector primario con valores de más del 55 % para el primero y más de 33 % para el segundo y dentro del primero los cultivos industriales integran algo más del 95%, mientras que en la silvicultura se aprecia un aumento sostenidos en monte implantado y forestación. En la gran división: Industria Manufacturera, los rubros más relevantes los conforman la yerba mate, láminas y terciados, pasta para papel y aserraderos que en conjunto participan en más del 67 % de la misma.

En tanto que en la Microregión, la distribución en las grandes divisiones responde aproximadamente a la siguiente estructura: Agricultura, silvicultura, ganadería y pesca, casi el 19 %; Industria, levemente superior al 20%; Electricidad, gas y agua y Servicios financieros, cada uno con porcentaje inferior al 1 %; Construcción, aproximadamente 5 y medio % mientras que Comercio sobrepasa el 19 %; Transporte, almacenamiento y comunicaciones, cercano al 4 %; y Servicios comunales y sociales, casi 23 %.

Respecto del sector agrario, el esquema productivo predominante por zona, en unidades económicas de 25 hectáreas, es el siguiente:

Zona de los municipios de San Ignacio y Gobernador Roca

• Yerba mate	6 ha.
• Té	2 ha.
• Forestal	2,5 ha.
• Tung	1 ha.
• Huerta	1,5 ha.
• Anuales	4,5 ha.
• Potrero	3,5 ha.
• Monte natural	4 ha.

En este sistema productivo predomina el yerbatero, complementado con otros cultivos perennes como el té, forestal y menor medida por tung; actividades de huerta y cultivos anuales como Maíz, Mandioca, Poroto, etc.; y la ganadería que se desarrolla con pocas

cabezas. La mayoría de las explotaciones son propiedades, poseen tracción mecánica típica de la actividad yerbatera, con empleo de mano de obra predominantemente familiar con ingreso bruto entre \$ 2.500 a \$ 5.000 anual.

Zona de los municipios de Mártires y San Martín, F. Ameghino y Mojón Grande

• Tabaco	2 ha.
• Huerta	1,5 ha.
• Anuales	3,5 ha.
• Forestal	3,5 ha.
• Monte natural	7 ha.
• Potrero	4,5 ha.
• Yerba Mate	3 ha.

El principal cultivo de renta lo constituye el tabaco. Es decir que es el más importante en la participación de los ingresos prediales, le siguen otras actividades como la yerba mate y forestal, la ganadería en menor medida y actividades de huerta y autoconsumo. El régimen de tenencia de la tierra es propiedad en su mayoría. Las actividades se desarrollan con la utilización de mano de obra familiar y a tracción a sangre con menor porcentaje de tractor e implementos con ingresos bruto predominante entre \$ 2.500 a \$ 5.000.

Zona de los municipios de Guarani, Campo Viera, Campo Ramón y Colonia Alberdi

• Té	6 ha.
• Yerba mate	3 ha.
• Tung	1 ha.
• Frutales	0,5 ha.
• Forestales	3,5 ha.
• Potrero	5 ha.
• Monte natural	3 ha.
• Anuales	2,5 ha.
• Huerta	0,5 ha.

El sistema productivo de esta zona se basa en los cultivos de té y yerba mate, dada la actitud del suelo, son los que proporciona la mayor proporción de ingreso predial, seguida por la actividad forestal, ganadería y plantaciones anuales y de huerta. El régimen de tenencia en su mayoría son propiedades con un porcentaje de alrededor del 15 % con permiso de ocupación. El grado de mecanización es alto, dado la actividad predominante (té), la tracción a sangre o mixto está presente en menor medida. Predomina la mano de obra exclusivamente o predominantemente familiar con muy bajo porcentaje de asalariado; los ingresos casi en un 76 % están por debajo de \$ 10.000 pero casi la mitad de los mismos es inferior a \$ 5.000, solamente un poco más del 20 % obtienen ingresos entre \$ 10.000 y \$ 25.000 y alrededor del 3 % únicamente superan los \$ 25.000. También es importante mencionar el desarrollo de actividades alternativas (no tradicional) que paulatinamente van adquiriendo relevancia, tales como: piscicultura, avicultura, cría de cerdo, citricultura, caña de azúcar, entre otras actividades.

Zona del municipio de 25 de Mayo

• Yerba mate	3 ha.
• Tabaco	2 ha.
• Forestales	2 ha.
• Huerta	2 ha.
• Frutales	1 ha.
• Potrero	3 ha.
• Monte natural	12 ha.

Prevalecen los sistemas productivos yerbatero–tabacalero y son los que proporcionan el principal ingreso predial y están definidos por la capacidad de uso de sus tierras. En el sistema yerbatero, la propiedad es la principal forma de tenencia, en este esquema, el 66 % posee tracción mecánica con predominio de mano de obra familiar y asalariada en algunas épocas del año. El ingreso bruto predial en esta zona es entre \$ 5.000 a.\$ 10.000.

Análisis Sectorial

Yerba Mate

En la Provincia de Misiones, la actividad primaria yerbatera consume la mayor proporción de tierra (alrededor del 50 %) de uso agrícola y se encuentra presente en todos los departamentos y en casi el 60 % de las chacras, absorbiendo aproximadamente el 20 % de la mano de obra rural. Respecto del área cultivada no existe uniformidad entre los distintos organismos que normalmente suministran los datos obtenidos por censo y por imagen satelital, oscilando entre aproximadamente 125.000 a 170.000 hectáreas cultivadas. Tanto los yerbales plantados en la década del 80, cuando todavía la actividad estaba regulada (aproximadamente 45.000 hectáreas) como las plantadas con posterioridad a la liberación total de la actividad (año 1991), se cultivaron con tecnologías mejoradas y expandiendo el cultivo hacia zonas nuevas, elevando significativamente el rendimiento promedio sobretodo en plantaciones de alta densidad por lo que la misma producción de yerba mate se puede lograr, en la actualidad, en menos de la mitad de la superficie requerida en década pasada. Respecto de la mecánica de funcionamiento del mercado de yerba mate, este involucra distintas instancias, se inicia por la venta de hoja verde que es la que involucra en forma directa a la mayor cantidad de actores ya que abarca a más de 70 % de los productores, más de 300 secaderos, acopiadores y en menor medida a los molinos. Este mercado se caracteriza por la falta de transparencia ya que no existe información oportuna y confiable sobre los precios transados en el mercado, información sobre áreas sembrada, producción y stock, (situación que se está tratando de revertir a través del Instituto de la Yerba Mate): el producto si bien es relativamente homogéneo puede tener distintos niveles de calidad según las condiciones de la hoja cosechada, la cantidad de palo, la utilización de agroquímicos, etc. La venta de hoja verde se encuentra atomizada entre alrededor de 16.000 productores, mientras que la compra se realiza por más de 300 secaderos, 200 acopiadores y algunos molinos: las posibilidades de entrar o

salir de la actividad no es muy sencilla en razón de que la remoción del yerbal es costosa y volver a producir yerba en nuevos cultivos requieren una espera de aproximadamente 4 años lo que genera un costo hundido considerable. La segunda instancia de comercialización consiste en la venta de yerba mate canchada que se realiza principalmente entre secaderos y molinos con las siguientes características: falta de transparencia por falta de información respecto de producción, stock y precios pagados en distintas zonas (situación que se está tratando de revertir a través del Instituto de la Yerba Mate); no existe estandarización del producto por calidad, tipo de secanza o estacionamiento que diferencie la calidad del producto; si bien el número de compradores como de vendedores son altos, la falta de transparencia no permite una negociación equitativa; la entrada en el negocio a través de un secadero o molino es relativamente fácil ya que no requiere de inversión importante, salvo cuando se trata de lograr venta a gran escala en todo el ámbito nacional por la necesidad de inversión en publicidad. La tercera instancia de transacción es la yerba mate molida que se realiza entre molinos, distribuidores y supermercado, se caracteriza por la existencia de una gran cantidad de marca observándose fuerte diferenciación por marca y segmento de mercado, en cuanto al poder de negociación, tradicionalmente era el sector molinero el que tenía mayor poder de negociación dentro de la cadena de producción y quien coordinaba la misma, en los últimos años, los hipermercado y los supermercados están ganando participación como canal de venta por su gran poder de concentración de los consumidores; la posibilidad de entrada esta dada por el conocimiento de las cadenas de comercialización y la escala que se quiere lograr. Con respecto a la demanda de yerba mate, un estudio econométrico realizado por el Lic. Miguel A. Freaza ha determinado que:

1. La demanda es inelástica
2. No tiene sustitutos cercanos
3. Presenta una elasticidad – ingreso ligeramente negativa

Lo que quiere decir que un aumento en el consumo no depende tanto de una reducción en el precio ni en el incremento de los ingresos medios de la población y que los precios del té o del café no incide significativamente, pero a pesar de esto se observa un aumento del consumo per-cápita en los últimos años que podría deberse a la mayor promoción, publicidad y mejor presentación del producto.

Exportaciones de Yerba Mate

Las exportaciones de yerba mate ha tenido un ritmo creciente en los últimos años con un pico máximo en el año 1995 por un valor superior a los 30 millones de dólares y más de 28 millones en el año 1996, debido fundamentalmente a las ventas a Brasil, que en ese año paso a ser el principal comprador con el 44 % desplazando a Siria que en el año 1990 había comprado más de la mitad de la venta externa de yerba (50.3%) y que para el año 1996 solo representó un 25 % del total, sin embargo y fundamentalmente como consecuencia del deterioro del tipo de cambio a partir del año 1997 se observa una paulatina disminución en los valores exportados totalizando para el 2001 solamente 18.476.000 dólares por 32.436 toneladas, ocupando nuevamente el primer lugar, Siria con 12.841 toneladas (40 %), seguido por Brasil con 11.988 toneladas (37 %), seguido por Uruguay con 3.577 toneladas (11%), Chile con 1.508 toneladas (5 %), Líbano 1.078 toneladas (3 %) y luego por Bolivia, Estados Unidos y otros, que en conjunto han comprado 1.444 toneladas (4 %).

En la Microregión existen aproximadamente 15.000 hectáreas de plantaciones de yerba mate, con una producción anual aproximado de 80.000 toneladas con más de 1.700 productores; operan 20 secaderos la mayoría de pequeño porte con una producción media de 4.000 cada uno y 7 molinos que en conjunto elaboran aproximadamente 30 % de la producción y el resto son molida y envasada en industrias ubicadas en municipios extraregión (Obera – Apóstoles – Virasoro) las que son comercializadas, en mayor parte, en el mercado interno y exportan en una pequeña proporción.

Té

La producción de Hoja Seca de Té, en toda la Provincia alcanza aproximadamente 45.000 toneladas de hoja seca anual, con una utilización aproximada a los 41.000 has, equivalente al 23 % del total de superficie cultivada de la provincia, con un 40 % de explotaciones de menos de 5 has., y más del 23 % de explotaciones con superficie de entre 5 y 10 has., lo que le otorga un carácter minifundista a la actividad. Los dos departamentos que más concentran esta actividad son Oberá y Cainguás con más del 64 % de la superficie total cultivada. Los rendimientos medios oscilan por encima de los 1.500 Kg/ha., con una tendencia en aumentos debido, entre otras razones a la mayor disponibilidad y menores costos relativos de los agroquímicos y la mejor disponibilidad de caminos pavimentados.

Existen seis tipos principales de té: blanco, verde, Oolong, negro, aromatizado y prensado, y múltiples variedades dentro de cada categoría (más de 3.000 té en todo el mundo) que surgen de los diferentes métodos de elaboración de la planta. *Té blanco*, se produce en China y Sri Lanka en pequeña escala recolectándose las yemas antes de que se abran, se dejan marchitar para que se evapore la humedad natural y a continuación se desecan, obteniéndose una infusión de color pajizo muy pálido. *Té verde* sin fermentar, una vez secados las hojas se le aplica un tratamiento de calor para detener la fermentación que provoca la descomposición de la hoja. *Té Oolong*, semifementado que se elabora principalmente en China y en Taiwán. *Té negro*, el proceso incluye cuatro pasos básicos: *marchitamiento* que le otorga flexibilidad a la hoja; *enrollado* que le permite romper las células y facilitar las reacciones químicas de la fermentación; *fermentación* que es la que la transforma verdaderamente y lo convierte en té negro; y *secado* que detiene la fermentación en el momento deseado; existen múltiples métodos y variedades que difieren según la región productora, con el método tradicional se obtiene partícula más gruesas, con el método CTC (triturar, cortar, enrollar) las hojas quedan

más desmenuzadas, ideal para las bolsitas de té por ser la infusión más rápida y fuerte. *Té aromatizado*, se obtiene a través de mezcla con aromas adicionales antes del envasado.

Graduación del té, una vez secado, las hojas pasan por tamices de diferentes tamaños que las clasifican en distintos grados, según su aspecto y tamaño, y no en la calidad o en el sabor, si bien los grados más finos coinciden casi inevitablemente con la mejor calidad. Las dos divisiones principales están formadas por el *té de hojas enteras (leaf)* y el *té de hojas rotas (broken)*; la fuerza, el sabor y el color de la infusión depende del tamaño de la hoja, cuando mayor es la hoja, menor es el ritmo de infusión y viceversa. *Terminología de graduación*, se refiere al tamaño de la hoja, de ahí que diferentes grados del mismo té presenten la misma calidad y sólo se distinguen por la mayor rapidez de infusión de las hojas pequeñas.

Clasificación:

1. Hoja entera grande

- FOP: Flowery Orange Pekoe (Té elaborado con la yema y la primera hoja de cada brote)
- OP: Orange Pekoe (hojas largas y puntiagudas, más grandes que el FOP, recolectadas cuando las yemas terminales se abren para convertirse en hojas)
- GFOP: FOP con golden tips (puntas doradas de las yemas)
- TGFOP: FOP con alta proporción de golden tips
- FTGFOP: FOP de calidad excepcional
- SFTGFOP: el mejor FOP

2. Hoja entera pequeña

- FP: Flowery Pekoe (enrollado en forma de bola)
- P: Pekoe (hoja más cortas y menos finas que el OP)

3. Hoja rota grande (B: Broken)

- FBOP
4. Hoja rota pequeña
 - GFBOP
 - GBOP
 - BOP
 - BP
 5. Fanning (tamizado más fino)
 - BOPF
 - OF
 6. Dust (tamizado más fino)
 - PD

Una vez concluido el proceso de fabricación, se envasan y comercializan como:

1. *Tés puros*, que son los grandes té, de excelente calidad, que adoptan el nombre de la plantación.
2. *Tés mezclas*, que son las mezclas de té puros con otras plantaciones, países o áreas de producción, para mantener idéntico el sabor, debido a que cada plantación al igual que el vino, pueden variar de sabor y calidad de un año a otro.

Exportaciones de Té

El mercado relevante de este producto es el mercado mundial, donde se dirige el 95 % de la producción, clasificado fundamentalmente en dos tipos de té. Uno de ellos denominado main grade, que se utiliza para mezcla de té que se comercializan en los mercados de países más desarrollados y sin mezclas en otros mercados de consumo; el otro tipo de calidad que se exporta es denominado off grade de baja calidad orientado sobretodo para la fabricación de té soluble y que ha tenido un crecimiento considerable debido a que el té que ofrece nuestra provincia se adapta más a esta demanda, tanto en términos de calidad (por su color,

transparencia y acidez) como de procesos productivos, lo que podría estar indicando la existencia de un nicho de mercado con un producto diferenciado que le permitiría dejar de ser un commodity para ser un producto distinto.

En la Microregión se produce aproximadamente 26.000 toneladas de té del tipo main grade, que involucra a casi 700 productores, y cubre una superficie cercana a las 5.500 hectáreas y en ella se localiza uno de los municipios con mayor superficie de este cultivo con aproximadamente 17.300 toneladas anual de producción, siendo los principales secaderos, los siguientes: HO-FE S.R.L.; Skowrom, Roberto; Lewtak, Ladislao; Holc, Mario; Rogacewski, Layo; Emprendimiento Exportador Agroforestal S.A. (EXA S.A.); Lewtac, Julio Rubén; Mielinsuk, Jarowslao; Don Basilio S.R.L.; Velásquez, Raúl; El Bonsái; Rekis, Esteban; Kwasko, Pedro; Rogacewski, León; Casa Fuentes S.A. (tipificación y depósito); Ceticom S.R.L.; Walgner, Gerardo; Gabrowski, Marcelo; El Vasco (tipificación y depósito); y las empresas que exportan en forma directa, con domicilios en la Microregión son: Don Basilio S.R.L.; Ceticom S.R.L.; Emprendimiento Exportador Agroforestal S.A. (EXA S.A.); Wualker Hnos. S.A., mientras que Casa Fuente y El Vasco tienen sus casas centrales en Jardín América y Oberá, respectivamente y desde allí efectúan el proceso final y la comercialización.

Tabaco

Se cultiva en 7 provincias, pero en Misiones, Salta y Jujuy se concentran más del 80 % de las plantaciones. Los tipos Virginia y Burley son los más importantes con alrededor del 90 % del total, también se plantan los tipos Kentucky, criollo misionero, salteño y correntino. El valor bruto del tabaco en el sector primario alcanza aproximadamente 300 millones de pesos. Misiones, con cerca del 30 % promedio del total producido, es la principal productora del tipo Burley (rubio). La producción en la provincia sobrepasa los 30.000 tn., y es netamente familiar con una superficie media cultivada de 1 ha., por productor, generalmente se complementa con otros cultivos, como la yerba, té, forestación y productos anuales y de

autoconsumo, aunque también existen como única actividad agrícola productiva. Las empresas acopiadoras son las que determinan las decisiones productivas proporcionándole al productor todas las indicaciones necesarias con entrega de insumos y materiales para la plantación y cosecha. El precio es concertado entre los productores, empresas acopiadoras y el gobierno y se forma por el valor de acopio, por una parte y por un sobreprecio abonado por el Fondo Especial del Tabaco (FET).

Exportaciones de Tabaco

Sendo la demanda interna del tabaco relativamente estable, la expansión del cultivo depende de la exportación. El tabaco Burley misionero es de muy buena calidad. Observándose un sostenido aumento en los niveles de exportación en los últimos años, con valores superiores a los 50 millones de dólares en los años 1.999 y 2001; en este año el volumen total exportado alcanzó 22.653 toneladas siendo el principal destino, Estados Unidos con 8.017 toneladas (35 %), seguido por Paraguay con 4.049 toneladas (18 %), Alemania con 2.333 toneladas (10 %), Bélgica con 2.240 toneladas (10 %), Turquía con 1.333 toneladas (6 %), Bélgica con 1.240 toneladas (5 %) y otros por 3.441 toneladas (15 %) incluyendo países tales como Uruguay, Japón, y otros de América y Europa.

En la Microregión, existen aproximadamente 160 productores que producen cerca de 1.200 toneladas, en una superficie aproximada de 856 hectáreas en las condiciones comentadas por lo que las exportaciones solamente serían en forma indirectas, a través de los acopiadores que entregan finalmente el producto a empresas multinacionales con domicilios en municipios cercanos.

Silvicultura

El sector silvícola creció significativamente en la década del 90, ya que se observa un aumento de más que el doble comparando los valores de 1.991 con respecto a 1.999, siendo el motor de ese crecimiento el rubro monte implantado, seguido por forestación, esto se justifica

en la implementación del Plan Nacional de Promoción a las forestaciones que fueron recuperado a partir de 1992 y que incorpora a pequeños productores en la actividad de plantación de bosque cultivado. El rubro monte nativo, en el mismo periodo, permaneció bastante estable, en término absoluto, aunque perdió peso relativo, debido, por un lado a la escasez de esta materia prima y por otro lado, como consecuencia de la política del gobierno provincial que a través del Ministerio de Ecología y Recursos Naturales Renovable (MEyRNR) trata de alcanzar un aprovechamiento sustentable del bosque nativo remanente. Se observa también, un incremento en la compra de tierras para forestación y adquisiciones de forestaciones por parte de las grandes empresas intensificándose la tendencia hacia la integración vertical de las foresto-industrias.

El sector industrial de la madera

Del análisis de este sector surge que los aserraderos incrementaron su peso relativo en la gran división “Industria Manufacturera”, y la década del 90 se caracterizó por la reinversión tecnológica, con mejoramiento en tecnología, tales como secadero, chiperas y descortezadora y la reconversión industrial, pasando de industria de primera transformación mecánica (Aserraje: tabla y tirantería) hacia una segunda transformación de remanufacturado de madera, como Machimbres, Molduras, Tableros Alistonados y Vigas Multilaminados. Las Fábricas de Láminas y Terciado bajaron su participación por no poder competir internacionalmente, en especial con el Brasil, debido fundamentalmente al tipo de cambio, situación que comenzó a revertirse a partir de la salida de la Convertibilidad.

De acuerdo al último censo industrial, existen 634 aserraderos en actividad, de las cuales 129 son aserraderos de monte nativo, 223 de monte implantado y 282 aserraderos de explotación mixtas, 96 industrias de remanufactura, 16 debobinadora, 15 faqueadora y 71 fabricas diversa, como: fabrica de cabo de escoba, Machimbradora, molduras, Carpinterías, fabricas de casas prefabricadas, fábrica de terciado, torneado de madera, laminadora, chipeadoras, secaderos,

etc. cuyo volumen de producción en M3 es de aproximadamente 300.000 mensual de materia prima proveniente de monte implantado y algo más de 60.000 m3 mensual de materia prima de monte nativos

Exportaciones del sector industrial

Respecto de las exportaciones, el rubro más importante lo constituye la Pasta Celulósica con destino a Francia, Japón, Brasil y Bélgica; Muebles y parte de muebles, a Italia, USA y Brasil, en cantidades poco significativa; en los últimos años, también han incursionados en los mercados externos, las empresas de la industria maderera y donde se observa mayor dinamismo es en las industrias dedicadas a la remanufacturación en forma de finger, blanks, blocks, etc. con destino, fundamentalmente a USA, Brasil, Italia, Corea y en los últimos tiempo a Japón.

En cuanto a la Microregión y de acuerdo a lo relevado, existen aproximadamente 400 productores que se dedican a la forestación con una superficie implantada del orden de las 16.000 hectáreas; 83 industrias que procesan la madera, 77 en actividad de los cuales 8 son aserraderos que elabora materia prima de monte nativo, 29 de monte implantado y 38 mixtos, 4 industrias que remanufacturan y un conjunto de otras industrias como ser: secadero, machimbradora, carpintería, etc. alcanzando en conjunto un volumen mensual aproximado de producción de 12.000 en M3I, cuya distribución por municipios, es el siguiente: Mártires 1, Campo Ramón 15, Campo Viera 16, Colonia Alberdi 5, Guarani 12, San Martín 2, Gobernador Roca 2, San Ignacio 7, Florentino Ameghino 6, Mojón Grande 3, y 25 de Mayo 14. En general son de pequeño porte, con bajo nivel de inversión y producen maderas aserradas para el mercado interno, solamente en el municipio de San Ignacio se localiza una industria de mediano tamaño que actualmente está exportando con destino a USA y México; no existen fábricas de Laminas, Terciados ni Muebles a escala industrial y solo se observa pequeñas carpinterías para atender las demandas locales.

Ganadería

En Misiones, la ganadería representa sólo el 1 % del producto bruto primario, pero con una tendencia positiva en los últimos años justificada en la erradicación de la Fiebre Aftosa; la incorporación de animales genéticamente superiores de origen Indico y sus cruzas con razas Británicas, logrando rodeos de gran rusticidad y adaptabilidad al medio subtropical con excelente calidad de carnes; incorporación de pasturas subtropicales, elevando la oferta de alimento para el ganado; instalación de industrias frigoríficas con infraestructura para la exportación; nuevo sistemas foresto-ganadero, que permite el cultivo en forma asociada de árboles y pastura para el ganado en tierras ociosas e improductivas y que permite recuperar y mantener la fertilidad de los suelos, utilizando prácticas de cultivo de los productores locales con rotación agrícola en los primeros años, logrando producciones ecológicamente sustentables, productores con mayor competitividad y mejor posicionamiento en mercado exigente y una mayor rentabilidad por unidad de superficie. La población bovina es de aproximadamente 250.000 cabezas, pertenecientes a casi 15.000 productores, distribuido muy irregularmente, donde los extremos indican que existen cerca de 14.000 predios con una población de 1 a 50 cabezas y solamente 12 predios con una población superior a 1.000 cabezas, esta realidad sumada a que en muchos sectores esta actividad no es encarada con sentido comercial, va cambiando lentamente por acciones desde el sector privado y desde la esfera oficial que buscan desarrollar eficientemente esta actividad, con la introducción de animales para invernada de calidad superior, como así también materiales básicos para alambrados, pasturas, suplementos alimentarios, productos veterinarios y asesoramiento técnico permanente. También es importante tener en cuenta que Misiones es “importadora” de aproximadamente 150.000 cabezas por año de otras regiones del país con una contribución de solamente 30.000 cabezas, para el mercado de consumo de carne. Por lo expuesto, se puede

concluir que los costos de producción en Misiones serían competitivos con respecto al resto del país y existen dos frigoríficos habilitados para la exportación (Alem S.A. y COFRA), lo que permitiría expandir la producción tanto para el mercado interno como externo.

Los datos relevados en la Microregión permitió identificar 703 productores con 8.904 cabezas de ganado bovino; y 422 productores de Porcino con 4.602 cabezas en 165 hectáreas. Algunos productores cuentan con transferencia genética proveniente de la COFRA (Cooperativa Frigorífica de L. N. Alem), y genética mejorada del Instituto Línea Cuchilla de la localidad de Ruiz de Montoya, con los que logran obtener mejoras significativas en calidad y rendimiento. La comercialización es eminentemente local, en el mismo predio del productor o carnicería de la zona en condiciones precaria por carecer de cámara frigorífica y cadena de frío. La cría de Equino es insignificante, se utiliza solamente para tracción a tiro en las chacras o como medio de transporte al igual que la cría de aves que se emplea para el autoconsumo con pocas ventas informales en la propia chacra o en los pueblos cercanos.

Citrus

Misiones produce cerca del 8 % de cítricos del NEA y el 3 % de cítricos del país, en el año 1995 habían implantadas alrededor de 7.000 hectáreas de Citrus en la Provincia con una producción de 60.000 tn., a esto se debe agregar las plantaciones de la Cooperativa Tabacalera de Alem que tiene proyectada alcanzar para el 2004, 5.400 hectáreas de Citrus con lo que la producción alcanzaría 150.000 tn. y para cuyo procesado dicha cooperativa posee un complejo industrial que cuenta con una superficie cubierta de 9.000 m², acceso pavimentados, cámara de frío y de desverdizado de frutas, con dos líneas de producción en paralelo con capacidad para procesar 30.000 tan. de fruta por hora, de última tecnología europea, con moderno sistema comandado por ordenadores que clasifican la fruta por color, tamaño y defectos. Este plan se inicia con las actividades del vivero ubicado en la Unidad de Investigación y Desarrollo de la Cooperativa, donde se producen las plantas cítricas para los

productores de excelente calidad genética y estricto control fitosanitaria, lo que garantiza plantines libre de virus y otros patógenos. Para la implantación el plan contempla la división territorial de la provincia en 8 zonas productivas, dividida a su vez en subzonas de producción conformando unidades económicas de 10 a 15 productores cercanos entre sí, que implantan de 2 a 4 variedades sin riesgos de polinización para lograr frutos sin semillas, con el empleo de técnicas semejantes.

Exportaciones de Citrus

Las posibilidades de exportación se encuentran amenazada por presencia de cancrisis y otras enfermedades de las plantas, que se deben erradicar y/o controlar, sin embargo su costo implica una fuerte restricción en la utilización de tecnología disponible con consecuencia directa en la competitividad, situación que pone en riesgo la utilización plena de la capacidad de la planta de packing de Alem que equivale a las exportaciones argentina de frutas cítricas excluido el limón, si se lograra declarar zonas libres de cancrisis a un costo razonable, Misiones estaría en una situación privilegiada de exportar frutas cítricas en contraestación. Las exportaciones en el año 2001 de Naranjas, Mandarinas y Pomelos alcanzaron la suma de 1.877.570 dólares por un volumen total de 4.032 toneladas, de los cuales, con destino a Rusia se enviaron Limones por 92.708 dólares y Pomelos por 9.354 dólares; mientras que a España, se enviaron Naranjas equivalente a 245.675 dólares y Mandarinas por 18.801 dólares.

La Microregión misiones registra 16 productores de Citrus con una producción de 72 toneladas anual, estando comprendida en el plan cítrico de la Cooperativa de Alem

Piscicultura

La caracterización de los sistemas productivos y el grado de desarrollo piscícola en la Provincia de Misiones surge del informe final del Área Redes de la Producción Regional del Consejo Federal de Inversiones, efectuados en agosto de 2002, por el experto: Ing. Raúl Oscar Codutti y Colaborador: Dr. Walter Rolando Jacobo, sobre la base de un relevamiento de 159

productores que han incorporado el cultivo de peces en sus sistemas productivos, como una actividad de diversificación ya sea para el autoconsumo y/o la comercialización. El informe pone de manifiesto la amplia cobertura geográfica de esta actividad en la provincia que involucra a 28 municipios distribuidos en 12 departamentos con una superficie de 259,56 hectáreas con una fuerte concentración en los departamentos Capital, Guaraní y Libertador General San Martín, con una alta participación del primero como consecuencia de la localización en el mismo de un establecimiento que concentra el 65.5 % del total cultivada en la provincia (170 hectáreas), mientras que en los dos restantes participan 93 productores con el 58.5 % del total provincial. De la estratificación de productores en función de la superficie destinada a la piscicultura surge que el estrato de hasta media hectárea representa el 73,58 % de los piscicultores y concentran sólo el 5,31 % de la superficie cultivada, en tanto que el estrato con más de una hectárea representa el 11.95 % de los productores y que reúnen el 89.23 % de la superficie en producción. Respecto del régimen de tenencia de la tierra 110 productores son propietarios (69,18 %), 37 son ocupantes (23,27 %) y 12 en otras figuras jurídicas (7,55 %). El informe, también permitió constatar que la piscicultura se integra con uno o más cultivos de renta como el Tabaco, Yerba Mate, Té, Maíz, Cítricos, Hortalizas, Mandioca, Tung, etc. o en combinación con la actividad forestal, ganadera o granjera en esquema de diversificación productiva, asimismo se destaca la presencia de productores que provienen de actividades no ligadas a la tierra, como docente, comerciante y empleados que han iniciado el emprendimiento como una alternativa de diversificación de ingresos o la obtención de proteína animal de bajo costo para el mejoramiento del consumo familiar. Respecto del año de inicio de esta actividad en la provincia, el estudio revela que los primeros cultivos comenzaron a partir de 1930, y desde 1963 se viene desarrollando con continuidad con importante incorporaciones a partir de 1980 y especialmente en los años 1999 al 2001 ya que ingresan al sector 72 productores que representan el 45,28 % del total, mientras que los

que han abandonado la actividad sólo alcanza el 6,3 %. En cuanto a las especies cultivadas se han identificados 9 especies nativas y 6 exóticas, desarrollada sobretodo en sistema de producción policultivo con dos o más especies de comportamiento y requerimiento alimentarios diferentes, seguido por sistema monocultivo y en menor medida por combinación de ambas, siendo las especies más cultivadas, el Pacú y la Carpa. En cuanto al volumen de producción, la información relevada en el informe, permite inferir que el mismo alcanzaría valores cercanos a los doscientos mil kilogramo anual, con fuerte incidencia de la producción de la principal empresa que posee 170 hectáreas cultivadas y cuyo destino esta orientada a los hipermercados y supermercados, excluyendo al mismo, se observa que el resto de los productores destinan la mayor parte al autoconsumo y ventas a particulares al pie de estanque en área cercana a los emprendimientos, en la mayor parte como pescado vivo. En la Microregión considerada, se aprecia que esta actividad es desarrollada en los municipios de: 25 de Mayo por 8 productores; Campo Viera por 10 productores y San Martín por 1 productor, la mayoría bajo el modelo de pequeña producción de subsistencia, representada por unidades de producción con superficie inferior o igual a 0,5 hectáreas, con una superficie media de los predios de 25 hectáreas, en condiciones de escasez de capital y bajo formas jurídicas diferente en cuanto a régimen de tenencia de la tierra y el trabajo familiar como característica predominante, con ingresos extraprediales de carácter estacional complementada por ingreso de algún otro integrante de la familia originada en baja remuneración por empleo en establecimientos agrícolas o forestales. Los últimos datos relevados en el municipio de Campo Viera registra que 36 productores piscícolas se hallan en plena actividad, con alevino en estanque y con un cierto grado de desarrollo evolutivo que permite estimar una producción potencial en aproximadamente 2 años y medio de 112.500 kilogramos y 30 productores están en proceso de inicio, con construcción de estanques y adecuación general para comenzar la producción en aproximadamente 6 meses, lo que

permitiría ascender la producción en el tiempo indicado a un total de 210.000 kilogramos, en 76 estanques con aproximadamente 80.000 m² de superficie. El ente descentralizado de gestión municipal de este municipio en coordinación con los productores piscícola, tiene en proyecto la construcción de una planta de faenado de aproximadamente 20 x 15 m² con instalación de un sistema de procesamiento moderno y adecuado a las exigencias sanitarias y bromatológicas nacional, provincial y municipal; contempla la construcción de reservorio para el descanso de los peces previo a la introducción a faena, con un sistema logística de traslado desde el estanque a la planta; también incluye la construcción de una cámara modular de frío de 5 x 3 m² con quid de baja temperatura y el armado de un sistema logístico de comercialización con cadena de frío. Asimismo, proyecta la construcción de un planta de reproducción de alevino de la especie Carpa común (*Cyprinus carpio*).

Turismo

Este sector puede medirse a través del rubro Restaurantes y Hoteles de la gran división 6 del PBG, dado que no existe ni en el PBN ni en el PBG un rubro denominado Turismo y de la misma se puede observar un fuerte crecimiento en el periodo 1991-95 y un estancamiento posterior. En la actual gestión se elaboró a través de una consultora española el **Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones** en función de la prioridad estratégica definida por el gobierno de la provincia para aprovechar un conjunto de ventajas comparativas especiales que combinada con otros factores competitivos, algunos con importante grado de avance y muchos por desarrollar en el marco de un enfoque definido por la diferenciación y complementariedad, que permitan el acceso a mercados cada vez más amplios, apoyándose en los principios del desarrollo sustentables, que convierta a Misiones en un destino turístico de primer orden; impulsando el Turismo como una de las opciones de mayor interés para el crecimiento y prosperidad del conjunto de la provincia. Este estudio define dentro del programa de desarrollo de producto siete zonas turísticas de los cuales

cuatro alcanzan a la Microregión; las mismas son: A- EL ALTO PARANA, que corresponde a la zona de la ruta del Paraná, conteniendo una amplia y variada oferta de productos turísticos actuales y potenciales, de carácter natural y cultural, quedan comprendida en esta zona los municipios de San Ignacio y Gdor Roca. B- EL ALTO URUGUAY, correspondiendo a la zona ribereña del Río Uruguay, con gran potencialidad por los múltiples saltos y atractivos naturales que contiene, quedan comprendida en esta zona los municipios de Florentino Ameghino, mojón Grande, Campo Ramón y 25 de Mayo. D- EL CAMPO MISIONERO, corresponde a la zona del mate, con muy diversos atractivos turísticos, en esta zona quedan comprendida los municipios de Campo Ramón, Campo Viera, Colonia Alberdi, San Martín y Guarani. E- LAS MISIONES JESUÍTICAS, correspondiendo a la zona de las Reducciones Jesuíticas, que permite una singular oferta de productos turísticos culturales, quedan comprendida en esta zona los municipios de San Ignacio y Mártires.

Como estrategia de producto, el plan maestro determina su desarrollo a través del sector privado con apoyo institucional basado en un conjunto de lineamientos con la finalidad de consolidar los productos actuales de mayor potencialidad competitiva (Cataratas y Reducciones Jesuíticas); mejorar y desarrollar productos complementarios; ampliar el desarrollo de oferta de productos orientados a la naturaleza, la aventura y la cultura de todas las zonas turísticas, crear nuevos productos orientado al mercado nacional e internacional, etc.; define marcas de productos turísticos para las distintas zonas con sus respectivos atributos centrales de posicionamientos; programas de actuaciones prioritarias, estrategia de mercados basado en diferentes productos y la determinación de mercados objetivo en función de las características de los recursos disponibles, la coherencia con el desarrollo turísticos que se quiere alcanzar y la búsqueda de las oportunidades más factibles para alcanzar el éxito.

Por Decreto 1.373 de fecha 07 de noviembre de 2002, se crea **“la Ruta Parque Costera del Río Uruguay” (“Parkway”)**, a lo largo del recorrido de la Ruta Provincial Nro. 2, abarcando

una superficie total de 360.082 has. subdivididas catastralmente en 19.471 parcelas, comprenden a un grupo de 16 Municipios, entre los cuales se hallan los Municipios de Campo Ramón, Mojón Grande y 25 de Mayo, integrantes de la Microregión, cuyo objetivos es preservar los atractivos naturales característicos de la zona, desarrollar el turismo ecológico y agropecuario, proteger el paisaje, promover el desarrollo sustentable de la zona y ampliar la continuidad del Corredor Verde (Ley Nro. 3.631), y se incorpora al Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas (Ley Nro. 2.932).

Los municipios de la Microregión, concientes de articular acciones conjuntas en el marco del plan estratégico y el Decreto mencionado, con la finalidad de aprovechar al máximo las múltiples oportunidades derivadas de los mismos, vienen desarrollando actividades con tales propósitos y tratan de romper la expectativa de que únicamente con acción del Estado es posible lograr el desarrollo turístico, definen la necesidad de establecer la toma de conciencia de que el turismo es un negocio y que requiere la participación de todos los actores de la actividad y de la comunidad en su conjunto como réaseguro de continuidad. En este sentido y en coordinación con funcionarios provinciales del área buscan definir perfil de circuito como componente necesario en la conformación de paquetes vendibles en el mercado de turismo, se apunta a conformar circuitos regionales que permita ir consolidando la ruta del mate y del té, la ruta de los jesuitas, turismo rural asociado y otras como la ruta del Paraná y la ruta del Uruguay.

1.2 INFRAESTRUCTURA ECONOMICA

El relevamiento de información no muestra resultados ya que prácticamente no existen datos al respecto y menos sistematizados. Los relevados como fuente primaria abarcan aspectos vitales para evaluar la viabilidad de exportación a Rusia y España

Conexión a Internet

En términos generales la zona de los municipios localizados en el corredor vial de la Ruta 14, como por ejemplo Campo Viera, se conecta a Internet a través de los servicios de Telefónica Española, con nodo en la Ciudad de Posadas, a través de llamada 0610 (implica costo con tarifa local), en varios planes alternativos, incluyendo la conexión premium full con Internet ilimitado con abono mensual reducido; mientras que la zona de los municipios localizados en el corredor de la Ruta 12, como por ejemplo San Ignacio, se conecta a Internet a través de los servicios de Telecom., con algunas limitaciones técnicas que entre otros inconvenientes inciden en los costos ya que la conexión se logra con llamada interurbana.

Centro Tecnológico Comunitario (C.T.C)

Actualmente existen 50 C.T.C. distribuidos en toda la provincia, de los cuales 3 se localizan en los Municipios de Campo Ramón, Campo Viera y Colonia Alberdi, respectivamente, que son integrantes de la Microregión.

Área municipal encargada de fomentar el desarrollo local

Tres de los Municipios integrantes de la Microregión tienen área específica responsable de fomentar el desarrollo local, dos de ellos como dependencia de la estructura municipal y uno (Campo Viera) a través de la creación de un Ente Descentralizado de Gestión Municipal que funciona como una Entidad Autárquica en el ámbito del Departamento Ejecutivo Municipal.

Vinculación con organismo nacional, provincial o privado que promueva el desarrollo económico

En general los municipios comprendidos se halla vinculados en menor o mayor medida con los siguientes Organismos:

- Ministerio de Desarrollo Social a través del programa REDES
- Ministerio de Economía de la Nación a través del Fontar

- Ministerio del Agro y la Producción Provincial en forma directa o a través de la Casa del Colono Local.
- Ministerio de Ecología y R.N.R. a través de Control de Bosque
- El INTA a través de agencia o delegaciones locales
- Red de Ventanillas Pymes dependiente de la Dirección General de Pymes Provincial
- Escuelas Agrotécnicas y O.N.Gs. locales

Instituciones Bancarias y Financieras

El Banco Macro Misiones, a través de una extensa red de sucursales ofrece servicios en la mayoría de los municipios integrantes de la Microregión, en tanto que el Banco Nación Argentina posee sucursal en Gobernador Roca.

Instituciones de Asistencia Diplomática

Cuerpo Consular

Las representaciones consulares en la provincia de Misiones son las siguientes:

Alemania	Localizada en Posadas y Eldorado
Austria	Localizada en Posadas
Brasil	Localizada en Puerto Iguazú
Chile	Localizada en Posadas
España	Localizada en Posadas
Francia	Localizada en Montecarlo
Italia	Localizada en Posadas
Paraguay	Localizada en Posadas
Suiza	Localizada en Línea Cuchilla
Ucrania	Localizada en Oberá

Asociaciones Y Comunidades

Presidente de la Comunidad Laosiana	Localizada en Posadas
Asociación Española	Localizada en Posadas
Israel	Localizada en Posadas
Japón	Localizada en Posadas
Libano Y Siria	Localizada en Posadas
Polonia	Localizada en Posadas
Ucrania	Localizada en Posadas

Servicios de Transportes

En la Microregión, existe un conjunto de aproximadamente 60 empresas de transporte de carga, la mayoría con cobertura nacional y unos pocos con cobertura internacional con una flota de camiones de bueno a muy bueno. En cuanto a transporte de pasajeros, existen más de 40 empresas de media y larga distancia, observándose mayor flujo en el corredor de la Ruta 12 con frecuente interconexiones tanto hacia las Cataratas del Iguazú como con las principales ciudades del país y países vecinos (Paraguay y Brasil). La vía más utilizada en el transporte de carga con destino nacional es la Ruta 14, mientras que las salidas hacia los países limítrofes se efectúan a través del puente internacional Posadas-Encarnación, puente internacional Puerto Iguazú-Foz de Iguazú, frontera seca Bernardo de Irigoyen-Dionisio Serquiera y balsa San Javier-Porto Xavier.

Distancias Principales

Las principales distancias de la Microregión son:

Hasta Puerto de Buenos Aires entre 1.050 a 1.150 Km.

Hasta Puerto de Posadas entre 50 a 150 Km.

Hasta aeropuerto de Iguazú entre 250 a 300 Km.

Hasta frontera seca Bernardo de Irigoyen-Dionisio Serquiera entre 230 a 280 Km.

2. SÍNTESIS DE EXPERIENCIAS Y VINCULACIONES ENTRE MISIONES Y EL MERCADO DE RUSIA Y ESPAÑA. SITUACIÓN BALANZA COMERCIAL

Teniendo en cuenta que el Informe parcial de este trabajo incluye el desarrollo de una primera parte de este punto, se opta por desarrollar el mismo con relación a Rusia reservando el mercado de España para el Informe final.

Las vinculaciones y experiencias consideradas con el mercado ruso se inician con el convenio suscripto el 28 de agosto de 1992, entre el Gobierno de la Provincia de Misiones, representado por el Señor Gobernador, Ingeniero Federico Ramón Puerta y la Federación Rusa, representado por el agregado comercial, Señor Anatoli Timochenko, considerando como antecedentes el Acta de intención del 21/05/92 y el Acta de Compromiso del 07/07/92, en los siguientes términos:

- Promover la venta de 5.000 toneladas de Té misionero tipo BOP, cosecha 1992/1993, utilizando mecanismos comerciales compensados.
- En concordancia con el mecanismo adoptado, la Provincia manifiesta su interés en la compra de maquinarias viales acordes a los requerimientos técnicos adecuados que garanticen precio convenientes, servicios de pre y pos venta y probada adaptación a las exigencias geográficas y climatológicas del territorio misionero.
- Analizar otras alternativas de intercambio convenientes, como por ejemplo, desde Misiones: yerba mate, aceite de tung, tabaco, aceite esenciales, frutas subtropicales y jugos cítricos; desde la Federación Rusa: transformadores y elementos de transmisión energética, fertilizantes, instrumental hospitalarios, ambulancia, camiones y otros productos necesarios que respondan a condiciones de calidad y precio de mercado.
- Se acepta designar una empresa privada como operadora comercial exclusiva con probada idoneidad y antecedentes para viabilizar las operaciones comerciales

mencionadas y efectuar las tareas de control de calidad y todos los requerimientos previos al embarque.

Con fecha 25 de agosto de 1993 y considerando los resultados logrados como consecuencia de la ejecución del convenio suscripto el 28 de agosto de 1992, traducidos en el envío a la Federación Rusa de Té tipo BOP en cantidad, tiempo, forma y condiciones pactadas y el suministro a la Provincia de Misiones de maquinaria vial adquirida, también acorde a lo convenido y visto el beneplácito de ambas partes por la operación concretada, se promueve la ampliación del contrato, conforme a los siguientes términos:

- Ampliar el acuerdo con idéntica modalidad adoptada en el Convenio suscripto el 28 de agosto de 1992, por el periodo 1993/1997 en cantidades que podrán ser incrementados acorde a la disponibilidad, conveniencia o interés de las partes.
- Se establece que en reciprocidad a las compras de té que concrete la Federación Rusa, la Provincia de Misiones procurará de acuerdo a las necesidades de inversión y conveniencia, y a las demandas de los sectores productivos privados, la adquisición de maquinaria pesada, vial, agrícola, bienes de capital general, insumos productivos y tecnología de punta proveniente de la Federación Rusa.
- Las partes convienen la realización de reuniones periódicas a los efectos de realizar el seguimiento de la operatoria.
- Ambas partes, ratifican y expresan su satisfacción por la ampliación del contrato y se comprometen a aunar esfuerzos para posibilitar la venta de tabaco producida por la provincia.

Con fecha 13 de noviembre de 1996, el Gobierno de la Provincia de Misiones, representado por el Señor Gobernador Ing. Federico Ramón Puerta y la representación comercial de la Federación Rusa, representada por el Señor Eugenio Kouznetsov, firman un acta de seguimiento del convenio suscripto el 28 de agosto de 1992, donde se establece los siguientes:

- La Provincia expresa su beneplácito por el funcionamiento de maquinaria suministrada durante los años 1993/1994, habiendo superado el tiempo de garantía y atendiendo satisfactoriamente los requerimientos laborales a la que se halla sometida.
- La Representación Rusa admite que a la fecha se ha enviado té misionero que aún se halla pendiente de compensación de compra por parte de la Provincia.
- La Provincia se compromete a estudiar la factibilidad de compra de maquinaria, camiones, ambulancias y otros productos, siempre que los mismos respondan a las condiciones de calidad y precio de mercado.
- La Representación Rusa seguirá promocionando la venta de té, tabaco, cítricos, yerba mate y otros productos a efecto de consolidar el mercado ruso.
- Nuevamente, ambas partes manifiestan su complacencia por los resultados logrados.

Exportaciones con destino a RUSIA, durante el periodo 1994 - 2001

Productos Exportados	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
	US\$	US\$	US\$	US\$	US\$	US\$	US\$	US\$
Naranjas			27.468			171.738	82.272	98.039
Mandarinas						71.071	44.551	92.708
Limonos			136.364			154.538	146.962	
Pomelos						2.817	3.013	9.354
Té verde						3		
Té negro	2.554.388	2.106.839	1.468.469	1.099.236	570.378	2.593.057	1.001.767	397.738
Accite en bruto		13.419						
Yerba mate	84					51.487		
Maíz						2	8	
Arroz						183		
Carne bovina deshuesada				50.408				
Tabaco						277.863		179.721
Desperdicios de tabaco						167.040		70.104
Total	2.554.472	2.120.258	1.632.301	1.149.644	570.378	3.489.799	1.278.573	847.664

Fuente: Elaboración propia en base a datos INDEC

La balanza comercial es netamente favorable a la Provincia de Misiones

3. DIAGNÓSTICO DE LAS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCCIÓN DE LA MICROREGIÓN AL MERCADO DE RUSIA

Información General Sobre El Mercado Ruso

La población de la Federación rusa alcanza los 145 millones de habitantes. El 72% de esta población, unos 105 millones de habitantes, se halla ubicada en las regiones urbanas. El restante 28%, 40 millones, habita en las regiones rurales. La población económicamente activa esta compuesta por 65 millones de personas. La población desocupada es de un 9,6%. Su territorio tiene una superficie de 17.075.400 Km², siendo sus principales ciudades: Moscú con 8.630.000 habitantes, San Petersburgo 4.694.000, Nizny Novgorod 2.868.000, Novosibirsk 2.030.000 y Ekaterimburg 1.274.000

Información Económica

El producto bruto interno (PBI) del año 2002 fue de 343.000 millones de dólares, lo que representa 2.365 dólares por habitante. El siguiente cuadro indica la evolución del PBI desde el año 1998 hasta el 2003:

1998	-4,9%
1999	5,4%
2000	9,0%
2001	5,0%
2002	4,3%
2003	4,5% Estimado

El consumo privado, según las mediciones oficiales muestra una evolución muy importante a partir del año 2000, dado que en ese año el mismo, con respecto al año anterior creció un 9,3%. En los años 2001 y 2002 su crecimiento positivo fue de 8,7% y 6,9% respectivamente. La estimación para el 2003 lo ubica en un 6,1%

Balanza Comercial, Reservas Y Deuda Externa

En el año 2002 las exportaciones totales alcanzaron los 106.900 millones de dólares. Las importaciones sumaron 60.500 millones de dólares, quedando un saldo de balanza comercial equivalente a 46.400 millones de dólares. Las reservas de oro y divisas ascienden a 47.700 millones de dólares. La deuda externa rusa a fines del año 2002 ascendía a 123.500 millones, que equivale al 36% del PBI total.

Los principales países que exportan a Rusia, excluidos los integrantes de la Comunidad de Estados Independientes, algunos integrantes de la ex URSS, (CEI), son los siguientes:

EE.UU.	5.703 millones de dólares
Italia	3.150
China	1.683
Francia	1.608
Gran Bretaña	1.263
Polonia	978
Brasil	948

La Argentina durante el año 2002 exportó al mercado ruso por un valor de 157 millones de dólares. Los principales productos exportados fueron:

Carne equina	8,5 millones de dólares
Carne de ave	0,6
Pescado congelado	0,14
Cítricos	22,2
Uvas	0,9
Frutas secas	0,3
Maíz	0,1
Semillas, oleaginosas	1,1
Maní	0,9
Aceite de soja	57,7
Aceite de girasol	27,6

Aceite de maíz	1,7
Artículos de confitería	0,5
Confituras, jaleas	0,13
Jugos de fruta	0,2
Salsas preparadas	0,2
Vinos y mosto	1,0
Tabaco	4,3
Tubos sin costura	1,8
Tractores	1,6

A continuación se analizan algunos mercados que pueden ser abastecidos por la Microregión, e inclusive por la provincia de Misiones:

Frutas Frescas

Panorama General del Sector

El mercado de frutas frescas, igual que los de otros productos alimenticios que no entran en la cesta convencional de consumo, resultaron bastante afectados por la caída de la demanda solvente a consecuencia de la crisis de agosto de 1998. Según datos del Comité Estatal de Estadística de Rusia, el volumen de las ventas de frutas y frutos (incluso bayas y uva) en 1999 equivalió al 64% de que se registró en 1998, y en comparación con el nivel alcanzado en 1997 se redujo casi a la mitad. En 2000-2001 a medida que iban creciendo los ingresos de la población e incrementándose la demanda de consumo, las ventas de estos productos se reanudaron hasta alcanzar el nivel anterior al de la crisis (más de 2,7 millones de toneladas), mostrando los ritmos anuales de crecimiento del 120% en 2000 y el 106% en 2001. Respectivamente se incrementaron las importaciones que como siempre siguen cubriendo las necesidades de la población de Rusia en frutas frescas, desempeñando el papel principal en ellas.

Caracterizar hoy día la capacidad del mercado de frutas frescas resulta bastante difícil. Primero, una parte de la mercancía cruza ilegalmente las fronteras de las ex repúblicas federadas. Segundo, conforme a los datos de la Alianza hortofrutícola (reúne a los grandes importadores y productores de frutas en Rusia) unos 80 % de frutos rusos se produce en las parcelas individuales y tampoco pueden ser controlados. Los datos aproximados muestran que en Moscú se consume semanalmente unas 6-8 mil toneladas de hortalizas y frutas. Un poco más fácil es calcular el mercado por diferentes categorías. Por ejemplo, según los datos de la compañía JFC (se ocupa de las importaciones y la comercialización de hortalizas y frutas), los plátanos constituyen unos 10-15 % del consumo total de frutas.

Importaciones y Principales Proveedores

Conforme a los datos del Comité Estatal de Aduana de la Federación de Rusia, en 2001 las importaciones de frutas frescas a Rusia fueron de 1.874 mil toneladas. En la estructura de suministros predominan los plátanos (33 %) y cítricos (30 %). Las manzanas y peras constituyen el 25 %, la uva el 5 %, la demás fruta el 7 %.

Para hoy día los suministros principales de frutas se efectúan desde San Petersburgo. Los puertos del Lejano Oriente también desempeñan un papel importante abasteciendo a los rusos de productos frescos. Las compañías de esta región, ubicadas cerca de China y Corea del Sur compran activamente frutas a sus próximos vecinos. El 95 % de la fruta comprada por la región del Lejano Oriente se utiliza para satisfacer las necesidades propias, puesto que su transportación a la parte europea del país, simplemente no es rentable. Las frutas importadas en verano son una excepción y durante este período de navegación la mayor parte de ellas pasan en tránsito a las ciudades del Extremo Norte.

El arancel de entrada de la mayoría de frutas es del 5% del valor arancelario y no puede ser menos de 20 euros por tonelada para los cítricos y plátanos, para manzanas –no menos de 100

euros por tonelada. En relación con la pera y membrillo se aplica el arancel elevado del 10 % del valor arancelario de la mercancía.

Plátanos. Empezando desde 1995 los plátanos lideran en la lista de frutas importadas dejando atrás los competidores directos, -naranjas y manzanas. Constituyen un tercio del total de las importaciones de fruta y sus precios son inferiores a los promedios europeos. Según los datos de Banana-exchanger.ru, un cajón de plátanos (1 cajón es igual a 18,14 Kg) comprado en el puerto de Ecuador por 4 \$, en el puerto de San Petersburgo lo venden por 10 \$ y en Moscú se vende al por mayor por 14 \$.

El porcentaje de los países de América Latina en el volumen total de las importaciones es de 97 % (de los cuales el 92,7 % corresponde a Ecuador y el 3,4 % a Colombia). Se amplía el círculo de los países proveedores de esta parte del universo donde los precios son los más bajos. Los plátanos también se exportan a Rusia de los países asiáticos, por lo general de Filipinas y Viet-Nam.

Hasta hoy día la parte esencial de plátanos de América Latina entraba a Rusia a través de Europa (el centro principal de distribución es Holanda) donde los importadores rusos compraban las partidas necesarias. Los suministros directos de los puertos latinoamericanos (principalmente de Ecuador) a los puertos de Rusia empezaron a realizarse en gran escala solo desde el año 2001.

En Rusia se vende hasta 20 especies de plátanos. Para mejorar la calidad de los productos suministrados en 2001 en Rusia fue establecido el GOST (estándar estatal) de plátanos que plenamente corresponde al estándar de la Unión Europea. El GOST prevé solo 3 clases (especies) de plátanos (clase extra, primera y segunda clase) y define especiales “mediciones” de calidad y especie que se hacen al cruzar las fronteras rusas e inmediatamente antes de ser expedidos a los puestos de comercio al por menor. Además, junto con la indicación obligatoria en el envase de la caja de plátanos del certificado del país de origen o de la firma-

proveedora se debe señalar la longitud mínima de los frutos, su edad, así como los datos de la cosecha, expedición y entrada a Rusia.

El nuevo estándar reglamenta, además, el grado de madurez de los frutos. Los plátanos se expiden cuando alcanzan el grado de madurez de recolección, tienen la piel verde y están idóneos para la maduración posterior. Pero en la red de comercio al por menor los plátanos deben aparecer ya teniendo el grado de madurez de consumo, es decir, de color amarillo y con olor a plátano maduro. Según las estimaciones de los especialistas del Ministerio de Agricultura y del Comité Estatal de Aduana, a causa del nuevo "estricto" estándar estatal (GOST) tendrán que abandonar el mercado ruso aproximadamente

Un tercio de los proveedores y firmas distribuidoras que trabajaban con los plátanos no estandarizados.

El mercado de plátanos puede considerarse uno de los más civilizados entre los demás mercados de comercio de Rusia. En 2002 en San Petersburgo se estableció el sistema electrónico de venta en subasta pública de los plátanos frescos verdes. Ahora los negocios se concluyen en minutos contados.

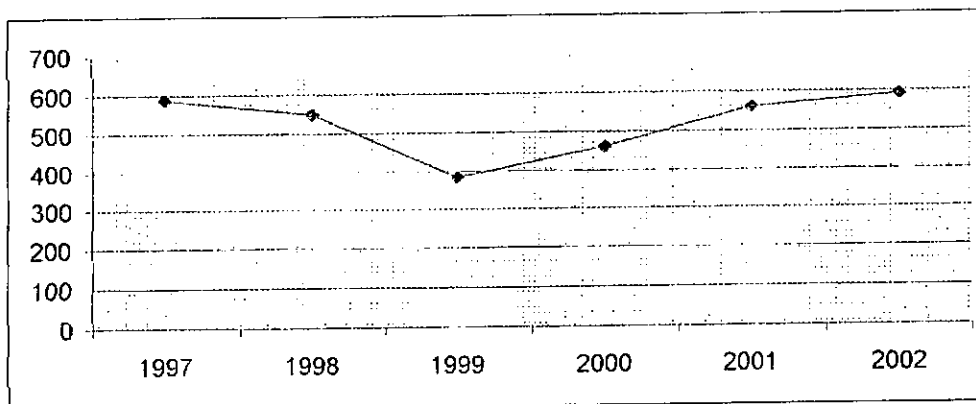
La compañía norteamericana Chiquita Brands International, una de las grandes proveedoras mundiales de plátanos, a finales de marzo de 2002 reanudó los suministros a Rusia. Como es sabido, Chiquita salió con éxito del proceso de bancarrota y cambió completamente la estructura de propiedad. En Rusia la compañía está dispuesta a vender los plátanos a través de la subasta electrónica. Según las estimaciones de los expertos, para hoy día la capacidad del mercado de plátanos en Rusia es aproximadamente de 750 mil cajas semanales (una caja es de 18,14 kg).

Cítricos. La importación de cítricos, los cuales constituyen un importante segmento de mercado de frutas frescas disminuyó en 1999 en casi un 30% y se cifró en 382.000 toneladas. El precio contractual promedio de los productos importados bajó de 301\$ USA hasta 295\$

USA la tonelada, lo que permitió incrementar un tanto su capacidad competitiva en Rusia y desplazar hacia los cítricos parte de la demanda de consumo de que gozaban otros segmentos del mercado ruso de frutas frescas. Como resultado, la parte de los cítricos en el total de ventas de frutas (incluso bayas y uva) ascendió de 21% en 1997 a 25% en 1999. En 2000-2001 la caída del mercado fue completamente vencida y en 2002 el volumen de suministros de cítricos superó el nivel de los años 1996-1997. (ver Gráfico 1).

Gráfico 1

Importaciones de cítricos en Rusia en 1997-2002



Fuentes: Goscomstat de la FR, Comité Estatal de Aduana de Rusia.

Tradicionalmente, los principales países proveedores de esta mercancía en el mercado ruso son Marruecos, Grecia, España y Turquía, a los que corresponde hasta el 65% en el total de importaciones. En 1997 Argentina se incorporó al grupo de los cinco mayores países con mayor participación en el mercado ruso de estas frutas, triplicando sus exportaciones de cítricos (principalmente, limones) con destino a Rusia en comparación con las cifras registradas a comienzos de los 90 (ver gráfico 1). En 1999-2001 con más dinamismo estaban creciendo los suministros de Turquía (incremento de 2,4 veces) lo que permitió a este país en el plazo más corto adquirir la posición de líder en el mercado ruso de esta mercancía (el 24 % del volumen importado).

De la alta demanda en Rusia siguen gozando las naranjas. Su porcentaje en el total de las importaciones de cítricos alcanza el 50 %. De las 273,5 mil toneladas de naranjas importadas en 2001, a Marruecos le corresponde el 30 %, a Turquía y Grecia –el 17 % y el 8% respectivamente. El segundo puesto en el volumen importado (135,4 mil toneladas) ocupa los limones importados principalmente de España (el 49 %), Turquía (el 42 %) y de Argentina (unos 30 %).

Entre los tres grandes importadores de mandarinas (después de Marruecos y Turquía a los que corresponde más de 50 % del mercado) desde 2001 está Georgia que supo en tres años duplicar el volumen de suministros a Rusia. Las preferencias de sabor del consumidor ruso y el no muy alto precio contractual de mandarina georgiana (en un 35-40 % inferior al precio de la marroquí y la turca) le permite competir exitosamente en el mercado ruso. El volumen principal importado de toronjas en el mercado ruso corresponde a Turquía (el 53%) y a Israel (el 31%) (ver Anexo 1).

Manzanas y peras. A diferencia del mercado de cítricos, cuyas existencias se constituyen, principalmente, por medio de la importación, es bastante difícil calibrar la capacidad del mercado de manzanas dada la existencia de considerables diferencias entre las cifras estadísticas de producción interna y las de consumo, así como el hecho de que una gran parte de las ventas se realiza en el marco del comercio no organizado.

El volumen fundamental de las ventas de manzanas originarias del país por los conductos del comercio al por menor corresponde a los meses de agosto-octubre, con la particularidad de que dos tercios de la cosecha total se destina a su transformación (producción de zumos, conservas, etc.) y sólo una parte ínfima es almacenada para ser vendida más tarde. En el transcurso de los nueve meses siguientes (noviembre-julio) la demanda de consumo (especialmente en Moscú, San Petersburgo y otras grandes ciudades) se satisface

principalmente por medio de la importación. De los 30 kg de manzanas y peras que se consume cada ruso al año, solamente 10-15 son de producción local.

La importación de manzanas en 2001 alcanzó 340,2 mil toneladas. Más de un tercio de esa cantidad fue suministrado a San Petersburgo y un 10% se destinó a Moscú. El precio promedio de importación fue de US\$ 295,4 por tonelada (ver Anexo 2).

Francia es el país que desarrolla la política más activa para promover la exportación de manzanas al mercado ruso: entre 1995 y 1998 los suministros de manzanas francesas se triplicaron con creces. Esto le permitió a Francia avanzar del octavo al segundo puesto por el volumen físico de sus exportaciones de esta fruta a Rusia, dejando atrás a China y Moldava. Puesto que en el mercado europeo de manzanas se observa un nivel extremadamente alto de competencia, el mercado ruso para las compañías que suministran manzana francesa es muy importante. Aquí ellas venden más del 10 % de su producción. La demanda estable de manzanas importadas a Rusia permite a las compañías francesas mantener elevados volúmenes de sus ventas y la parte considerable corresponde a la manzana con la marca Blue Whale.

Según los datos de la organización francesa Sopexa que se ocupa de la promoción de productos franceses en los mercados del mundo el 65-70 % de la capacidad del mercado ruso de manzanas verdes está asegurado por los productores franceses. Es sumamente difícil controlar este flujo por que a través de terceros países (especialmente a través de Holanda) a Rusia se transportan más manzanas que directamente de Francia. Además, en la aduana rusa las manzanas importadas con frecuencia se declaran incorrectamente, haciéndolas pasar por cebolla o zanahoria cuyos aranceles son inferiores.

La competencia en el mercado ruso de manzanas es alta. Según la información dada por el director comercial de una de las compañías francesas que produce variedades especiales de manzana alpina que crece en los jardines a una altura de 600-1000 metros, su producción es

más cara que la de manzanas ordinarias en tan solo unos céntimos por kilo. Sin embargo, eso ya frena fuertemente la venta a Rusia porque los distribuidores buscan en primer lugar el producto más competitivo por el precio.

Esto determina, en particular, el éxito de las compañías georgianas las que consiguieron en 2001 ganar la delantera tanto a Francia como a China referente al volumen de manzanas importadas a Rusia (todavía en 1998 Georgia no entraba en los diez grandes importadores de manzanas a Rusia). El precio contractual de manzanas georgianas en 2001 fue de 204,5 de dólares por tonelada lo que es un 25 % inferior al precio de manzanas francesas. En total la composición de los participantes del mercado analizado en los últimos 3-4 años ha cambiado esencialmente. Además de Georgia (el 17 % del total de importaciones), Francia (el 13,5 %) y China (el 13,3 %), según el balance de 2001, entre los primeros cinco participantes están: Argentina y Bélgica, desplazando al sexto puesto a Polonia que todavía a finales de los 90 era líder (ver Anexo 2).

Además, tiene importancia no solo el precio sino también otras condiciones de venta. Ganan aquellas compañías que ofrecen la mercancía a través de crédito y que son capaces de cargar el furgón con gran surtido de productos.

Según los datos del informe anual del Ministerio de Agricultura de EE.UU. en 2001 la cosecha de peras en Rusia fue de 200 mil toneladas y al país fueron importadas más de 132 mil toneladas. El volumen principal de suministros (en invierno y primavera) corresponde a Argentina (el 19 % del total de las importaciones en 2001), seguidos por Bélgica (el 16 %), Países Bajos (el 15%), Francia (el 13%) y España (el 11 %). Cabe señalar que Holanda es el principal punto de tránsito para las exportaciones a Rusia de Chile. La especie esencial de la pera importada de Holanda es la “Conferencia”

Los datos de la estructura geográfica de las importaciones rusas de uva, albaricoque, melocotón y ciruela (Código de DM de la AEE 08.06.10, 08.09.10, 08.09.30, 08.09.40) se pueden ver en el Anexo 3.

Tendencias Generales de Consumo

Conforme a los datos de la compañía CSK-research y la Alianza hortofrutícola un ruso estadístico medio come al año no más de 1/3 de la cantidad necesaria de hortalizas y frutas. El consumo de frutas se valora en los límites de 32 kg (en las regiones) a 60 kg (en Moscú) al año. Para comparar: en los países occidentales este nivel es 2-3 veces superior (en EE UU es de 126 kg, en Canadá -de 126 kg, en Australia -de 135 kg). Solo China está aproximadamente a igual nivel con Rusia que es de 50 kg anuales por persona.

Según las estimaciones de los especialistas, el mercado ruso de frutas queda lejos de estar saturado. El nivel inferior de consumo está ligado con los altos precios y la opinión formada de los compatriotas la cual es considerada por los productores como prejuicio. Por ejemplo, el 87 por 100 de los cuestionados consideran que en Rusia no hay productos ecológicamente limpios y más de la mitad están seguros de que se importan plátanos de inferior calidad que los del Oeste.

Es menester tomar en consideración que la fruta es una mercancía difícil de comercializarla y no tiene mucha popularidad. El consumidor está bajo la enorme presión de la publicidad y no piensa mucho sobre las propiedades útiles de productos.

La lista de los productos más populares para el consumidor ruso está encabezada por los plátanos, manzanas y naranjas. El volumen de venta de tales frutas como mandarina, limones, pera y uva es algo inferior, no obstante tampoco gozan de mucha fama. La venta de algunas frutas está directamente ligada con la temporada, por ejemplo, los suministros de cereza se efectúan cada año aproximadamente al mismo tiempo. En los últimos años no es de extrañar

que mucha fruta exótica, siendo el objeto de la demanda activa está en la venta al por menor independientemente de la temporada.

Según la estimación del Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Desarrollo Económico de la Federación de Rusia, así como de la Asociación de los países-exportadores de plátanos, del total de las importaciones de fruta para grandes ciudades de Rusia a los plátanos les corresponde más de un tercio de la venta anual. Por término medio cada ruso consume anualmente unos 3 kilos de plátanos.

Los rusos compran plátanos por que los consideran sabrosos (el 65 %) y útiles para la salud (el 44 %) y cómodos para tomar algo durante el día (el 19 %). Los rusos nos son muy exigentes. La mayor parte de los compradores sabe poco sobre los plátanos, solo el 21 % de ellos distingue plátanos por especies y países-proveedores y los criterios principales de la elección son la madurez (el 82 % de los encuestados) y el precio (el 60 %).

Con relación a las condiciones de clima en Rusia las frutas frescas compiten con los productos congelados. Gozan de popularidad entre los consumidores rusos las fresas y guindas. De sabor pierden la primacía con relación a los análogos frescos pero la ventaja más esencial es que están disponibles en invierno y el precio es aceptable. Hoy día esta producción está representada por las frutas congeladas de las compañías "Hortex" (Polonia), "Ardo" (Bélgica), "Culinex" (Holanda) y muchas otras.

Anexo I

Importación de cítricos en Rusia en 2001, por tipo de producto y por países de origen

Naranjas (Código de DM de la AEE 08.05.10)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	Miles de ton.	%	US\$ mln	US\$/t
En total	271,5	100,0	80,8	297,6
Inclusive de los países:				

Argentina	12,7	4,6	3,7	291,3
Grecia	22,4	8,2	6,1	272,3
España	16,3	5,9	5,2	319,0
Marruecos	81,5	3,0	22,4	274,8
Turquía	47,7	17,4	13,5	283,0
Mandarinas (Código de DM de la AEE 08.05.20)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	<i>Miles de ton.</i>	<i>%</i>	<i>US\$ mln</i>	<i>US\$/t</i>
En total	131,3	100,0	38,6	294,0
Inclusive de los países:				
Georgia	23,3	17,7	4,7	201,7
China	18,2	13,9	5,5	302,2
Marruecos	36,1	27,5	11,8	326,9
Turquía	31,4	23,9	9,6	305,7
Limonos (Código de DM de la AEE 08.05.30)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	<i>mil toneladas</i>	<i>%</i>	<i>US\$ mln</i>	<i>US\$/t</i>
En total	135,4	100,0	38,9	287,3
Inclusive de los países:				
Argentina	39,3	29,0	10,9	277,3
España	48,9	36,1	13,9	284,2
Turquía	41,7	30,8	12,4	297,4
Toronjas (Código de DM de la AEE 08.05.40)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	<i>Miles de toneladas</i>	<i>%</i>	<i>US\$ mln</i>	<i>US\$/t</i>
En total	21,9	100,0	6,5	296,8
Inclusive de los países:				

Israel	6,8	31,1	2,0	294,1
Turquía	11,7	53,4	3,4	290,6
República Sudafricana	1,9	8,7	0,6	315,8

Fuente: El Comité Estatal de Aduana de Rusia

Anexo 2

Importaciones de manzanas y peras en Rusia en 2001, por países de origen

Manzanas (Código de DM de la AEE 08.08.10)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	Miles de ton.	%	US\$ mln	US\$/t
En total	340,2	100,0	100,5	295,4
Inclusive de los países:				
Argentina	27,9	8,2	6,1	218,6
Bélgica	27,8	8,2	7,0	251,8
Georgia	57,7	17,0	11,9	206,2
China	45,4	13,3	12,9	283,5
Polonia	21,2	6,2	8,1	382,1
Francia	46,0	13,5	11,8	256,5
Peras (Código de DM de la AEE 08.08.20)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	Miles de ton.	%	US\$ mln	US\$/t
En total	132,3	100,0	35,6	269,1
Inclusive de los países:				

Argentina	25,0	18,9	5,4	216,0
Bélgica	21,6	16,3	5,5	254,6
España	13,9	10,5	4,0	287,7
China	12,9	9,7	3,7	286,8
Paises Bajos	20,1	15,2	5,4	268,6
Francia	16,8	12,7	4,9	291,7

Fuente: El Comité Estatal de Aduana de Rusia

Jugos y Refrescos

Perspectiva General. Definición y descripción del sector

Zumos. La principal tendencia de desarrollo del mercado ruso de zumos en los años 90 ha sido su expansión, registrándose índices más altos de crecimiento de la producción interna y, en consecuencia, una reducción de importaciones. En la actualidad la producción de zumos es una de las áreas más perspectivas en la producción alimentaria de Rusia.

Para 1998 ya más del 60% del mercado estaba ocupado por productos –zumos, néctares y otras bebidas hechas con jugo de frutas– de marcas rusas con buena capacidad competitiva, por su calidad y presentación, sin hablar ya del precio. La crisis de 1998 dio lugar a una disminución de las ventas de esas bebidas en 19% (desde 655 millones en 1998 hasta 530 millones en 1999) y también a una reducción de la parte de las importaciones en el total de productos comercializados (de 32% en 1998 a 20% en 1999, según datos de la compañía Tetra Pak). Esto, a su vez, reforzó las posiciones de los productores rusos, que buscaron nuevos nichos en el mercado para dar mayor salida a sus productos. La capacidad estimada del mercado de zumos y bebidas basándose en zumos en 1999 era de 875 millones de litros.

Según los datos de la Unión Rusa de Productores de Zumos en el año 2001 el crecimiento de la capacidad del mercado de zumos superó los pronósticos más optimistas y alcanzó la cifra

de 1,2 mil millones de litros contra los 800 mil millones en el año 2000. Para el año 2002 la capacidad del mercado de zumos es evaluada a nivel de 1,5 mil millones de litros.

El volumen de las ventas de zumos al por menor al principio de 2002 superó los datos del año 2000 a 193%. En 2001 los ritmos del crecimiento de ventas de zumos y productos con el contenido de zumos fueron mucho más altos que el crecimiento de las ventas de aguas minerales, refrescos gaseosos sin alcohol, cerveza, té, café y leche.

La tendencia del aumento de capacidad de mercado de zumos ruso está acondicionada antes que nada por los factores macroeconómicos, y en particular, por el crecimiento de los ingresos reales de la población. A su vez, el aumento de ingresos provoca cambios en la estructura de la cesta de bienes de consumo. Según los datos de la agencia GfK, en el año 2001 los ingresos de la población rusa aumentaron a 34% comparando con el año 1998.

El aumento de la capacidad del mercado de zumos se debe tanto al aumento de frecuencia de consumo, como a la atracción de nuevos consumidores de los productos mencionados. En 1999 el promedio de consumo anual per capita constituyó 3,7 litros, en el año 2000 - de 4 a 5 litros, y en 2001 el consumo creció hasta 6 litros anuales.

Refrescos. Los segmentos principales del mercado de refrescos sin alcohol son refrescos gaseosos dulces, agua mineral y agua potable pura y los refrescos basándose en zumos.

En el período comprendido entre los años 1998 – 2001 las ventas de productos nacionales en el mercado de refrescos sin alcohol crecieron 2,5 veces. Según el Goscomstat (el Comité Estatal de Estadística) de la Federación Rusa en el año 2001 la productividad total de las fábricas de refrescos sin alcohol constituyó 420 mil millones de decalitros (ver Cuadro 1).

Cuadro 1

Producción de refrescos sin alcohol en Rusia, en millones de dal.

Producto	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Refrescos sin alcohol	85	114	144	204	178	222	261
Incluyendo agua mineral	27,6	30,3	41,1	51,0	74,4	86,1	98,0

El volumen del mercado ruso de aguas minerales equivale a 1,2 millones de dal (mientras que el de los zumos es de 1,5 millones de dal). El consumo total de todos los tipos de aguas potables constituye 130 millones de dal. De acuerdo con la opinión de la agencia de marketing Canadean, en el próximo futuro la bebida más consumida en el mercado, especialmente en grandes urbes, será agua embotellada sin gas, lo que corresponde a la tendencia universal.

Es interesante que hasta los productores de zumos reconocen grandes perspectivas del crecimiento dinámico del mercado de agua potable. Ya al final del verano de 2002 los ritmos de crecimiento del mercado de agua embotellada dejaron atrás a los del mercado de zumos. Según los datos disponibles el mercado ruso de aguas creció en el año 2002 más de 25%.

La producción de refrescos sin alcohol tiene un expresado carácter estacional, de acuerdo con la información de Goscomstat, durante el verano su producción crece casi 2 veces. Sin embargo, últimamente las diferencias estacionales de volúmenes de producción y venta se atenúan considerablemente debido al hecho de que los consumidores cogen el hábito de utilizar el agua sin gas para la preparación de la comida.

Panorama General del Sector

Zumos. A pesar de que el 80% del consumo corresponde, igual que antes, a los zumos naturales y néctares (con un contenido de zumo del orden de 40 a 60%), aumenta la producción de bebidas diversas con contenido de zumo entre 10% y 20%. El endurecimiento de la competencia ha dividido el mercado en diversos segmentos, siendo de señalar que, por ejemplo, el segmento «premium» del mercado ruso todavía no ha sido asimilado por los productores nacionales.

Según los expertos, actualmente el mercado ruso de zumos está compuesto por los siguientes segmentos: la clase “premium” a la que corresponde el 2% del mercado, la clase media con

sus 25% del mercado, zumos baratos - 50% del mercado, y los refrescos basándose en zumos correspondientes a la categoría más barata – el 23%. La mayoría de los fabricantes produce bebidas de todas estas categorías.

Al operarse la crisis económica del año 1998 los fabricantes de zumos empezaron a lanzar marcas comerciales correspondientes a la capacidad adquisitiva del consumidor. Precisamente en aquel momento aparecieron “zumos baratos” que en realidad son nada más que néctares, y las bebidas baratas basándose en zumos que pretenden ser atribuidos a la categoría de zumos. En el período de la estabilización económica estos productos no desaparecen del mercado. Al revés, sus posiciones se hacen más firmes y la calidad se mejora. Hoy día los refrescos a base de zumos son considerados más bien como refrescos de calidad y no como «zumos para los pobres».

Se lanzan al mercado productos nuevos: zumos con pulpa, zumos de dos variedades del mismo tipo de frutas, zumos enriquecidos con vitaminas y minerales, zumos con distintos aditivos vegetales, zumos infantiles. Una tendencia importante del desarrollo de la rama es la concentración de la producción debido a la cual el número de las marcas de zumos y refrescos disminuyó de en el año 1996 hasta 100 en 2001.

El precio de la mayoría de las marcas rusas de zumos no pasa de U\$S 1 por litro. Por otra parte, el nivel de los precios depende de los precios mundiales de los concentrados de fruta, ya que la mayoría de las empresas nacionales utiliza materia prima importada. Una excepción es la del concentrado de manzana, el 90% del cual se obtiene en Rusia.

Al incremento de la producción de zumos favoreció la bajada de aranceles para los concentrados importados en los envases superiores a 40 kg (de 15 a 5% del valor declarado de la mercancía), que tuvo lugar en el año 2000. Este año, comparando con 1999, la producción de zumos en Rusia creció a 40%.

A diferencia de los países occidentales, donde la mayoría de los consumidores prefiere el zumo de naranja, en Rusia las mayores ventas corresponden a las mezclas de zumos (el 20% del mercado en el volumen de ventas), los zumos de naranja y manzana ocupan el 15% del mercado cada uno y les sigue, en tercer lugar, el de tomate (12%). También gozan de gran demanda los zumos de melocotón, guinda y pomelo. Últimamente han aumentado las ventas de zumos de bayas (frutilla) que son tradicionales en Rusia.

Refrescos. Según los datos oficiales el 35% del consumo de refrescos sin alcohol corresponde al agua mineral y agua del manantial, la parte de refrescos gaseosos dulces constituye el 51%. De acuerdo con la opinión de la compañía investigadora ACNielsen Russia, el volumen de consumo de agua gaseosa incrementó en 2001 a 20%, mientras que el de agua sin gas – 63%, el de aguas (refrescos) con sabores incrementó 28%. Actualmente el agua con gas ocupa el 75% del mercado de refrescos sin alcohol, la parte del agua sin gas constituye el 25% (en Moscú - 41%).

La ampliación del surtido se alcanza debido al lanzamiento de refrescos bajos en calorías y refrescos “energéticos”. Según ACNielsen Russia, la parte de refrescos energéticos sin alcohol constituye actualmente menos de 1%. Las marcas más famosas de esta categoría son *Red Bull, Battery, Red Devil*.

Aumenta la capacidad del mercado de refrescos basándose en zumos y vitaminizados. Su venta ayuda a las compañías atenuar las diferencias de consumo de zumos a dependencia de la temporada. En verano la demanda de zumos y néctares se disminuye, debido a que los refrescos basándose en agua mineral o zumo apagan mejor la sed. En pocos años el segmento de refrescos basándose en zumos puede oscilar el 10% de mercado de zumos.

Según los expertos la saturación del mercado es alta. En 2001 el consumo total de zumos y refrescos sin alcohol fue 31,5 litros per capita. De acuerdo con los expertos de la compañía

Nestle Waters el consumo de agua mineral y agua del manantial es de unos 9 litros por persona.

Análisis de la Oferta

Producción Nacional y principales fabricantes

Zumos. La lucha competitiva en el mercado de zumos se desarrolla entre tres mayores productores rusos: la compañía “Wimm-Bill-Dann Food Products”, “Multon” y la fábrica “Lebedianskiy”. Un líder indiscutible es la marca *J-7* de «Wimm Bill Dann» (Wimm-Bill-Dann, Multon, la Fábrica Experimental de Conservas «Lebediyanski»).

Todos los tres líderes fueron pioneros del mercado ruso de zumos, y durante la historia de su existencia ganaron confianza de consumidores rusos. Sin embargo, ciertas compañías jóvenes, como, por ejemplo, el «Nidan Foods» y «Troya Ultra» aplican una política de la activa invasión del mercado. Actualmente las marcas de los principales productores se conocen a nivel nacional, mientras que anteriormente había una división en mercados locales. Así en la región Nordeste la más fuerte era la compañía «Multon», la «Wimm-Bill-Dann» llevaba la primacía en Moscú, la «Nidan Foods» - en Siberia, la fábrica experimental «Lebedianskiy» era líder del mercado de la región del Sur.

La compañía “Wimm Bill Dann Foods” se organizó en el año 1992. En 2002 ocupó el 33 lugar entre 200 mayores compañías rusas por el volumen de ventas (aproximadamente 675 millones de USD) convirtiéndose en el mayor productor de productos alimenticios no sólo en Rusia, sino en toda la Europa Oriental. El peso principal de la producción de la compañía corresponde a los productos lácteos (el 70%), otros 30% corresponden a los zumos. Para en inicio de 2002 a “Wimm-Bill-Dann” pertenecían 8 fábricas de zumos.

En 2001 las fábricas de la compañía produjeron más de 300 mil toneladas de zumos (las marcas principales son *Rio Grande*, *J-7*, *100% Gold Premium*), mientras que en el año 2000 fueron producidas sólo 250 mil toneladas. La compañía planea seguir incrementando la

producción de zumos, en particular, debido al aumento de la capacidad productiva de sus fábricas. La parte de productos de “Wimm-Bill-Dann” en el mercado ruso supera el 35%.

Crece los volúmenes de zumos producidos en la fábrica de conservas experimental “Lebedianskiy” (las marcas *Ya, Tomus, Fruktoviy Sad, Frustyle*). Esto se debe a la puesta en marcha de la tercera nave de producción de zumos que ha costado 10 millones de USD. La nave está equipada con 6 líneas de Tetra-Pack. Su superficie es de 5 mil metros cuadrados. Con la puesta en marcha de la nave nueva la capacidad productiva de la fábrica creció dos veces – hasta 2 mil toneladas al día. Para el final de 2002 la parte de la empresa en el mercado ruso de zumos creció de 18 a 20%. En marzo de 2002 la fábrica empezó a embotellar zumos de la marca comercial Ramstor de acuerdo con el contrato con la compañía turca igros – propietaria de la red comercial Ramstor. El surtido de zumos y néctares está presentado por 6 sabores. La compañía turca pretende en 5 años aumentar el nivel de ventas de su marca hasta 10%.

La fábrica de conservas «Lebedianskiy», situada en la provincia de Lipetsk., es una de 200 empresas más grandes de Rusia por el volumen de ventas. En 2002 las ventas de la compañía (incluyendo zumos y conservas de frutas y hortalizas enlatadas) han sido mayores a 92 millones de dólares USA, con la rentabilidad de la producción de 12,8%. El personal de la empresa es de unas 1,5mil personas.

La compañía “Multon” (zumos *Nico, Rich и Dobriy*) se fundó en 1995. La capacidad de 2 empresas pertenecientes a la compañía (en St. Petersburgo y en la ciudad de Schiolkovo en las afueras de Moscú) permite producir hasta 540 millones de litros de zumo al año. En total la compañía produce 65 tipos de zumos. En el año 2002, la producción de zumos aumentó a 25-30%, o sea hasta 320-350 millones de litros comparados con 260 millones de litros en 2001. Gracias a la adquisición del paquete de control de las acciones de la fábrica de



productos lácteos “Ochakovskiy” la capacidad productiva de “Multon” en la región de Moscú es mayor a la de la región de St.Petersburgo, donde la compañía está registrada.

En 1998, la compañía Nidan-Foods (Новосибирск) puso en servicio su primera línea de producción de zumos y en un breve lapso logró multiplicar por nueve la cifra de ventas. En 2001 el volumen de la producción de la fábrica de St. Petersburgo (las marcas *Da!*, *Champion*, *Mi Familia*) constituyó 130 millones de litros. En 2002 Nidan-Foods puso en marcha la nueva fábrica de zumos en la región Liuberetskiy de la provincia de Moscú. El proyecto costó aproximadamente 50 millones de USD, la capacidad es de 1 millón de litros de zumo al día. Debido a la puesta en marcha de la empresa nueva la producción de zumos aumentó hasta 250 millones de litros. Actualmente la compañía envasa zumos no solamente en sus propias fábricas, sino también utilizando las capacidades de las fábricas “Amtel” (provincia de Moscú), “Parmalat” (provincia de Belgorod), “Sibirskaya Compañía” (provincia de Altay). Han iniciado a envasar zumos en la fábrica de productos lácteos “Ostankinskiy” (Moscú). A su vez la Nidan-Foods está dispuesta a ofrecer las capacidades de su fábrica en la provincia de Moscú a otros fabricantes de zumos y grandes redes comerciales que producen sus propias marcas de zumos. La parte de la compañía en el mercado ruso constituye un 10%. *Refrescos*. Entre los productores rusos de refrescos sin alcohol se destacan las compañías “OAO Fábrica de cerveza Báltica”, Wimm-Bill-Dann, La Sociedad Abierta “OOO Mercurio” (la ciudad de Cherkessk), Sociedad Anónima Cerrada “Poliustrovo” (St.Petersburgo).

La Sociedad Anónima Cerrada “Poliustrovo” es la mayor productora de refrescos sin alcohol en el mercado de St.Petersburgo. Una de las direcciones actuales de trabajo de la compañía es la elaboración de bebidas medicinales basándose en plantas. Entre las aguas minerales producidas por la fábrica se destacan tales marcas conocidas como “Kliuchevaya Voda (“Agua del manantial”) y “Rosinka”, el agua cálcico “Natalia”, agua medicinal y de mesa rica

en hierro “Poliustrovo”. La compañía fue una de las primeras que prestaron atención a las bebidas tradicionales rusas, tales como kvas, cuya popularidad en el mercado crece de día en día. También la fábrica produce refrescos gaseosos “Baikal”, “Tarkhun”, “Russky Kvas”

La empresa “Mercurio” (ciudad de Cherkessk) envasa agua mineral potable y agua mineral de mesa con propiedades medicinales “Mercurio” y “Biba” y produce un refresco gaseoso dulce Spark. Se embotella el agua mineral de las manantiales situadas en las regiones ecológicas al pie de la Sierra Principal del Cáucaso. En mayo de 2001 se puso en marcha una nueva fábrica de envase de agua mineral con la capacidad proyectada de 1 millón de botellas al día. Los equipos fueron suministrados por los líderes mundiales en el campo de tecnologías y equipos para la producción de agua mineral: ASCO de Suiza, SIDEL de Francia, SASIB de Italia, CULLIGAN de los EEUU. En perspectiva se prevé la instalación de la segunda línea con la puesta en marcha de la cual los volúmenes de producción aumentarán hasta 30 millones de botellas al mes.

En 2002 la compañía “Wimm-Bill-Dann” empezó la producción de su propia agua mineral y de mesa. La compañía decidió dedicarse al agua mineral debido al rápido crecimiento de este mercado. Su crecimiento anual constituye unos 15-20%, igual que la dinámica del crecimiento del mercado de cerveza en los últimos dos o tres años. Se invirtieron aproximadamente 15 millones de dólares en la fábrica construida en la provincia de Novgorod, y su capacidad inicial está destinada para la producción de 100 mil litros de agua mineral al año.

En 2002 la Sociedad Anónima Abierta “La Cervecería “Báltica” empezó a embotellar el agua mineral rica en yodo. Los expertos de la empresa creen que en el año 2002 la parte de agua mineral rica en yodo constituirá el 10% del volumen total de productos sin alcohol. La compañía produce aproximadamente 300 mil dal anuales de aguas minerales y refrescos: Son agua de mesa con propiedades medicinales “Khrustalnaya”, el agua mineralizado

“Serebrianaya Ladoga” y tres tipos de refrescos con sabores de limón, extracto de guaraní y pomelo.

En el mercado de refrescos gaseosos dulces a las norteamericanas Coca-Cola y Pepsi-Cola siguen la VINAP (Novosibirsk, producción de refrescos sin alcohol acompaña a la producción principal de bebidas alcohólicas, el 33% de acciones se controlan por la compañía pública “Rosspirtprom”) y la compañía – holding “Ranova”. A estas compañías rusas corresponden el 4% y el 3% del mercado. Por la popularidad de la marca en el mercado ruso cabe mencionar a la fábrica “OST-Aqua”, que forma una estructura única con la producción de bebidas alcohólicas (grupo OST) y produce bebidas y refrescos de la marca “Chernogolovka”.

En la rotación financiera total del mercado de refrescos gaseosos según los resultados del año 2001 a Coca-Cola corresponde el 28%, a Pepsi-Cola – el 11%, a “Poliustrovo”- el 4%. Les sigue en la tabla de popularidad la fábrica VINAP y “Ranova”.

Producción Extranjera y principales proveedores (Importancia de la implantación en Rusia)

Zumos. Según los expertos, en el año 2002 la parte de zumos importados en el mercado ruso no superó el 20%. En 2001 esta parte equivalía a 22% , y en el año 2000 a 65%. Zumos importados del extranjero “lejano” se venden exclusivamente en la categoría premium: son las compañías Del Monte, Granini, Albi, Parmalat y la inglesa “Gerber Foods” (*Sunpride*), holandesa “Menken Drings” (*Gaffa Juice*) y la polaca “Hortex”. Productos de empresas occidentales son bastante caros y su parte en el mercado ruso no es importante (menos del 10% de la capacidad del mercado).

De acuerdo con las estadísticas de la aduana (Comité Estatal de Aduanas de la Federación Rusa) en 2001 Rusia importó 186,7 mil toneladas de zumos para el monto total de 86 millones USD. En la estructura de suministros predomina el zumo de manzana (20%),

seguido por mezclas de zumos (17%), zumo de naranja (el 8% del congelado y el 8% de otros tipos) y el de piña (8%). A otros zumos de frutas y hortalizas corresponde el 24%.

Los principales exportadores de zumos son Holanda (el 21% del total de zumos importados, los productos importados principales son zumos de naranja, piña y mezclas), Moldavia (el 19%, predominantemente zumos de manzana y mezclas), Tadjikistan (el 12%, zumos de hortaliza y fruta), Ucrania (el 6%, zumo de manzana, de fruta y hortaliza), Brasil (el 5%, zumo de naranja congelado), China (5%, zumo de manzana), Uzbekistan (4%, zumo de uva y concentrados), Iran (el 4%, zumo de manzana), Israel (el 3%, zumos de naranja y de piña), Alemania (el 3%.

España es un líder en las exportaciones de zumo de uva— aprox. 4 mil toneladas en el año 2001, son decir un 40% de la importación rusa de este producto.

La parte de zumos importados es especialmente significativa en la categoría premium, dentro de la cual se ofrecen zumos en cristal, tales como *Kings*, *Akbi* и *Granimi*. La compañía alemana Eckes-Granimi, que trabaja en el mercado ruso ya durante varios años, todavía no encontró una resistencia fuerte de la competencia en la categoría premium.

Refrescos. Hasta el 80% de todo el agua mineral y de mesa importada a Rusia corresponde a Georgia. En 2001 la compañía Georgian Glass & Mineral Water vendió 35 millones de botellas del agua “Borzhomi”. El aumento de las importaciones en 2002 (el 40%) se debe en primer lugar al crecimiento de ventas de productos nuevos (*Borzhomi Light* y *Rodniki Borzhomi*), así como al desarrollo de mercados regionales. Según las previsiones de la compañía dentro de 2-3 años en las regiones se venderá de 2 a 3 veces más agua que en el mercado de Moscú.

El segmento de refrescos dulces sin alcohol importados está presentado predominantemente por los productos baratos fabricados en Bielorrusia (el 25%), así como por las bebidas de la

categoría premium fabricados en Francia (el 24%). En total la parte de bebidas importadas en el volumen general del mercado en el año 2001 no superó el 3,5%.

Los aranceles para zumos importados (excluyendo concentrados) y refrescos sin alcohol constituyen el 15% del valor arancelario, pero nunca puede ser inferior a 0,07 euros por un litro.

La distribución geográfica de las importaciones de zumos y refrescos para los principales grupos de mercancías (Código de DM de la AEE 20.09, 22.01 u 22.02) vea en el Anexo 5.

Datos de Carácter Geográfico

Según los expertos, las regiones rusas siguen siendo una de las principales reservas del desarrollo del mercado de zumos - el consumo per capita de estos productos en Rusia en general es casi 1,5 veces inferiores que en Moscú. Esta situación coadyuvó a la activación de la producción de marcas locales. Los ejemplos del desarrollo de mercados locales de zumos son: *Sady Pridonia* en la región del Sur, *Digui Don* en la región de los Urales, *Depson* en la región Central.

Sin embargo para hoy se ha creado una situación muy especial, cuando los productores regionales (por su origen) intentan llegar al nivel de la producción (en cuanto al volumen) de la "Wimm-Bill-Dann" de Moscú y ocupar su nicho en el mercado capitalino. Tradicionalmente WBD se considera "moscovita" debido a su procedencia capitalina, aunque ahora las fábricas de la compañía se sitúan en varias regiones de Rusia. Si consideramos regionales aquellas compañías cuyas oficinas principales o filiales están registradas fuera de Moscú o su provincia, resulta que a estas corresponde el 60% del mercado de zumos de Rusia y el 50% del mercado de Moscú.

A finales del año 2000 las empresas regionales emprendieron el nuevo ataque agresivo del mercado de zumos capitalino. Hace 8 años las compañías de Moscú fueron primeras en envasar zumos en envases asépticos y vender el producto nuevo en las regiones. Pero ya en el

año 2000 la participación de los fabricantes moscovitas en su mercado de origen empezó a disminuir, y dos primeras empresas no moscovitas (“Multon” de St. Petersburgo y “Nidan” de Novosibirsk con su marca “Champion”) empezaron a envasar sus productos en las fábricas de productos lácteos de Moscú, aprovechando sus líneas paradas.

Actualmente todas las compañías grandes, excepto la fábrica experimental “Lebedianskiy” (provincia de Lipetsk), fabrican sus productos en la provincia de Moscú, procurando aprovechar en lo máximo las facilidades que ofrece la posición territorial de la fábrica: menores gastos para el salario, materia prima local, apoyo de la administración regional.

Algunos expertos consideran que la fuerza principal de los productores regionales consiste en las posiciones históricamente ocupadas en el mercado local y, por lo tanto, alto nivel de lealtad de parte de los consumidores. El fenómeno de las compañías regionales se debe antes que nada al hecho de que éstas aprovecharon el momento oportuno apostando por los productos de precios medio o bajos.

Análisis de la Demanda

Tendencias Generales de Consumo

Zumos. Según los datos de marketing el consumo de zumos per capita solo en las ciudades grandes de Rusia se aproxima al nivel europeo: en Moscú es de 22 litros al año, en St. Petersburgo – 12 litros. Sin embargo en promedio del consumo para el país constituye 8 litros al año, lo que quiere decir que el potencial del mercado sigue siendo importante.

Con la economía estable y el aumento de ingresos de la población en Rusia va a crecer la demanda de los productos que no son de primera necesidad, a los cuales se refieren también los zumos. De acuerdo con algunos datos en 2005 el consumo de zumos per capita llegará a 12 litros, lo que significa el crecimiento del mercado a 50% más.

Con la correlación actual del consumo de zumos en Moscú y en Rusia – 22 y 8 litros anuales correspondientemente, - los próximos años el incremento de consumo de zumos en Moscú va

a frenar y el crecimiento posterior de la capacidad del mercado se deberá principalmente gracias a las regiones.

Según los especialistas la competencia en el mercado de zumos es cada día más fuerte y seguirá afianzándose. El lanzamiento al mercado será complicado para nuevos productores, para obtener éxito necesitarán muchos recursos y esfuerzos. Además los últimos años se observa una presión al productor de parte de ciertas redes comerciales: para “penetrar” en un supermercado y estar en los escaparates hay que pagar sumas importantes.

Refrescos. Desde el punto de vista de los productores el mercado de refrescos sin alcohol ya está organizado: se formaron segmentos correspondientes al nivel determinado de precios, se crearon esquemas de distribución, hay una cantidad suficiente de productores. Tomando en consideración el alto nivel de competencia en el mercado capitalino, el aumento de ventas es factible sólo en las regiones.

El desarrollo del mercado de bebidas sin alcohol se debe a la aparición de nuevos segmentos : productos a base de zumos, vitaminizados, energéticos y otros. Los especialistas creen que el número de estas categorías va a seguir creciendo – la saturación del mercado todavía no llegó a su cumbre. El interés de los consumidores hacia las bebidas carbonizadas tradicionales se disminuye, mientras que la demanda de agua de manantial sin gas crece. Se desarrollarán de la forma más dinámica aquellas compañías que no dejarán al lado estas tendencias.

Muebles

Definición y descripción del sector.

El volumen de la producción de muebles en la Federación de Rusia aumentó en 2001 en un 13,2 % y llegó a ser 739,2 millones de dólares. El peso específico de importaciones del volumen de ventas en los 10 últimos años alcanzó un record del 44,2%.

Según los datos de la Asociación de empresas de la madera y muebles, en Rusia en 2002 el volumen de producción de muebles incrementó en un 21 % en comparación con el año 2001.

Sin embargo, este índice se expresa en precios corrientes, pero a precios comparativos, incluyendo la inflación, el crecimiento apenas supera el 2%.

Según el Comité Arancelario de la Federación de Rusia las importaciones de muebles en 2002 aumentaron en un 23,3 % y su valor se situó en 472,6 millones de dólares. (Véase Gráfico 1). Después de la crisis de 1998 el valor de importaciones de muebles en Rusia se redujo considerablemente, se perfiló el crecimiento del volumen de producción interna de muebles. En 2000-2002 bajo la influencia de la estable extensión de la demanda y aumento de gastos en el consumo final, mejora de la situación financiero-cambiaria y del fortalecimiento del rublo, se restableció el crecimiento de importaciones de muebles (en 2001 el crecimiento de importaciones se situó en un 37,6% con relación a 2000).

La producción de muebles en Rusia es un gran sector de la industria nacional en la esfera de producción de artículos de uso público. Como consecuencia de las transformaciones en el mercado, la industria de muebles de Rusia en los años 90 cayó en una situación difícil. Creada en los años de la economía planeada, la estructura de las grandes empresas de producción de muebles y componentes para estos resultó ser inútil para el trabajo en las nuevas condiciones de mercado y la competencia estricta. En la estructura de gastos de la producción, aumentaron bruscamente los costes de energía eléctrica, combustible, amortiguación de fondos básicos, transporte de suministro de materia prima, materiales y producción manufacturada. Con relación a esto, el sector que era anteriormente de alta rentabilidad (25-30%) bajó considerablemente la eficacia de su trabajo. En los últimos años en el ambiente del proceso de reestructuración de grandes empresas durante el período de reformas, en Rusia surgieron y siguen creándose pequeñas y medianas empresas capaces de reaccionar de forma dinámica a las exigencias del mercado y reestructurar de forma flexible la producción. Hoy día en Rusia actúan 2820 empresas de muebles, entre las cuales, según los datos concedidos por el Departamento Económico del Complejo Forestal del Ministerio de Economía de la

Federación de Rusia, no existe ni una sola empresa estatal. Desde el punto de vista de los especialistas, ahí está una de las razones del crecimiento del sector.

Panorama General del Sector.

Según el Comité de Estadística del Estado de Rusia, los muebles se clasifican en dos grandes grupos:

1. Sillería (Código de estadística arancelaria 94.01.)
2. Otros muebles y sus partes (Código de estadística arancelaria 94.03).

De acuerdo con el balance de 2002 en Rusia importaron sillería por la suma total de 96,7 millones de dólares. Con esto la gran parte de importaciones hacen los países extranjeros – 58,8% (56,8 millones de dólares). Los principales países-proveedores referente al código 94.01, son Italia (33,2% de importaciones), Alemania (15,7%), Polonia (13,3%), España (4,2%). Entre los países de la CEI (41,2% del total de importaciones según el código 94.01) los principales proveedores del mercado ruso son Bielorrusia (52,7%) y Ucrania (47,1%). Los principales importadores de la producción rusa (volumen de exportaciones 19,9 millones de dólares) en el extranjero fueron Kazajstan (30,3%), Alemania (11,1%), Bielorrusia (9,5%). La importación de otros muebles y sus partes (código 94.03) según el balance de 2002 por el precio se situó en 261,3 millones de dólares. Los principales proveedores de los países extranjeros son Italia (43,1% del valor de importaciones), Alemania (11,7%), España (7,6%), Polonia (6,3%). La exportación de Rusia (la suma total 79,5 millones de dólares) fue dirigida principalmente a Alemania (35,4%), Kazajstan (15,4%), Francia (6,8%), Bielorrusia (5,9%), Austria (4,5%), EE.UU 3,8%.

El código de estadística 94.03. reúne una gran cantidad de diferentes tipos de muebles: muebles para oficinas, tanto metálicos como de madera; muebles para comedores y cocinas, muebles para dormitorios, muebles de madera y otros, así como también otras partes de

muebles. (Véase Grafico 3, Cuadro 1). Para el análisis posterior se va a utilizar la división de muebles en dos tipos: muebles para hogar y oficinas.

Mobiliario de Hogar

Con este grupo se relacionan los muebles de madera para cocinas, muebles de madera para dormitorios, así como otros muebles de madera. Los principales proveedores de muebles de madera para cocina del mercado ruso son Italia, Chequia, Alemania, Gran Bretaña. La mayor parte de muebles para dormitorios es suministrada a nuestro país por Italia, Polonia, España, Suecia, Francia, Alemania.

Mobiliario de Oficina

Los principales proveedores de muebles para oficina del mercado ruso son Bielorrusia, Italia, Ucrania, Alemania, Austria, España. Entre los grandes importadores de muebles metálicos para oficinas lideran Alemania, Francia, Italia, Bielorrusia.

La segmentación de la producción de muebles nacionales en los últimos años se conserva aproximadamente en el mismo nivel y está representada en el gráfico. (Véase Grafico 2). Los principales muebles fabricados en Rusia son mesas (31%), sillas (30%), armarios (27%).

Producción Nacional y principales fabricantes

La industria rusa del mueble en la primera mitad del año 2002 conservó prácticamente el mismo ritmo del desarrollo que en el período análogo del año pasado que fue aproximadamente un 3% a precios comparativos. Sin embargo, el incremento del volumen de los muebles importados conforme al código de la Nomenclatura Arancelaria de la Actividad Económica Exterior el total del “otro mueble y sus partes” según los datos oficiales fue de un 129,3 %, y según el código 940350 “el mueble de madera tipo dormitorios” fue de un 165,3 % respecto al nivel del año pasado. El volumen del mueble importado (incluida Bielorrusia) respecto al volumen de producción del mueble en Rusia se sitúa en un 52 % lo que supone un factor desfavorable para el fabricante ruso.

Los fabricantes rusos del mueble no poseen por ahora toda la tecnología moderna para la elaboración de materias primas. Por ejemplo, no está organizada la producción de losas “MDF” que gozan de gran demanda en el mercado ruso y, como resultado, se mantiene el precio alto del material importado. La compañía “UPG” (united Panel Group) planea en septiembre de 2003 empezar a producir en Rusia losas “MDF” de calidad europea. La producción de estas losas se organizará en el combinado de madera contra chapada de la República de Komi conjuntamente con el combinado del mismo perfil de Perm. La capacidad de la producción de las “MDF” será de unos 120-130 metros cúbicos al año. Los expertos esperan que este proyecto permitirá mejorar la situación en el mercado ruso de material de losa.

Mobiliario de Hogar

Uno de los fabricantes líderes rusos del mueble para hogar y oficina es la “Mueblería “Shatura” S.A. En 2002 el volumen de venta de la compañía fue más de 104 millones de dólares lo que supera el índice analógico del año pasado un 8,7 %. La compañía gastó 14 millones de dólares en inversiones capitales dirigidas a desarrollar la producción y mejorar la calidad de la mercancía producida en 2002.

En la actualidad crece el número de fabricantes rusos que empezaron seriamente a ocuparse del diseño. Una serie de empresas que trabajan con maderas valiosas (fábrica “Oljovskaya” de Moscú, “Muebles de las Tierras Negras” y “Ecomuebles” (ciudad de Dubna), “Svoboda” (ciudad de Rybinsk), ya ahora lanzan al mercado productos que no se distinguen en mucho de las que producen los fabricantes importadores en cuanto a la calidad y precio.

En la industria del mueble en Rusia se conserva una tendencia común de los años anteriores respecto a la reducción de la producción del mueble blando. Es que el mueble esencial (mesas, sillas, camas de madera, armarios) requiere un gran proceso tecnológico de producción y grandes inversiones de capitales. El proceso de fabricación del mueble blando,

al contrario, es bastante sencillo y no requiere grandes superficies. Por eso en este segmento del mercado ruso actúa una gran cantidad de pequeñas empresas.

Mobiliario de Oficina

En el mercado ruso desarrollan su actividad muchas medianas y pequeñas empresas productoras del mueble de oficina. En la Federación de Rusia en 2002 las ventas de muebles de oficina alcanzaron un record de 300 millones de dólares.

Los muebles de oficina se fabrican, por lo general, con equipos modernos de producción italiana, búlgara, Bélgica, alemana, rusa, utilizando los accesorios importados de Italia, Alemania, Polonia. Cabe señalar, que la utilización del equipo y tecnologías italianas permitió lograr el nivel de la calidad europea del mueble de oficina, fabricado en Rusia, y hasta desalojar a algunos productores extranjeros.

El mercado ruso del mueble de oficina se divide en tres segmentos:

1. Mueble para el personal – «mueble ejecutivo».
2. Mueble para los dirigentes del nivel medio - «clase de negocios»,
3. Muebles para despachos de las primeras personas y directores – «exclusivo».

Es necesario destacar que en el mercado del mueble de oficina para el personal (mueble de oficina ejecutiva”) la producción del fabricante ruso hizo desalojar casi totalmente a las marcas importadas. Desde finales de 2002 los fabricantes rusos del mueble lideran este segmento del mercado. Hoy día casi todo el mueble ejecutivo de oficina que se vende en el mercado es producida en Rusia. (Aquí las compañías líderes son “Fronda”, “Felix”, “Solo”, “Kraft”, “Yunitex”, “Shatura”, D.E.M.-Group). Para finales de 2002 los fabricantes rusos tendían a habilitar el segmento del mercado de la clase de negocios. En la producción del mueble “exclusivo” siguen liderando los productores extranjeros.

Producción extranjera y principales proveedores. (Importancia de la implantación en Rusia)

Mobiliario de Hogar

La más grande compañía transnacional extranjera que actúa en el mercado ruso del mueble es la compañía sueca IKEA. El grupo IKEA, cuyo volumen de ventas en todo el mundo en 2001 fue de 10,3 mil millones de dólares, dirige más de 170 tiendas en 30 países. En Rusia esta compañía creó dos tiendas propias situadas en la provincia de Moscú. Como resultado de la apertura de la segunda tienda, la venta de los muebles IKEA creció un 100 %. En 2003 la compañía espera un crecimiento de un 10-15 %.

De forma bastante dinámica se desarrolla el suministro al mercado ruso de materiales accesorios extranjeros para la fabricación de armarios con puertas corredizas.

Mobiliario de Oficina

Italia sigue tradicionalmente conservando el liderazgo en cuanto a los suministros a Rusia del mueble de oficina. Otros grandes países proveedores del mueble de oficina en el mercado ruso son España, Alemania, Polonia, Finlandia (Véase Grafico 4.). Según las estimaciones de especialistas, la importación del mueble de oficina, probablemente, se irá reduciendo. Junto con la actividad dinámica de los fabricantes rusos, a este proceso puede contribuir el cambio elevado de la divisa europea y, como consecuencia será el incremento de los precios internos nacionales de la producción europea. Como factor que atrae la atención de los productores extranjeros de muebles es el mercado de gran capacidad y demanda estable del mueble.

Datos de Carácter Geográfico.

La mayoría de los grandes mayoristas rusos que colaboran estrechamente con los fabricantes extranjeros de muebles, equipos y accesorios tienen una amplia red de distribución y de la venta que abarca todas las regiones más importantes de Rusia. Una de las prioridades son las

regiones rusas (antes que nada la región Central) con su infraestructura bien desarrollada y la proximidad a los centros industriales y vías de transporte principales.

Las principales regiones productoras del mueble son: Moscú (tales empresas como "Interier", "Oljovka", "Moscú", "Kuzninki"); la provincia de Moscú (la mueblería Shatura, PMO "Shatura" S.A.); la mueblería de Elektrogorsk ("Elektrogorskmebel" S.A.); Tumen ("Zarechie"); Ulianovsk ("Aviastar-mebel"); Voronezh ("Grafskoe"; "Muebles de las Tierras Negras").

Tendencias Generales de Consumo

El mercado ruso del mueble, según la opinión de los expertos, es de suficiente capacidad que se desarrolla con dinamismo y tiene la venta garantizada. La capacidad del mercado ruso del mueble es superior a 100 millones de consumidores. El desarrollo en el país del mercado inmobiliario es acompañado por el crecimiento de la demanda por parte de consumidores del mueble de alta calidad. El mercado nacional del mueble se distingue por diversidad y ofrece la producción que corresponde a las posibilidades de todas las capas de la población. El surtido es bastante amplio: desde las colecciones más refinadas de las firmas líderes italianas, alemanas, finlandesas y francesas hasta los juegos modestos de la producción nacional. El mercado del mueble de élite prácticamente está lleno.

Mobiliario de Hogar

Una de las direcciones más dinámicas de la industria del mueble es la fabricación del mueble de hogar por encargos y medidas individuales del cliente. Esta dirección permite satisfacer la demanda de aquellos compradores cuyos requerimientos respecto a los muebles crecen más rápido que sus posibilidades financieras. Los productores rusos del mueble afirman que la parte de juegos estandarizados de muebles se reduce y crece el número de encargos individuales. Sobre el programa de fabricación de muebles por encargo individual hoy día trabaja una serie de productores rusos, entre los cuales está la mueblería "Moscú".

Una de las tendencias en la fabricación de muebles por encargo que se desarrolla dinámicamente en el mercado ruso con la utilización de accesorios de producción extranjera es la fabricación de armarios con puertas corredizas. Esta producción goza de una demanda bastante estable.

Según la opinión de los analíticos, queda libre el segmento del mueble para niños. La demanda potencial aquí, según sus cálculos, se satisface no más que en un 40 %.

Hoy día la gran parte de este mercado ocupa el mueble importado, ante todo, el mueble no caro de Italia. Entre los países de la CEI el importador principal es Ucrania. Los expertos pronostican que la demanda del mueble para niños en 2003 crecerá un 10 % más, lo que permitirá a los productores nacionales incrementar los volúmenes de producción por no ser este segmento lo suficientemente habilitado.

Mobiliario de Oficina

En el mercado ruso del mueble de oficina goza de la gran demanda el así llamado “el mueble ejecutivo”, destinado para el personal base (mesas, sillas) que es aproximadamente un 50 %. En el segundo lugar, según el volumen de venta, está el mueble de la “clase de negocios”, destinado para amueblar los despachos de los dirigentes y gerentes de la clase media (unos 30 %. Y el porcentaje de venta más bajo se registra para la producción élite, destinada para los despachos de las primeras personas y directores gerentes.

Perfil del Consumidor

Mobiliario de Hogar

En el mercado ruso de consumo del mueble para hogar se nota un déficit del mueble para la clase media que en cuanto a la calidad, diseño y el nivel de comodidad se distinguiera de la producción despersonalizada en masa y respondiera a las posibilidades del comprador. El consumidor ruso, en comparación con el europeo, es más móvil y, al mejorar sus condiciones de vivienda, procura resolver sus problemas mobiliarios de forma más rápida posible. Por eso,

la necesidad en la adquisición de muebles nuevos directamente está ligada con los crecientes volúmenes de la construcción de viviendas.

La encuesta hecha por “NVM Consalting” en 10 regiones de Rusia, mostró que el factor central en la elección de muebles hoy día es la calidad. (37 %). El precio tiene menos importancia (33%) y el diseño - 20%. El 36 % de consumidores siguen comprando los muebles una vez en diez años, el 29 % - una vez en cinco años y más a menudo. Igual que en Europa, los consumidores rusos prefieren colores claros – nogal, roble, haya, fresno. La tercera parte de los consumidores compran los muebles para nuevos apartamentos, y casi la cuarta parte – para sustituir los muebles usados y aburridos. La mayoría de los consumidores (22%) están dispuestos a pagar por el mueble de 3 a 5 mil rublos, 16 % - hasta 10 mil y 19 % pueden comprar los por 15 mil rublos.

Generalmente, en los últimos años, los productores rusos del mueble se mantenían precisamente gracias al bajo poder adquisitivo de la población. Los productores del mueble se orientan, por lo general, en el comprador no muy rico. Sin embargo, los datos de la estadística de aduanas atestiguan que en el último año los competidores extranjeros reducen los precios de su producción: en 10 meses en el año pasado los precios del mueble importado bajaron un 30 %. En Moscú y la provincia de Moscú esto ocurrió en gran parte a causa del apoderamiento del mercado por el consorcio gigante IKEA, que ofreció a los compradores un mueble moderno y a precios de los productores nacionales.

Mobiliario de Oficina

Con relación a la perspectiva del desarrollo del mercado del mueble de oficina en Rusia, los expertos pronostican un crecimiento de un 10 % debido a la aparición en el mercado de nuevas compañías – compradores potenciales del mueble de oficina y la expansión de la actividad de las que ya existen.

Localización Geográfica de los principales mercados

En Moscú, San Petersburgo y otras grandes ciudades de Rusia notablemente aumenta la construcción de edificios administrativos y centros de negocios, así como la construcción de viviendas. Es obvio que la localización geográfica del mercado del mueble en Rusia estará ligada a los programas de construcción de nuevas obras.

ANEXO

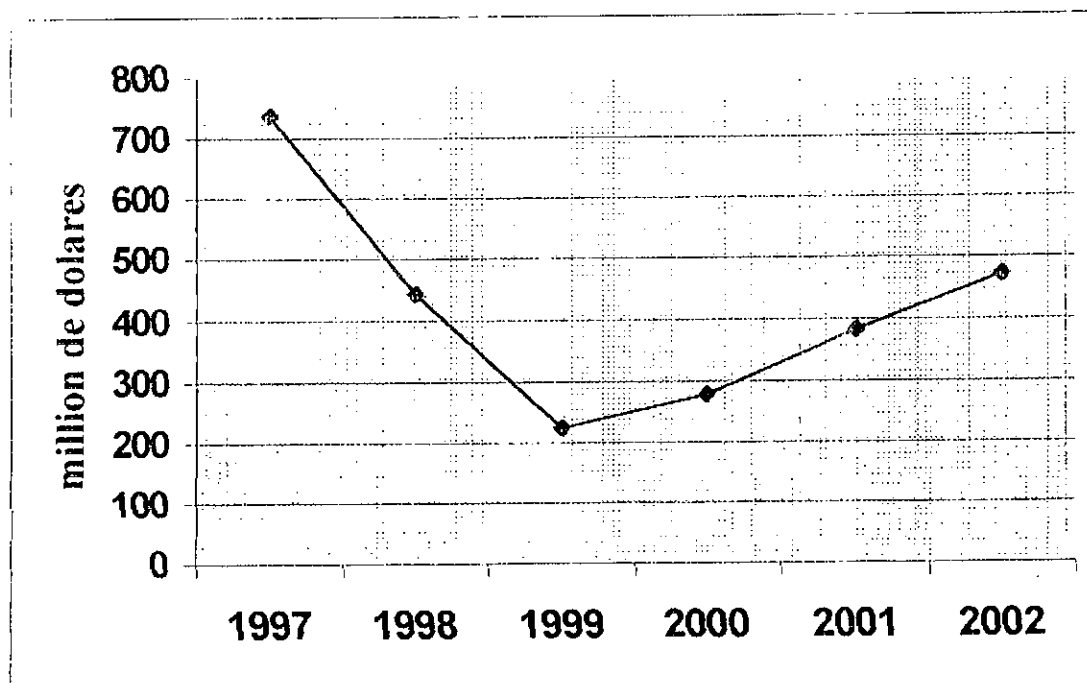
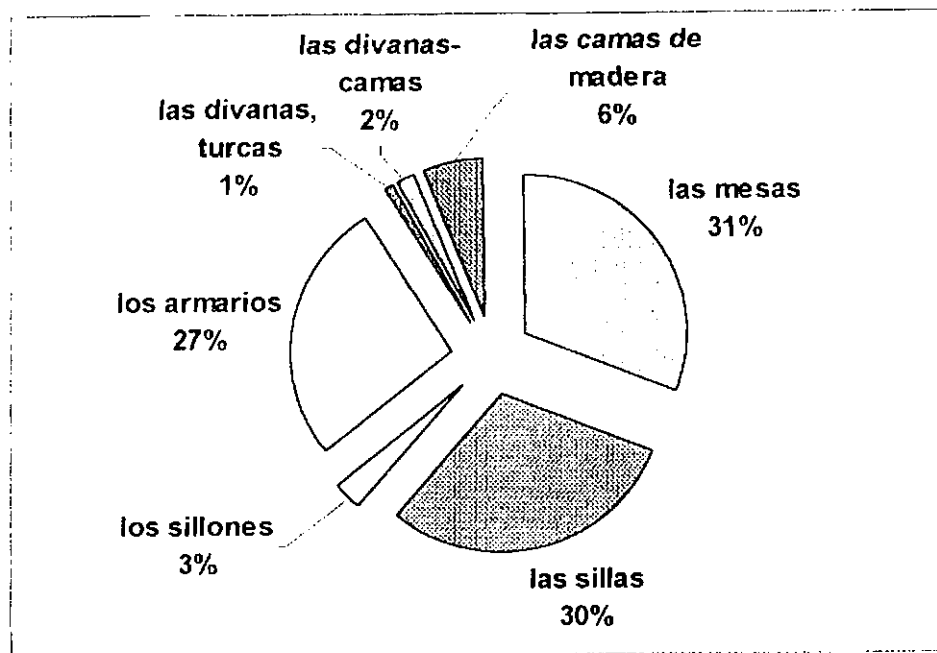


Gráfico 1. Dinámica de las importaciones de muebles en Rusia.

Fuente: Estadística de aduana, 2002.

Gráfico 2. Distribución de la producción rusa por tipos de muebles.



Cuadro 1 Importación del mueble a Rusia

Denominación	Exportación Miles de dólares	Importación, Miles de dólares
94. 01 Sillería transformable y no transformable en camas		
total	19957,6	96703,6
países extranjeros	9364,2	56866,4
países de la CEI	10593,4	39837,2
94. 03 Otros muebles y sus partes		
Total	79476,1	261320,9
Países extranjeros	58949,6	156637,8
Países de la CEI	20526,5	104683,2
94. 03.10. Mueble de metal, para los establecimientos		
Total	1747,4	6903,3
Países extranjeros	121,3	6299,4
Países de la CEI	1626,0	604,0
94.03.20 Otros		
total	2276,1	14281,3
Países extranjeros	160,8	12512,0

Programa de Desarrollo de la Producción Exportable de una Microregión de Misiones
 Experto: Ing. Jorge Armando Maidana
 Provincia de Misiones – Contrato de Obra Exp. Nº 5495
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Países de la CEI		2115,3	1869,4
94.03.30. muebles de madera para los establecimientos			
Total		7434,6	46950,2
Países	extranjeros	3003,3	24960,2
Países de la CEI		4431,2	21989,9
94.03.40. muebles de madera tipo de cocina			
Total		3234,0	29943,7
Países	extranjeros	1373,7	15715,2
Países de la CEI		1860,3	14228,5
94.03.50. muebles de madera tipo dormitorios			
total		4890,3	32398,5
Países	extranjeros	1976,0	22076,0
Países de la CEI		2914,3	10322,6
94.03.60. otros muebles de madera			
total		30349,2	102041,4
Países	extranjeros	24246,6	53247,4
Países de la CEI		6102,6	48794,0
94.03.90 partes del mueble de metal, de madera y de otros materiales			
total		28927,6	25118,7
Países	extranjeros	28013,6	18684,7
Países de la CEI		913,9	6434,0
94.03.90.3000 partes del mueble de madera			
total		28287,4	14444,9
Países	extranjeros	27948,1	11583,3
Países de la CEI		339,3	2861,6

Fuente: GOSCOMSTAT, 2002.

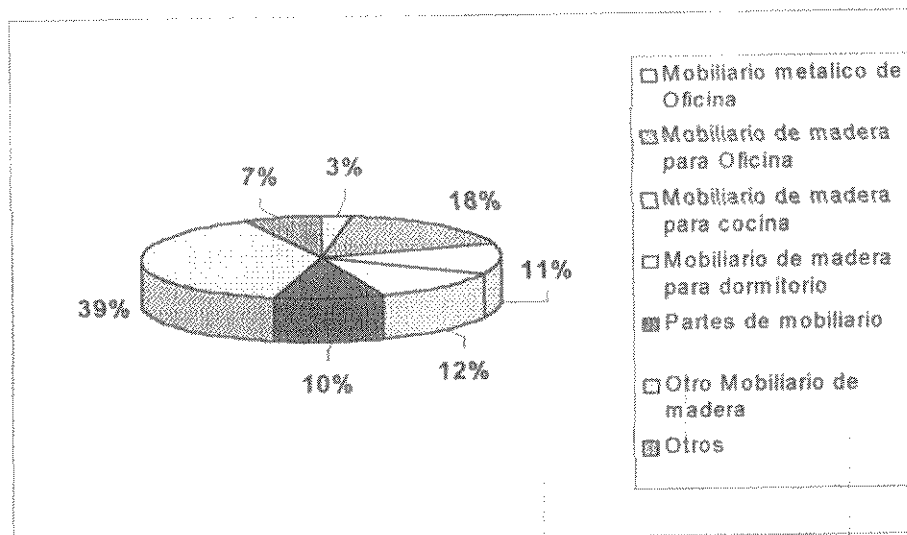
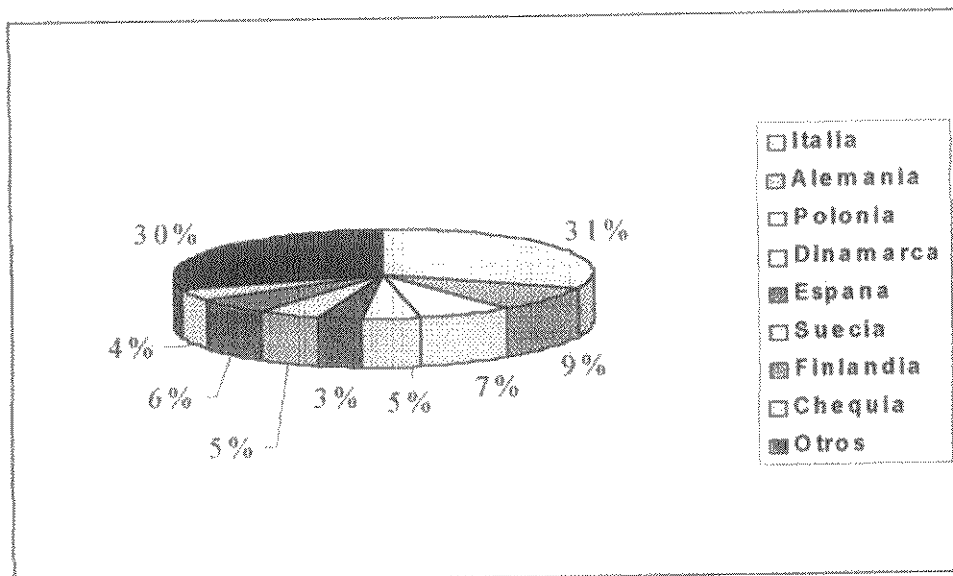


Gráfico 3. La estructura de las importaciones de muebles según el código de aduana 94.03.

Fuente: GOSCOMSTAT, 2002.

Gráfico 4. los principales proveedores extranjeros del mueble de madera para oficinas.

Productos Cárnicos

Perspectiva General. Definición y descripción del sector

La industria cárnica de Rusia sufre de déficit de materia prima nacional y se ve obligada a utilizar la importada. En los años 90 el número de cabezas de ganado bovino se fue reduciendo a razón de 7 a 10% por año, a causa de los altos costos de piensos y forrajes. (ver cuadro 1).

Cuadro 1

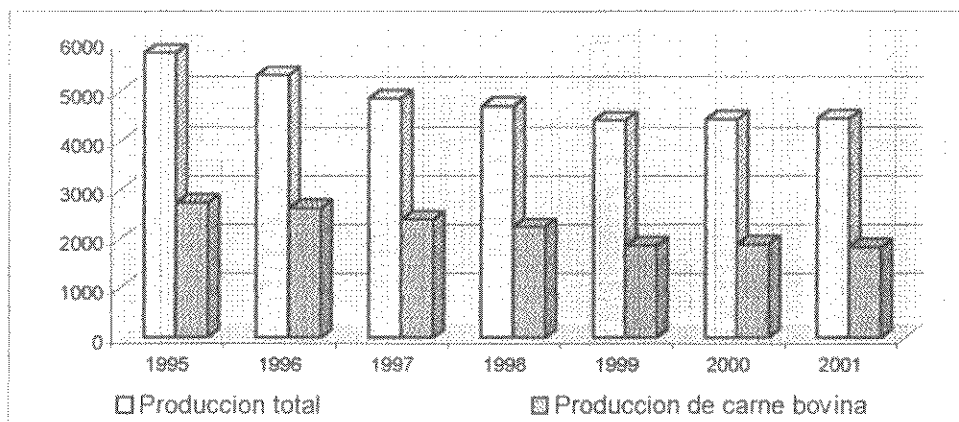
Ganado bovino en todas las haciendas (millones de cabezas de enero 1995 - a enero 2002)

Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ganado bovino,	43,3	39,7	35,1	31,5	28,5	28,0	27,3	26,9
incluso vacas	18,4	17,4	15,9	14,5	13,5	13,1	12,7	12,3

Fuente: Rusia en cifras. Edición oficial. Moseú, 2002.

La producción de carne bovina por peso en canal se redujo en más de 45% durante los últimos ocho años y en 2001 constituyó 1,837 mln de toneladas. Su parte en la producción total de carne (incluso carne porcina, ovina y avícola) osciló entre 41 y 49% (ver gráfico 1). Cierta aumento de la producción cárnica total después de 1999 (2,7% en el año 2000 y 0,2% en 2001) fue acondicionado por el crecimiento del rebaño de cerdos y aves.

Gráfico 1. Producción de carne por peso de canal en Rusia (miles de toneladas)



Fuente: Goscomstat de la FR

Las granjas privadas siguen siendo principales productores de carne en Rusia. En el año 2001 a éstas correspondía el 57% del total de la carne producida, mientras que las empresas agropecuarias produjeron alrededor de 41%.

Entre las causas que dificultan el desarrollo de la producción propia de materias primas en Rusia cabe mencionar una seria disparidad entre el precio de la carne importada y la de producción nacional, siendo la calidad de materia prima rusa bastante alta. A diferencia de proveedores extranjeros, los fabricantes rusos se encuentran las condiciones más duras, caracterizadas, entre otros momentos, por falta de créditos a largo plazo baratos (los créditos a largo plazo se conceden exclusivamente a las compañías de prestigio con cierto potencial productivo) y ausencia de subsidios estatales.

Al mismo tiempo, a juzgar por los datos de Goscomstat Comité Estatal de Estadística) de la Federación Rusa, en los 9 meses de 2002, a pesar de la presencia de materia prima importada, la ganadería rusa va saliendo poco a poco de la crisis. Hasta la producción de la carne bovina creció un poco en el año 2002 debido al mejoramiento de la base de piensos y forrajes y el crecimiento de la productividad del ganado (el rebaño bovino se redujo a 4,5%). La porcicultura se desarrollo casi con los mismos ritmos elevados que la avicultura. En 9 meses del año pasado se produjo 9,6% más de carne porcina que en el mismo periodo de 2001.

La producción industrial de carne y subproductos cárnicos de la primera categoría se descendió en 1999 en casi 20%, hasta 948 mil toneladas. La causa fundamental de esta reducción fue la disminución de los ingresos de la población y, en consecuencia, de la demanda de productos cárnicos después de la crisis de 1998, el cambio de orientación de la transformación industrial en favor de productos baratos con bajo contenido de carne.

Sin embargo, a partir del año 2000 en la industria cárnica se observa el crecimiento de la producción de todos los tipos de productos cárnicos, incluyendo carne como tal, embutidos y productos cárnicos prefabricados, a consecuencia del mejoramiento de la situación económica general en el país, la devaluación del rublo, gracias a la cual subió considerablemente la rentabilidad de la producción nacional, modernización de las fábricas de transformación de carne y el intenso proceso de consolidación de activos y creación de grandes compañías integradas tipo “holding”.

Panorama General del Sector

Según el Goscomstat de la Federación Rusa, la capacidad anual del mercado cárnico ruso es de 7 millones de toneladas (en términos monetarios - \$12 mil millones). En el año 2001 la parte de importaciones en el volumen total de recursos del mercado, sin contar con las reservas temporales, constituyó el 34%. (ver Anexo 5). En 2002 la capacidad del mercado de carne de res aumentó hasta 2,4 millones de toneladas, la de la carne porcina – hasta 2,3 millones de toneladas. La parte de la carne porcina importada constituye el 25% (es decir, el 60% más comparando con el año 2001). La parte de la carne bovina importada en el año 2002 constituyó el 20%.

Las reservas de la carne roja en Rusia para los principios de 2003 fueron más grandes que las del año anterior. Así, para el final de 2002 había una reserva de 122 mil toneladas de carne bovina, mientras que a principios del mismo año sus reservas equivalían a 80 mil toneladas. Para el final del año 2002 las reservas de la carne de cerdo constituían 146 mil toneladas, y para el principio del mismo año - 124 mil ton.

La producción de embutidos y productos cárnicos prefabricados fue el sector de desarrollo más dinámico en los años 2000-2001 (ver Cuadro 2). El mercado de productos cárnicos prefabricados hoy día es el más prometedor y se encuentra en su pleno auge.

Va creciendo la rotación de productos precongelados de rápida preparación. Los expertos de la Unión Cárnica evalúan la rotación anual de estos productos en USD 500-600 millones. Según los datos de la Unión Cárnica, en el año 2002 este mercado creció a 10-14%, para el 2003 se prevé el crecimiento de 20% mínimo. Los principales actores de este mercado son las compañías "Ravioli", "Talosto" y "Darya" (el grupo "Planeta") de St.Petersburgo.

Cuadro I

Producción industrial de los principales productos cárnicos en Rusia Miles de toneladas

	1992	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Carne incluyendo subproductos de primera categoría	4686	2370	1900	1510	1315	1113	1193	1236
Embutidos	1547	1293	1296	1147	1087	948	1052	1177
Productos prefabricados de carne	390	268	255	226	219	198	244	255

Fuente: Goscomstat de la FR.

Una situación distinta se ha creado en el mercado de conservas de carne. Según Goscomstat en el año 2001 fueron fabricadas 464 millones de latas convencionales de conservas cárnicas (una lata convencional equivale a 325 gr). lo que es 8% menos que en el año anterior. Las capacidades productivas de las fábricas no se aprovechan por completo. Esto se debe a los problemas con la venta de productos. Los compradores de casi la mitad del producto son el Comité Estatal de Reservas (Goscomrezerv), Ministerio de Defensa. Ministerio de Situaciones Extraordinarias. Ministerio del Interior etc. Estos organismos tienen sus proveedores permanentes, resultando muy difícil para los productores nuevos penetrar en este sistema. Pero en el mercado de ventas al por menor también existen dificultades difíciles de superar hasta para los productores más grandes. Así la capacidad productiva proyectada de la fábrica de conservas cárnicas "Cherkizovskiy" es de 4 millones de latas, produciendo éste en

realidad alrededor de 1 millón de latas, lo que se debe a la capacidad del mercado limitada y una dura competencia en precios por parte de fabricantes ilegales y de mala fe que producen conservas de baja calidad, bajan forzosamente los precios y desprestigian la marca de la carne estofada en latas (“tushionka”) soviética.

Los próximos años la política estatal en el campo de regulación de importaciones influirá sustancialmente en el desarrollo del mercado ruso de carne (incluyendo la provisión de materias primas y la evolución de precios de los productos). El 23 de enero de 2003 el Gobierno de la Federación Rusa firmó el decreto sobre la introducción de cuotas de importación de carne bovina, porcina y avícola congelada. De acuerdo con este decreto se permite importar 744 mil toneladas de carne de pollo (para comparar: en 2002 se importaron 1300 mil toneladas). La importación superior a estos volúmenes está prohibida. Se permite importar 337,5 mil toneladas de carne de cerdo y 315 mil toneladas de carne de res. La importación de estas mercancías se realizará pagando el 15% de aranceles, pero nunca menos a 0,15 euros por un kilo para la carne bovina, y el 15%, pero nunca menos de 0,25 euros para la carne porcina. Las tarifas para la importación que supera a las cuotas instaladas aumentan en varias veces. Para la carne bovina importada fuera de las cuotas se establece el 60% de arancel y para la carne porcina - el 80%. Las cuotas entran en vigor en abril del año en curso.

Según algunos analíticos, los volúmenes de las cuotas son poco inferiores a los volúmenes de importación reales, por lo cual no debe producirse un déficit importante de carne, y este déficit se recompensará por el crecimiento de la producción nacional. Sin embargo, hay que tener presente que el mercado de carne crece rápidamente. El consumo per capita de todos los tipos de carne (incluyendo carne de ave, embutidos, prefabricados y conservas) en Rusia aumenta aproximadamente 1-2 Kg al año y en 2002 ha constituido 47-48 Kg. Esta tendencia

se mantendrá, puesto que en Rusia se consume mucho menos carne que en los países desarrollados, y aun menos que en la Unión Soviética en el año 1990 (75 kg).

Hay que tener en consideración que a diferencia de la carne avícola, otros tipos de carne los rusos consumen preferentemente en forma procesada (transformada). Salchichón cocido (la mortadela), salchichas y ravioles son parte importante de la dieta de una familia rusa normal de nivel medio. Por lo tanto la industria de productos cárnicos crece con los ritmos acelerados (los embutidos nacionales desplazaron a los importados ya hace mucho).

Según los datos de Goscomstst. durante los 9 meses del año 2002 la producción de productos cárnicos prefabricados creció el 15%, comparando con el mismo período del año 2001, la producción de embutidos creció el 17,5%. Precisamente las fábricas de transformación de carne son mayores consumidores de carne importada. En la evaluación de la Unión Cárnica, los productores rusos satisfacen sólo el 40% de la demanda de la industria, y esto con la condición de que se procese el 100% de la carne producida en Rusia. Esto significa que manteniéndose los ritmos actuales del crecimiento de la demanda, las cuotas deberán generar el déficit de materia prima y subida de precios de embutidos, salchichas y otros productos baratos de consumo masivo (los expertos de la Unión Cárnica consideran que para el final del año 2003 los precios para los productos cárnicos en general subirán el 30-35%).

Es importante anotar que para el momento no se planea introducir cuotas para los productos cárnicos acabados, lo que supone el peligro de que la parte de materia prima en las importaciones disminuya, mientras que la de productos acabados crezca, con lo cual Rusia se encontrara en la situación de principios y mediados de los años 90, cuando las tiendas estaban llenas de productos importados baratos.

Así que a pesar de la situación positiva en cuanto a las existencias de las reservas, algunas fábricas cárnicas ya se preparan para afrontar la situación de déficit en el año 2003. A dependencia de la temporada (en verano se consume más carne importada) la utilización de la

materia prima importada oscila entre el 10 y el 50%". Se prevé que el déficit de la carne importada en el año 2003 constituirá aproximadamente 100 mil toneladas, siendo la demanda promedio anual de los transformadores de carne rusos 150 mil toneladas.

Al mismo tiempo, el decreto sobre las cuotas deja a los importadores espacio para maniobrar. Por ejemplo, concediendo licencias para suministros de la carne de res no se toman en consideración importaciones de los países de la CEI. Mientras tanto, según los resultados de 2002 Ucrania fue uno de mayores proveedor de carne bovina. Además, estos breches en el decreto permiten reexportar carne de origen europeo de los países de la CEI a Rusia. Esto puede ocasionar cierta sustitución del déficit de carne porcina por carne bovina.

Análisis de la Oferta

Producción Nacional y principales fabricantes

El Complejo Agroindustrial “Cherkizovskiy” es el mayor holding agroindustrial en Rusia. Todavía antes de la crisis de 1998 empezó a crear un complejo integrado verticalmente con un sistema de producción y ventas cerrado. Hoy el holding controla todas las etapas de la producción. Para mantener su posición líder en el mercado cárnico, el complejo agroindustrial “Cherkizovskiy” participa activamente en la recuperación de empresas deficitarias. En 2002 la compañía ocupó el 46 lugar entre 200 empresas más grandes de Rusia por el volumen de ventas de sus productos – 366 millones USD.

El Complejo Agroindustrial “Cherkizovskiy” está integrado por 9 fábricas de transformación de carne y 6 granjas avícolas. También en la estructura del Complejo hay granjas ganaderas, fábricas de piensos y una importante red de comercios. La tarea principal del holding es el abastecimiento de la producción por la materia prima. Precisamente a esta tarea corresponde la elección de empresas que forman parte de la compañía. Están situadas en las mayores zonas de producción de materias primas de Rusia: la región de Krasnodar, las provincias de Rostov, de Belgorod, de Penza, en la zona de Povolzhie (cuenca del río Volga). La compañía

pretende en los próximos años llegar al autoabastecimiento absoluto de materias primas.

Actualmente la parte de materias primas propias constituye el 50%.

En 2001 el volumen de la producción de productos cárnicos y embutidos para todo el Complejo constituyó aproximadamente 200 mil toneladas. La capacidad productiva de la fábrica de transformación de carne “Cherkizovskiy”, situada en Moscú es de 350 toneladas al día, su surtido es de más de 300 tipos de productos cárnicos. Los volúmenes de producción se incrementaron más del 20%, la rotación de mercancías creció 35% en términos monetarios. En Moscú y su provincia la fábrica de transformación de carne “Cherkizovskiy” ocupa más de un tercio del mercado de embutidos y productos cárnicos (el 30-35%). Hablando del mercado cárnico ruso en su totalidad los índices siguen siendo altos: el 11% de acuerdo con los datos del Consejo Cárnico de Rusia. La competencia más cercana es el combinado “Tsaritsyno” con los índices 2 veces más bajos (el 5%), le sigue el combinado de productos cárnicos “Mikoyanovskiy” (el 4.4%).

Para incrementar su presencia en el mercado el Complejo “Cherkizovskiy” lleva a cabo la reconstrucción y modernización de las fábricas que forman parte del mismo, por ejemplo; de las fábricas cárnicas Salskiy, Labinskiy, Belgorodskiy. Se puso en marcha la producción de embutidos en la ciudad de Ulianovsk, convirtiéndose esta empresa en la mayor más moderna en la cuenca de del Volga. En los últimos 5 años se invirtieron 450 millones USD en el requisamiento de las empresas del holding. En el año 2002 se concluyó la reconstrucción de las fábricas que en 2003 van a funcionar a su plena capacidad. Gracias a esto la compañía pretende en los próximos 3-4 años duplicar el volumen de producción, que constituye hoy día 520 toneladas al día para todas las empresas del grupo cárnico. Dentro de 5 años el holding podrá duplicar su participación en el mercado.

El grupo de compañías “Tsaritsino” une 4 fábricas de transformación de carne con la capacidad productiva de 350 toneladas de productos de carne al día. “Tsaritsino” fabrica

aproximadamente 350 tipos de embutidos, platos delicados y prefabricados cárnicos. La empresa cabecera del grupo es la Sociedad Anónima Abierta "Tsaritsino" (Moscú) inaugurada en 1970. Los productos con la marca "Tsaritsino" se venden en 340 ciudades de Rusia y de la CEI.

En 2001 el grupo de compañías "Tsaritsino" produjo 73.5 mil toneladas de embutidos lo que corresponde al nivel del año anterior. Los ingresos generados por las ventas de productos en 2002 incrementaron casi el 18% comparando con el año 2001 y constituyeron USD 130 millones.

En los últimos años en todas las líneas productivas fueron instalados nuevos equipos de producción nacional y extranjera, se pusieron en marcha líneas de corte de productos para servir a la mesa y las del envasado de embutidos y productos delicados en vacío. Según la información de la misma empresa, en toda la historia de su existencia la compañía "Tsaritsino" nunca acudió a los préstamos, haciendo todas las inversiones en el desarrollo de sus fábricas exclusivamente de su propia ganancia.

El complejo de transformación de carne "Mikoyanovskiy" perteneciente a la Compañía Agroindustrial de Comercio Exterior "EXIMA" en el año 2002 produjo 85 mil toneladas de mercancía contra 74 mil toneladas en 2001 (incremento del 14,9%). Casi el 7% de la producción de la fábrica se exporta, pero se planea subir este índice hasta 15%, a lo cual coadyuvará la puesta en marcha de la nueva fábrica en Moscú (en un terreno perteneciente a "EXIMA" de la lechería "Cherkizovskiy"). Ya se firmaron contratos con los proveedores alemanes y austriacos para los suministros de equipos, y a partir del 1 de enero de 2004 empezará la habilitación de una fábrica nueva con el potencial de 220-250 toneladas de productos cárnicos al día. La inversión constituirá USD 45 millones. En el año 2003 el combinado planea incrementar la producción diaria de 300 a 600 toneladas. A partir de abril

de 2003 el complejo de transformación de carne “Mikoyanovskiy” iniciará la producción de raviolos -- del orden de 50 toneladas al día.

Además de esto la compañía está estudiando la posibilidad de cooperación con una de las fábricas de Moldavia y de la adquisición de varias compañías - productoras regionales de carne. Actualmente a “EXIMA” pertenecen 6 fábricas de carne y 6 empresas comercializadoras mayoristas. Según las evaluaciones de expertos, la parte del combinado “Mikoyanovskiy” en el mercado de embutidos y productos cárnicos delicados es de uno 879% para Rusia y de 25% para Moscú..

Entre 5 mayores empresas de la rama figura la *fábrica de transformación de carne “Parnas-M. S.A.”* (St.Petersburgo). En el año 2002 la producción de embutidos se incrementó a 30% comparando con 2001, y constituyó aproximadamente 36,5 mil toneladas, la producción de prefabricados cárnicos subió 1% (hasta 1.2 mil toneladas), la de conservas -a 13% (hasta 2,0 mil millones de latas). En 2002 en la modernización tecnológica de la empresa se invirtieron aproximadamente USD 1,6 millones.

Sobre la base de la fábrica de transformación de carne se organizó el holding “Parnas-M” (St.Petersburgo), en la estructura del cual figuran 3 combinados cárnicos en la provincia de eningrado, el combinado cárnico de Tver, productores de la membrana (envoltura) para salchichas en la provincia de Leningrado y en Ucrania, proveedores de materia prima, fábricas de piensos, red de grandes almacenes de productos alimenticios «Eliseevskiy» etc. El 30% de acciones de «Parnas-M» pertenece al Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el resto de acciones está contrilado por la administracion de la empresa. La empresa fabrica más de 120 toneladas de productos al día.

El primer paso fuera de la provincia de Leningrado, donde se concentran los activos principales de “Parnas-M”, fue dado por la compañía en el año 2002, al comprar el combinado cárnico “Tverskoy”. Próximamente en la estructura del holding van a entrar el

combinado cárnico "Tambovskiy" más un molino y 2 elevadores en la provincia de Tambov. Según la evaluación de los participantes del mercado, el holding invertirá USD 5 millones en la compra de estos activos. El programa se financiará a cuenta de los ingresos, que se obtendrán en resultado de la colocación del empréstito de bonos del volumen de 500 millones de rublos.

Próximamente en el mercado aparecerán nuevos "jugadores" fuertes. La compañía inversionista "Planeta Management", próxima a los accionistas de la petrolífera "Sibneft" (Petróleo de Siberia) y el Complejo Agroindustrial "AGROS" –un holding agroindustrial recién creado, ligado con el grupo financiero-industrial «Interros» - se dedicaron a la compra de combinados cárnicos. En el futuro más próximo "Planeta" puede convertirse en una competencia seria para el mayor actor del mercado cárnico ruso - complejo agroindustrial "Cherkizovskiy".

La compañía inversionista "Planeta Management" fue fundada hace 2 años. Le pertenecen 2 lecherías en la ciudad de Saransk y una (el "Galaktión") en Kiev, la compañía "Darva" (productos congelados), redes comerciales en la ciudad de Nizhniy Novgorod y en la provincia de Moscú. "Planeta Management" consolidó el paquete de control de acciones del combinado cárnico de Togliatti (TMK), y el "Agros" está negociando sobre la posibilidad de la adquisición del combinado cárnico "Businovskiy" en Moscú. De acuerdo con ciertos datos, "Planeta Management" puede empezar a administrar otros 5 grandes combinados regionales.

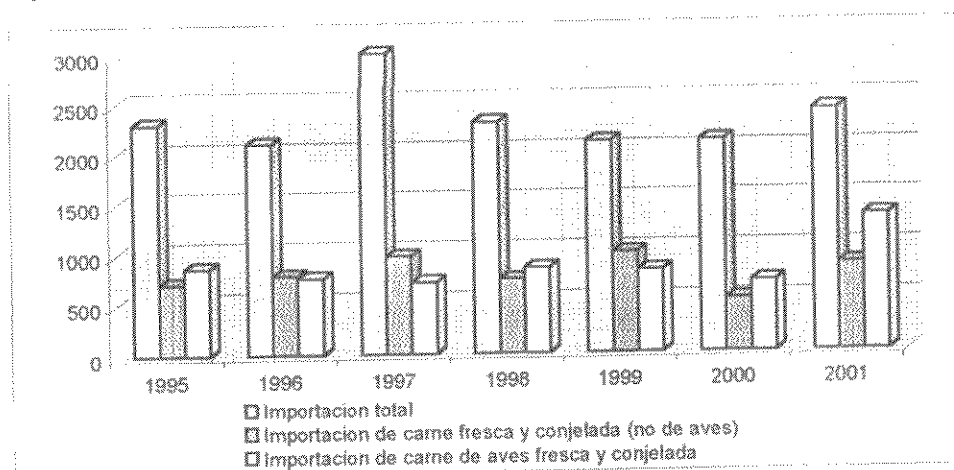
Producción Extranjera y principales proveedores (Importancia de la implantación en Rusia)

La demanda de materia prima para la industria de la carne se satisfizo en medida considerable a cuenta de las importaciones. En 2001 las importaciones de carne y productos cárnicos sumaron 2,4 millones de toneladas (más del 14% de incremento comparando con los años 1999 y 2000). La tendencia principal del desarrollo del segmento de productos cárnicos de

importación después de la crisis de 1998 fue la disminución de importación de productos cárnicos acabados y el aumento de los suministros de carne bovina y de cerdo, una parte considerable de los cuales iba destinada a las empresas de transformación (ver gráfico 2). En 2001 Rusia importó 855 mil toneladas de carne bovina (fresca o congelada), esto es un 28% más que en 2000. Las importaciones de carne de pollo se incrementaron más del 90%.

Gráfico 2.

Importación de carne y productos cárnicos en Rusia, miles de toneladas



Fuente: Goscomstat de la RF

La parte de aves importados en el mercado ruso es grande –de acuerdo con distintas evaluaciones de 50 a 70% (en 2001 el 78% del volumen de importación correspondía a los otros 7% - a Brasil). Sin embargo, aves importados y los de producción nacional prácticamente no compiten en el mercado por ser 2 productos distintos. Rusia importa del extranjero aves congelados, mientras que los productores nacionales en su mayoría ofrecen broilers refrigerados. Estos productos se diferencian mucho en cuanto al precio (por supuesto, el producto fresco es más caro que el congelado), y por lo tanto están destinados para consumidores de categorías diferentes. Además de esto, el 75% de la estructura de la producción rusa son canales enteras relativamente caras, mientras que el 75% de la

importación hasta hace poco correspondía a las partes del ave. predominantemente muslos, consumidos por la población de ingresos bajos.

Cuando en marzo de 2002 se prohibió provisionalmente la importación de muslos estadounidenses, este nicho fue ocupado no por los productores nacionales, sino por los proveedores brasileño, franceses y chinos. Es decir, los avicultores rusos todavía no pueden compensar el déficit de centenares de miles de toneladas, a pesar de que en los años 2000-2002 la producción se incrementó el 10-15% (se espera la misma situación para el año 2003). En los años 2001-2002 sólo los grandes inversionistas rusos y extranjeros invirtieron en la rama 100 millones de dólares USA. Su interés parece lógico – el ciclo productivo en la avicultura es corto (el pollo alcanza el peso de venta apenas en un mes y medio), mientras que la demanda para los productos avícolas crece establemente: en la estructura de la alimentación de ciudadanos rusos la parte de carne de aves aumenta a cuenta de la disminución de la parte de carne porcina y bovina que son más caras.

Igualmente el grueso de las importaciones de carne roja está constituido por productos congelados. En 2001 de 874 mil toneladas importadas a Rusia, el 50% constituyó carne de res y el 45% - carne de cerdo congeladas. La parte de carne fresca o refrigerada (menos de 40 mil toneladas) no superó el 5%.

La carne bovina congelada es importada a Rusia predominantemente de Europa (en 2001 la parte de Alemania equivalía a 40%) a los precios dumping de acuerdo con los programas gubernamentales del apoyo de productores agropecuarios orientados a la exportación. En los mercados europeos internos la carne bovina cuesta 4 veces más que la misma carne exportada a Rusia. Sin embargo, independientemente de si se imponen o no se imponen limitaciones en la importación, difícilmente se pueda desarrollar la producción de carne bovina a diferencia de la porcina. En Rusia nunca existió ganadería de carne, sólo la lechera. Para cambiar la situación hay que hacer inversiones muy grandes, siendo el ciclo productivo bastante largo y

requiriendo los trabajos de selección genética recursos importantes. El mayor exportador de carne porcina a Rusia es Brasil –el 35% de importaciones totales en 2001, lo sigue Dinamarca (el 14%) y los EEUU (el 8%).

Las importaciones de carne de res y de cerdo incrementaron notablemente en 2002. Según los datos del Comité Estatal de Aduanas, en 9 meses de 2002 las importaciones de estos productos crecieron 33,5% comparando con el mismo período del año anterior. En todo el año 2001 se importaron 440 mil toneladas de carne bovina congelada, mientras que en nueve meses de 2002. – 460 mil toneladas. Los suministros de carne de cerdo incrementaron aun más - de 398 a 517 mil toneladas (el 50% corresponde a Brasil) Este incremento se debe, en particular, al hecho de que en 2002 los precios para la carne porcina congelada importada eran especialmente bajos, a menudo comparables con los precios de la carne avícola. En 2003 se espera la disminución de volúmenes de importaciones de carne de cerdo a consecuencia de la entrada en vigor a partir del 1 de abril de 2003 de las cuotas verificadas para las importaciones de carne de res y de cerdo. Esta decisión repercutirá más en la importación de carne de cerdo que en la de res, puesto que la carne de res fresca está fuera del marco de vigencia de las cuotas, mientras que las importaciones de carne de cerdo fresca están cuotificadas.

En 2003 se puede pronosticar el incremento de importaciones de carne de res refrigerada, por no haber cuotas para las importaciones de este producto, y no podemos excluir que algunos proveedores europeos incrementen volúmenes de sus exportaciones a Rusia a cuenta de este tipo de carne. La reestructuración de importaciones en favor de la carne refrigerada de un lado corresponde a los intereses de consumidores, aumentándose en el mercado la oferta de producto de importados de categoría. Pero en este caso los consumidores tendrán que afrontar la subida de precios.

La disminución de importaciones de carne congelada de los países de la ex-Unión Soviética puede ser recompensado por las importaciones de Ucrania para las que no hay cuotas. En los

últimos 3 años a Ucrania corresponden el 20% de toda la carne de res importada por Rusia. En 2002 el país exportó a Rusia casi 115mil toneladas de carne de res. su parte en la estructura de importaciones llegó al 24%. El promedio de precio contractual de la carne de res ucraniana en 2002 equivalía a \$1.44 por 1 Kg. lo que es 30% más caro que el precio de la carne de res importada de otros países extranjeros. En el mercado rudo la carne de res procedente de Ucrania se vende a precios cercanos a los de productores nacionales.

La importación rusa de productos cárnicos listos para el consumo (embutidos, delicatessen, conservas etc.) no supera 60 mil toneladas anuales. Los proveedores principales de embutidos son Polonia (el 37% del volumen de importaciones en 2001) y Bielorrusia (el 16%). Las conservas cárnicas se importan de Bielorrusia (el 32%) y de la República Checa (el 11%).

La distribución geográfica de importaciones de carne y productos cárnicos por grupos principales en el año 2001 (Código de DM de la AEE 02.01, 02.02, 02.03, 02.07, 16.01, 16.02) está reflejada en el Anexo 7.

Datos de Carácter Geográfico

El intenso proceso de consolidación en la industria cárnica y el de la ampliación de posibilidades productivas llevado a cabo por las mayores compañías de la rama debido a la adquisición de empresas regionales de transformación de carne, que poseen una sólida base de materias primas, disminuye sustancialmente el significado del factor geográfico en el desarrollo del mercado de carne y subproductos cárnicos de Rusia. En cuanto a la demanda de los consumidores, siguen siendo líderes indiscutibles por el volumen de ventas el Moscú y St.Petersburgo, y también varios centros regionales grandes. Así del orden de 60-70% de embutidos y salchichas de la fábrica Cherkizovskiy se vende en Moscú, prevaleciendo en este volumen los productos más caros. En las regiones gozan de demanda productos cárnicos relativamente baratos, procediendo una parte considerable de carne natural consumida del comercio “salvaje” que se compra directamente a los productores agropecuarios.

Análisis de la Demanda

Tendencias Generales de Consumo

Existen varios factores que determinan el desarrollo del mercado ruso de carne y subproductos cárnicos. Primero -- el crecimiento de la capacidad adquisitiva de la población rusa. Segundo -- crecen las exigencias al nivel de calidad de productos de parte de los consumidores y se incrementa la producción y consumo de productos de categoría más alta. Se observa el regreso del interés tradicional hacia los reconocidos embutidos de producción nacional de calidad establemente alta, que durante cierto periodo de tiempo cedió debido a baja capacidad adquisitiva. La tercera tendencia positiva -- se iniciaron inversiones en la rama cárnica - echo confirmado por los mayores productores de equipos para esta industria de Europa y Norteamérica.

A medida de que crecen los ingresos de la población de opera su reorientación para los productos más caros - carne refrigerada, productos prefabricados y embutidos con alto contenido de carne naturales, es decir, los productos predominantemente del origen ruso y fabricados de materias primas propias. De acuerdo con los datos del Instituto de Coyuntura del Mercado Agropecuario, ya ahora la carne naturales ofertada por las tiendas es predominantemente del origen nacional: la parte de carne porcina importada constituye el 20%, la de carne de res -- el 16% (en ciudades grandes donde en los mercados mayoristas se vende mucha carne congelada, este porcentaje es un poco más alto, pero en las regiones -- mucho más bajo, realizándose muchas compras en el sector privado y en las próximas granjas ganaderas). La parte de materia prima nacional se incrementa también en la industria transformadora. Los últimos años muchas fábricas de productos cárnicos organizaron sus propias granjas ganaderas o firmaron acuerdos a largo plazo con las granjas públicas cercanas.

De acuerdo con la Unión Cárnica, para el año 2010 Rusia consumirá anualmente del orden de 10 millones de toneladas de carne y productos cárnicos contra los 6,7 millones de toneladas en 2001. El 45% de la estructura del consumo corresponderá a la carne avícola, el 35% - a la carne de cerdo, el 17% - a la bovina, el 3% a la ovina.

Anexo 1

Recursos de carne y subproductos cárnicos en Rusia, 1992-2001 (millones de toneladas)

Recursos	1992	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Reservas para el principio del año	1,0	1,0	0,8	0,6	1,0	0,8	0,6	0,4
Producción	8,3	5,8	5,3	4,9	4,7	4,3	4,4	4,5
Importación	1,4	2,3	2,1	3,0	2,3	2,1	2,1	2,4
TOTAL recursos	10,7	9,1	8,2	8,5	8,0	7,2	7,1	7,3

Fuente: Goscomstat de la FR

Anexo 2

Índices de actividades de las empresas de producción de carne y productos cárnicos que figuran entre el número de las compañías más grandes de Rusia por volumen de realización de los productos.

ranking de 200

Título de la compañía	Lugar en la lista	Volumen de realización, US\$ millones	Tasas de decremento %	Región	Beneficio después del pago del impuesto, Mln rublos	Rentabilidad, %	Número de trabajadores, personas	Productividad del trabajo, mil rublos/persona
Complejo agroindustrial Cherkizovskiy	46	365,9	50	Región de Moscú	3712,4		7,9	1351,6

Combinado de productos cárnicos Mikoyanovskiy	de 120	142	47	Moscú	269,8	6,5	3,1	1336,7
Grupo de compañías Tsaritsyno	de 134	129,8	17,6	Región de Samara	68,7	1,8	1,8	2103,6
Fábrica de productos cárnicos "CampoMos"	de 140	123,4	56,4	Moscú	271,6	7,5	0,8	4501,1

Fuente: Rating "Expert-200". www.raexpert.ru

Anexo 3

Distribución geográfica de importaciones rusas de carne y productos cárnicos por los rubros básicos mercantiles en 2001

Carne bovina, fresca o refrigerada (Código de DM de la AEE 02.01)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	mil toneladas	%	US\$ millones	%
En total	36,8	100,0	45,3	100,0
Inclusive de los países:				
Alemania	28,8	78,3	38,8	85,6
Dinamarca	6,0	16,3	6,4	14,1
Carne bovina, congelada (Código de DM de la AEE 02.02)				
Países proveedores	Cantidad		Valor	
	Mil toneladas	%	US\$ millones	%
En total	439,1	100,0	500,1	100,0
Inclusive de los países:				

Bielorrusia	6,0	3,6	28,7	5,7
Alemania	169,5	38,6	160,3	32,0
Irlanda	30,6	6,9	29,1	5,8
España	29,2	6,2	27,1	5,4
Italia	25,0	5,7	26,4	5,3
Países Bajos	11,4	2,6	9,9	2,0
Ucrania	90,9	20,7	151,2	30,2
Carne porcina, fresca, refrigerada o congelada (Código de DM de la AEE 02.03)				
	Cantidad			
	Mil toneladas	%		%
En total	398,2	100,0	372,7	100,0
Inclusive de los países:				
Bielorrusia	28,6	7,7	48,6	13,0
Brasil	141,0	35,4	122,4	32,8
Alemania	26,5	6,6	27,8	7,5
Dinamarca	55,8	14,0	42,0	11,3
Canadá	25,0	6,3	23,0	6,2
Polonia	22,3	5,6	18,1	4,8
EEUU	32,2	8,1	26,2	7,0
Francia	16,0	4,0	13,4	3,6
Carne de aves, fresca, refrigerada o congelada (Código de DM de la AEE 02.07)				
	Cantidad		Valor	
	Mil toneladas	%	US\$ millones	%
En total	1390,7	100,0	765,6	100,0
Inclusive de los países:				

Bélgica	40,8	2,9	22,0	2,9
Brasil	94,1	6,8	83,3	10,9
Alemania	45,1	3,2	27,5	3,6
Países Bajos	20,4	1,5	11,4	1,5
EEUU	1089,6	78,3	565,2	73,8
Francia	71,0	5,1	39,0	5,1
Embutidos y productos cárnicos similares (Código de DM de la AEE 16.01.00)				
	Cantidad		Valor	
	Mil toneladas	%	US\$ millones	%
En total	34,1	100,0	41,8	100,0
<i>Inclusive de los países:</i>				
Bielorrusia	5,4	15,8	5,0	12,0
Dinamarca	2,9	8,5	3,8	9,1
España	2,0	5,9	2,8	6,7
Polonia	12,5	36,6	13,8	33,0
Francia	1,9	5,6	2,3	5,5
Productos terminados o conservas de carne (Código de DM de la AEE 16.02)				
	Cantidad		Valor	
	Mil toneladas	%	US\$ millones	%
En total	25,1	100,0	37,9	100,0
<i>Inclusive de los países:</i>				
Bielorrusia	8,1	32,3	12,3	32,4
España	2,1	8,4	3,0	7,9
Polonia	2,2	8,8	3,2	8,4
Francia	2,2	8,8	5,1	13,5
República Checa	2,7	10,8	2,2	5,8

Fuente: Estadísticas aduaneras del comercio exterior de la Federación de Rusia. Recolección de 2001. Moscú, 2002.

Sector Lácteo

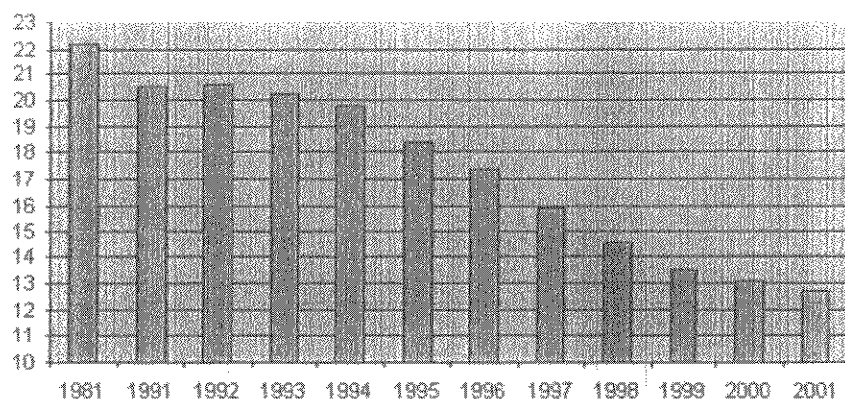
Definición y descripción del sector

El sector lácteo incluye la producción de leche cruda, elaboración industrial de la leche y productos lácteos. Después de la larga caída a principios de los 90 el año 2001 fue el año del crecimiento de la producción de la leche cruda. Se perfilaron la estabilización y el crecimiento en varios segmentos del mercado de lácteos en Rusia.

Base de materias primas y producción de leche cruda. La razón principal que contiene el desarrollo actual de la industria lechera es la disminución de la base de materias primas a causa de la reducción de la cantidad de vacas productivas. Durante los años de las reformas de 22 millones de vacas lecheras quedaron solo 12 millones (ver Gráfico 1).

Gráfico 1

Número del ganado lechero en la Federación de Rusia en 1991 – 2001. (miles de cabezas)



Fuente: Goscomstat de la FR.

Solo el aumento de la leche ordeñada a cuenta del crecimiento de la productividad del ganado permitió parar la caída posterior de la producción de la leche. En 2001 los rendimientos lecheros por vaca superaron el índice bastante satisfactorio del año 1991 y se situaron en casi 2570 kilos (ver Gráfico 2). Hay varias explicaciones de este avance. Intentando sobrevivir las empresas ganaderas mandaron al matadero a los animales poco productivos. El aumento de la

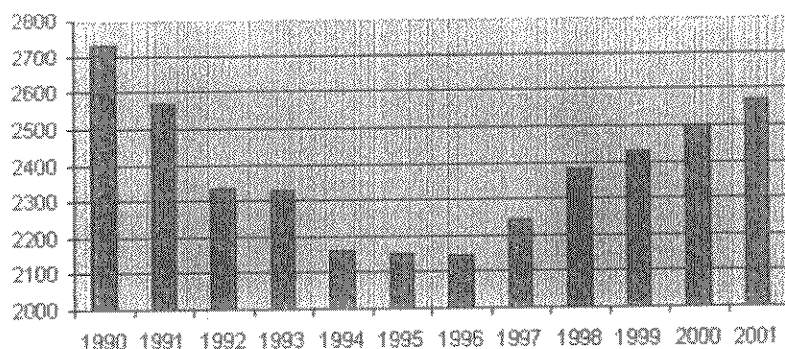
producción de trigo forrajero también desempeñó un papel positivo, lo que permitió alimentar mejor a los animales. En 2002 el rendimiento lechero medio en el país se elevó aún más y en una serie de regiones supera considerablemente el rendimiento total de Rusia. Por ejemplo, en la provincia de Volgogrado se obtuvo 3800 Kg de leche de cada vaca al año lo que es 400 Kg más que el año anterior. La producción de leche cruda por las empresas de todo tipo en 2001 alcanzó 32,9 mil toneladas que es un 2 % más respecto a 2000.

Según los datos del Goscomstat, los productores principales de la leche cruda en Rusia siguen siendo empresas auxiliares individuales de la población. Producen más de la mitad de la producción mientras que las empresas agrícolas producen unos 47 % y las granjas – tan solo un 2 %. La labor exclusivamente manual en las empresas auxiliares individuales lleva a la elevada inseminación bacterial común del producto y la leche ordeñada de diferentes vacas, al mezclarla es a veces completamente incompatible.

En los países desarrollados la leche producida en las empresas no muy grandes, no se somete a la elaboración industrial del todo por no corresponder a las normas sanitarias. En Rusia gracias a la leche comprada a la población, es posible en ciertos casos recuperar la carencia de materias primas y a la vez resolver el problema social. Al mismo tiempo es muy difícil determinar de una manera cierta la rentabilidad de la producción en las empresas individuales. Sin embargo, en las empresas agrícolas empezando desde 1999 y hasta el verano de 2001 la producción de leche no era desventajosa.

Gráfico 2

Rendimiento lechero por vaca (en las empresas de toda categoría, Kg.)



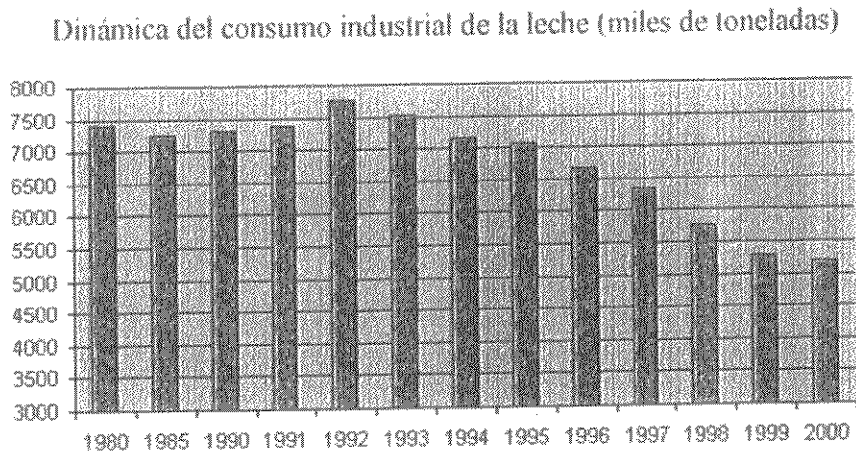
Fuente: Goscomstat de la FR.

La crisis de 1998 ocasionó una influencia sanativa en el desarrollo de la industria lechera. Empezando desde 1999, la producción de leche dejó de ser deficitaria. El nivel de la rentabilidad de su realización en 1999 fue un 16 %, en 2000 – 7% y en 2001 – 15 % (no incluye los subsidios del presupuesto). Tal rentabilidad de la producción permite al productor sobrevivir aunque no crea las condiciones de ayuda a las inversiones. Para que empiecen a invertir en la producción, es necesario lograr el nivel de rentabilidad no inferior al 20 %. Y sin ayuda de los inversores la mayoría de las empresas no consigue resolver los problemas de producción.

Por supuesto, cada regla tiene sus excepciones. El rendimiento de la compañía “Nazarovskoye” S.A. (región de Krasnodar) supera el 173 %, de la cooperativa agrícola “Barybino” (provincia de Moscú) – el 134 %. Tales empresas tienen la posibilidad de invertir su dinero en la producción y no se arruinan por la bajada temporal de precios de compra, mientras que para todas las demás es una catástrofe.

Elaboración de leche cruda y producción de lácteos. El volumen principal de la leche producida en Rusia se utiliza para el consumo privado. El volumen y el peso específico de la elaboración industrial siguen siendo no muy altos (ver Cuadro 1). Así, el consumo industrial de la leche en 2001 no superó 16 %.

Gráfico 3



Fuente: Goscomstat de la FR.

Hoy día el sector lácteo dispone de unas 3 mil empresas de las cuales 80 son las más grandes que tienen capacidades de producción de más de 50 mil toneladas y elaboran la mitad de la leche elaborada industrialmente. En total las empresas de elaboración de leche abastecen caso el 12 % del volumen de la producción del sector alimenticio.

Los ingresos de los sectores líderes permiten invertir los medios en el desarrollo de sus propias empresas, bases de materias primas, así como en la publicidad y la creación de brands sin los cuales es imposible resistir a la lucha competitiva con las importaciones. Aunque para ellos la carencia de la materia prima de buena calidad en verano y en general cualquiera materia prima en invierno (en este periodo no hay de que elaborar el queso y mantequilla) es el factor central que contiene el aumento de la producción.

La mayor parte de empresas elaboradoras resuelve los problemas de sobrevivencia. En 2001 más del 40 % de almazaras, plantas pasterizadoras de leche y queso fueron desventajosas. El año pasado 2002 fue francamente muy difícil para los productores de lácteos en polvo. En la primera mitad del año en Rusia se señaló por primera vez su superproducción lo que provocó

la reducción brusca de precios. A los productores de mantequillas y quesos tampoco les iban mejor las cosas. La situación mejoró después de que el Gobierno de la Federación de Rusia introdujo un arancel especial de mantequilla importada.

En 2001 los recursos de materia láctea primaria y de productos lácteos en equivalente leche se cifraron en 38,9 millones de toneladas, de los cuales 4,8 millones de toneladas fueron importados de países de la CEI u otros países. En general, después de la crisis de 1998 se observó la reducción de las importaciones. En 2001 las importaciones representaban poco más de un 12 % respecto al 15 % de 1997. Los mayores volúmenes de importación correspondían a los rubros de mantequilla (manteca) y quesos.

Simultáneamente a la disminución de las importaciones en el país de productos lácteos crecen las exportaciones, por lo general en los países de la CEI. La parte más elevada de las exportaciones (unos 44 %) pertenece al mercado de la leche condensada sin azúcar. A la medida del crecimiento de la producción nacional de productos lácteos las exportaciones van a ser más actuales. La estructura de los recursos de materia láctea primaria y la utilización de leche y productos lácteos (en equivalente leche) pueden ver el Anexo 5.

La situación en el mercado ruso de leche va mejorando paulatinamente gracias al proceso empezado de concentración de capitales. Actualmente tanto los productores de leche cruda como los elaboradores y mayoristas no reciben ganancias suficientes para desarrollar activamente el negocio. Solamente las uniones grandes que además de la elaboración disponen de su base de materias primas unificada y la cadena de stock de la producción, están en condiciones de reunir todas las ganancias en el mercado y desarrollarse con seguridad en las creadas condiciones de concurrencia.

De todas formas, las empresas verticalmente integradas no tuvieron amplia expansión en el sector. La causa está en que la industria de gran insumo laboral y algunas particularidades de la producción de leche cruda, producto delicado y variable, quitan el deseo a los elaboradores

de integrarse con los productores agrícolas. Sin la influencia sistemática en el mercado lácteo por parte del Gobierno de la Federación de Rusia y de las autoridades locales mejorar la situación será bastante difícil.

Panorama General del Sector

Según los datos del Instituto de Coyuntura del Mercado Agrario el 20% de la materia láctea primaria se utiliza en la producción de manteca (incluso mantequilla), el 18% en la de quesos, el 15% en la de leche entera, del 5% en la de productos lácteos en polvo y del 4% en la de conservas lácteas.

Los sectores lácteos que se desarrollaban con más dinamismo en 1998-2001 fueron los que producían lácteos de leche entera y quesos (ver Cuadro 1).

Cuadro 1

Producción de los principales productos lácteos en Rusia

	1992	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Lácteos de leche pura (equivalente en leche), millones de toneladas	9,8	5,6	5,3	5,2	5,6	5,6	6,2	6,7
Manteca, miles de toneladas	762	421	323	292	276	262	267	269
Queso, miles de toneladas	299	218	193	174	186	185	221	253

Fuente: Goscomstat de la I.R.

Productos lácteos de leche entera. Según los datos del Goscomstat, la producción de leche y productos leche agria en 1999-2001 aumentó casi un 20% incluso a cuenta del crecimiento de la carga de las capacidades de producción (de 25 a 35 %) y la aceleración del proceso de la modernización del sector.

El segmento principal del mercado de lácteos de leche entera en Rusia es la propia leche, cuyo volumen en 2000 – 2002, según la estimación de la compañía Wimm-Bill-Dann, incrementó un 4% - de 5.7 millones de toneladas a 5,9 millones. Más dinámicamente se desarrollaba la producción de la leche esterilizada (casi un 30 % del crecimiento en dos años) que se consume por la población del alto y medio poder adquisitivo a diferencia de la leche pasteurizada y a granel. La estructura del mercado lácteo en 2001 era la siguiente: la leche pasteurizada – un 33 %, esterilizada – un 11 %, a granel – un 56 %.

El relleno paulatino de mercados debido al crecimiento del consumo medio per capita de lácteos en total, ante todo a cuenta de los ritmos considerables del crecimiento en los segmentos de productos de larga conservación y lácteos de leche agria enriquecidos, incluidos los yogures, biokefires, así como los postres de leche y requesones. Según los datos de la compañía investigadora ACNielsen Russia, para principios de 2002 en la estructura del mercado de lácteos de 9 grandes ciudades de la Federación de Rusia el 20 % adquiría la leche de larga conservación elaborada según la tecnología de alta temperatura, el 15 % los yogures, el 14 % la guajada, 12 % la leche pasteurizada, unos 10 % - el kéfir (guajada líquida), los postres lácteos y requesones – 8%.

Manteca. El mercado ruso de manteca* experimentó cambios substanciales en la segunda mitad de la década del 90. Su volumen (incluyendo los suministros de importación) se redujo en más del 50% y en 1999 se cifró en 315.000 toneladas (ver gráfico 4). Entre tanto el consumo anual per cápita de manteca descendió de 4,3 Kg en 1995 a 2 Kg en 1999. Esta evolución fue efecto de los siguientes factores:

1) La disminución de los recursos internos de producción. En 1999 se destinó a la producción de manteca casi un tercio menos de leche que en 1995. Aunque la capacidad

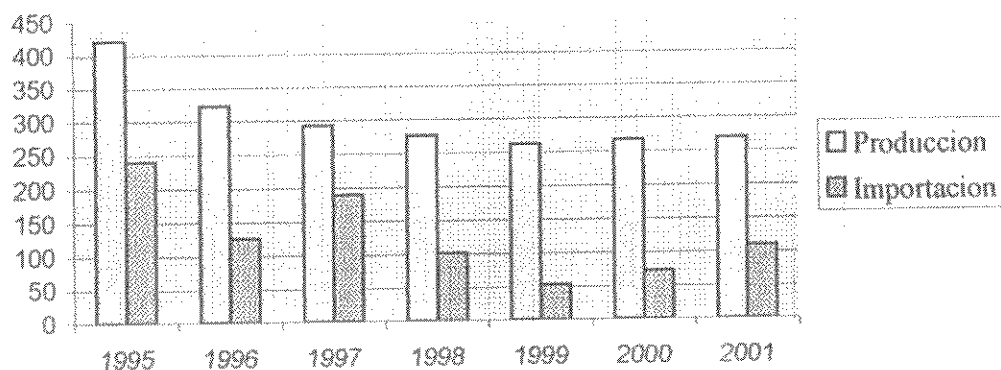
* Según los estándares rusos se denomina mantequilla a la manteca con un contenido de grasa superior al 80%, a las demás se las designa con el nombre de manteca.

proyectada de las instalaciones para la producción de manteca es de 1 millón de toneladas al año, actualmente su índice de utilización no pasa del 25%.

2) El hecho de que las mantecas son desplazadas del mercado nacional de alimentos por las grasas de origen vegetal, ante todo por la margarina. De 1995 a 1999 la producción de margarina en empresas rusas se duplicó y llegó a superar en el 24% la de mantecas. Además, aumentó considerablemente la importación de margarina, cuyo volumen en 1997-1998 fue un 50% mayor que la importación de mantecas.

Gráfico 4

Producción e importación de manteca en Rusia (miles de toneladas)



Fuentes: Goscomstat de la FR, Estadística Aduanera de Rusia

3) El bajo nivel de vida de la población y, en consecuencia, su escasa solvencia. La influencia de este factor se intensificó considerablemente a raíz de la crisis de agosto de 1998, cuando quedó prácticamente paralizado el mercado de mantecas y una parte considerable de la población se orientó al consumo de aceite y margarina.

4) La brusca reducción de las importaciones de mantequilla, que fue motivada, de un lado, a la disminución del consumo interno y, del otro, a la caída de la capacidad competitiva de los productos importados a consecuencia de la devaluación del rublo.

En 2000-2002 a pesar del aumento de la capacidad del mercado y el crecimiento de consumo prácticamente en todos los grupos de productos lácteos la producción de mantequilla no pudo alcanzar los volúmenes de los tiempos anteriores a la crisis. Al mismo tiempo, las empresas rusas volvieron a chocarse con la seria competencia por parte de los productores extranjeros: en 2001 el volumen de suministros de mantequilla del extranjero a Rusia se duplicó respecto a 1999, aproximándose las importaciones al mercado ruso al 30 %.

Desde el 22 de septiembre de 2002 con el objetivo de proteger al productor ruso introdujeron complementariamente al arancel básico de 220 euro por tonelada un arancel especial de entrada a la Federación de Rusia de la mantequilla equivalente al 5 % del arancel de entrada, pero no menos de 7 euro por tonelada con el plazo hasta el 31 de diciembre de 2002. Este arancel no se aplicaba solamente a la mantequilla suministrada de Bielorrusia. Como consecuencia, los precios de la mantequilla importada subieron al igual que los precios de la producción nacional. Según la estimación del Instituto de Coyuntura del Mercado Agrario, la producción de mantequilla para la mayoría de mantequeros dejó de ser deficitaria, pero como siempre, no traía ganancias. El desarrollo posterior de la situación en el mercado de mantequilla al igual que el volumen de su producción y la formación de precios dependerá en gran parte de si será el uso de las barreras arancelarias una práctica habitual o no.

Quesos. La producción de quesos en Rusia presenta desde 1990 una tendencia negativa y ha disminuido desde 440.000 toneladas hasta por debajo de 200.000 toneladas al año. La caída más sensible se registró en 1997 (hasta 174.000 Tm.). Sin embargo, a finales de 1999 se produjo cierto repunte de la producción, que ascendió hasta 185.000 toneladas. En los siguientes dos años continuó la tendencia de crecimiento lo que fue consecuencia del aumento de la demanda de consumo y el incremento de inversiones en el sector. Según los datos del Goscomstat, en 2001 el volumen de la producción industrial de quesos grasos superó 250 mil toneladas (un 14 % más respecto a 2000).

El grueso de la producción rusa de quesos hasta hace poco era absorbido en el interior del país, donde los productores locales cubrían un segmento importante del mercado. Más de cien empresas están especializadas en la producción de quesos y otras 160 se decían simultáneamente a producir quesos y manteca (mantequilla). Antes de la crisis de agosto de 1998 las capacidades instaladas de las fábricas de queso se utilizaban en el 42%. En 2001 este índice ascendió hasta 55%.

Entre las principales dificultades que frenan el desarrollo de esta rama hay que mencionar la inestabilidad de las condiciones de suministro que varían en función de las temporadas, el alto costo de producción y calidad irregular de la materia primaria, así como el alto grado de desgaste moral y físico de la maquinaria y la falta de activos circulantes.

La debilidad de las empresas rusas del ramo posibilitó el crecimiento sostenido de las importaciones durante un largo período. Después de agosto de 1998, cuando cifra total de ventas de queso se redujo casi a la mitad, los productores nacionales de variedades de queso que contaban con una larga tradición de consumo en Rusia («holandés», «de Kostromá», «ruso») lograron fortalecer sustancialmente sus posiciones e incrementar su participación en el mercado hasta el 70%. Sin embargo, pese a la disminución del total de los suministros de queso en procedencia del exterior en 1998 y 1999 (de acuerdo con algunas estimaciones, en 30-40%), la mayoría de las grandes compañías proveedoras extranjeras no se retiraron de Rusia, por considerar que en este segmento del mercado ruso los productores nacionales no pueden oponer seria competencia a las importaciones. El retraso tecnológico acumulado en el desarrollo del ramo es de casi 20 años y la base de materias primas de que disponen los queseros rusos no permite satisfacer la demanda de consumo y plantar cara a las producciones occidentales. El atraso es particularmente notable en los grupos de quesos exquisitos y de categoría excelsa, que prácticamente no figuran en el surtido de productos de las empresas rusas.

Esto se confirma por el brusco aumento de las importaciones de queso en 2001, 135 mil toneladas, lo que ascendió su parte de consumo dentro de este grupo de productos hasta el 35 %. No obstante, el acelerado últimamente proceso de traslado a Rusia de la producción y el equipamiento moderno de las empresas nacionales por una serie de compañías extranjeras son capaces de cambiar la situación en el mercado ruso de quesos ya en los próximos dos-tres años.

Análisis de la Oferta

Producción Nacional y principales fabricantes

El volumen principal de la producción de leche y productos lácteos en Rusia se realiza por seis compañías (tres de ellas son rusas y tres son extranjeras): “Wimm-Bill-Dann”, “Petmol”, “Danone”, “Combinado lechero de Ostankino”, “Campina” y “Parmalat”. La parte conjunta de los productores mencionados supera el 65 % en índices valorativos y un 60 % en índices naturales. Las posiciones fuertes en el mercado de lácteo ocupan también las compañías: “Combinado lechero de Ostankino”, “Samaralacto” y la planta pasterizadora de leche de Piskarev. Al mismo tiempo, históricamente cada región de Rusia tiene su líder.

La compañía “Wimm-Bill-Dann Productos Alimenticios” fue fundada en 1992. En 2002 según el volumen de la distribución de sus productos (aprox. 675 millones de dólares) llegó a ocupar el 33 lugar entre 200 grandes compañías rusas, haciéndose el productor más grande de productos alimenticios no solamente en Rusia sino en Europa oriental. La parte principal de la producción de la compañía (el 70 %) ocupa la producción de leche, el otro 30 % - la producción de zumos. En 2001 en el mercado de la producción de leche en 9 grandes ciudades su parte fue un 36,5 % durante 2001, inclusive la leche esterilizada – un 33 %, yogures – unos 35-36 %. La compañía produce más de 360 tipos de productos lácteos. En 2001 respecto a 2000 las empresas de la compañía aumentaron la producción de leche un 16 % hasta 350 mil toneladas. En 2002 el volumen de la producción fue de 450 mil toneladas.

Lo fundamental de la estrategia de la compañía es el aumento de volúmenes de producción tanto en mercancía como en índices valorativos a cuenta de la adquisición de nuevas plantas en las regiones estratégicas donde se produce la leche, es decir, más cerca a la fuente de materias primas y a los centros principales de consumo. Un gran papel tiene el desarrollo de los brends, ampliación de la cadena de distribución en Rusia y países de la CEI. En 2002 gracias a la colocación de acciones (ADR) en la bolsa de fondos de Nueva York la compañía recibió 134 millones de dólares. Parte de esta suma irá para amortizar los créditos, 90 millones de dólares se asignaron para el programa de inversión incluidos 40 millones de dólares destinados a la modernización de las producciones actuales, 50 millones para la adquisición de nuevas empresas pasterizadoras de leche.

Para principios de 2003 la compañía “Wimm-Bill-Dann Productos Alimenticios” se componía por 14 plantas pasterizadoras de leche, de las cuales las más grandes están en Moscú (los combinados lecheros Lianozovski y Tsaritsinski, en Nizhni Novgorod, la región de Krasnodar y en Novosibirsk. Aspirando a ampliar la esfera de influencia, las preferencias en la compra de empresas lecheras se dan a aquellos que tienen las capacidades de producción de queso. La compañía invierte medios considerables en el desarrollo de la base de materias primas de las regiones, incluso en la concesión de equipos de ordeño, de enfriamiento y para la conservación de alimentos complejos.

El segundo lugar entre las compañías rusas ocupa el combinado lechero de Ostankino cuyo volumen de producción en 2001 fue de 65 mil toneladas de productos lácteos. Para finales de 2002 la empresa planeaba alcanzar la producción de 9 mil toneladas de productos lácteos al mes. La capacidad de producción de la planta es aproximadamente de 140 mil toneladas al año. En el tercer lugar está el combinado lechero de San Petersburgo “Petmol” que satisface, al igual que la empresa lechera de Piskariovsk, las necesidades del Noroeste del país. La capacidad de producción del combinado en leche es de 120 toneladas al día. En 2001 se

produjo 55 mil toneladas lo que es un 12 % más que en 2000. Según la estimación de la Directiva de la compañía, la producción de leche en 2002 aumentó unos 5-7 %. Aumenta los volúmenes de producción el combinado “Voronezhski” que son 35 mil toneladas de productos lácteos en 2001, de los cuales 25 mil toneladas fue leche. En 2002 la producción de leche aumentó un 50 %.

Producción Extranjera y principales proveedores (Importancia de la implantación en Rusia)

A pesar del desarrollo de la producción propia, las importaciones de productos lácteos a Rusia en cuanto a una serie de posiciones siguen conservando su importancia. Tal y como ya se señalaba, de 30 a 35 % de mantequilla y queso que se consume en el país se suministra por los países extranjeros. Referente a los productos de leche entera, incluido los yogures, este índice es más bajo – unos 3-4 %.

Según la estadística de aduanas (Comité Arancelario Estatal de la Federación de Rusia), en 2001 a Rusia se importaron 33 mil toneladas de leche entera y nata (código de la Nomenclatura Arancelaria de la Actividad Exterior Económica), de leche en polvo y condensada – 45,4 y 36,4 mil toneladas correspondientemente (código 04.02). En este grupo de productos predominan los suministros de la CEI que tienen unos 75-90 % del volumen físico de las importaciones. Los proveedores principales de leche entera son Kazajstán, Mongolia y Bielorrusia, de leche en polvo – Ucrania, Bielorrusia, EE.UU. y Lituania. En cuanto al grupo de productos lácteos (código 04-03) que contiene un 75 % de yogures, más del 70 % del volumen físico es importado de Alemania, el 17,6% de Polonia (generalmente de las plantas que pertenecen a la Danone y a las compañías alemanas) y un 6 % de España.

De 108,6 mil toneladas de mantequilla importada a Rusia en 2001 el 49 % fue producida por los países de la CEI (Bielorrusia y Ucrania – 27 y 26 mil toneladas respectivamente). De Nueva Zelanda fueron importadas 17 mil toneladas (el 15 % del total de las importaciones).

de Finlandia – 15 mil toneladas (el 14 %), de Chequia – 7,6 mil toneladas (el 7 %). Es característico, que el precio de una tonelada de producción de los países extranjeros fue casi un 20 % más bajo que el precio de la producción importada de la CEI y se situaba en 1,07 mil dólares USA por tonelada.

con 39 mil toneladas, seguidos van Ucrania y Bielorrusia (29 y 25 mil toneladas respectivamente). Y el cuarto gran proveedor cuya parte en el volumen físico en las importaciones es superior al 76 % es Finlandia (12 mil toneladas). En la importación de quesos (excepto los no maduros) 18,7 mil toneladas son quesos fundidos y 98 mil – son quesos naturales.

Según los datos de las agencias de marketing, en 2001 la parte de la compañía finlandesa Valio (los principales brands son mantequilla Valio, queso fundido Viola y queso natural Oltermanni) en el mercado ruso de quesos fundidos fue el 23 % y en el mercado de mantequilla empaquetada – el 15 %. Conforme a la estimación de los especialistas, las posiciones firmes en el mercado ruso de quesos fundidos tienen las compañías Hochland (un 7 % del mercado), Lactalis (un 1%), así como las compañías rusas “Karat” (el 8 %) y “Yantar” (el 13 %). En cuanto a la mantequilla empaquetada lidera la compañía de Nueva Zelanda Anchor, los quesos naturales – los grandes productores de Alemania y Holanda.

La tasa del arancel de entrada de los productos lácteos es el 15 % del valor arancelario y la parte de los productos lácteos no puede ser menos de 180 euros por tonelada. Referente a la mantequilla – no menos de 220 euros por tonelada, queso y requesón – no menos de 300 euros por tonelada. La distribución geográfica de las importaciones de productos lácteos de acuerdo con los grupos principales de mercancías (Código de DM de la AEE 04.02, 04.03, 04.05 y 04.06) se dan en el Anexo 6.

Datos de carácter geográficos

A diferencia de los productos de leche entera cuya producción fundamental se concentra en Moscú y la provincia de Moscú, así como en San Petersburgo y algunos grandes centros regionales, en la producción bruta de la mantequilla ocupa el primer lugar la provincia de Belgorod (más de 20 mil toneladas), seguido va la República de Tatarstan – 15 mil toneladas, la provincia de Novosibirsk – 12 mil toneladas, provincia de Saratov – 10 mil toneladas. La carencia de materia lechera influye negativamente en los volúmenes de la producción de la mantequilla en el Distrito Central Federal. En 2002 la reducción se registró en las provincias de Tambov, Vladimir y Kursk. La producción de mantequilla en la provincia de Moscú descendió hasta el 62,6 % respecto al nivel del año pasado, mientras que en Moscú aumentó casi un 70 %. Los productores de algunas provincias incrementaron la producción: la provincia de Kostroma un 90 % hasta 1,2 toneladas; provincia de Riazan un 23 %, hasta 3,4 mil toneladas de Ivanovo un 22 % hasta 3 mil toneladas, de Tula un 18 % hasta 2,2 mil toneladas.

En la producción bruta de quesos grasos lideran las queserías de la provincia de Voronezh (cerca de 30 mil toneladas), de la región de Altai (27 mil toneladas), de Krasnodar (unas 20 mil toneladas).

Análisis De La Demanda

Tendencias Generales de Consumo

La principal tendencia en el desarrollo del mercado ruso de productos lácteos es el incremento de la demanda de consumo de todos los grupos de la producción láctea (excepto quesos y mantequilla). En el futuro próximo continuará creciendo la producción de leche entera donde el nivel de consumo (en 2002 - 232 kg de leche y productos lácteos por persona) todavía no alcanzó el de los años 1989 – 90 y más aun la determinada norma de consumo de 392 kg al año.

Según los datos de la compañía Tetra pack, se desarrolla con más dinamismo el segmento de productos lácteos de larga conservación elaborados de acuerdo con la tecnología de temperaturas altas (UHT – Ultra High Temperature). Referente a la parte de estos productos que es el 6 % en la estructura común del total de leche consumido, Rusia por ahora no alcanzó a los países europeos (Alemania – el 63 %, Francia – el 84 %, España – 90 %).

En las condiciones del aumento de ingresos reales de la población la tendencia principal es el crecimiento de la demanda de los productos lácteos “funcionales” (enriquecidos) que tienen valor complementario en vitaminas, minerales, aditivos útiles de fruta o biológicos. Para el mercado ruso son los productos relativamente nuevos y la dinámica de su distribución supera notablemente los ritmos de crecimiento de ventas de productos no enriquecidos. En 2001 – 2002 muchas empresas lecheras (en particular, orientadas en los habitantes de ciudades grandes) empezaron a hacer productos con aditivos biológicos, masas de requesón, postres. El paso de las plantas a los segmentos de altos precios da posibilidad de incrementar la rentabilidad. Teniendo en cuenta la acentuación de la competencia y, como resultado, el descenso del nivel del sobreprecio de los productos clásicos, el crecimiento del segmento “premium” tiene una tendencia positiva que se va a reforzar en 2003-2005. Además, el consumidor ya no hace caso al envase, a la marca comercial y al diseño, es decir, a todo lo que crea la base psicológica de la compra.

Según los datos de la compañía de investigación ACNielsen Russia recogidos en 9 grandes ciudades de la Federación de Rusia, en la dinámica de las ventas al por menor en 2000-2002 lideraron el yogur, kéfir enriquecido (148 %), leche pasteurizada (130 %) y kéfir común (117%).

Conclusiones

Comercializar con Rusia tiene varios atractivos, el principal es su propio mercado interno por la cantidad de habitantes y dado el alto nivel cultural de la gente que están preparados para

incrementar las demandas; otra ventaja es el bajo nivel de aranceles que tributan los productos importados y más aún, considerando que muchos productos argentinos tienen el beneficio de gozar del “Sistema General de Preferencias”, que reduce en un 25% los aranceles que pagan los importadores rusos sobre los productos similares que se importan de los países de economía desarrollada; además, Rusia es una puerta de entrada a Europa del Este, estos mercados, agregando Rusia, llegan a los 350 millones de habitantes.

El principal problema a resolver pasa por el tema de las cobranzas. Este es un país donde es difícil obtener la apertura de cartas de crédito y garantías bancarias, por lo tanto la mayoría de las operaciones de comercio exterior se realiza por cobranzas directas, incluso en algunos casos particulares, los importadores rusos están habituados a pagar el ciento por ciento adelantado. En otros casos, a la firma del contrato, adelantan hasta el cincuenta por ciento de la operación y cancelan contra la entrega de la mercadería. Por supuesto que también operan con créditos de los exportadores.

En consecuencia, hay que encontrar el mecanismo que asegure a los exportadores el cobro en tiempo y forma.

Algunas empresas argentinas encontraron la forma que les permite avanzar en la resolución de este tema, y lo hacen en forma directa o delegando en otras empresas esa función.

Unas abren una oficina que se ocupa de conseguir los contratos, obtener los adelantos y cuando sus casas matrices realizan el embarque todo la documentación correspondiente a la carga se la envían a sus propias oficinas que cuando cobra el saldo de la deuda le endosan la documentación original para que los importadores puedan retirar de la aduana rusa la mercadería adquirida. Otras empresas delegan esas funciones a una empresa contratada para esos efectos.

Otra solución es que la provincia abra su propia oficina en Moscú, donde se atiendan a los empresarios de la Provincia, se preparen agendas de trabajo, mesas de negociación,

participación en ferias internacionales, etc., con un delegado de la Microregión como colaborador que garantice un fluido contacto con la misma. Esta Oficina podría funcionar en el edificio del Instituto de América Latina, dependiente de la Academia de Ciencias, que es muy amplio, está muy bien ubicado, cuenta con personal que habla el idioma Español y tiene oficinas que pueden alquilarse.

Para concretar esta alternativa, se podría emprender las siguientes acciones inmediatas:

- Recepción en agosto del corriente año, en la provincia, al Embajador Ruso y al Director del Instituto de América Latina, dependiente de la Academia de Ciencia
- Suscripción de un convenio con el Instituto de América Latina, dependiente de la Academia de Ciencias donde se especifiquen las condiciones básicas para poner en marcha la Oficina de la Provincia de Misiones, en Rusia.

Dos provincias han realizado este tipo de experiencia: La provincia de Buenos Aires y la provincia de Córdoba.

5. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES PRODUCTOS A DESARROLLAR.

PROPUESTAS DE DESARROLLO DE CUENCAS PRODUCTIVAS

La verificada demanda del mercado ruso de productos que podría producir la Microregión se suma a las actuales relaciones comerciales alrededor de las exportaciones de té. Varias instituciones se encuentran realizando relevamientos y estudios para potenciar este sector sea desde el Poder Ejecutivo en el ministerio del Agro y la Producción o desde el sector educativo privado en el programa. De ahí que, para evitar superposiciones de recursos evitamos específicamente este sector no sin antes señalar que, como consecuencia del presente proyecto de asistencia técnica se está trabajando en la recuperación de la deuda originada en los convenios internacionales analizados generándose la posibilidad concreta que el té, una vez más sea la contrapartida sustancial del intercambio de productos visualizada por los expertos del mercado ruso a quien se facultó a realizar las tratativas de recupero de la deuda.

En función de los otros productos, entonces se propone el desarrollo de tres cuencas productivas y acciones de corto y mediano plazo para que sean propuestas sustentables que permitan la conquista de un mercado determinado.

Desarrollo de una Cuenca de Frutas Frescas, de Ganado y un Polo de Muebles Juveniles

La caracterización de micro y pequeñas empresas existentes en la Microregión determina la necesidad de impulsar necesariamente la asociatividad a través de acciones concretas que surjan de los gobiernos municipales y que permitan la conformación de estas cuencas; la definición de estas primeras cuencas surge como consecuencia de la demanda verificada en el país y las conclusiones de los perfiles seleccionados del mercado ruso.

Los programas de sensibilización y capacitación de pequeños productores resultan una etapa preliminar para avanzar en el desarrollo de las cuencas; estos programas tienen

financiamiento e instituciones locales que garantizan su realización (INTA, EFAs, IDEIFAM –para desarrollo de ganadería- Centro Tecnológico de la Madera e INTI). Los programas de crédito fiscal de la Secretaría de la Pequeña y Mediana empresa pueden financiar en su totalidad estos requerimientos de capacitación. Puede considerarse que solamente con la cesión de crédito fiscal de los establecimientos de té existentes en la Microregión equivalente a \$ 100.000 puede capacitarse a los 20.000 productores y pequeños industriales de las cuencas.

Para ello se propone la habilitación de un registro de microempresarios que deseen avanzar en el marco de estos programas estratégicos.

Paralelamente corresponde el desarrollo de un estudio de factibilidad de infraestructura productiva de dominio público y gestión privada o, de dominio y gestión mixta que permita la industrialización y comercialización en la Microregión. Entre estas obras figura: un vivero de plantines, un secadero de madera, un frigorífico de ganado menor, una planta de pre-empaque. Estos estudios son financiados mediante créditos y aportes no reembolsables del FONTAR, programa de ciencia y Técnica de la Nación.

El asesoramiento del INTA e INTI permitirá desde el inicio contar con asistencia técnica para la producción con estándares de calidad internacional.

La formación de personal se puede garantizar mediante la realización de convenios con instituciones de educación superior universitaria y no universitaria de la provincia que hoy ya tiene la oferta académica que requiere la Microregión. La posibilidad de desarrollar carreras técnicas en cada uno de los Municipios integrantes de la Microregión será esencial también para detener el proceso de migración rural.

Otra experiencia asociativa para la Microregión puede darse con la contratación de un diseñador de muebles que desarrolle una línea completa de muebles según la demanda

detectada en Rusia y llegue a la construcción de prototipos y envío de muestras como así también de formación de costos.

El financiamiento podrá tener destinatarios asociados o individuales; las líneas de FIDA BID son adecuadas para ello; no obstante para fortalecer la capacidad para acceder a los créditos debería encausarse acciones para la constitución de una SGR con aporte de la Cooperativa tabacalera que lleva adelante los programas de diversificación que tienen potenciándose esta acción con el desarrollo de las cuencas propuestas.

Cualquier iniciativa vinculada al desarrollo de estas cuencas, debería ser acompañada por una profunda reforma de los estados municipales integrantes de la Microregión. La adecuación de las estructuras de estas comunas a nuevos y complejos requerimientos deberá incluir el papel preponderante de las nuevas tecnologías que podemos caracterizar mediante las siguientes concepciones básicas: (*)

1. **La Gerencia participativa**, como una nueva concepción de la organización del trabajo, apoyada en la formación de equipos, el involucramiento, motivación y asignación de mayor autonomía y responsabilidad a los empleados, la circulación de la información, la horizontalización de las relaciones laborales y la resolución de conflictos a través de la negociación (Jones L. Y Thompson F., 1997) (Robirosa, 1996).
2. **Nuevo sistemas de información**: Se orienta a la producción de los insumos necesarios para realizar la evaluación, así como la priorización de estrategias y el apoyo a la toma de decisiones y el control de gestión. Se trata de incorporar nuevos equipamientos y tecnologías informáticas para acelerar o ampliar la presentación de servicios. (Oscar Oszalak, 1992).
3. **Readecuación del papel del presupuesto**: aplicación de técnicas presupuestarias simples, que sean perfectamente conocidas por los intendentes, concejales y agentes

municipales involucrados en esta temática. Las formulaciones de los **presupuestos municipales** son fundamentales como **instrumento de gobierno**, que asigna recursos a los programas y proyectos resultantes del proceso de planificación. Si los presupuestos municipales devienen del mero ajuste o actualización de los ejecutados en años anteriores, las decisiones adoptadas en un proceso de planificación estratégica carecen de sentido.

4. **Optimización de las fuentes de recursos de jurisdicción local:** A través de las siguientes actividades de ejecución conjunta resulta indispensable aumentar los recursos de jurisdicción municipal: a) padrones de contribuyentes actualizado; b) modernización de los catastros; c) información de la facturación de tasas y gabelas; d) sistematización de la distribución de dicha facturación.
5. **Nuevas modalidades de financiamiento:** en un contexto de estabilidad y necesidad creciente de recursos, la búsqueda sistemática de fuentes de financiamiento alternativo, debería ser una de las tareas prioritarias de las comunas.
6. **Gestión focalizada en lograr mayores niveles de eficiencia, efectividad y flexibilidad:** Eficiencia se refiere a la óptima relación entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos; la mayor efectividad, se refiere a la capacidad de las políticas municipales para dar respuesta a necesidades sociales efectivas; la flexibilidad, es la capacidad de responder con rapidez, adaptándose a circunstancias cambiantes e impredecibles. (Tecco y Arnoletto y Beltrán en Delgado).
7. **Permanente motivación, involucramiento y capacitación de recursos humanos:** Las necesarias actividades de capacitación (sistemáticas y permanentes) deben constituirse en herramientas transversales del proceso de modernización.

8. **Planificación Estratégica:** Los insumos de información son útiles también a los fines de implementar un sistema de planificación, actividad que es inherente a toda organización, al que deben integrar a todos los niveles decisorios de su administración.

El agrupamiento de estos Municipios alrededor de la conformación de la Microregión favorecería la realización de un Plan de Mejora de la gestión técnica y administrativa municipal. El fortalecimiento o desarrollo de las capacidades institucionales municipales debe ser un tema prioritario en la Agenda de los intendentes. A fin de estimular y asistir técnica y financieramente a los Municipios se han puesto en marcha una serie de programas con financiamiento externo, sin embargo la adhesión ha sido muy pobre. De los 75 Municipios misioneros solo ocho han completado sus proyectos de fortalecimiento institucional -ninguno de ellos de la Microregión-

El plan de mejora de la gestión técnica y administrativa dará mayor eficiencia a cada Municipio fortaleciendo la Microregión y dando sustento a la conformación de un ente supramunicipal que lleve adelante el desarrollo de estas cuencas productivas.

(*) Extraído del Informe Final: "Gestión Técnica y Administrativa Municipal. Análisis general de las 25 Comunas de Tercera Categoría de la Provincia de Misiones". Investigador Lic. Gustavo H. Ortega del Instituto Universitario Gastón Dachary - Departamento de Investigación.

LA MICROREGION DE MISIONES Y EL MERCADO DE ESPAÑA

De la misma manera que en el informe anterior donde se tomó en cuenta la demanda de un mercado determinado – Rusia - en esta oportunidad también se toma el criterio de realizar el relevamiento productivo en relación a las principales demandas de esos mercados y en este caso del mercado de España. De tal manera el relevamiento se concentra en las empresas de transformación mecanizada de la madera y los productores de miel.

I. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LOS MUNICIPIOS INVOLUCRADOS EN RELACION AL MERCADO DE ESPAÑA

Aserraderos de la Microregión:

A efectos de ampliar la información del sector industrial de la madera en la Microregión y en vista a la demanda identificada de España se expone a continuación los datos referentes a producción, mano de obra ocupada, otros datos de interés y la nómina de los aserraderos instalados por municipios que integran la Microregión. Se efectúan las comparaciones respectivas con los totales de la provincia con la finalidad de dejar reflejados la importancia relativa de cada variable consideradas.

PRODUCCION MENSUAL. - MISIONES										Pa. m3	
CLASIF.	VOLUMEN	N A T I V O S				I M P L A N T A D O S				TOTAL	
		GRU. A	GRU. B	GRU. C	TOTAL	PINO	ARAUC.	OTRAS	TOTAL		
Peq. Ind.	De 0 a 600 m3	6.272	16.395	11.452	34.120	38.004	2.670	4.401	45.075	673	79.195
Med. Ind.	De 601 a 1.900 m3	803	3.763	1.630	6.196	30.208	2.219	2.991	35.418	42	41.614
M.-G. Ind.	De 1.901 a 3.500 m3	2.400	1.859	3.549	7.808	22.019	1.239	2.265	25.523	13	33.331
Gran Ind.	Mas de 3.500 m3	600	7.600	7.970	16.170	173.326	6.251	11.879	191.456	11	207.626
TOTAL		10.075	29.617	24.601	64.294	263.557	12.379	21.536	297.472	739	361.766

PRODUCCION MENSUAL - MICROREGION Pn. m3

CLASIF.	VOLUMEN	N A T I V O S				I M P L A N T A D O S				TOTAL	
		GRU. A	GRU. B	GRU. C	TOTAL	PINO	ARAUC.	OTRAS	TOTAL		
Peq. Ind.	De 0 a 600 m3	377	1.790	1.012	3.179	5.734	132	777	6.643	79	9.822
Med. Ind.	De 601 a 1.900 m3	205	1.455	520	2.180	1.300	30	30	1.360	4	3.540
M.-G. Ind.	De 1.901 a 3.500 m3										
Gran Ind.	Mas de 3.500 m3										
TOTAL.		582	3.245	1.532	5.359	7.034	162	807	8.003	83	13.362

El 11 % (83) del total de industrias madereras de la provincia (739) se encuentran en la Microregión, con un nivel de producción del 4 % (13.362 m3) del total (361.766 m3); y como puede apreciarse claramente, predomina el tamaño de pequeñas industrias (95 %) ya que 79 del total producen por debajo de los 600 m3 (la media es de 124 m3) y solamente 4 (5 %) están en la categoría de mediana industria, entre 600 a 1.900 m3 (la media es de 885 m3). Comparando con los guarismos provinciales, se observa que en cantidad por tamaño está por debajo de la media provincial (91 %, para pequeña industria y 6 % para mediana). Se observa, también, una mayor proporción (40 % contra 18 %) de aserraderos que se dedican a la explotación de maderas provenientes del monte nativo y representan el 8 % (5.359 m3) del volumen total explotado de maderas nativas, en tanto que la madera de monte implantado representa solamente el 3% (8.003 m3).

RELACION DE LA MANO DE OBRA CON EL VOLUMEN DE PRODUCCION - MISIONES

CLASIF.	VOLUMEN	Direc.	Adm Cont.	Tec Prof.	Super.	Obr Esp.	Peones	Total
Peq. Ind.	De 0 a 600 m3	343	222	32	56	420	3.377	4.450
Med. Ind.	De 601 a 1.900 m3	41	34	3	9	107	771	965
M.-G. Ind.	De 1.901 a 3.500 m3	18	24	9	18	122	453	644
Gran Ind.	Mas de 3.500 m3	21	86	32	60	316	559	1.074
TOTAL.		423	366	76	143	965	5.160	7.133

RELACION DE LA MANO DE OBRA CON EL VOLUMEN DE PRODUCCION - MICROREGION

CLASIF.	VOLUMEN	Direc.	Adm Cont.	Tec Prof.	Super.	Obr Esp.	Peones	Total
Peq. Ind.	De 0 a 600 m3	18	31	8	8	52	280	397
Med. Ind.	De 601 a 1.900 m3	3	4		2	1	82	92
M.-G. Ind.	De 1.901 a 3.500 m3							
Gran Ind.	Mas de 3.500 m3							
TOTAL.		21	35	8	10	53	362	489

La cantidad de recursos humanos (489) empleados por este sector en la Microregión representa el 7 % del total (7.133) con una media de 6 empleados por aserradero lo que implica que esta por debajo de la media provincial que es de 10 empleados por aserradero.

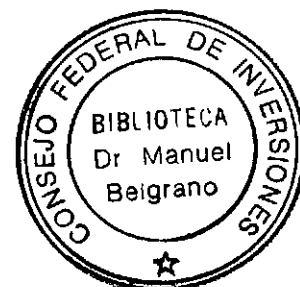
OTROS: EQUIPAMIENTO DE ASERRADEROS DE LA MICROREGIÓN

	DESCRIPCION	MISIONES	MICROREGION	%
	Cepilladora 2 caras	97	8	8
	Cepilladora 4 caras	104	6	6
	Prensa p tabla fria	9	1	11
	Cepilladora	15	4	27
	Despuntadora	2	1	50
	Garlopa	4	1	25
	Maclumbradora	122	28	23
	Torno	7	1	14
	Maquinas de playa	448	44	10
	Maquina de afilado	568	69	12

Se trata de otras maquinarias utilizadas en la industria maderera, distintas a las normales empleadas para la primera industrialización de la madera, propias de los aserraderos de menor tamaño comparadas en todos los casos con el total que existen en la provincia.

	DESCRIPCION	MISIONES	MICROREGION	%
	Utiliza normas IRAM	137	4	3
	Cap secado M3i	17.652	1.295	7
	Potencia Instalada CV	108.322	6.556	6
	Consumo de Energia KW	4.719.164	130.316	3

Estos datos permiten tener una idea respecto de aquellas industrias que utilizan normas IRAM, que como puede verse son 4 industrias que representan el 3 % sobre un total de 137 industrias que utilizan esta norma a escala provincial; la capacidad de secado en M3i existente en la Microregión que es de 1.295 M3i y representa el 7 % del total provincial de 17.652 M3i; igualmente, se puede apreciar los guarismos para potencia instalada en CV y consumo de energía en KW.



Programa de Desarrollo de la Producción Exportable de una Microregión de Misiones
 Experto: Ing. Jorge Armando Maidana
 Provincia de Misiones – Contrato de Obra Exp. N° 5495
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

DESCRIPCION	MISIONES	% s/Total	MICROREGION	% s/Total	% s/Mncs.
Volumen Producción M3I de % Sándwich	2.175	2	135	3	6
Volumen Producción M3I de % Tabla	29.778	32	1.770	39	6
Volumen Producción M3I de % Vigas	15.621	17	1.193	26	8
Volumen Producción M3I de % Flejes	11.421	12	1.243	28	11
Volumen Producción M3I de % M Cámara	32.986	36	168	4	1
TOTAL	91.981	100	4.509	100	5

Este cuadro permite observar el comparativo de la producción de productos forestales elaborados de primera industrialización del total de la provincia y de la Microregión con la respectiva participación porcentual sobre total de producción y por último la proporción de cada producto y el total de la Microregión con respecto al total provincial.

A continuación se consigna la nomina del total de aserraderos existentes en la Microregión, por Municipios, Departamento, Razón Social y Domicilio Comercial:

Cant.	Municipio	Departamento	Razón Social	Domicilio Comercial
1	MARTIRES	CANDELARIA	Sin Datos	
2	C. RAMON	OBERA	JUAN A. JURITSCH E H. SRL.	CAMPO RAMON
3	C. RAMON	OBERA	FRANK GUSTAVO RAMON	RUTA PROVINCIAL N° 5
4	C. RAMON	OBERA	BIESCHTELER CARLOS	MZ 2 - C
5	C. RAMON	OBERA	TKACZ ESTEBAN	VILLA BONITA
6	C. RAMON	OBERA	MARKOWIEK MARGARITA	RUTA PROV. 103 - VILLA BONITA
7	C. RAMON	OBERA	ROGELIO MIGUEL RODOLFO	Lote 97
8	C. RAMON	OBERA	RAMOS HECTOR RAFAEL	MZ 14
9	C. RAMON	OBERA	SEMAÑUK OSCAR ROBERTO	YERBAL VIEJO
10	C. RAMON	OBERA	EL PARAISO	PARAISO
11	C. RAMON	OBERA	EL PARAISO	CAMPO RAMON
12	C. RAMON	OBERA	WAWRANIUK JUAN ANGEL	PICADA INTERNACIONAL
13	C. RAMON	OBERA	ASERRADERO EL TIMBO	SUB.S
14	C. RAMON	OBERA	WALKER HERMANOS S.A.	PANAMBI
15	C. RAMON	OBERA	C. RAMON ASERRADOS S.R.L.	RUTA PROVINCIAL 103
16	C. RAMON	OBERA	ASERRADERO RUTA 103	YERBAL VIEJO
17	CAMPO VIERA	OBERA	MADERERA RITTER	PICADA SEGUIN
18	CAMPO VIERA	OBERA	ASERRADERO AGUSTIN S.R.L.	RUTA NAC. 14 KM.28
19	CAMPO VIERA	OBERA	BURGER RICARDO SAMUEL	RUTA 14 KM 28 MANZANA 55
20	CAMPO VIERA	OBERA	ASERR. DON AGUSTIN S.R.L.	EX RUTA 14 KM.25
21	CAMPO VIERA	OBERA	LEO MACHIMBRES	EX RUTA 14 KM.28
22	CAMPO VIERA	OBERA	ASERRADERO RUTA 6	RUTA 6
23	CAMPO VIERA	OBERA	MACAVI	RUTA PROV 6 S/N
24	CAMPO VIERA	OBERA	ASERRADERO YABOTY	RUTA NAC. 14 Km 28
25	CAMPO VIERA	OBERA	ASERR. "ALGO MADERAS"	RUTA NAC 14 KM 39
26	CAMPO VIERA	OBERA	BUBANS EDMUNDO ALFREDO	CORDOBA 294 MZ.S
27	CAMPO VIERA	OBERA	SUPERMADERAS MISIONES	EX RUTA 14 KM 28
28	CAMPO VIERA	OBERA	VIMA	RUTA 14 KM 28
29	CAMPO VIERA	OBERA	ONUFRYCIZUK PEDRO DAVID	RUTA NAC. 14 KM.40

Programa de Desarrollo de la Producción Exportable de una Microregión de Misiones
 Experto: Ing. Jorge Armando Maidana
 Provincia de Misiones – Contrato de Obra Exp. Nº 5495
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

30	CAMPO VIERA	OBERA	SCHUSTER HELMUT	SEGUIN
31	CAMPO VIERA	OBERA	J.R.MADERAS	ruta 210 S/N
32	CAMPO VIERA	OBERA	ASERRADERO SAN JORGE	ruta 6 KM.31
33	COL. ALBERDI	OBERA	BURBART ALBINO	COL. ALBERDI
34	COL. ALBERDI	OBERA	ASERRADERO EK	YABEYRI
35	COL. ALBERDI	OBERA	ASERRADERO EL TRIUNFO	ruta 6
36	COL. ALBERDI	OBERA	HOJ. MIGUEL ANGEL	COL. ALBERDI
37	COL. ALBERDI	OBERA	ASERRADERO MIRIAN	ARROYO ENCANTADO S/N
38	GUARANI	OBERA	KUZMICZ ESTEBAN	GUARANI
39	GUARANI	OBERA	OLGA BERENT V. DE FELDICK	VULETA DE OBLIGADO. MZ 26
40	GUARANI	OBERA	BOSCHETTI CLAUDIO	ruta NAC 14
41	GUARANI	OBERA	STAUDI RICARDO LUIS	KM.870
42	GUARANI	OBERA	FISCHER RODOLFO ERVINO	GUARANI
43	GUARANI	OBERA	WILDE HUGO Y JOSE	INDEPENDENCIA S/N
44	GUARANI	OBERA	MATOSZEWSKI ANDRES MARIO	PICADA YAPEYU
45	GUARANI	OBERA	BURKA ANTONIO	PICADA SARMIENTO S.N
46	GUARANI	OBERA	KLUSER MIGUEL	ruta N. 14 KM.867
47	GUARANI	OBERA	BASILA GREGORIO	FTO NUEVO 801
48	GUARANI	OBERA	ASERRADERO B Y S	ruta NAC 14 Km 870
49	GUARANI	OBERA	TENSA S.R.L.	ruta 14
50	SAN MARTIN	OBERA	BONDARENKO JOSE	ruta 103
51	SAN MARTIN	OBERA	NOSIGLIA S.A.	YABEBIRY
52	GDOR ROCA	SAN IGNACIO	RITTER FABIAN ELISEO	ruta PROV. Nº 6 - CHACRA 14
53	GDOR ROCA	SAN IGNACIO	PUCHALSKI ALBERTO MATEO	ruta PROV. Nº 6
54	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	ANAMIA MONTERO	COL. PASTOREO LOTE 45
55	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	AÑAIA DARIO	SAN IGNACIO
56	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	MADERAS PARANA	GUATEMALA 620
57	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	ASERRADERO ROCA	MAZ 13
58	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	J.B. MADERAS	R. 12. Ent. ALCORTA Y URQUIZA
59	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	MADERAS ESTAHOSKE	JARDIN AMERICA
60	SAN IGNACIO	SAN IGNACIO	BANASZEWSKI M. EDUVIGES	SAN IGNACIO
61	AMEGHINO	SAN JAVIER	SCHUDIKEN JULIO DANIEL	FLORENTINO AMEGHINO
62	AMEGHINO	SAN JAVIER	EL HORNERO	PANAMBI
63	AMEGHINO	SAN JAVIER	KUHN EDEMAR	GUARANI
64	AMEGHINO	SAN JAVIER	MADERAS IVAN	FLORENTINO AMEGHINO
65	AMEGHINO	SAN JAVIER	ASERRADERO AMEGHINO	F. AMEGHINO
66	AMEGHINO	SAN JAVIER	ASERRADERO EL PINO	F. AMEGHINO
67	M. GRANDE	SAN JAVIER	ASERRADERO AÑAIA	A. BROWN 581
68	M. GRANDE	SAN JAVIER	ANIAYA HILARIO GUIMARAEZ	MOJON GRANDE
69	M. GRANDE	SAN JAVIER	EL LAPACUO	M17 S.D
70	25 DE MAYO	25 DE MAYO	AGROFORESTAL	MAMERTO ESQUIU CASA N.28
71	25 DE MAYO	25 DE MAYO	CERRO LEON	ruta PROV.9
72	25 DE MAYO	25 DE MAYO	LA PLANCHA	ruta PROV.8 S/N
73	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO RUTA 9	ruta PROV.9
74	25 DE MAYO	25 DE MAYO	HEPPNER JOSE JUAN	ruta PROV.219
75	25 DE MAYO	25 DE MAYO	MADERERA EL PARAISO	BELGRANO N.320
76	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO JCS	ruta PROV.9
77	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO ZIEMANN	SAN FRANCISCO
78	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO ARTEL	ruta PROV.8 KM.4.5
79	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ROCHOLL RUBEN	ruta PROV.9
80	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO DANIEL	A.DEL VALLE

81	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO DANTE	RUTA PROV.9
82	25 DE MAYO	25 DE MAYO	EL MISIONERO	25 DE MAYO
83	25 DE MAYO	25 DE MAYO	ASERRADERO EL SALTITO	RUTA PROVINCIAL 219

Apicultura

La producción mundial de miel es del orden de 1.220.000 toneladas (de acuerdo a estimaciones de la FAO, para el año 2000), siendo China, EEUU, Argentina (ocupa el tercer lugar mundial), Turquía, Ucrania los principales países productores mundiales y la República Centro Africana, Turkmenistán, Angola, Grecia, Nueva Zelanda, Suiza y Alemania los países de mayor consumo. La producción Argentina de miel es del orden de 80.000 a 90.000 toneladas, de los cuales más del 90% se destina al mercado externo, (Argentina es el principal exportador mundial del producto) alcanzando a más de 30 países distintos, el número de colmena se estima en 2.200.000 unidades con aproximadamente 20.000 productores con una gran incidencia de productores pequeños y medianos, proporciona puesto de trabajo a casi 50.000 personas. El sector presenta un alto grado de informalidad, oficialmente el consumo interno de la miel es muy bajo (250 gramos por habitante por año, mientras que, por ejemplo, Alemania consume 2.5 kilos per-cápita por año), pero se debe considerar que la casi totalidad de los apicultores que poseen menos de 40 colmenas venden su producción en el mercado informal, a miembro de su familia, amigos o vecinos, siendo imposible determinar con cierto grado de certeza la cantidad de miel que se comercializa en esta forma. La miel ecológica u orgánica, es aquella producida, cosechada y manejada bajo condiciones que garanticen su calidad y purezas y solamente puede practicarse en zona de vegetación natural (donde no se utilizan productos químicos). La demanda mundial de miel ecológica a aumentado sensiblemente al igual que su producción en la Argentina, se desarrolla fundamentalmente en la provincia de Buenos Aires, Chaco, La Rioja, San Luis, Santa Fé y Misiones.

En Misiones, por las características únicas de su ecosistema natural, que se refleja en su flora variada, esta actividad se presenta como una herramienta idónea para el desarrollo de las economías regionales y como una alternativa importante de diversificación productiva para los pequeños productores ya que es realizable acudiendo solo a la mano de obra familiar, con bajos requerimientos de capital, mínima extensión de tierra, se cuenta con material vivo, las colmenas están libres de enfermedades endémica, existe buen clima, y grandes extensiones de bosques nativos e implantados rico en néctar y polen y con ventajas comparativa para lograr la miel orgánica que es la más buscada por los clientes internacionales, siendo los principales demandantes Europa, Estados Unidos y Japón. Los productores dedicados a la apicultura, en toda la provincia, participan de las características básicas de toda microempresa, con las debilidades propias de esta: generalmente nacen como una respuesta al desempleo o al conocimiento de un oficio, se integran con el grupo familiar, normalmente no tienen empleados en relación de dependencia, poseen escaso nivel de formalidad (no adoptan forma jurídica comercial, solo algunos registran inscripciones tributarias), presentan dificultad para acceder al sistema bancario y presentan baja capacitación en gestión empresarial, pero también poseen algunas fortalezas: tienen espíritu asociativo, existe demanda interna y externa, hay abundante información sobre el sector y existen programas de asistencia desde el Estado, algunos en ejecución y otros en proyectos.

El Registro Provincial Apícola, actualmente cuenta con 99 apicultores inscritos con un total de 1.396 colmenas registradas, de los cuales 17 apicultores son de la Microregión con un total de 216 colmenas, distribuidos de acuerdo al siguiente detalle:

Microregión	Apellido y Nombre	N° Documento		Cant. Colmenas
1	CARVALLO, Lucas	5.093.277	MARTIRES	3
2	DELEBECQ, Leonida Silvano	7.706.284	CAMPO RAMON	5
3	SANTANA, Celia	4.426.424	COL. ALBERDI	2
4	DIAZ, Esther Lidia	11.558.783	SAN MARTIN	10
5	TOUMANIAN, Haig Cristian	20.476.860	SAN MARTIN	26
6	AGUILAR, Jose	17.553.241	SAN IGNACIO	1
7	ALFONSO, Gervasio	92.159.339	SAN IGNACIO	5
8	BITON, Alejandro	7.477.132	SAN IGNACIO	60
9	CASTILLO, Héctor Javier	26.888.410	SAN IGNACIO	40
10	DUARTES, Mario	14.403.618	SAN IGNACIO	3
11	HILBERT, Delia	3.684.522	SAN IGNACIO	5
12	QUIROGA, Horacio Oscar	18.043.142	SAN IGNACIO	3
13	RODRIGUEZ, José	14.136.789	SAN IGNACIO	20
14	SKRYPCZUK, Enrique	8.491.825	SAN IGNACIO	8
15	SOTELO ESPINOZA, Abel Hugo	14.136.795	SAN IGNACIO	0
16	BURGER, Rodolfo Juan	13.287.835	F. AMEGHINO	15
17	SCHMECHSEL, Arlindo	14.586.772	F. AMEGHINO	10
<i>Total</i>				216

2. SÍNTESIS DE EXPERIENCIAS Y VINCULACIONES ENTRE MISIONES Y ESPAÑA. SITUACIÓN BALANZA COMERCIAL

Se enumera a continuación la información de la Subsecretaría de Comercio e Integración de la Provincia de Misiones destacándose que pueden existir otras acciones con organismos de España y otras dependencias de la Provincia pero que resulta difícil acceder pues esta información está dispersa y las dependencias no tienen un sitio de información sobre relaciones internacionales.

Se da respuesta si se solicita información con la denominación puntual, específica del programa en el que se concreta la vinculación internacional.

Esta situación es considerada en la etapa de las conclusiones.

2.1 Plan de vinculación de las economías de la Comunidad de Valencia (España) y de la Provincia de Misiones

El estudio se inició en el año 1.998 con un seminario regional conjuntamente con autoridades de los gobiernos de la Provincia de Misiones, de la Provincia del Chaco y el Consejo Federal de Inversiones (C.F.I.), sobre "La madera y el mueble. Potencial vinculación técnico-comercial con la Comunidad Valenciana (España)". De dicho estudio se determinó la viabilidad de acuerdos comerciales y alianzas estratégicas entre empresas e instituciones por lo que se acordó un plan para concretar este camino. Se firmó así, en diciembre de 1.999, un convenio marco de colaboración entre: El Gobierno de la Provincia de Misiones; el Instituto de la Mediana y Pequeña Industrias Valenciana (IMPIVA); el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX); y el Instituto Tecnológico del Muebles y Afines (AIDIMA), por el que básicamente se dispuso:

1. Promover acciones conjunta destinadas a facilitar la cooperación comercial entre pequeña y mediana empresas de la Provincia de Misiones y de la Comunidad Valenciana.
2. Promover el intercambio de experiencia, en el desarrollo de un Parque Tecnológico y la creación de Centros tecnológicos a desarrollar en la Provincia de Misiones.
3. Participar en la transferencia y adaptación de tecnología entre las empresas de la foresto-industria y la industria del mueble de la Comunidad Valenciana a través de la asistencia de AIDIMA.

2.2 Carta de Anhatomirim

El 14/03/98 en la Isla de Anhatomirim, Estado de Santa Catarina, República Federativa del Brasil, se firma la "Carta de Anhatomirim", entre El Consejo de Desarrollo del Extremo Sur (CODESUL), compuesto por los Estados de Mato Grosso do Sul, Paraná, Río Grande do Sul y Santa Catarina, de la República Federativa del Brasil; La Comisión Regional de Comercio

Exterior del Nordeste Argentino (CRECENEA Litoral), compuesta por las Provincias de Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones y Santa Fé, de la República Argentina; y La Xunta de Galicia, como órgano de Gobierno de la Comunidad Autónoma de Galicia, compuesta por las Provincias de A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra. Esta Carta se suscribe en atención a una serie de considerandos, con el propósito de crear un marco que selle el fuerte vínculo de amistad entre los pueblos iberoamericanos del viejo y del nuevo continente, para que en el futuro se entrelacen las historias y las culturas y los agentes del desarrollo económico encuentren en la integración un norte permanente para el bienestar de todos los pueblos. Por lo tanto, con este acuerdo, resuelven iniciar un proceso de cooperación para la ampliación de las relaciones sociales, culturales y económicas entre la Xunta de Galicia, el CODESUL y la CRECENEA Litoral.

2.3 Acta de Porto Alegre

El 14/05/99 en la Ciudad de Porto Alegre, Capital do Estado de Río Grande do Sul, República Federativa del Brasil, se firma el “Acta de Porto Alegre”, en el marco del VIII Foro Permanente de Gobernadores de la CRECENEA Litoral – CODESUL, se reúnen los representantes de ambas partes conjuntamente con representante de la Comisión del Arco Atlántico de la Conferencia de las Regiones Periféricas y Marítima (CRPM) de Europa, representante de la República del Paraguay, representante del FONPLATA y representante del Banco Regional de Desarrollo del Extremo Sur (BRDE), para elaborar un programa de trabajo de acuerdo con la “Carta de Anhatomirim”. En este programa de trabajo, y teniendo en cuenta una serie de considerandos, se constituye los siguientes comités técnicos de trabajo conjunto:

1. **Comité de Comercio Internacional**, para analizar propuestas y realizara actividades para fomentar el intercambio de experiencias y estrategia de desarrollo del comercio internacional, a partir de la perspectiva de integración regional, haciendo énfasis en

turismo, transporte, silvicultura, industria y tecnología pesquera y captación de inversiones para el sector productivo.

2. **Comité para el ámbito de la Cultura, Educación y Universidades**, para estimular los vínculos entre las instituciones educativas y culturales y difundir las potencialidades de las regiones, a tal efecto el comité buscará viabilizar el intercambio universitario, realización de seminarios, conferencias, ferias y eventos culturales, etc.
3. **Comité sobre cooperación Técnica Inter.-Regional**, para analizar propuestas y promover el intercambio de experiencias y conocimiento en cooperación interfronteriza a través de encuentros y elaboración de proyectos de cooperación.

Asimismo, se suscribe un documento anexo, donde se detallan acciones concretas a desarrollarse: en **el ámbito del Comercio Internacional**, respecto de las zonas francas y zonas de procesamiento de exportaciones, realización de seminario sobre Comercio Internacional y de Acuerdos Regionales, y fomento de los instrumentos dinamizadores en el comercio y la inversión; en **el ámbito de la Cultura, Educación y Universidades**, respecto de seminarios y conferencias, intercambio universitario, intercambio de informaciones y estudios, creación de biblioteca y turismo; **sobre cooperación Técnica Inter.-Regional**, respecto de intercambio de experiencia y “Know-how” entre las partes sobre cooperación interfronteriza.

2.4 Convenio de Colaboración entre la Provincia de Misiones y la Comunidad Autónoma de Catalunya

El 20/07/98, en la Ciudad de Posadas, Provincia de Misiones, República Argentina, se firma el Convenio de Colaboración entre la Provincia de Misiones y la Comunidad Autónoma de Catalunya, entre el Gobernador de la Provincia de Misiones y el Conseller de Industria, Comercio y Turismo de Catalunya y acuerdan los siguientes:

1. Fomentar el acercamiento entre sus pueblos y el más amplio conocimiento de sus culturas a través del intercambio económico, comercial y turístico.
2. Realizar intercambios de experiencias y conocimientos en diversas áreas, destacándose la economía, el comercio, el turismo y la energía.
3. Establecer de común acuerdo y en el marco del presente Entendimiento, programas para el desarrollo de la cooperación y el más amplio intercambio entre ellas.
4. Favorecer la recíproca radicación de inversiones en sus respectivos territorios, en áreas de mutuo interés.
5. Favorecer las actividades de los agentes comerciales y empresarios establecidos en sus respectivas jurisdicciones, e impulsar la participación de productores y empresarios de la otra parte en las muestras y exposiciones que se celebren en sus territorios, de acuerdo con los instrumentos que cada parte tenga establecidos al efecto.

2.5 Exportaciones con destino a ESPAÑA durante el periodo 1994 - 2001

Productos Exportados	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
							225.391	
Porotos								2.605
Cebollas						131.074	37.912	245.675
Naranjas						2.714	2.777	18.801
Mandarinas						107.644	82.833	
Limonces						460	2.019	19.696
Pomelos					11	10		
Té negro		433						
Yerba mate	106.882	74.930	83.162	155.070	108.628	85.113	94.734	154.637
Maiz								
Arroz						4		
Conservas de carne bovina							12.234	

Azúcar de caña									18.900
Tabaco	2.088.806	889.496	2.144.796	797.594	558.604	822.003	2.116.454	1.244.822	
Aceite esenciales de Naranja							20.484		
Aceite esenciales de Bergamota								43.025	
Maderas	8.400	144.323	341.580	58.511	299.310	868.996	443.262	1.021.351	
Pasta Celulósica	4.807.452		601.980	2.554.041			702.001		
Productos Cerámicos		3.646							
Papel y Cartón			26						15.421
Piedras Semipreciosas				600					1.800
Cobre y sus manufacturas									
Níquel y sus manufacturas				2.500					
Aluminio y sus manufacturas		74		1.480					840
Embarcaciones inflables							3.150		6.615
Construcciones Prefabricadas				6.000	5.000				
Manufacturas diversas									3.860
Totales	7.011.540	1.112.902	3.171.544	3.575.796	971.553	2.047.188	3.823.980	2.798.048	

Fuente: Elaborado propia sobre la base de datos INDEC

La balanza comercial es desfavorable a la Provincia de Misiones.

3. DIAGNÓSTICO DE LAS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCCIÓN DE LA MICROREGIÓN AL MERCADO DE ESPAÑA

Se analizan particularmente dos rubros: muebles y miel.

Muebles:

España es un importante importador de maderas y muebles. Según las estadísticas de la Aduana española, en los últimos tres años este país importó:

Año 2001 euros 15.661.529

Año 2002 euros 16.833.141

Año 2003 euros 12.862.711 información parcial

La participación Argentina en esos mismos años ha sido mínima, hasta el punto de no haber alcanzado el 1% del total importado.

Si queremos mostrar en euros esa participación, las cifras son las siguientes:

Año 2001 48.000
Año 2002 41.000
Año 2003 27.000 información parcial

El principal país exportador latinoamericano es Brasil. En los años que estamos analizando ha exportado 562.000 euros en el año 2001. En el año siguiente, la cifra alcanzó 1.042.000 euros. En el año corriente lleva exportado por 1.073.000 euros.

Sin duda que las perspectivas para el corriente año son más que promisorias, pues en el primer semestre ya superó las colocaciones del año anterior. Otro país que es un gran concurrente en el mercado español, es La República Popular de China es uno de los mas grandes concurrentes en el mercado español. Se trate de muebles que compiten en la franja del mercado de muebles económicos. Su participación durante el año corriente superará ampliamente lo exportado durante el año 2002. Las cifras obtenidas de la Aduana española muestran, durante cada año analizado, los siguientes montos:

Año 2001 1.354.000 euros
Año 2002 1.005.000 euros
Año 2003 1.045.000 euros información parcial

Otros países que superan el millón de euros anuales son Dinamarca y Suecia. La Argentina por diferentes motivos ha desatendido el rubro de las exportaciones de madera con valor agregado. En la década del 90 el tipo de cambio no favorecía nuestras exportaciones. Luego se fueron sumando, como consecuencia de la crisis del principio del siglo, la ausencia de un sistema financiero que racionalmente pudiese acompañar los emprendimientos del sector productivo. En la actualidad se mantiene esa debilidad, a la que hay sumar la escasa inversión que el sector ha realizado en el campo de bienes de capital.

También cabe señalar que la mayoría de las empresas que se dedican a la fabricación de muebles no cuentan con recursos humanos adecuados para acometer proyectos de penetración

en los mercados externos. Seguramente la sumatoria de todos los factores que hemos señalado más arriba conspiraron para que Argentina no cuente con un rol más destacado en materia de exportaciones de muebles. Por estas razones, en cualquier proyecto que se quiera implementar en el futuro, conviene tener en cuenta las siguientes premisas:

En la actualidad, el tipo de cambio es un factor positivo incrementar las ventas al exterior.

Pero contra ello conspiran:

La ausencia de un mercado financiero fluido que posibilite a los exportadores líneas de crédito adecuadas para prefinanciar y financiar estos negocios. La situación de atraso fiscal por la que atraviesan las empresas del sector, conspiran para obtener la escasa cantidad de dinero que se ofrece en el mercado a tasas razonables. Inclusive, por la situación fiscal señalada, la Aduana no les paga los reembolsos que le corresponden a los exportadores. A falta de recursos humanos que se verifica en la mayoría de las empresas que comercializan en el exterior. Estas debilidades son más destacadas en cuanto nos referimos a la conformación de un equipo de personas que manejen un departamento de comercio exterior, cuyos dos ejes principales son, una persona que domine la administración interna de este negocio, cuyas funciones tiene que ver con las vinculaciones, en la Aduana, Bancos, Transportistas, Compañías de seguro. El otro eje pasa por la comercialización en los mercados demandantes. El retraso en las inversiones de tecnología.

Por todo lo expuesto más arriba: se recomienda las siguientes alternativas

- 1) La formación de consorcios de exportación.
- 2) La Unión transitoria de empresas.
- 3) La creación de empresas mixtas con socios del exterior.
- 4) La creación en cada empresa de un departamento de comercio exterior.
- 5) Participación activa del Estado nacional y provincial.

A continuación se desarrolla cada uno de los puntos que más arriba se señalan.

1) La formación de consorcios de exportación.

La gran fortaleza que implica la formación de los consorcios de exportación se reflejan en que la asociatividad incrementa la oferta. El grupo cuenta con una cantidad de productos a ofrecer que es la sumatoria de cada empresa individual. Para el gerenciamiento de estos grupos se contrata a un especialista en comercio internacional, que desde ya conoce como acometer, las tareas administrativas y de comercialización, que como más arriba señalamos, es una de las debilidades de nuestros empresarios. Las empresas integrantes del grupo participan proporcionalmente en el pago de los honorarios del gerente, la impresión de folletos para la promoción de los productos, estudios de mercado, la formación de una página Web, participación en ferias internacionales, viajes de promoción, etc. También obtendrán ventaja en los costos de la compra de bienes y servicios que el grupo requiera. Pero los beneficios para el grupo no se circunscriben solamente a lo económico financiero, ya que cada empresa, que no pierde su individualidad, recibe un asesoramiento personalizado por medio del Gerente.

Lo aconsejable es que el grupo esté integrado por un mínimo de cinco empresas, y un máximo de diez.

Este tipo de emprendimiento cuenta, en el orden nacional, con el apoyo del Ministerio de Economía y de la Producción, y por otra parte por la Ministerio de Relaciones Exteriores. Es recomendable para la microregion la formación de un consorcio que sirva de modelo referencial habiéndose hecho las averiguaciones que demuestran la pertinencia y factibilidad de esta alternativa.

2) La Unión transitoria de empresas.

Sin llegar a la formación de un consorcio de exportaciones, dos o más empresas, pueden unirse para atender las necesidades de un mercado concreto, como puede ser por ejemplo, el

mercado español del mueble. Más allá de sumar oferta para atender la demanda que cada una de ellas no puede atender en forma individual, la coordinación del emprendimiento puede ser manejado por personal idóneo que surja de las propias empresas, o bien incorporar un especialista en la materia. Muchas de las ventajas que se señalan en el punto anterior pueden aplicarse en este caso.

Se han visitado las cuatro empresas medianas existentes en el sector que están en condiciones de fabricar partes de muebles y existe la posibilidad de concretar esta modalidad.

3) La creación de empresas mixtas con socios del exterior.

Esta es una excelente posibilidad que se presenta para empresas individuales, consorcios de exportación o unión transitorias de empresas. En el rubro de muebles, la materia prima principal es la madera, que es un bien abundante en la provincia de Misiones.

Lo contrario sucede en el mercado europeo. En la Argentina el costo de la mano de obra especializada y no especializada es notoriamente inferior al español. Esas son nuestras fortalezas.

En cambio la gran demanda está radicada en la Unión europea, de la cual España forma parte. Los españoles conocen muy bien como están conformadas las cadenas de comercialización. Esa es su fortaleza, y por otra parte nuestra debilidad. Seguramente una sociedad entre empresarios de ambos países será beneficiosa para ambos, pero para la parte Argentina podemos señalar las siguientes ventajas:

Acceso directo a los demandantes.

Ventas con mayor valor agregado.

Incremento de la rentabilidad.

Financiamiento externo a tasas internacionales.

Esta alternativa puede iniciarse con las empresas que han manifestado un interés concreto por este tipo de alianzas estratégicas internacionales y cuyos datos incorporamos:

4) La creación en cada empresa de un departamento de comercio exterior.

Si la empresa tiene un proyecto de exportación, y cuenta con los fondos necesarios, la creación de su propio departamento de comercio exterior es una medida muy adecuada.

El contar con su propio departamento, más allá de su desarrollo individual, la posibilita para integrarse en óptimas condiciones en cualquiera de los emprendimientos más arriba señalados. Para la creación de ese departamento la inversión más alta es la contratación de una especialista en la materia. Se propicia un programa de capacitación para empresarios y niveles gerenciales que permita la definición en tal sentido.

5) Participación activa del Estado nacional y provincial.

Comenzando por el rol que le corresponde al estado provincial conviene destacar que la Secretaría o Dirección de Comercio Exterior tenga como responsable un profesional que domine la materia y que junto a los empresarios, agremiados en cámaras específicas o no, le soliciten y conozcan las diferentes apoyaturas que el estado nacional le pueda brindar a los empresarios locales. El estado nacional, cuenta con líneas de financiación para realizar estudios de mercados, capacitación para las empresas con fondos que se excluyen del pago de impuestos nacionales, subsidios para la participación en ferias internacionales, y además con las embajadas argentinas en el exterior, cuyos agregados comerciales deben actuar como “gerentes de promoción” de una “empresa” llamada República Argentina. Particularmente con España existe una red institucional muy importante de Agencias de cooperación que sería muy probable interesar para avanzar en la internacionalización de las pymes de ambos países existiendo fondos específicos que beneficiarían estas alianzas de empresas e incluso de estamentos públicos.

Miel Natural:

España es un importante importador de miel natural. A los efectos de tomar un parámetro mensurable podemos señalar en que los años 2000/2001, los españoles consumieron un promedio de casi medio kilogramos por habitante. El principal exportador, y en consecuencia, el mayor competidor de la Argentina es la República Popular de China. Otros países que exportan hacia ese mercado son Alemania, Francia y Cuba.

Las estadísticas de los principales exportadores al mercado español muestran las cantidades enviadas:

	Años	2000	1999	1998
China		6.935	6.120	6.938
Argentina		2.090	3.493	1.763
Alemania		591	683	476
Francia		352		397
Cuba		602	765	675
Uruguay			1.162	

Todos los valores están expresados en toneladas métricas.

Según las estadísticas aduaneras españolas, los precios, por tonelada, a los que exportan los países más arriba indicados, son los siguientes:

China	u\$s.	790.-
Argentina		1.020.-
Alemania		1.750.-
Francia		2.220.-
Cuba		1.110.-
Uruguay		1.060.-

Algunos comentarios que permitan comprender los datos estadísticos:

Los precios de la miel en el mercado español son fluctuantes, sobre todo porque el principal proveedor es China. En el promedio de los tres años analizados los chinos colocaron en España el 53% de todo lo importado por España.

Otro dato que conviene señalar son los precios promedio a la que exportan los franceses y los alemanes. Las exportaciones de esos países alcanzan las cifras de u\$s. 2.200 y 1.750 la tonelada. Estos países envían la miel fraccionada y con marca propia, lo cual les permite obtener un precio superior a las exportaciones de los demás países que exportan el mismo producto, pero a granel, y en tambores de hasta 300 kgs.

Como consecuencia que una inmensa cantidad de productores toman esta actividad como marginal, la mayor parte de las exportaciones se envían a granel. Si bien la tendencia se va revirtiendo y comienzan a aparecer establecimientos que se dedican puramente a la producción de miel, todavía sigue pesando mucho la exportación a granel.

Otra causa que conviene señalar, es que el mercado de la Unión Europea facilita las importaciones de los productos con bajo valor agregado y castigan esos mismos productos cuando se les agrega valor.

Seguramente, la mayor parte de las exportaciones alemanas que se colocan en el mercado a español, provienen desde la Argentina. Algo similar, pero en menor escala sucede con las exportaciones francesas.

Algunas de las salidas para revertir esta situación pasa por la determinación de los empresarios privados y algunas acciones de los gobiernos nacionales, provinciales y cámaras específicas.

Algunas de las acciones que podrían desarrollarse son:

- 1) Los empresarios argentinos que puedan manejar un volumen tractivo para las exportaciones se vincule en sociedad con una empresa española que se sienta atraída por el proyecto de una sociedad mixta, donde la parte Argentina exporte la materia prima, en este caso la miel natural.

La empresa mixta, de la cual los exportadores argentinos forman parte, se ocupe de la nacionalización de la materia prima, su fraccionamiento con marca propia, la comercialización y administración.

La empresa mixta tendrá una forma jurídica que responda a las leyes españolas.

La inversión de capital tendrá que ser discutida por cada una de las partes en función del aporte de invertido.

- 2) Los empresarios argentinos pueden instalarse en el mercado español sin la necesidad de buscar un socio.

En este caso necesitará hacer una inversión de capital para tener su propia planta de fraccionamiento y ocuparse de las tareas administrativas y comercialización.

También en este caso deberá constituir una empresa jurídica en concordancia con las leyes españolas.

- 3) Las cámaras específicas deberán presentar a las autoridades nacionales propuestas de negociación para que los productos argentinos que contengan valor agregado no sean discriminados con altos valores de derechos de importación, cupos o cualquier otra forma que impida el ingreso de este tipo de producto al mercado de la Unión Europea. Si esto se pudiera lograr, los empresarios argentinos no tendrían que realizar inversiones adicionales para ingresar con los productos fraccionados, que es el escalón donde se obtiene mayor utilidad.

De todas formas, y con el tipo de cambio vigente, un incremento del costo de vida interno como el que tenemos, los negocios de exportación de miel natural a granel siguen siendo atractivos.

Las debilidades de este tipo de exportación se manifiestan en que los productores nacionales, dejan de obtener una interesante rentabilidad adicional, y sobre todo que no tienen acceso, en país importador, a la cadena de comercialización del producto.

Eso permite al importador, que ante cualquier beneficio que les pueda ofrecer empresas de países competidores nos dejen de comprar y el sector se inserte en una crisis de ventas, que desaliente los proyectos de expansión e inversiones que se puedan realizar en el sector.

Posición arancelaria del producto: 0409.00.00

Clasificación tarifaria local: 0409.00.00.00.

Clasificación tarifaria denominación : miel

Convenio con Argentina: S.G.P.

El traslado se realiza a través de: Contenedores

Se envasan en: Tambores de hasta 300Kgs.

Los rotulados deben contener:

Fecha de elaboración, Contenido, Peso Neto, Peso Bruto, Origen

Documentos exigidos en la aduana española:

Factura original, Certificados sanitarios, Certificado de origen, Lista de embarque

La miel Argentina es considerada de buena calidad en el mercado español.

Los actuales importadores españoles consideran de positiva la inclusión en la certificación del SENASA franja blanca de trazabilidad

Algunos importadores de miel radicados en España:

• **Nutrexpa S.A.**

Lepanto 410/414

Barcelona CP 08025

Teléfonos: 34 93 2900290

• **Mielso S.A.**

Polígono industrial al Mijares

Almazora, Castellón. CP 12550

Teléfono: 34 64 565851

• **Hermanos Hurtado S.A.**

Los Quiñónez S/N

Burgos CP 09613

Teléfono: 34 947 384028

• **Apisol S.A.**

Av. Blasco Ibáñez, S/N

Montroy, Valencia CP 46193

Teléfono: 34 96 2555262

• **Internacional Productos Naturales S.A.**

Plaza Joaquín Sánchez 1, P 1 FESA

Murcia CP 30010

Teléfono: 34 968 351304

• **Miel Quilmes S.L.**

Guerrillero Romeu 5

Quart de Poblet, Valencia CP 46930

Teléfono: 34 96 1546274

4. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ADECUACION DE LA PRODUCCIÓN A LAS PRINCIPALES DEMANDAS. IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS DE ASISTENCIA PARA FINANCIAR ACTIVIDADES

Las principales demandas de España se focalizan en los productos derivados de la transformación de la madera. La Microregión exhibe un número importante de industrias de este sector que se erigen en unidades que potencialmente podrían satisfacer esa demanda; actualmente ninguna de ellas pese al cambio de política cambiaria – que ha favorecido las exportaciones del sector forestal de otros puntos de la provincia – ha realizado exportaciones. Cabe entonces delinear un plan de adecuación del sector a partir de las siguientes premisas:

- Plan de desarrollo de productos de monte nativo y certificadas. Vimos la tendencia de crecimiento de los productos de monte nativo unidos a la certificación de explotación sustentable de estos recursos. Si bien en este rubro se continuaría con procesos industriales mínimos tendrían el valor agregado de la certificación y asegurada la demanda.
- Plan de desarrollo de equipamiento y accesorios para la producción: diversas industrias requieren de herramientas, equipamiento para desarrollarse y estas tienen el componente de madera que puede la Microregión proveer. Esta permitiría mitigar un problema central de la foresto-industria local que es la falta de aprovechamiento de la madera.
- Plan de desarrollo de muebles no estandarizados que incluye línea juvenil, línea infantil, línea de accesorios a la industria del juguete, esta última para lograr aprovechamiento de residuos de maderas y cortes menores.

El desarrollo de estos productos requerirá asistencia técnica y financiera, para compra de capital fijo, de capital de trabajo y especialmente para estudios pre mercados, como planes de

factibilidad, estudios de mercados, de diseños, de capacitación de personal, todo lo cual también es materia de programas que actualmente tiene por destinatarias a las Pymes y microempresas. Un tema que requerirá especial atención relacionado con la viabilidad de exportación es el del secado de la madera.

Secado de Maderas:

Para exportar maderas hay que secarlas previamente.

La madera recién cortada en el bosque puede contener entre 110 y 70% de humedad (dependiendo de la especie). Una vez aserrada y estibada convenientemente al aire ambiente pierde humedad hasta llegar de 30 a 25% (dependiendo de la especie y de las condiciones climáticas, entre otras variables). En este proceso se pierde el "agua libre" de la madera. Para bajar más aún su contenido de humedad y extraer el "agua ligada" a las fibras, hay que ponerlas dentro de un horno o estufa. En este proceso se suele quitar humedad hasta bajarla entre el 12 al 7%, dependiendo del requerimiento de destino.

El producto final resulta de una calidad mayor, con características que tienen las siguientes ventajas significativas:

- Menor Peso (con los siguientes beneficios en el transporte, en la construcción, etc.)
- Mejor comportamiento físico-mecánico
- Alta resistencia a los agentes climáticos.
- Eliminación de hongos xilófagos de pudrición.
- Eliminación de hongos cromógenos de coloración.
- Eliminación de huevos y larvas de insectos coleópteros y otros que degradan la calidad y producen enormes pérdidas económicas.
- Mejora su estabilidad dimensional y su "trabajabilidad".

- Aumenta su aislación térmica, acústica y eléctrica.
- Mejora la aplicación de acabados superficiales.

La madera que se emplea en interiores de viviendas (revestimientos, moblajes, parquets, etc.) debe tener un porcentaje de humedad que oscile entre el 8 y el 12%, mientras que en usos exteriores (frentes, cornizas, aberturas, celosías, etc.), dicho porcentaje varía entre el 15 y 20%. Para secar la madera se precisa de mucha energía, cuyos valores oscilan entre 4000 y 12000 Kjoules/Kg de agua evaporada, que representa entre el **60 y 70% de la energía que se emplea en el proceso completo de la madera**. Los secaderos convencionales actuales utilizan vapor de agua producido por calderas alimentadas por fueloil o leña. Debido al creciente costo de la energía se puede recurrir, también a fuentes alternativas, como la energía solar y la biomasa.

Hay instituciones específicas para asistir a los industriales en este tema como el INTI que se ha vinculado con autoridades provinciales y la Cámara de Comercio Exterior por lo que no sería difícil articular acciones en este sentido entre organismos tecnológicos nacionales y la Facultad de Ciencias Forestales de la Universidad Nacional de Misiones.

Gran parte de este tema también requerirá inversiones y acciones de capacitación y asistencia que tendrían financiamiento a través de los diferentes programas de asistencia a pymes como los siguientes:

Programa de Desarrollo de la Producción Exportable de una Microregión de Misiones
 Experto: Ing. Jorge Armando Maidana
 Provincia de Misiones – Contrato de Obra Exp. Nº 5495
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA	ORGANISMO DE APLICACION	SINOPSIS
PROGRAMA PROPERBNA	EIDA BID: Ministerio del Agro y la Producción. Unidad Provincial de Ejecución PROPERBNA (PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL PARA LAS PROVINCIAS DEL NORDESTE ARGENTINO)	La población destinataria: productores, preferentemente residentes en la chacra, los rubros prioritarios definidos por la provincia son: ganadería engorde, fruticultura y apicultura. Tipos de préstamos: créditos individuales, créditos grupales y grupos autogestionarios de créditos. El porcentaje a ser financiado: créditos a corto plazo hasta el 60% de la inversión total, crédito a largo plazo hasta el 70%. Montos máximos de financiación: \$ 5.000 para los créditos individuales, \$ 50.000 para los créditos grupales y \$3.000 para los créditos rurales no agropecuarios. Tasa de interés: 8,5% la misma será revisada anualmente. Garantía solidaria.
FINANCIAMIENTO PARA LA REACTIVACION DE MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EXISTENTES	CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES – DIRECCION GENERAL DE INDUSTRIA	Se dará especial atención a aquellos que conformen redes de producciones regionales, a las actividades productivas que apliquen normas de mejoramiento de la calidad o que tengan posibilidad de incrementar las exportaciones y a las que sean de apoyo a la producción. Destino: capital de trabajo, activo fijo y pre inversión. Los plazos y formas de pago se ajustaran al resultado de la evaluación técnica, económica, financiera y jurídica del proyecto. La tasa de interés es variable (tomando como referencin un punto menor del 50% de la tasa nominal anual activa de la cartera general del Banco Nación).
FONAPYME INDIVIDUAL	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Créditos a micro, pequeñas y medianas empresas definidas según Resolución 675/02 existentes. Destino del crédito: financiar inversiones en activo fijo y capital de trabajo para proyectos que estén orientados al mercado interno con principal énfasis en la sustitución de importaciones y que contemplen un alto impacto en el desarrollo regional y generación de empleo. Monto máximo hasta \$ 200.000, 70% monto total del proyecto. Devolución 3 años, hasta un año período de gracia. Tasa variable: 50% de la tasa que aplica Banco Nación Argentina. Garantías reales (prendaria, hipotecaria, certificados de reprogramación de dudas, avales de SGRs). Crédito a nuevos emprendimientos hasta 70% del total de la inversión, garantías personales hasta \$ 20.000 y mínimos \$ 5.000 presentaciones.
FONAPYME ASOCIATIVO	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	crédito a micro, pequeñas y medianas empresas asociadas, hasta un monto de \$ 300.000. Devolución 3 años, hasta un año período de gracia. Tasa variable: 50% de la tasa que aplica BNA. Garantías reales. No se requiere instrumento jurídico de la forma asociativa.
REFINANCIACION DE EXPORTACIONES	CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	Crédito para financiar preinversión de productos existentes exportables agropecuarios o industriales, certificaciones de calidad, capital de trabajo, participación en ferias, envío de muestras. Monto: Se otorga el 70% de la operación y hasta 30.000 dólares por empresa y hasta 100.000 si es en forma asociada. Devolución: 6 meses, prorrogables y flexibles de acuerdo a la modalidad. Tasa 5 % anual. Devolución: 6 meses. Hasta 30.000 dólares por empresa y hasta 100.000 si es en forma asociada. Garantías: reales – prendarias, hipotecarias e instrumentos del comercio exterior: carta de crédito, contrato de compraventa-a satisfacción del agente financiero Banco Macro.
APOYO A LA PRODUCCION EXPORTABLE	CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	Crédito para financiar bienes exportables existentes o a producir, agropecuarios, Industriales: Monto hasta el 70% de la operación hasta 30.000 dólares por empresa y hasta 100.000 si es en forma asociada. Devolución: hasta 18 meses. Tasa 5 % anual. Garantías: reales – prendarias, hipotecarias e instrumentos del comercio exterior: carta de crédito, contrato de compraventa-a satisfacción del agente financiero- Banco Macro.- Variante: fideicomiso: las mismas condiciones del crédito, con esta modalidad de fideicomiso en el que el CFI es el fiduciante permite flexibilizar el acceso al crédito a Pymes integrantes de una cadena productiva que bienen dificultad para lograr una vinculación bancaria y, sin embargo tienen un negocio de exportación verificable y capacidad para realizarlo.
CREDITO GOBIERNO ITALIANO	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Crédito en euros para financiar productos exportables. Mínimo euros 25.000, máximo 2.000.000. Tasa 5 % anual. Devolución 10 años hasta 3 años de período de gracia. El 50 % del destino del crédito debe estar destinado a adquirir productos (máquinas) o servicios (estudio de mercado de una consultora) de origen italiano.
CREDITO DEL FONDO TECNOLÓGICO ARGENTINO	AGENCIA NACIONAL DE PROMOCION CIENTIFICA Y TECNOLÓGICA	Crédito para financiar la capacidad innovadora de las empresas productoras de bienes y servicios de distintas ramas de la actividad; en especial las que promuevan las siguientes áreas: competitividad productiva, producción y sanidad agropecuaria, salud, calidad de vida y desarrollo económico social, recursos renovables y no renovables. Los gastos financiables personal de dirección, honorarios de profesionales para estudios de mercado, planes de negocios, estudios de factibilidad, adquisición de licencias de tecnología necesarias para el proyecto, gastos de patentamiento, capacitación y reentrenamiento de recursos humanos, no son financiables: inversiones en capital de trabajo y bienes de uso, compras de inmuebles, cancelación de dudas, etc. El préstamo será hasta el 80 % del costo total del proyecto y hasta \$ 100.000 como máxima La tasa es variable: Durante el período de amortización será del 50% de la tasa de interés del banco de la nación Argentina; durante el plazo de gracia la tasa será del 33 % de esta tasa. El plazo de gracia puede ser hasta tres años.
CREDITO FISCAL INDIVIDUAL	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Reconocimiento de crédito fiscal para cancelar impuestos nacionales (IVA, ganancias) si se aprueba un proyecto de capacitación de recursos humanos de la empresa. El monto del crédito es hasta el 8 % de la masa salarial bruta de la empresa (lo que se paga durante doce meses en concepto de sueldos) y hasta un tope de \$ 24.000.
CREDITO FISCAL ASOCIATIVO	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Reconocimiento de crédito fiscal para cancelar impuestos nacionales (IVA, ganancias) si se aprueba un proyecto de capacitación de recursos humanos de la propia empresa y de las integrantes de la cadena de valor: clientes, proveedores. También si se promueve la capacitación de emprendedores y la creación de consorcios y formas asociativas mediante la capacitación. El monto del crédito es hasta el 8 % de la masa salarial bruta de la empresa (lo que se paga durante doce meses en concepto de sueldos) y hasta un tope de \$ 48.000 y \$ 120.000 según la modalidad.
PROGRAMA DE CAPACITACION	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Cursos de capacitación gratuita referidos a temas de gestión empresarial. Programas de capacitación para cooperativas: en Subsecretaría de Cooperativas. Programa de capacitación técnica: organismos específicos: IFAI, INTA, Centro Tecnológico de la Madera, UNAM.
PROGRAMA DE CAPACITACION Y ASISTENCIA TECNICA	DIRECCION GENERAL DE PYMES	Información y asesoramiento sobre programas de asistencia que tienen por destinatarios a Pymes. Cursos de capacitación sobre gestión empresarial moderna.
PROGRAMA GESTION DE NEGOCIOS	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Contacto entre la demanda de las grandes empresas en el ámbito nacional y las Pymes que están en condiciones de satisfacer esas demandas concretas detalladas en un registro en la página web de la SEPME. Las empresas interesadas deben inscribirse en la bolsa de subcontratación que al efecto se creó.
ASISTENCIA SOBRE MERCADO EXTERIOR	MINISTERIO DEL AGRO Y LA PRODUCCION	Asesoramiento sobre comercio exterior, estudios de mercado, perfiles, información sobre ferias, misiones comerciales, programa de calidad, normas internacionales para exportación
COORDINADORES CONSORCIOS DE EXPORTACION	SECRETARIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y DESARROLLO REGIONAL SEPMEYDR	Asesoramiento para iniciar o consolidar el proceso de internacionalización de las Pymes asociadas en un consorcio. La SEPME se hace cargo de una parte de los honorarios de este asesor.

El plan de desarrollo de estas actividades deberá delinarse a partir de sucesivas reuniones con las empresas identificadas de la foresto-industria y con las que específicamente estén de acuerdo en delinear un programa de reconversión industrial siendo altamente recomendable el agrupamiento alrededor de la figura de los consorcios.

5. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES PRODUCTOS A DESARROLLAR EN RELACION A L MERCADO ESPAÑOL. DESARROLLO DE CUENCAS PRODUCTORAS

La verificada demanda de miel del mercado español y el escaso desarrollo de este producto en la Microregión determina la propuesta de desarrollo de una cuenca de producción apícola y, especialmente el desarrollo de la silvo-apicultura a partir de la comprobada complementariedad de la apicultura y la explotación del bosque. La posibilidad de desarrollar la miel de abeja yateí abre además la posibilidad de diferenciación de un producto en el que la Argentina ha logrado consolidar en el mundo y alienta el desarrollo de una cuenca apícola tradicional y diferenciada en producción de yateí y otra orientada a la silvoapicultura. En esto influye la existencia de abundante información y programas específicos de asistencia técnica y financiera.

Impulsar el desarrollo de una cuenca de productos nuevos genera un gran proceso de cambio cultural que requiere transformaciones progresivas y el paso a la producción de miel lo permite ya que tradicionalmente, los productores argentinos la han desarrollado como una actividad complementaria. Refuerza esta posibilidad el entusiasmo que genero en la Microregión el desarrollo de la piscicultura posiblemente porque podía realizarse en forma complementaria a otro producto. Y no debe desestimarse este dato pues cambiar la cultura del monocultivo ha llevado muchos años en otras regiones y es un proceso que requiere un

fuerte componente de asistencia técnica y formación, que con las actuales instituciones en la Microregión, no se podría fácilmente lograr.

Al hablar del desarrollo e impulso de nuevos productos deseamos introducir parámetros de prudencia habida cuenta la cultura del productor local y en función de ello, se concentra la propuesta de producción de la miel en relación al mercado de España ya que es compatible con esos procesos graduales de cambio.

A la fecha de realización del presente informe se pone en marcha un programa de desarrollo local y economía solidaria que pensamos puede brindar la asistencia técnica y financiera que requerirá las acciones propuestas.

Por otra parte, teniendo en cuenta la existencia de un programa apícola en marcha en la Provincia vemos la conveniencia de elaborar una línea específica de trabajo para la Microregión.

4. CONCLUSIONES

Consideraciones previas:

El programa de desarrollo de la producción exportable de una Microregión de municipios analizada se realizó sobre la base de la consolidación de la oferta de la producción de la Microregión efectuada con vistas a satisfacer dos modelos con los cuales la Provincia de Misiones ha realizado múltiples vinculaciones: Rusia y España. Asimismo consideró el diagnóstico de viabilidad actual de vinculación con esos mercados realizada por expertos de dichos mercados.

En función de ello se elabora una guía de actividades de corto y mediano plazo que tiene por objetivo definir un marco estratégico de actividades asociativas de la Microregión que consolide precisamente este proceso.

La internacionalización de negocios presenta una meta de mejora de la competitividad que la sociedad y el Estado de los Municipios involucrados pueden alcanzar; puede constituir la brújula para navegar en las difíciles aguas de la globalización. La ejecución de un proyecto de producción exportable ofrecerá un ámbito que favorecerá la articulación del sector público y del sector privado, del sector académico y científico con el sector productivo.

Objetivo: desarrollar las condiciones generales de competitividad que favorezcan la adecuación tecnológica y organizacional de las actuales unidades económicas que le permitan acceder al mercado internacional y, crear las condiciones para desarrollar cuencas productivas profundizando el proceso de diversificación productiva y asociatividad iniciado por la Microregión.

Delimitación de áreas de trabajo: el desarrollo de la producción exportable tiene múltiples aristas que correctamente conjugadas permitirían alcanzar los objetivos propuestos; estos aspectos reconocen ámbitos de actuación nacionales, provinciales y municipales a lo que se suman innovadores espacios regionales que, por no tener tradición en el país ven dificultado su encuadre. Por tal razón la primer actuación que debería lograrse es la unificación de criterios para la definición de unidades de análisis y de gestión propias del esfuerzo asociativo de una Microregión de Municipios e independientemente de las acciones propias de los Municipios y la Provincia. Se proponen las siguientes:

- **Consolidación del proceso de integración de municipios de segunda categoría de la región centro y redefinición de identificación estratégica:** un tema central de la Microregión de municipios debería constituir la enumeración de acciones destinadas a consolidar el proceso asociativo y, particularmente completar este proceso con la integración de otros Municipios a fin de redefinir la identificación estratégica de la Microregión. La mirada de un tercero observador advierte la falta de identificación de esta Microregión al punto que se torna difícil su enunciación; hasta ahora se conoce como Microregión de municipios con lo que no se logra la adecuada comunicación; también se agrega Microregión de Campo Viera y otros municipios con lo cual tampoco se logra un concepto suficientemente abarcativo como puede ser el caso de la Microregión de la flor que con el nombre logra transmitir una unidad macroestratégica. Si se analiza el hilo conductor de esta Microregión puede concluirse que el denominador es la dimensión de las unidades municipales –de segunda categoría- y el predominio de Municipios del Centro de la Provincia. Pero la inclusión de Municipios que se ubican sobre la ruta 12, sobre el río Paraná y otro sobre el Río Uruguay, obliga a una redefinición de la Microregión.

Resultan de extraordinaria ayuda para ello la zonificación de dos importantes estudios que dispone la Provincia. Ellos son: “Zonas agroeconómicas homogéneas y sistemas de producción predominantes para productores que integran Cambio Rural en la provincia de Misiones” elaborado por el Instituto nacional de Tecnología Agropecuaria -Centro Regional Misiones- y “Bases para la elaboración de políticas públicas para el desarrollo empresario” elaborado por la Dirección General de Pymes de la Provincia de Misiones. El primer estudio definió 5 zonas que agrupan determinados Departamentos en función de las zonas agroeconómicas homogéneas y los sistemas de producción zonales predominantes en cada una de ellas. El segundo estudio coincide en la determinación de cinco zonas tomando como punto de análisis la conformación de las unidades económicas existentes y el grado de integración vertical u horizontal que tienen o potencialmente pueden alcanzar. Si superponemos ambas agrupaciones de departamentos y Municipios podríamos llegar a confiar en la conveniencia de considerar tres regiones. Norte, Centro y Sur de la provincia con dos microregiones en el Norte y Sur. En este esquema, la Microregión analizada estaría inclonclusa debiendo integrar a otros Municipios con los que el desafío compartido debería ser la eficiente integración con el núcleo Oberá. Si esto fuera aceptado debería pensarse en la tarea de incorporación de Municipios de la zona Centro hecho que se lograría por la acción de los Intendentes –líderes naturales de la comunidad municipal- a lo que se debería sumar a modo innovador, la tarea de concejales y diputados de esa Microregión. La realización de encuentros, foros, seminarios donde se trate la problemática de la Microregión y se encaucen relevamientos de distintos factores de competitividad sería una tarea que especialmente podrían realizar los legisladores del ámbito municipal y provincial.

En particular, entonces, faltaría la integración de los municipios ubicados sobre el Río Paraná ubicados en el Departamento General San Martín y los Municipios ubicados sobre el Río Uruguay, siempre pertenecientes al centro de la provincia.

A partir de allí definir acciones estratégicas de integración con Oberá, la segunda ciudad en importancia de la provincia.

- **Definición de infraestructura productiva en el ámbito regional:** en el ámbito nacional resulta interesante analizar la ley 24.855 que define un mecanismo de definición de obras de infraestructura para el ámbito nacional. A su vez son conocidos los megaproyectos de interconexión energética con los países vecinos financiados por organismos internacionales. Los Municipios que integran la Microregión deberían propiciar un marco legal similar para definir las obras estratégicas de desarrollo y acordar las prioridades de la Microregión. Es un factor determinante de competitividad la red de transporte, de comunicaciones, de energía en cualquier economía y a la vez resultan temas notorios de debilidad que exhibe esta Microregión y que afectan directamente las posibilidades de inserción de la Microregión en los mercados internacionales.
- **Desarrollo de una propuesta de régimen tributario especial para microempresas nuevas armonizando normativa del ámbito nacional y municipal:** la diversidad de tasas vigente en el ámbito municipal de los Municipios analizados, la diversificación de trámites atentan contra las posibilidades de promoción empresarial. A su vez la fuerte presión impositiva para el sector de las microempresas obligará a las existentes a mantenerse en la informalidad. Desalienta nuevos pequeños emprendimientos que son los que se están propiciando con el desarrollo de cuenca de pequeñas empresas. La acción conjunta de los Municipios frente a los organismos recaudadores podría favorecer estas decisiones especialmente si se elaboran estudios que respalden estos pedidos y demuestren la especial circunstancia de la proximidad al Brasil que por muchos años afectó a estos Municipios.
- **Articulación del sector productivo y académico en torno a institutos tecnológicos integrantes del parque tecnológico provincial:** muchas fueron las Instituciones a las

que se explicó este modelo de asociatividad municipal; algunas de ellas comprometieron su apoyo y con otras se firmaron convenios de asistencia. Resultaría conveniente encauzar estas voluntades y recursos dispersos siendo pertinente adoptar el modelo de otras latitudes donde los institutos tecnológicos fueron el engranaje más útil entre el sector productivo y el sector académico. La especialización que se logra en torno a los mismos deja ver con claridad la conveniencia de su utilización. Ello además quedaría integrado en el parque tecnológico con lo cual se podría facilitar acciones comunes horizontales de capacitación, formación e investigaciones

- **Plan de formación laboral de jóvenes regional:** el arraigo de jóvenes en la Microregión aparece como un objetivo central. Dada la escasez de recursos para desarrollar políticas públicas deben definirse prioridades y entre ellas debería figurar la de formular y ejecutar un intensivo programa de formación laboral de jóvenes ajustado a las oportunidades de negocios que se buscarán aprovechar y que también deben acordarse - por ejemplo, sobre la base de las propuestas del presente estudio-. Y en esta tarea deberían estar presente el sector público y el sector privado mediante un sistema de gestión mixta que logre el accesible ingreso mínimamente rentado y un ordenado sistema de pasantías laborales en micros, pequeñas y medianas empresas.
- **Creación de agencia regional de desarrollo de la microregión centro vinculada a la agencia de desarrollo provincial con una gerencia profesionalizada:** los problemas de competitividad de las pymes de la Microregión que afectan la posibilidad que se posicionen en el plano internacional justifica modificaciones organizacionales además de la incorporación de tecnologías duras. Pero este proceso debe ser apuntalado por programas específicos de asistencia técnica y financiera. Muchos de estos programas existen pero no son suficientemente conocidos por las destinatarias de la asistencia, es decir las pymes. A esto se agrega la dificultad para la formulación de planes de negocio

que requieren las presentaciones de los citados programas. En consecuencia resulta fundamental la asistencia profesionalizada estatal y el desarrollo de la consultoría en la Microregión. Una vez más la escasez de recursos justificaría ampliamente el sostenimiento de la asistencia profesionalizada para los empresarios de la Microregión en un esquema gradual hasta llegar al autofinanciamiento donde los tres primeros años lo soporten los Municipios integrantes de la Microregión a través de un tributo regional conforme la posibilidad con que cuentan a partir de la ley de Municipalidades.

Esta asistencia profesionalizada sería el alma de la agencia de desarrollo regional que debería crearse en función de la estructura de la agencia provincial. De ahí que las características legales de esta institución debería adecuarse al régimen actual previsto por la agencia de desarrollo. Sea cual fuere el ropaje jurídico que revista debería contar con el financiamiento regional originado por el tributo regional ya mencionado. Para llegar a esa instancia cada poder legislativo municipal deberá dictar la ordenanza que autorice tal requerimiento a los ciudadanos de su Municipio. En ese caso se debería autorizar un fondo regional integrado con la recaudación del tributo regional que debería ser ejecutado por la agencia de desarrollo para los fines preestablecidos.

- **Observatorio de mercado internacional y punto focal de cooperación internacional:** el mercado internacional tiene connotaciones específicas y ameritan la asistencia de un profesional con la preparación específica por lo que resultaría adecuado replicar lo expuesto en el punto anterior pero para otra oficina. Entre las prioridades de ejecución de esta oficina / observatorio debería figurar la permanente recolección de información de la oferta exportable, el contacto con las instituciones específicas argentinas de apoyo a la exportación de las cuales puede resultar ventanilla y, la organización de acciones de promoción. Esta oficina concentraría la información de vinculaciones internacionales de la Microregión superando un déficit detectado en el orden provincial que no tiene una

oficina que concentre esta información, recopile los convenios suscriptos a nivel internacional y permita el monitoreo de la ejecución de estos convenios.

A ello se debería agregar la misión de ser punto focal de programas de cooperación internacional. Es que el cambio de la política cambiaria ha generado una modificación muy importante en el tema de cooperación internacional representando para la Microregión una oportunidad significativa ya que actualmente la Argentina califica para ser destinataria de estos programas.

La pluralidad étnica de la Microregión potenciaría las vinculaciones con las principales agencias de cooperación internacional. Pero en especial, en relación a los mercados analizados para el presente estudio resulta importante destacar la necesidad de continuar y profundizar vinculaciones con las instituciones de cooperación española en especial AECI y, el Instituto de Latinoamérica dependiente de la Academia de Ciencias de Rusia, cuyo director visitó el presente año esta Microregión.

- **Plan de comunicación estratégica hacia la comunidad de Misiones y regiones de Argentina, Brasil y Paraguay:** la definición de un plan de comunicación estratégica de esta Microregión dará el valor agregado a estos esfuerzos asociativos. Los bienes y servicios de la Microregión deberían contar con la identificación de origen de esa Microregión y realizar las acciones para lograr la denominación de origen, la marca acompañada por una adecuada promoción de la ZONA CENTRO DE MISIONES abreviada en la DESDE EL CENTRO DE MISIONES / DESDE EL CENTRO DE LAS MISIONES.
- **Creación de centro INTI:** la incorporación de tecnologías duras y blandas en la industria requerirá la asistencia de instituciones que cuenten con recursos humanos y financieros para llevar adelante adecuadamente esta asistencia. La mayor presencia de la facultad de

ciencias forestales en esta Microregión en acciones de cooperación con el INTI enriquecerá este proceso.

La articulación con instituciones de educación media y superior en torno al plan formativo para jóvenes será la clave de una adecuada asistencia.

- **Creación Estación Experimental INTA:** la propuesta de desarrollo de cuencas de producción primaria obliga a considerar la posibilidad de instalar un centro de asistencia del INTA que pueda atender la problemática de la Microregión en la producción tradicional a la vez que pueda encarar las investigaciones acerca de bienes y servicios que puedan tener complementariedad con los de los países vecinos. Esta acción debería realizarse con el observatorio del mercado internacional para identificar recursos internacionales para financiar proyectos de investigación y transferencia de tecnología.