

Moreno une el agua con el aceite

Las trabas a la importación originaron asociaciones insólitas entre importadores y exportadores de diferentes sectores

LUJAN SCARPINELLI
LA NACION

Puede encarnar a un boxeador en una asamblea de accionistas, apodarar "Chucrut" a un ejecutivo alemán u organizar un asado con carne argentina en Angola. Pero más hábil ha demostrado ser Guillermo Moreno para crear otro tipo de rarezas, o lo que equivaldría, en términos culinarios, a unir el agua con el aceite. La exigencia a importadores de compensar la salida de divisas con planes de exportación convirtió al secretario de Comercio en el artífice de asociaciones insólitas y, muchas veces, pocas productivas.

Las empresas ubicadas de uno y otro lado del comercio exterior trababan acuerdos para cumplir con el requerimiento oficial, sin discriminación alguna. Lo que en un principio hicieron las automotrices, obligadas a vender vinos, arroz y otros alimentos, se replicó en diversos sectores y dio origen a combinaciones de lo más variadas. Un fabricante de bicicletas local encontró un aliado en la industria cárnica y ofreció al mundo sangre vacuna disecada para poder traer piñones y cadenas; un importador de sombreros selló un pacto con una cooperativa apícola de Entre Ríos para exportar su miel, el mismo producto que unió a un comerciante de cochecitos con su otra mitad exportadora; un vendedor de ropa deportiva extranjera vendió al mundo mosto de uva, al igual que un fabricante de motos.

Estos matrimonios por conveniencia suelen implicar desventajas

SOCIOS IMPENSADOS

Los empresarios se asocian para exportar mercaderías distintas de su negocio principal



socios se consiguen entre productores de *commodities* agroalimentarias o bebidas, apuntando a productos competitivos.

El pescado es uno de los alimentos *vedette* en las transacciones, elegido por un importante fabricante de motos y por Newsan, una de las tecnológicas instalada en Tierra del Fuego. Esta última selló alianzas estratégicas con dos pesqueras de Puerto Deseado y Puerto Madryn. "Financiamos la salida de los buques y la captura es exclusiva para Newsan", explica Cecilia Ramírez, vocera de la compañía, que destinará US\$ 10 millones a la pesca de calamar, langostino, merluza y raya, para exportar a Europa, Medio Oriente y Asia. Newsan encara, además, un proyecto por un total de US\$ 1000 millones "en conjunto con otras empresas de Tierra del Fuego, con inversiones en tierras para producir maíz y, en un futuro, etanol, y así generar divisas", detalló Ramírez.

Las casas de indumentaria de lujo también pusieron a prueba su creatividad. Una de ellas, que se exhibe en las pasarelas más glamorosas de París y en una vidriera del Patio Bullrich, vende bolsas de cartón a países limítrofes. La italiana Ermenegildo Zegna concretó en marzo su primer despacho de lana peinada a Suiza. "Exportamos a través de una empresa de Trelew, con un proyecto para todo 2012." El "socio" es Feliciano Abril, ganador de una competencia de calidad organizada por la marca en 2009. Aun así, este invierno será difícil mantenerse a la vanguardia de la moda europea.

Mattel intenta convencer a Moreno desde afuera. La propietaria de Barbie unió fuerzas con uno del

ENTREV
DEL LEG



GUILLERMO MORENO
CEO DE CORVEL

P ¿Son fabricados los equipos de fútbol? ¿Cuánto influye la tecnología en la producción? ¿Cuál es la perspectiva para el fútbol argentino?

R La industria automotriz sigue los intereses internacionales, pero sólo controla la producción de las partes que se proveen de ellos. El resto de la producción (trial) y de la inversión de nuestro país...

P ¿Cómo se ven las perspectivas de los repuestos (supramarinos)?

R En nuestro país son mínimos, pero que pueden trabajar dentro del país...

P ¿Tiene alguna expectativa para el futuro?

R Está de acuerdo con el CMA, en forma de ello se...

Las empresas ubicadas de uno y otro lado del comercio exterior traban acuerdos para cumplir con el requerimiento oficial, sin discriminación alguna. Lo que en un principio hicieron las automotrices, obligadas a vender vinos, arroz y otros alimentos, se replicó en diversos sectores y dio origen a combinaciones de lo más variadas. Un fabricante de bicicletas local encontró un aliado en la industria cárnica y ofreció al mundo sangre vacuna disecada para poder traer piñones y cadenas; un importador de sombreros selló un pacto con una cooperativa apícola de Entre Ríos para exportar su miel, el mismo producto que unió a un comerciante de cochecitos con su otra mitad exportadora; un vendedor de ropa deportiva extranjera vendió al mundo mosto de uva, al igual que un fabricante de motos.

Estos matrimonios por conveniencia suelen implicar desventajas para los importadores que, aun así, buscan acuerdos contra reloj para intentar destrabar el ingreso de sus cargas. Los que ponen su saldo exportable se benefician con comisiones (de hasta 20% a los más chicos) o evitando, con ventas locales, la espera de las compensaciones por el IVA en la cadena productiva de lo destinado a la exportación.

Con la profundización de las trabas desde que entraron en vigor las declaraciones juradas anticipadas de importaciones (DJAI) en febrero, y la continuidad de esa medida que en un principio se creyó temporal, pocos se quedaron quietos. Salvando a los que dieron el portazo, como Calvin Klein Underwear. Incluso un banco de peso en el mercado local se puso en marcha para encontrar la media naranja a clientes que, de no saltar la barrera, interrumpirían la demanda de financiamiento.

Quienes no cuentan con esa mediación tienen otra al alcance: Moreno sorprendió hace semanas a un hombre de la industria textil que buscaba, urgido, destrabar sus DJAI. El secretario lo encomendó a un asistente que esperaba en un bar cercano, con una lista de empresas

dispuestas a exportar.

Otros intermediarios son los consultores de comercio exterior, a quienes la galera de Moreno convirtió en sastres que cosen trajes a medida para sus clientes, aunque sin certezas de que los dejen entrar a la fiesta (pues aún son un misterio los criterios con los que se aprueba o no el ingreso de mercadería).

Aníbal Sequeira, de Globalideas, dedicada al comercio exterior, armó un plan para Promúsica. La importadora de instrumentos exportará arroz, garbanzos y arvejas a mercados del sudeste asiático y otros, como Portugal, Perú y la India. "A más largo plazo, se buscará



OTRAS ALIANZAS

Ropa deportiva	◀▶	Mosto de uva
Ropa de diseño francesa	◀▶	Bolsas de cartón
Piezas para bicicletas	◀▶	Sangre disecada
Cochecitos	◀▶	Miel
Partes para motos	◀▶	Pescado y vino

exportar instrumentos autóctonos elaborados por comunidades aborígenes", amplió Sequeira.

El miércoles último, la firma de motos Juki (fabricante de Mondial y representante de Kawasaki en el país), publicó una solicitada en los medios, donde se detallaba el embarque de 96 toneladas de mosto a Ucrania, como parte de un plan de exportación hasta marzo de 2013. "Nuestro generador de negocios en el exterior, encargado de conseguirnos proveedores de motos, se dedicó este último tiempo a buscar clientes que necesitaran otros productos", contó Alejandro Cueva, responsable de marketing de Juki. En general, los

News encara, además, un proyecto por un total de US\$ 1000 millones "en conjunto con otras empresas de Tierra del Fuego, con inversiones en tierras para producir maíz y, en un futuro, etanol, y así generar divisas", detalló Ramírez.

Las casas de indumentaria de lujo también pusieron a prueba su creatividad. Una de ellas, que se exhibe en las pasarelas más glamorosas de París y en una vidriera del Patio Bullrich, vende bolsas de cartón a países limítrofes. La italiana Ermenegildo Zegna concretó en marzo su primer despacho de lana peinada a Suiza. "Exportamos a través de una empresa de Trelew, con un proyecto para todo 2012." El "socio" es Feliciano Abril, ganador de una competencia de calidad organizada por la marca en 2009. Aun así, este invierno será difícil mantenerse a la vanguardia de la moda europea.

Mattel intenta convencer a Moreno desde afuera. La propietaria de Barbie unió fuerzas con uno del ramo y empezó a importar desde Colombia juguetes de la local Dimare, dueña de Rasti y Blocky. Ahora, buscarán hacerlo desde Perú.

Hay otros casos de multinacionales que hacen exportaciones "intrafirma", hacia filiales de otros países. "Se abren unidades de negocio en la misma empresa y compran acá lo que necesitan en el exterior", explica Marcelo Elizondo, de la Desarrolladora de Negocios Internacionales (DNI). Un ejemplo es un laboratorio que exporta servicios de diseño gráfico y publicidad, y otra firma que envía materiales para construir una planta.

En esta maraña de socios impenables, la Cámara de Importadores (CIRA) ve un marco "clave para discutir un plan serio de sustitución de importaciones", distinto de las trabas comerciales que, por ahora, sólo tejieron un enredo. El "uno a uno" no produjo un volumen de nuevas exportaciones. Según datos de DNI, las ventas al exterior perdieron impulso. El ritmo del 31% de expansión en el primer trimestre de 2011 se redujo al 8% en el mismo período de este año.

P ¿Cómo manejan los problemas de falta de repuestos (supramix)?

R En nuestro caso son mínimos, pero cuando ocurren, se resuelven trabajando dentro del país.

P ¿Tiene pensado alguna medida para mejorar la competitividad?

R Está dentro de los planes de desarrollo, pero el desarrollo de la industria de manera autónoma está avanzando.

P ¿Cómo hicieron para acceder al mercado exterior?

R Con estrategias de acuerdos al interior, para seleccionar a nuestros socios comerciales. La línea de negocio es el de nuestra actividad (...). Todo el mundo tiene una distribución. Pablo y en...

+ Más respuestas en www.com.ar/eco

lanacion

Próxima entrevista: **NA**, CEO de Snodgrass (informáticos). www.lanacion.com.ar/eco