

Distr.
RESTRINGIDA
E/CEPAL/R.313/Rev.1
22 de octubre de 1982
ORIGINAL: ESPAÑOL

C E P A L

Comisión Económica para América Latina



PARAGUAY: IDENTIFICACION DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS
NO TRADICIONALES SELECCIONADOS ★/
(Primera etapa)

★/ Este documento fue preparado por el Proyecto Conjunto CEPAL/CCI en Promoción de Exportaciones de la División de Comercio Internacional y Desarrollo de la CEPAL. Es una versión preliminar sujeta a cambios en su forma y en su contenido.

82-10-2268

I N D I C E

	<u>Página</u>
I. IDENTIFICACION DE LA OFERTA EXPORTABLE	1
A. DEFINICIONES	1
B. METODOLOGIA UTILIZADA	2
C. CONCLUSIONES	8
1. Conclusiones de orden general sobre el sector indus trial exportador	8
a) Composición de las exportaciones	8
b) Características de la estructura del sector exportador	9
2. Conclusiones de orden particular a los sectores incluidos en el programa	12
3. Las actividades de promoción de exportaciones	13
D. RECOMENDACIONES	13
1. El marco económico general del sector industrial exportador	13
2. Recomendaciones particulares atinentes a los sec- tores y productos incluidos en este programa	16
3. Sugerencias para un plan de acción del CEPEX	21
E. ANALISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	26
1. Datos básicos del comercio exterior del Paraguay ..	26
2. Circunstancias internas, propias de las empresas en las diversas familias-productos seleccionadas ..	28
3. Circunstancias externas generales de las diversas empresas en los sectores analizados	32
F. ANALISIS PARTICULAR DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR GRUPOS-FAMILIAS DE PRODUCTOS SELECCIONADOS	43
1. Alcohol de caña ("caña paraguaya")	43

	<u>Página</u>
2. Aceite de maní	50
3. Artículos de cuero	56
4. Tejidos de algodón	67
5. Maderas elaboradas	70
II. ANEXOS	79
A. Exportaciones tradicionales de productos de origen vegetal (1978/1979)	80
B. Exportaciones tradicionales de productos de origen animal	81
C. Exportaciones de rubros seleccionados de productos no tradicionales	82
D. Exportaciones de rubros varios no seleccionados	83
E. Exportaciones de afrechos y tortas o expellers	84
F. Exportaciones de aceites vegetales	85
G. Exportaciones de aceites esenciales	86
H. Exportaciones de frutas frescas	87
I. Formulario utilizado para identificación de la oferta exportable	88
J. Exportaciones argentinas al Paraguay	94
K. Ley Nº 514 sobre derechos y privilegios de la Comunidad Mennonita	96
L. Lista de empresas encuestadas	99

NOTA PRELIMINAR

Esta publicación forma parte de las actividades del Proyecto de Promoción de Exportaciones que llevan a cabo conjuntamente el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT (CCI) y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

El documento ha sido elaborado por el consultor economista señor Eduardo Vila S., bajo la supervisión de los expertos residentes del Proyecto CEPAL/CCI. El consultor finalizó las sucesivas etapas de su misión durante el mes de marzo de 1981.

I. IDENTIFICACION DE LA OFERTA EXPORTABLE

A. DEFINICIONES

El programa desarrollado abarca, en una primera etapa, todos los productos industrializados producidos en Paraguay y que son susceptibles de exportarse, en lo que al aspecto de oferta se refiere.

El estudio excluye los siguientes rubros: la exportación de materias primas sin ningún grado de elaboración; la producción destinada exclusivamente al mercado interno del país; las exportaciones denominadas "tradicionales" y aquellas destinadas a un pequeño número de compradores habituales.

Lo anterior significa que, en la producción de los rubros seleccionados, para su estudio en profundidad deben cumplirse, a lo menos, la condición de que exista capacidad actual o potencial de exportación. Esto implica la existencia de una capacidad instalada que permita, después de realizado el abastecimiento de la demanda interna, si la hubiere, producir un excedente susceptible de ser colocado en los mercados externos. Si ese excedente es de carácter permanente, constituye lo que se denomina "oferta exportable".

La oferta exportable, así definida, puede tener el carácter de inmediata, de corto y de mediano plazo.

Se denomina "oferta exportable inmediata" aquella que se obtiene sólo con un aumento de los costos directos de la producción (materias primas, energía) y que además, se encuentra a un nivel de eficiencia que le permite obtener costos de producción y distribución compatibles con los precios internacionales. Estos costos normalmente estarán influidos por el sistema tributario vigente y por los incentivos monetarios a las exportaciones que existan en el país.

La "oferta exportable a corto y mediano plazo" es aquella que se obtiene mediante la realización en las o la empresa productora, de inversiones de carácter complementario o marginal incluyendo la utilización de turnos adicionales que puedan solucionar, sin gran costo, los cuellos de botella de la producción, permitiendo así un incremento proporcionalmente importante de ésta.

/Por último,

Por último, la ubicación de la oferta exportable en el plazo corto o mediano estará dada principalmente por la capacidad de la empresa de alcanzar una eficiencia productiva (costos competitivos) y administrativa adecuada para conocer y penetrar los mercados externos.

B. METODOLOGIA UTILIZADA

La selección definitiva de las familias-productos estudiados en profundidad se realizó por un método progresivo de elección selectiva. Esta selección se realizó en conjunto con los técnicos del Centro de Promoción de las Exportaciones (CEPEX), apoyándose en toda la información estadística disponible y aquella directa de las empresas que poseen este organismo.

a) Criterios de selección

Se siguieron algunos criterios generales como guía de selección:

i) Exclusión de las exportaciones tradicionales, tales como semillas oleaginosas y sus derivados; productos de origen primario; aceites vegetales y esenciales; fibra de algodón, etc.

ii) Selección de productos intensivos en mano de obra y/o energía eléctrica.

iii) Selección de productos de la agroindustria con el mayor valor agregado posible, incluidos los derivados de la madera.

iv) Selección de productos con ventajas comparativas a nivel internacional, como el caso del alcohol de caña y de los textiles de algodón.

b) Etapas de la elección selectiva del universo de familias-productos

Un primer ordenamiento de las exportaciones paraguayas con miras a identificar las exportaciones tradicionales y no tradicionales dio el siguiente resultado. (Véase Cuadro 1).

c) Selección de la muestra definitiva de familias-productos

El análisis detallado del grupo "exportaciones de rubros seleccionados no tradicionales" del Cuadro 1, en conjunto con los técnicos del CEPEX, permitió establecer el primer listado de productos elegibles para el estudio de la oferta exportable. (Véase Cuadro 1).

Cuadro 1

VALOR DE LAS EXPORTACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES
(Miles de dólares)

Grupos de Productos	1977	1978	1979	%	Crecimiento 1977/79 %
1. Total general	279 076	257 025	305 393	100.00	9.43
2. Exportaciones tradicionales principales	228 045	202 768	242 080	79.27	6.15
2.1 De origen vegetal <u>a/</u>	216 587	188 504	230 325	75.40	6.34
2.2 De origen animal <u>b/</u>	11 458	14 264	11 755	3.87	2.59
3. Exportación de rubros seleccionados no tradicionales <u>c/</u>	10 625	11 755	17 035	5.58	60.33
Subtotal (2+3)	238 670	214 523	259 115	84.85	
4. Exportación de rubros varios no seleccionados <u>d/</u>	40 406	42 502	46 278	15.15	14.53

Fuente: Banco Central del Paraguay. Estadísticas de Comercio Exterior.

- a/ Cifras totales de las "exportaciones tradicionales de productos de origen vegetal"; detalladas en el Anexo A.
- b/ Cifras totales de las "exportaciones tradicionales de productos de origen animal", detalladas en el Anexo B.
- c/ Cifras totales de las "exportaciones de rubros seleccionados de productos no tradicionales", detalladas en el Anexo C.
- d/ Cifras totales de las "exportaciones de rubros varios no seleccionados", detalladas en el Anexo D. Los productos agrupados bajo "rubros varios no seleccionados" son fundamentalmente de origen forestal y de carácter primario, como son las maderas aserradas, tablas, tablonnes, listones y machihembrados. Precisamente interesa a la política de promoción de exportaciones desalentar estas exportaciones en favor de aquellas de carácter más elaborado, como son las maderas laminadas y terciadas, los parquets y puertas de madera.

También, se incluyen en este rubro los "preparados de carne", que registraron una violenta baja de sus exportaciones entre 1978 y 1979, de US\$ 18.6 millones, por problemas de demanda en la Comunidad Económica Europea.

Como se puede observar, mientras las exportaciones totales aumentaron en promedio, de 1977 a 1979, en un 9.43%, los rubros no tradicionales agrupados bajo la denominación "exportaciones de rubros seleccionados" del Cuadro 1, crecieron durante el mismo período en 60.33%. El detalle de las exportaciones de este grupo, se presenta en el Cuadro 2.

Del listado anterior y luego de un análisis final, se adoptaron las siguientes modificaciones para efectos del estudio de la oferta exportable:

i) Eliminar los siguientes productos:

- El café en grano: se estimó que este producto constituye ya una exportación tradicional hacia mercados habituales y estables, con un acelerado crecimiento.
- Las frutas frescas: Estos productos han sido ya estudiados exhaustivamente para fines de exportación por expertos de las Naciones Unidas y de la Comunidad Económica Europea.

ii) Establecer, para el estudio de la oferta exportable, dos grupos de productos prioritarios. Esta fue una petición expresa del CEPEX, con motivo de la cual, se acordó limitar durante esta misión el estudio solamente a los productos agrupados dentro de la primera prioridad.

Con estos criterios, se llegó a la selección definitiva de los productos objeto del estudio de oferta exportable, conforme a las prioridades que se presenta en el Cuadro 3.

d) Preparación del documento-guía para la realización de las entrevistas

La elección definitiva de las familias-productos a investigar arrojó un número aparente de 74 empresas en producción en esos rubros, entre las agrupadas en primera prioridad.

De esas 74 empresas, aproximadamente el 30% están situadas en el interior del país, principalmente en las ciudades de Puerto Pte. Stroessner, Villarrica y Encarnación.

La imposibilidad de entrevistar a todas las empresas por razones de tiempo y distancia, hizo necesario determinar una muestra representativa basada en el conocimiento directo que los técnicos del CEPEX tienen de estas empresas.

Cuadro 2

PRIMERA LISTA DE PRODUCTOS SELECCIONADOS PARA EL ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE Y EXPORTACIONES CORRESPONDIENTES

Productos	Exportación 1979 <u>a/</u>	Exportación sobre producción nacional (%)	Número de empresas
Semilla de maní	1.08	15.0	30
Aceite de maní	----	0.0	--
Alcohol de caña	0.11 <u>b/</u>	66.0	4
Cerveza	----	0.0	--
Yerba mate	1.33	19.0	12
Café en grano	4.20	20.3	12
Frutas frescas	0.26	0.4	12
Miel de abejas	0.02	1.2	2
Maderas laminadas	5.60	21.3	38
Maderas terciadas	1.67	92.0	38
Parquet	1.51	100.0	5
Puertas de madera	0.95	52.8	3
Cueros: marroquinería	0.01 <u>c/</u>	2.3	5
Zapatos de cuero	----	0.0	3
Vacunas veterinarias	0.20	--- <u>e/</u>	2
Tejidos de algodón	0.17 <u>d/</u>	0.9	1
Artesanía de aho-poi	0.03	--- <u>e/</u>	7
Preparados frutas y legumbres	2.46 <u>f/</u>	77.2	-- <u>g/</u>

a/ Millones de US\$ de 1979.

b/ Valor 1978: US\$ 114 000.

c/ Valor 1978: US\$ 60 000.

d/ Valor 1978: US\$ 1 000 000.

e/ No hay cifras de producción disponibles.

f/ Esta cifra incluye US\$ 1 762 000 que corresponde a valores de exportación de productos tradicionales.

g/ No hay información disponible.

Cuadro 3

LISTA FINAL DE PRODUCTOS SELECCIONADOS DE ACUERDO A SU PRIORIDAD
Y EXPORTACIONES CORRESPONDIENTES

(Toneladas métricas/Miles de dólares)

PRODUCTOS EXPORTADOS	1977		1978		1979	
	Volu- men	Valor	Volu- men	Valor	Volu- men	Valor
A. PRODUCTOS DE PRIMERA PRIORIDAD						
Semilla de maní	1 304	558	953	378	2 682	1 075
Alcohol de caña	98	96	123	115	73	51
Tejidos de algodón	1	11	479	996	95	176
Maderas elaboradas:						
- láminas	8 904	3 337	16 860	3 448	28 018	5 600
- terciadas	1 741	755	2 175	966	2 811	1 671
- parquet	1 145	520	2 859	846	4 966	1 510
- puertas	279	411	168	262	401	945
<u>Total productos de primera prioridad</u>		<u>5 688</u>		<u>7 011</u>		<u>11 028</u> a/
B. PRODUCTOS DE SEGUNDA PRIORIDAD						
Yerba mate	1 994	823	1 785	793	1 844	1 132
Miel de abeja	-	-	-	47	-	-
Vacunas veterinarias	15	187	-	-	-	-
Legumbres frescas	-	-	-	-	7	3
Frutas preparadas:						
- fruta abrillantada de pomelo	1 626	1 054	664	356	826	699
- ananás al natural	537	285	527	273	303	241
- jugo de naranja	544	505	127	83	-	-
- jugo de pomelo	286	143	-	-	-	-
- jugo de limón	199	91	-	-	-	-
- jugo de limón	60	30	-	-	-	-
- otras	-	-	10	3	523	458
<u>Total productos de segunda prioridad</u>		<u>3 118</u>		<u>1 555</u>		<u>2 533</u>
TOTAL GENERAL		<u>8 806</u>		<u>8 566</u>		<u>13 561</u>

Fuente: Banco Central de Paraguay.

a/ El crecimiento de las exportaciones, en valor y durante el período 1977-1979, fue para los productos considerados, el siguiente:

- Productos de primera prioridad: + 93.8%.
- Productos de segunda prioridad: + 65.9%.

/La muestra

La muestra elegida reúne a las empresas con los siguientes requisitos:

- Ser las mayores en cada rubro considerado.
- Tener el CEPEX antecedentes de las mismas y acceso a sus niveles ejecutivos.
- Tener sus oficinas principales en Asunción

Con los criterios expuestos, se confeccionó una lista de 22 empresas a encuestar y visitar. Para este efecto, se elaboró un documento cuestionario para servir de guía en las entrevistas (Anexo I). Sin embargo, salvo una o dos excepciones, la entrevista abarcó una gama de antecedentes muchísimo más amplia que la circunscrita en el formulario de encuesta.

En este formulario se incluyen antecedentes solicitados por el CEPEX (primera hoja), de carácter general y útiles para efectos de actualización de los antecedentes de cada empresa en el futuro.

Con miras a la investigación de la oferta exportable, en este formulario-guía, se identifican todas las características del producto, el volumen de producción, las ventas internas y las exportaciones de los 3 últimos años. Luego se entra en el terreno de los obstáculos que enfrentan estas exportaciones, tanto de orden interno como externo a la empresa.

Por último, están las preguntas relativas a los insumos, precios de venta y excedentes de producción exportable.

La información adicional obtenida en las entrevistas directas está contenida en las notas del consultor, resumidas en la parte de este informe relativa a las circunstancias internas y externas que condicionan a las empresas encuestadas.

e) Representatividad de la muestra encuestada

A continuación se presenta producto por producto el porcentaje de la producción nacional correspondiente a la de las firmas encuestadas.

i) Alcohol de caña: 100%: La Administración Paraguaya de Alcoholes (A.P.A.L.) es el monopolio estatal que regula y distribuye los cupos de producción.

ii) Aceite de maní: 100%: Los únicos productores son las Cooperativas Menonitas visitadas.

/iii) Productos

iii) Productos de cuero:

- Calzado: Respecto del calzado de cuero eventualmente exportable, se estima que se encuestó entre el 60-70% de la oferta potencial existente en Asunción. Las fábricas o talleres fuera de Asunción, que pudieran aportar algo a la oferta exportable considerando un plazo de adecuación de 2 años, no podrían exceder el 10% del total general exportable ahora.
- Marroquinería: Es posible afirmar que el Centro de Promoción Artesanal (C.P.A.) controla el 100% de la producción artesanal que se exporta por vía directa, excluyendo la venta a turistas. Aceptada esta premisa, la cobertura lograda sería del 100%.

iv) Tejidos de algodón: Se encuestaron las dos industrias textiles capaces de alguna gestión de exportación. Al no estar en producción la tercera fábrica, ITASA, la cobertura para todo efecto práctico en relación a la oferta exportable es del 100%.

v) Productos elaborados de madera: Se estima que frente a la producción total nacional, la de las empresas visitadas representan:

- Madera terciada: 60%.
- Puertas: 90%.
- Parquet: 100%.

C. CONCLUSIONES

1. Conclusiones de orden general sobre el sector industrial exportador

Varias características fundamentales dan la fisonomía actual del sector exportador y el marco general en que se desenvuelve:

a) Composición de las exportaciones

Unos pocos rubros de exportaciones, y no necesariamente los considerados como tradicionales, constituyen casi el total del comercio de exportación paraguayo. Así, en la actualidad, la soja y sus subproductos, la fibra de algodón y algunos aceites vegetales y esenciales han desplazado a la carne con sus subproductos.

/El resto

El resto de las exportaciones netamente no tradicionales, como las tratadas en este informe, no reciben la debida atención oficial y sólo entes públicos como el CEPEX y el C.P.A., realizan esfuerzos aislados: tampoco se coordinan éstos con la actividad del sector privado, canalizada a través de la Federación de la Producción, la Industria y el Comercio (FEPRINCO) y la Unión Industrial Paraguaya (UIP).

b) Características de la estructura del sector exportador

Algunas características resaltan muy nítidas como determinantes de la situación del sector "industrias de exportación menores".

i) El intercambio invisible

Es notorio que el intercambio real, efectuado especialmente con Brasil, es varias veces superior al que registran las estadísticas oficiales del Banco Central del Paraguay.

En el período 1974-1979, el valor de las "compras no registradas" del Paraguay y procedentes de Brasil alcanzó US\$ 772.5 millones y en Argentina US\$ 256.2 millones, es decir un total de US\$ 1 028.7 millones. En el mismo período, las importaciones procedentes de esos dos países oficialmente registradas por el Paraguay fueron solamente US\$ 595.2 millones (Cuadro 8). Si se considera que el total anual actual de la Balanza Comercial del Paraguay es de US\$ 400 millones, se comprenderá la enormidad de las cifras.

La situación anterior ha afectado gravemente a algunas industrias, en particular las de tejidos de algodón y de calzado, que han perdido prácticamente su mercado interno y por ende su posición competitiva para exportar, en favor de los productores brasileños y argentinos.

Algo similar, pero a la inversa, ocurre en el sector maderero, donde una parte importante de la producción se exporta en forma "invisible". (Véase nuevamente el Cuadro 8).

ii) Tipo de cambio y costos internos

El tipo de cambio del guaraní con respecto al dólar se mantiene estable en $\$ 126$ desde 1960. Independientemente, los costos internos (mano de obra, insumos) y externos (combustible, repuestos, equipos, etc.) han aumentado a tasas similares a la inflación interna, en el primer caso. En el caso de los costos de los insumos externos, especialmente los del

/combustible,

combustible, Paraguay ha resultado muy perjudicado, pues el actual precio interno del combustible es uno de los más altos de América.

Esta situación ha colocado a algunos sectores, especialmente los de tejidos de algodón, de calzado y en cierta medida, a los productos de madera, en la imposibilidad de poder competir en el mercado externo. Como son productos muy competitivos internacionalmente, con ofertas abundantes de productores baratos, la oferta paraguaya ha sido desplazada paulatinamente del mercado internacional al no poder situar sus costos y sus precios en dólares, en niveles competitivos.

iii) Falta de cohesión del sector industrial

Siempre haciendo referencia a las exportaciones "pequeñas" del tipo industrial, es posible observar que éstas no han logrado una cohesión interna que les proporcione una fuerza como grupo importante y oído por la comunidad económica y por el sector público. Son, en la práctica, personas naturales aisladas. Su agrupamiento alrededor de la FEPRINCO y la U.I.P.,^{1/} no logra al parecer, efectividad. Así sus planteamientos respecto a puntos vitales para su subsistencia como exportadores, parecen no llegar a las esferas de decisión gubernativas. Tales aspectos son principalmente:

- Modificaciones propuestas a la Ley 550 de Inversiones Extranjeras.
- Modificaciones de la Ley 1 003 en lo relativo al impuesto a las exportaciones.
- Aplicación de disposiciones existentes sobre fomento a las exportaciones que aminoren la congelación del tipo de cambio estabilizado desde 1960.

iv) Características del balance general actual del sector externo

La balanza comercial del Paraguay es netamente deficitaria, situación que en los últimos años ha sido compensada por la entrada de inversiones extranjeras y créditos externos. Esta compensación, sin embargo, ha comenzado a declinar en los últimos 2 ó 3 años, agravada por el progresivo aumento de los egresos de divisas destinados al pago del servicio de los créditos.

^{1/} FEPRINCO, sigla para Federación de la Producción, la Industria y el Comercio. U.I.P. es la Unión Industrial Paraguaya.

En efecto, la cuenta de movimiento de capitales, amortizaciones, dividendos e intereses pagados al exterior constituyó un 26% del total de egresos de divisas en 1980, contra sólo un 19% en 1979. Por su parte, el ingreso bruto proveniente de las exportaciones aumentó en 4% con respecto a 1979. Sin embargo, en el último quinquenio, el aumento promedio de las exportaciones había sido de 16% anual.

En cambio, los ingresos de capital (aportes de capital y créditos externos) participan del 59% del ingreso bruto de divisas en 1980. Este último expediente constituye un esquema adecuado para los economistas de gobierno, ya que suple los progresivos y agudos déficit de las exportaciones en la balanza comercial.

Es probable que los cuantiosos ingresos de capital continúen durante el período de construcción de las grandes represas hidroeléctricas de Itaipú y Yaciretá. Pero no es menos cierto que, en el mediano y largo plazo, el requerimiento de incrementar y diversificar las exportaciones se plantea como una necesidad apremiante y que se debe promover y planificar estas actividades con el tiempo y el instrumental de apoyo requerido.

v) La alternativa de la promoción de exportaciones industriales

La situación anterior es la que ha llevado al gobierno, a través del CEPEX, a identificar y promover la exportación de rubros de exportaciones no primarios, con un grado razonable de valor agregado, que potencialmente puedan constituir una nueva fuente de exportación de interés en el corto plazo.

En el presente trabajo, se han abordado los siguientes sectores y sus correspondientes familias-productos:

- Alcohol de caña.
- Aceite de maní.
- Productos del cuero.
- Tejidos de algodón.
- Maderas elaboradas.

Las conclusiones particulares en cuanto a la situación de cada uno de estos sectores se anotan a continuación.

2. Conclusiones de orden particular a los sectores incluidos en el programa

a) Abastecimiento de materias primas

Todos los sectores estudiados cuentan con un abastecimiento adecuado de sus materias primas esenciales, tanto en calidad como en cantidad. Sin embargo, los precios, aunque adecuados para el mercado interno, resultan ser, en algunos casos, no competitivos para la exportación debido, entre otras cosas, a la sobrevaluación del guaraní respecto del dólar estadounidense.

b) Costos internos de producción

El costo de la mano de obra en Paraguay es, en general, similar o más bajo que los países asiáticos como Taiwan, Korea del Sur y Hong Kong (página 30). La productividad en cambio, no representa más de aproximadamente un 66% de la encontrada en estos tres países.

La manifiesta desventaja en los costos internos de las empresas reside en el alto precio de los combustibles, que alcanzaba US\$ 0.50 lt. para el gas oil en 1981.

c) Mercados

En los sectores productivos estudiados existe poco conocimiento de los mercados externos y de sus características, excepto en el caso de algunos productos de la madera, como el parquet. Sin embargo, este subsector exporta prácticamente a un solo país y a un distribuidor, por lo cual su conocimiento del mercado es también prácticamente nulo.

En cuanto al mercado interno, varios sectores y subsectores se encuentran en severa crisis y con riesgo de perder su predominio en el propio mercado debido a dos factores:

i) El aumento del comercio no declarado, especialmente en los sectores de los textiles y del calzado.

ii) El mantenimiento de un tipo de cambio fijo que determina posiciones no competitivas en cuanto a los costos internos del producto nacional; más aún frente a productos desgravados o bonificados y a aquellos que trasponen la frontera sin pagar los derechos aduaneros.

3. Las actividades de promoción de exportaciones

El esfuerzo de identificación y promoción de exportaciones no tradicionales está centrado en el CEPEX, órgano del Ministerio de Industria y Comercio. Este Centro se ha constituido en una oficina asesora de dicho Ministerio en materias de comercio exterior y dado su reducido personal junto a los escasos medios económicos, ha limitado sus esfuerzos de promoción a la identificación de rubros no tradicionales donde pudiera existir algún volumen interesante de oferta exportable en el corto plazo.

Se han realizado numerosos estudios con el apoyo del PNUD, de la OEA y de la CEE. La mayoría fueron bien orientados y desarrollados. Se han examinado casi todos los sectores con potencial exportable y se han vertido algunas recomendaciones de gran utilidad.

Sin embargo, se nota en esos programas una falta de coordinación: estudios sobre los mismos temas o sectores se repiten con diversos organismos asesores. Además, la implementación de las recomendaciones o la maduración de las conclusiones por parte de los sectores oficiales que deben tomar las medidas, no se ha llevado a cabo.

Por último, es notoria la limitada colaboración que existe entre los técnicos del CEPEX y los industriales exportadores en actividades que deberían ser de interés común, a través de organizaciones empresariales tales como la FEPRINCO y la UIP. Aparentemente no se ha producido entre los organismos tanto nacionales como internacionales un diálogo fluido sobre estas materias. Incluso en algunos sectores industriales, se observa cierto escepticismo sobre la labor que desarrolla CEPEX como organismo promotor de las exportaciones.

D. RECOMENDACIONES

1. El marco económico general del sector industrial exportador

a) Mayor cohesión del subsector de exportaciones industriales

En primer lugar, al estudiar detalladamente y entrevistarse con los sectores involucrados en esta misión, se tiene una impresión de poca cohesión, que no conforma un sector económico con peso propio y que, por ende, su destino o problemas inquietan poco o nada a quienes están en el nivel de

/las decisiones.

las decisiones. Realizan exportaciones "pequeñas", que tienen poca identidad a la luz de los grandes rubros tradicionales o primarios de exportación.

Es también patente la poca cohesión al nivel de asociaciones gremiales como la FEPRINCO o la UIP, en las que no existen grupos organizados de exportadores de productos elaborados que planteen unificadamente sus necesidades de apoyo a las autoridades competentes del gobierno.

Un ejemplo importante de ello lo constituye la falta de implementación de mecanismos vigentes que favorecerían la exportación no habitual. La Ley Nº 550 de "Fomento de las Inversiones" contempla mecanismos de promoción directa a las exportaciones, tales como eliminación de derechos de aduana y liberación de impuestos internos para las industrias de exportación, eliminación del impuesto a las exportaciones, régimen de importación temporal e incluso, desgravación tributaria de productos que se exportan. A pesar de ello, no se conocen casos en que tales beneficios estén operando en favor de exportaciones de productos elaborados.

b) Disminución de los gravámenes a las exportaciones

Los industriales conceden al mejoramiento de este punto una importancia fundamental en el desarrollo de las exportaciones.

Los gravámenes a las exportaciones constituyen un conjunto de tributos, tasas de servicios y gastos cuyo monto se maneja a la conveniencia del punto que se defiende. En realidad, el gravamen tributario propiamente tal no es altamente significativo ni puede llegar en ningún caso a ser un factor que verdaderamente limite las exportaciones. Por otro lado, tampoco para el presupuesto fiscal los ingresos por este concepto tienen alguna relevancia significativa.

Evidentemente, para los exportadores, no es cómodo aparecer con un impuesto directo en sus precios frente a los mercados mundiales.

d) La competencia desleal

Este es otro aspecto que merece una especial atención por parte del Gobierno ya que daña seriamente la posición competitiva de la industria y, en particular, la de algunos sectores potencialmente exportadores.

En este informe, se destaca el grado en que resulta afectada la industria textil y la del calzado por el intercambio "no registrado",

/especialmente con

especialmente con Brasil y Argentina. A este respecto, el Suplemento Económico del diario ABC del Paraguay del 1/II/81 publicó las siguientes cifras: (Véase también el Cuadro 8).

Cuadro 4

IMPORTACIONES PARAGUAYAS SEGUN FUENTES DE INFORMACION
(Millones de US\$)

País importador	1977	1978	1979
Fuentes de Información			
I. ESTADOS UNIDOS			
Departamento de Comercio	51.0	90.0	128.0
Banco Central de Paraguay	30.9	34.8	49.8
Diferencia	20.1	55.2	78.2
II. BRASIL			
CACEX <u>a/</u>	185.2	224.3	324.4
Banco Central de Paraguay	54.0	62.7	96.4
Diferencia	131.2	161.6	228.0
III. ARGENTINA			
I.N.E.C. <u>b/</u>	84.8	127.5	184.0
Banco Central de Paraguay	43.2	48.8	74.0
Diferencia	41.6	78.7	110.0
IV. DIFERENCIA ACUMULADA PARA LOS 3 PAISES	<u>192.9</u>	<u>295.5</u>	<u>416.2</u>

a/ CACEX: Carteira de Comercio Exterior (Brasil)

b/ I.N.E.C.: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Argentina).

Fuente: Suplemento Económico/Diario ABC 1/II/81.

Según se aprecia, el comercio "no registrado" del Paraguay con sus tres principales proveedores, éste es Argentina, Brasil y los Estados Unidos, aumenta a un ritmo muy elevado superando en 1979 el intercambio físico total oficial del Paraguay con todos los países del mundo.

e) Las necesidades de financiamiento

Este aspecto constituye un freno relativamente importante a la actividad exportadora de las industrias medianas. Aunque las disposiciones legales establecen la concesión de créditos preferenciales con tasas promocionales para las actividades destinadas a la exportación, en la práctica, ésto no se cumple para las industrias medianas y pequeñas que no tienen otros negocios interesantes que ofrecer a los bancos comerciales. De ahí surge la necesidad de crear una línea de crédito especial para las necesidades de capital de trabajo a corto plazo, en el propio Banco de Fomento, de manera que su operación resulte real y accesible para las industrias exportadoras medianas y pequeñas.

f) La influencia de la tasa de cambio y la desgravación de los impuestos a las exportaciones

Este es quizás uno de los temas más neurálgicos en el desarrollo de las exportaciones no tradicionales. Solamente se señala aquí que el congelamiento del tipo de cambio, durante más de 20 años, mientras se mantuvo en algún grado la inflación interna, deterioró la posición competitiva de los precios de los productos de exportación.

Si la política económica señala, por las razones que sean, la necesidad de mantener esta estabilidad del tipo de cambio, paralelamente debería considerar la desgravación a las exportaciones. Es evidente que la mayoría de los sectores exportadores o potencialmente exportadores no pueden resistir ambas limitaciones al mismo tiempo sin perder progresivamente su competitividad en el mercado internacional.

2. Recomendaciones particulares atinentes a los sectores y productos incluidos en este programa

a) Alcohol de caña de azúcar

i) El papel de la A.P.A.L.

La Administración Paraguaya de Alcoholes (A.P.A.L.), fue creada originalmente como un monopolio destinada a cautelar la calidad y promover la producción de la caña de azúcar. En la actualidad, no se justifica su papel de ente centralizador de toda la producción de caña dulce para su clasificación, añejamiento y venta. Es un ente burocrático, sin agilidad comercial ni productiva, que está frenando la producción a través del

/sistema de

sistema de cupos a los productores de caña destilada, los cuales tienen una capacidad de producción varias veces superior a la capacidad que tiene A.P.A.L. de comprarles el producto destilado.

Debería limitarse la función de este organismo solamente al control de la calidad de la caña en relación a su pureza y grado alcohólico, haciéndose obligatorio para la producción vendible un sello de calidad otorgado por la A.P.A.L.

Por su parte, también las exportaciones que, en 1975, alcanzaron a 140 000 litros, o sea, 1.4% de la producción, han cesado totalmente por la falta de interés y agresividad de la A.P.A.L. hacia el mercado externo.

ii) La oferta exportable

Al dejar en libertad a los destiladores y fraccionadores privados, se estima que la producción, que permanece estancada en alrededor de 14 millones de litros desde 1975 (véase Cuadro 9), podría aumentar a 18 millones de litros en el corto plazo, desplazando hacia el mercado externo las existencias que la A.P.A.L. mantiene en sus bodegas, ante la incapacidad de venderlas en el mercado interno.

El incremento posible de la exportación en el mediano plazo puede ser estimado como sigue:

	Unidad	EXPORTACIONES	
		A Corto plazo 1983	A Mediano plazo 1987
Existencias vendibles de la A.P.A.L.	1 000 lts.	4 000	6 000
Oferta de los fraccionadores privado	1 000 lts.	60	100
TOTAL	1 000 lts.	<u>4 060</u>	<u>6 100</u>
Valor F.O.B. aproximado	1 000 US\$	<u>4 900</u>	<u>7 300</u>

b) Aceite de maní

i) La monoproducción de las colonias mennonitas

Las cifras de producción proporcionadas por las colonias mennonitas, únicos productores de este producto, muestran un importante

/crecimiento en

crecimiento en los últimos 3 años. La Central de las Cooperativas Menonitas manifestó no poder competir en el mercado mundial a causa de sus altos costos, pero esta razón no admite análisis considerando las condiciones de producción especialmente favorables de estos colonos y el tratamiento tributario preferencial que reciben por un tratado legal que data de 1921. (Ver Anexo K). Aparentemente, la exportación del maní en otras formas menos elaboradas conviene más a los intereses o la comodidad de los exportadores. (Ver Cuadro 12).

ii) El aceite de maní vs. el de soja en el mercado mundial

La gran producción de aceite de soja en Paraguay está en continuo crecimiento y es absorbida casi totalmente por el consumo interno. Al tener una ventaja de precio con respecto al de maní, la también creciente producción de éste debería destinarse al mercado externo, donde se paga un premio por sobre el precio del aceite de soja, dado que el mercado mundial está en un déficit de oferta, debido a las malas cosechas de Estados Unidos.

También, Brasil y Argentina, los principales exportadores de aceite de maní, parecen haber agotado sus stocks de materia prima después de voluminosas exportaciones en 1980.

iii) La oferta exportable

Con esta panorámica, para 1980, es probable que el déficit de abastecimiento en aceite de maní de la Comunidad Económica Europea será del orden de 300 000 toneladas en 1981.

Por su parte, la producción exportable prevista del Paraguay sería la siguiente:

AÑOS	Miles litros	Miles US\$ FOB
1982	1 560	1 000
1983	1 880	1 400
1984	2 260	1 700
1985	2 700	2 000

/c) Productos

c) Productos de cuero

i) Mejoramiento de las curtiembres

Se requiere la continuación, con más intensidad, del mejoramiento de la tecnología de las curtiembres de campo que abastecen la artesanía de artículos de viaje y deportivos a través del Centro de Promoción Artesanal.

ii) Asesoría en diseño y modelaje para calzado

Este subsector, que está en condiciones de exportar, debe organizarse en grupos o cooperativas de 3 a 5 fabricantes, para lograr una oferta de cierta importancia, y recibir luego la asesoría de técnicos en diseños y modelaje para satisfacer la demanda del Norte de Europa y de Estados Unidos, mercados que presentan las mayores posibilidades de compra.

iii) Internación temporaria de cueros

Para las operaciones de exportación de productos de mayor calidad, especialmente en el sector del calzado, existe consenso que los cueros nacionales que llegan a las curtiembres no reúnen las condiciones requeridas por falta de tecnología adecuada al nivel de ganadería y faenamiento.

Por ello, se recomienda facilitar la importación temporal de cueros de calidad en bruto o semicurtidos, los cuales luego de ser tratados por las curtiembres industriales locales, serían entregados a los industriales del calzado para la fabricación de los pedidos de exportación.

iv) La oferta exportable

Se puede estimar la evolución de la oferta exportable de productos de cuero de la siguiente manera:

PRODUCTOS	1981	(Miles de US\$) 1983	1985
Artículos de marroquinería	575	830	1 200
Calzados	---	9 000	11 500

En cuanto al sector específico del calzado, se estima que, a partir de 1983, la oferta exportable podría ser la siguiente:

/Número de

AÑOS	Número de Pares	US\$ Miles
1983	600 000	9 000
1984	660 000	10 600
1985	720 600	11 500
1986	800 000	13 000
1987	880 000	14 000

d) Tejidos de algodón

i) La competencia desleal

El problema más grave que aqueja a este sector es el comercio fronterizo ilegal de textiles que ingresa desde Brasil. Este compete en el mercado paraguayo con la producción local sin pagar derechos aduaneros, por un lado, y se beneficia de una generosa desgravación tributaria en Brasil, por el otro. Los productos brasileños han arrebatado el mercado a los productores paraguayos y tienen a la industria en jaque de cerrar sus puertas. Una de las más grandes industrias textiles, la Compañía I.T.A. S.A. ya quebró en 1979 debido a esta situación.

ii) La oferta exportable

Dos fábricas, las mayores del país, manifestaron poder aumentar sus producciones actuales, sin inversiones adicionales, en aproximadamente 30%. Eso permitiría ofrecer para la exportación unos 6 000 000 de metros de tejido de algodón estampado o crudo. Tomando como base de cálculo el precio más bajo de exportación de US\$ 1.20 por metro, que cubre solamente el costo directo de la producción, las exportaciones que podrían lograrse con este aumento de producción y que salvarían a la industria de su difícil momento actual, serían:

Exportación de tejidos de algodón (1982):	6 000 000 metros
Valor correspondiente:	7 200 000 US\$ FOB

e) Maderas elaboradas

i) Estructura del sector

Comprende los siguientes grupos: maderas laminadas y terciadas, parquet y pisos de madera, puertas de madera.

/Estas producciones

Estas producciones son, en todos los casos, marginales frente a la producción y exportación de madera aserrada, actividad principal de todas las fábricas del sector.

En lo relativo a las maderas laminadas y terciadas y al parquet, los productores manifestaron no tener capacidad disponible de oferta adicional. En el caso del parquet trabajan a plena capacidad y exportan casi el 100% de la producción. Además, están limitados por la disponibilidad de desechos de madera aserrada, los cuales son función del aumento de la producción de ésta y no una variable autónoma de abastecimiento. En cambio, los fabricantes de puertas sí tienen un excedente exportable que es de interés, no sólo por el valor del mismo sino por el grado de elaboración del producto que se exporta.

ii) La oferta exportable

A continuación se presenta una estimación de esta oferta:

	1982	1985
Puertas de madera (Unidades)	50 000	60 000
Valor correspondiente en US\$ FOB	1 500 000	1 800 000

3. Sugerencias para un plan de acción del CEPEX

a) Acción general

Como se ha señalado anteriormente, el grupo más dinámico de las exportaciones está integrado por rubros de reciente introducción en el mercado externo que, aunque constituían sólo el 5.58% del total exportado (1979), muestran un crecimiento en el último trienio del orden del 60%. (Cuadro 1).

Este grupo está constituido casi íntegramente por los productos seleccionados para el estudio de oferta exportable en primera y segunda prioridad, exceptuando solamente el "café en grano" y las "frutas frescas".

Al contrario de otras exportaciones de reciente iniciación, como las de soja, de aceite de algodón y de aceites esenciales, que reciben gran apoyo del sector público, las exportaciones seleccionadas para efectos de este estudio no reciben la atención oficial, ni los estímulos adecuados.

/Parece deseable,

Parece deseable, por consiguiente, que el CEPEX concentre la mayor parte de sus esfuerzos en el apoyo y la promoción de estas exportaciones, que, por su naturaleza, cuentan con mercados externos amplios y ajenos a las bruscas fluctuaciones de los mercados de granos y materias primas agropecuarias. Se pudo comprobar que casi todos los rubros de producción considerados durante esta misión requieren apoyo, ya sea en la gestión productiva como en la gestión de exportación.

b) Factores de índole macroeconómica

Prácticamente todos los sectores analizados están fuertemente afectados por factores que dependen de la política económica y administrativa general del país. Estos son, principalmente, el tipo de cambio, la tributación a las exportaciones y el comercio fronterizo ilegal.

No es posible pretender, en lo que concierne al CEPEX, que pudiera plantear como meta modificar estos aspectos. Sin embargo, es perfectamente posible que el CEPEX analice y divulgue el grado en que estos obstáculos afectan cuantitativamente a los sectores considerados en su capacidad de exportar. Conociendo estas incidencias, el CEPEX podría buscar nuevas actividades de promoción que compensarían, aunque fuera en parte, esos efectos negativos.

Esta compensación podría lograrse, por ejemplo, a través de:

- i) Una política de crédito con tasa de interés preferencial para los exportadores.
- ii) Un régimen de importación temporal para materias primas a incorporarse en productos de exportación.
- iii) Una suspensión de derechos aduaneros para la importación de maquinarias, equipos, componentes y materias primas destinados a la producción de bienes para la exportación.

En lo que respecta al comercio fronterizo ilegal, cabe señalar que por su enorme volumen prácticamente constituye un comercio invisible con Brasil y también con Argentina, muchísimo mayor que las importaciones registradas oficialmente desde esos países. Efectivamente, en el período 1974-1979, las compras "no registradas" en Paraguay, efectuadas en esos dos países, fueron de US\$ 1 028.7 millones, conforme a las estadísticas oficiales de exportación de Brasil y de Argentina. En cambio, las

/importaciones oficiales

importaciones oficiales registradas por el Paraguay desde ambos países, en el mismo período, fue de solamente US\$ 595.2 millones. Si se considera que el total oficial de la balanza comercial de este país es actualmente del orden de US\$ 400 millones, se comprenderá la magnitud de las cifras anteriores.

En este aspecto, CEPEX tiene un papel importante que desempeñar en su calidad de organismo asesor del Ministerio de Industria y Comercio. Muchas empresas analizadas en este informe se encuentran en franca crisis originada por este tipo de comercio que se efectúa en forma masiva. Tal es el caso de la industria de tejidos de algodón y de la del calzado. Ambas han visto reducido a tal punto su mercado interno por la invasión del comercio "no registrado" que sus reducidas escalas de producción apenas les permite competir en su propio mercado; aún más, la industria de tejidos de algodón, que antes podía exportar una parte importante de su producción, se encuentra actualmente sumergida en una crisis de mercado interno que no le permite competir en el exterior con éxito.

c) Campos de acción específicos para la promoción de las exportaciones

i) Estudio sectorial de la oferta exportable

Como se sabe, el CEPEX tiene actualmente un rol principal de organismo asesor del Ministro de Industria y Comercio en las materias relacionadas con el comercio exterior. El reducido plantel de técnicos y de medios económicos con que este cuenta, ha limitado prácticamente sus labores a la identificación de la oferta exportable en los distintos sectores no tradicionales. Se puede considerar que esta etapa de análisis está cumplida y ya se cuenta con un panorama claro del potencial de exportación, gracias a numerosos estudios de este tipo, algunos efectuados con asesoría de la Comunidad Económica Europea, de la OEA y del PNUD. La mayoría de ellos son de muy buena calidad, sistemáticos y precisos. Se necesita solamente un limitado trabajo de actualización periódica de estos estudios.

En consecuencia, el CEPEX debería en la actualidad abordar en la práctica algunos sectores contemplados en estos informes, de acuerdo con las prioridades que se decida asignar, y llevar a cabo los programas y acciones de promoción recomendados.

/ii) Recomendaciones

ii) Recomendaciones específicas por producto en materias de actividades de promoción de las exportaciones

- Alcohol de caña

Aceptando el hecho que la A.P.A.L., monopolio estatal de ventas internas, tiene limitaciones para salir al mercado externo, el CEPEX podría apoyar a los exportadores privados que ya han iniciado esta tarea.

Existen iniciativas de exportación conjunta por parte de destiladores fraccionadores que están empezando ventas en Argentina. Dado el importante potencial de exportación que existe, el CEPEX debería dar un fuerte y decidido apoyo a estas iniciativas que se traduciría en:

- Ayudar a negociar con la A.P.A.L. los cupos de alcohol de caña destinados a la exportación.
- Cooperar a obtener las ventajas de la importación desgravada para ciertos insumos como son las barricas de envejecimiento, las botellas y los tapones para la producción que se exporte.
- Contribuir a lograr mejores condiciones crediticias para el proceso de producción y para la venta de la parte exportada.
- Realizar estudios de mercados en Argentina, Brasil, Chile y Colombia, considerados de interés para la exportación de este producto.

- Aceite de maní

En este rubro es necesario que el CEPEX obtenga información sobre el potencial de producción de los únicos productores, las colonias Menonitas del Chaco, para completar los estudios y programas de acción.

De acuerdo con los antecedentes disponibles se puede indicar que es recomendable que el CEPEX siga las siguientes líneas de acción:

- Obtener información sobre los precios internacionales que se pagan alternativamente por la semilla de maní y por el aceite de maní de origen paraguayo.
- Asistir a los productores mediante asesoría técnica en la selección de equipos y mejoramiento de la tecnología de producción, a fin de obtener la mayor reducción posible del costo de producción del aceite de maní.
- Realizar un estudio de los principales mercados consumidores de aceite de maní: C.E.E., Japón y Canadá.

/- Recomendar

- Recomendar el reemplazo del consumo del aceite de maní por el de aceite de soya en el país, ya que en el mercado internacional el aceite de maní tiene un precio más interesante que el de soya.

- Ayudar a obtener franquicias para la exportación, tales como: internación temporal de envases para exportación; liberación de gravámenes arancelarios para maquinaria y equipos para la producción exportable de aceite de maní; y, obtención de líneas de crédito preferenciales para la comercialización externa del aceite de maní.

- Productos del cuero

En grandes líneas, este sector se divide en dos subsectores: calzados de cuero y marroquinería y artículos artesanales.

- Calzado de cuero

Cabe aquí al CEPEX una labor muy clara de apoyo en varios aspectos fundamentales:

- Agrupar a los productores en consorcios, cooperativas de exportadores u otros esquemas de exportación conjunta.

- Asesorar en la renovación de maquinaria y equipamiento de talleres: las fábricas de calzado son artesanales y de tamaño pequeño y mediano. Se requiere modernizar y ampliar la capacidad de la maquinaria para alcanzar series de producción mayores que puedan ser de interés para la exportación a costos competitivos.

- Contratar técnicos para entregar asesoramiento en el diseño de modelos y estilos aceptables en los Estados Unidos y en Europa del Norte que son los mercados adecuados para los productos paraguayos.

- Proponer a las autoridades competentes mecanismos para la internación temporal de cuero y materia prima de primera calidad la cual es necesaria para las exigencias de los mercados de exportación.

- Llevar a cabo investigaciones de mercado, especialmente en Puerto Rico, Estados Unidos, Canadá, República Federal de Alemania, Holanda y Bélgica que se estiman de interés para estos productos.

- Marroquinería y productos artesanales de cuero

El aspecto de la producción está debidamente cubierto por el Centro de Promoción Artesanal (C.P.A.), que trabaja coordinadamente con el Instituto de Normalización y Tecnología.

/Cabe al

Cabe al CEPEX una importante tarea para analizar en detalle los posibles mercados de exportación. Estos son, principalmente, la República Federal de Alemania, Holanda, Bélgica, Dinamarca y los Países Escandinavos.

Se debe también prever una asesoría en diseño de modelos para este sector. El CEPEX debería centrar sus esfuerzos en obtener a lo menos un tratamiento arancelario preferencial de Brasil y de Argentina que compense, en parte, el daño que les produce el comercio ilegal que se efectúa con dichos países. En el caso de Argentina, este país está tratando además de reponer un arancel del 70% a los tejidos de algodón, previamente desgravados en las negociaciones en el marco de la ALADI. Esto sería grave para las posibilidades de exportaciones paraguayas. Teniendo en cuenta que el mercado argentino fue el principal objetivo de destino de las exportaciones paraguayas, es importante mantener la posibilidad del acceso a éste, a lo menos hasta tanto no se desarrollen otros mercados alternativos.

E. ANALISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

1. Datos básicos del comercio exterior del Paraguay

- a) P.I.B.: US\$ 1 162 (1979) per cápita
 Ingreso nacional bruto: US\$ 732 per cápita
 Incremento promedio P.I.B. 1973-79: 7.7% anual
 Incremento promedio P.N.B. 1973-79: 10.5% anual

- b) Balanza comercial 1979:
 Exportación US\$ 305 000 000
 Importación US\$ 432 000 000
 Saldo: - US\$ 127 000 000

- c) Aportes sectoriales al P.I.B.

<u>Sectores</u>	<u>Crecimiento promedio anual (1970/1979)</u>	<u>Aporte al P.I.B. en % 1979</u>
- Agricultura	7.1%	17.8%
- Ganadería	3.7%	11.9%
- Forestal	6.2%	4.0%
- Industria	-	15.3%
- Comercio	-	31.8%
- Construcción	-	4.4%

/d) Composición

d) Composición y evolución de las exportaciones (Promedio 1970-79)

- Fibra de algodón	32.3%
- Semillas oleaginosas	26.6%
- Agropecuarias y forestal ^{1/}	17.8%
- Aceites vegetales	6.3%
- Tortas y expellers de semillas	4.0%
- Aceites esenciales	3.2%
- Tabaco, principalmente en rama	2.8%
- Café en grano	1.3%
- Extracto de quebracho	1.0%
<u>Subtotal</u>	<u>95.3%</u>
- Varios	4.7%
TOTAL	<u>100.0%</u>

Incremento de los principales rubros de exportación (1970-79)

- Aceites esenciales	91.0%
- Fibra de algodón	584.0%
- Semillas oleaginosas	1 737.0%

Por la venta de energía eléctrica a Brasil y Argentina, se estima contar en 1983 con un monto equivalente al 70% del valor de las actuales exportaciones.

e) Comentarios

El crecimiento económico, medido en términos del P.N.B. se aceleró notablemente en 1978 y 1979, superando el 10% anual, en comparación al promedio 1970-77 que alcanzó a 7%. Ello se debió principalmente a la actividad económica, generada por el desarrollo de los proyectos hidroeléctricos de Itaipú y Yaciretá.

Habiendo sido la agricultura y ganadería los principales rubros tradicionales de producción, el Paraguay ha iniciado un acelerado ritmo de industrialización y este sector contribuyó en 1979 con más de 15% al P.N.B., contra 32% del sector agropecuario y forestal.

En vista de la autosuficiencia y fuerte exportación de energía eléctrica que tendrá este país, a corto plazo, el Gobierno está alentando la creación de nuevas industrias que requieran importantes insumos energéticos. Entre ellas, se prevé la instalación de plantas de cemento por US\$ 180 millones, de una industria siderúrgica por US\$ 81.6 millones, de

^{1/} Este rubro incluye la carne y sus derivados, así como la madera y sus derivados.

una destilería de alcohol absoluto por US\$ 13.5 millones, y de una planta procesadora de metales de US\$ 2.5 millones.

Las principales exportaciones no agropecuarias son la fibra de algodón, la madera elaborada y las manufacturas de cuero. Es la intención de las autoridades económicas diversificar y aumentar fuertemente las exportaciones industriales.

Aunque la balanza comercial es netamente desfavorable con un déficit que sobrepasa los US\$ 100 millones, la balanza de pagos registra un superávit cercano a US\$ 200 millones anuales por concepto de créditos e inversiones externas. Esto ha revitalizado la inflación, alcanzando a 10.8% en 1978, 28.2% en 1979 y algo más de 22% en 1980 de acuerdo con los datos disponibles.

2. Circunstancias internas, propias de las empresas en las diversas familias-productos seleccionadas

Esta parte de la investigación está circunscrita a la información obtenida directamente sobre aspectos internos vitales en las empresas encuestadas. Esto se refiere al abastecimiento de materias primas y al costo de producción relativo en los mercados, tanto interno como de exportación.

a) Materias primas

Una característica general a todos los sectores encuestados es que cuentan con un abastecimiento adecuado de sus materias primas, tanto en calidad y cantidad, como en precio. Esta es una ventaja constante en los sectores analizados. Así, en el caso del aceite de maní, la producción está integrada: las colonias mennonitas del Chaco producen la semilla de maní que sirve de materia prima al aceite de maní, de la cual éstas son los únicos productores.

El alcohol de caña se surte de la miel de caña de azúcar o caña dulce. Es, producido por decenas de destilerías grandes y pequeñas y vendido a APAL a un precio que este monopolio estatal les fija.

Para los productos de madera, maderas laminadas o terciadas, puertas y parquets, la madera es un recurso muy abundante en el país, prácticamente sin más costo que el flete hasta la usina. Las maderas nativas son de excepcional calidad y de fácil elaboración.

El caso de los productos de cuero es quizás el único que presenta algunas dificultades, aunque en franca vía de solución. Los cueros de vacuno, al nivel de ganadería, tienen defectos importantes en su calidad -el principal de ellos es la garrapata- derivados de la forma de criar los animales en los campos y del cuidado fitosanitario. Sin embargo, las nuevas curtiembres instaladas con métodos modernos de selección y de tratamiento de los cueros, han suplido en buena medida estos problemas. Además, éstas mismas se muestran partidarias de la solución que brindaría la importación temporal de cueros de mejor calidad para la producción de artículos de exportación como zapatos y marroquinería que exigen especial calidad. Dichos cueros serían curtidos y manufacturados en Paraguay.

Finalmente, los textiles de algodón cuentan con abundante oferta de materia prima, a precios más bajos que los internacionales, por ser Paraguay un importante exportador de fibras de algodón (¢ 66 Kg. en rama, marzo 1981).

b) Costos internos de producción

Para efectos de esta parte del análisis se consideran estrictamente los costos internos de la producción, representados por los principales insumos: mano de obra, energía, materias primas. Se excluyen los rubros externos a las empresas como son tributación, costo del dinero, leyes sociales, etc.

Los costos unitarios de los principales insumos tienen, en la mayoría de los casos, niveles normales, más bajos que en países de similar o menor desarrollo. Así, en el caso de la mano de obra, el costo de los salarios de obreros especializados se sitúa entre el de Hong-Kong y el de Corea del Sur, según se puede apreciar en el Cuadro 5.

Cabe hacer notar, sin embargo, que la productividad por hombre es inferior en el Paraguay a la de los países orientales, siendo la relación aproximadamente de 2/3:1.

Esta diferencia, sin embargo, resulta notoriamente disminuida si se considera que en todas las industrias encuestadas el costo de la mano de obra no excede el 30% del costo total, alcanzando en algunos casos solamente 6% (alcohol de caña).

Cuadro 5

SALARIOS POR HORA EN PAISES SELECCIONADOS

(En centavos de US\$)

PAISES	1979	1980
Estados Unidos	414	431
Hong Kong	117	122
Corea del Sur	78	81
Taiwan	73	76
Paraguay (incluidos reajustes 1980 de 30%)	96	100

Fuente: Confederación Paraguaya de Trabajadores. Citado por T. Carrasquilla, OEA Producción de prendas de vestir. Paraguay, 1980

Una excepción dentro del bajo nivel del costo de los insumos lo constituye el combustible, el cual tiene en el Paraguay un precio más elevado que en los Estados Unidos y en los otros países sudamericanos.^{1/} Sin embargo, este factor del costo no es gravitante en el total como para desmejorar la situación general de los costos internos de las empresas. Solo fue mencionado en el caso de una empresa algodonera y textil, situada en el interior del país, cuya fuente de energía es el petróleo; en este caso, el factor costo de combustible unido a los elevados fletes de este insumo y a los fletes a los centros de consumo del producto final, hacen extremadamente vulnerable su posición actual.

c) Mercados

En la mayoría de las familias-productos investigadas, el principal y casi único mercado estable está constituido por el mercado interno. La única excepción la constituyen los productos elaborados de madera y en particular

^{1/} En efecto, la gasolina cuesta más de US\$ 1 por litro y el gas oil de uso industrial US\$ 0.45 en Asunción (¢ 62/litro). La alconafita recién puesta a la venta con 5% de alcohol absoluto vale ¢ 120/litro (US\$ 0.95/litro).

el parquet, cuya producción se exporta en su casi totalidad. Los otros sectores considerados realizan esporádicos intentos de exportación. En la mayoría de los casos, estos esfuerzos se limitan a los mercados de Brasil y Argentina. Sin embargo, cada vez que los productos paraguayos logran penetrar en alguna medida importante en esos dos países, éstos se arreglan, a través de su política arancelaria, para evitar o limitar la entrada de productos. Tal es el caso de los textiles de algodón, a los cuales Argentina no ha aplicado, en la práctica, la rebaja del arancel acordada dentro del marco de la ALADI; ocurre lo mismo con los productos de madera aserrada importados por el Brasil, país que ha logrado detener las exportaciones paraguayas con el manejo de los cupos de importación y de los depósitos previos establecidos por la CACEX.

Aparte de los países mencionados, los esfuerzos de exportación de los productos investigados no se han orientado hacia ningún otro mercado en forma apreciable. Existen iniciativas aisladas de exportación hacia Italia (parquet de madera), pero se deben más a las relaciones extracomerciales entre fabricantes e importador que a un esfuerzo sistemático de la industria para llegar a los mercados europeos. Asimismo, la industria artesanal, realiza esfuerzos por llegar a los mercados de Estados Unidos y de Europa, pero a la fecha, ellos se han efectuado en escala reducida y presenta más bien un carácter exploratorio.

En resumen, el presente capítulo de este trabajo ha pretendido poner de manifiesto dos circunstancias generales a todos los sectores estudiados en lo que se refiere a su estructura estrictamente interna:

i) los factores internos de costo, de abastecimiento de materias primas y de productividad conforman una situación ventajosa para las posibilidades de alcanzar precios de exportación competitivos.

ii) no existen, en los sectores estudiados, exportaciones estables ni tampoco esfuerzos constantes y programados para llegar a los mercados externos, con la excepción, en algunos casos, de exportaciones a la Argentina y Brasil, que tampoco logran una condición de estabilidad.

3. Circunstancias externas generales de las diversas empresas en los sectores analizados

En esta parte se presenta, en forma resumida, una descripción de aquellos factores propios del marco económico general que condicionan de manera importante el grado de desarrollo de las exportaciones de las empresas.

a) Tributación

El marco tributario tiene una significativa incidencia sobre las posibilidades de desarrollo de la industria paraguaya. Además de los impuestos tradicionales a la propiedad raíz, a la renta e impuestos internos varios, existen gravámenes a las ventas y tributos a las exportaciones. De otro lado, hay que considerar que las industrias que venden parte importante de su producción en el interior, como es el caso de los textiles, tienen una devolución lenta de estos impuestos, que va de 20 a 120 días. Sin embargo, el impuesto devengado deben pagarlo a los 10 días del siguiente mes. Esto les obliga, naturalmente, a soportar adicionalmente una pesada carga financiera.

Diferente es el caso del impuesto inmobiliario y el impuesto sobre la exportación: la reajustabilidad y la puntualidad en el cobro de estos dos impuestos parecen inescapables. Un industrial textil comentó a propósito del primero que "había aumentado 100% en el último año", lo cual no es efectivo en cuanto a la tasa, pero sí podría serlo si se consideran los realustes obligatorios en el valor del bien raíz.

Para el caso del impuesto sobre la exportación, otro industrial comentó que "el Paraguay exporta impuestos". Este impuesto varía entre el 6% y el 9% del valor de aforo de las exportaciones. Los industriales le atribuyeron, en todas las entrevistas realizadas, una vital importancia a estos gravámenes. Este punto merece un análisis mayor. En primer lugar, en términos de ingresos fiscales, el impuesto sobre las exportaciones no tiene mayor significado, como se desprende del Cuadro siguiente. (Véase Cuadro 6).

Como puede observarse, los impuestos a las exportaciones representan apenas 0.5% de los ingresos totales del Presupuesto Fiscal.

Sin embargo, para los exportadores actuales o potenciales, este impuesto constituiría un freno de la mayor importancia. Los exportadores

Cuadro 6

INGRESOS DEL PRESUPUESTO FISCAL 1978

INGRESOS	(Millones de \$)	%
Impuestos a las importaciones	6 192	16.4
Impuestos internos varios	10 043	26.6
Impuestos sobre alcoholes	1 467	3.9
Impuestos a las rentas	4 936	13.1
Impuestos sobre bienes raíces y activos fijos	1 023	2.7
Impuestos tasa de correos	83	0.2
Impuestos para fondo de jubilaciones	1 510	4.0
Impuestos consulares	1 262	3.3
Impuestos a las ventas	2 128	5.6
<u>Impuestos a las exportaciones</u>	<u>196</u>	<u>0.5</u>
Impuestos varios	8 845	23.7
<u>TOTAL</u>	<u>7 712</u>	<u>100.0</u>

Fuente: "Europe Yearbook 1980 - World Survey".

argumentan que este impuesto viene a sumarse a sus costos, de por sí altos, en relación a los precios internacionales. Si se contraargumenta que sus costos internos (materias primas, mano de obra, energía) son inferiores a los niveles mundiales, se concluye que el costo de la producción global está afectado seriamente por el sistema impositivo (impuestos internos, inmobiliario, a las transferencias, etc.) ya que ninguno de estos impuestos es reintegrado al exportar un bien.

En efecto, la incidencia del sistema tributario tiene un doble efecto sobre las exportaciones. Por un lado, las exportaciones soportan la misma carga impositiva que las ventas domésticas, pues no existe desgravamen ni sistema de reintegros especiales. De otra parte, las exportaciones tienen un impuesto directo sobre el valor de aforo que puede alcanzar hasta un 9% de dicho valor nominal. El valor de aforo se calcula como el 70% del

/precio mínimo

precio mínimo de exportación que determina periódicamente el Banco Central del Paraguay. A juicio de los industriales, tiene una decisiva importancia, cuando Argentina y Brasil no presentan dichas desventajas y constituyen, simultáneamente, los principales competidores en el propio mercado paraguayo y en los respectivos mercados de cada uno con el otro.

El impuesto a las exportaciones es en realidad un conjunto de varias tasas de diferente naturaleza que se aplican simultáneamente en el momento de cursarse el registro de exportación.

A continuación, se presenta el detalle de los tributos que afectan a tres productos de exportación: la "caña paraguaya" (alcohol de caña), y dos tipos de madera terciada.

Cabe destacar que las tasas tributarias se aplican sobre un precio mínimo de exportación que determina el Banco Central y que se reajusta periódicamente.

En realidad, como se puede observar en el Cuadro 7 que sigue, sólo constituyen impuestos los correspondientes a la Ley 1003/64 (Timbres y Estampillas) y a la Ley 667/24 (Derechos Aduaneros).

El resto constituye los gastos normales del exportador, tales como las tasas portuarias, los gastos bancarios y la inspección sanitaria en el puerto.

Estos últimos no pueden ser considerados como impuestos, ya que constituyen el cobro normal en todos los países, pues corresponden al pago de servicios propios de la exportación.

Los gravámenes propiamente tales son los siguientes:

i) Gravamen de cambio: éste afecta a la conversión de las divisas a moneda corriente. Prácticamente todos los productos están libres de este gravamen. A la fecha el cambio oficial era de ₡ 126 (desde 1960) en vez de ₡ 134-136 por dólar, que regía para el resto de las operaciones cambiarias.

ii) Impuesto a la renta e impuesto de timbres y estampillas: este último es el único impuesto de consideración, con incidencia de 4.3% del valor FOB mínimo fijado por el Banco Central.

iii) Derechos aduaneros: éstos alcanzan al 2.5% del precio mínimo de exportación FOB.

/Cuadro 7

Cuadro 7

EJEMPLOS DE LIQUIDACION DE LOS IMPUESTOS A LA EXPORTACION

IMPUESTOS A LA EXPORTACION	PRODUCTOS			
	Alcohol de caña	Madera terciada 3mm 1a. Calidad	Madera terciada 9mm 1a.Cal. 2a.Cal.	
Unidad de cálculo	100 lts.	m ³	m ³	
Precio min. FOB US\$ <u>a/</u>	850	450	305	270
Ingreso min. Exportador ^{b/} (I.M.E.)	₡ 107 100	56 700	38 430	34 020
Valor de aforo	₡ 74 970	39 690	26 901	23 814
GRAVAMENES				
1. De cambio	Libre	Libre	Libre	
2. Impto. a la renta: (1.5% s/I.M.E.) (Ley 1171/66)	₡ 1 607	Libre	Libre	
3. Impto. timbr. y est. (4.3% s/I.M.E.)	₡ 4 606	2 439	1 651	1 462
4. Derechos aduaneros (1% s/I.M.E.)	Libre	397	269	238
5. Adicionales aduaneros (1.5% s/I.M.E.)	Libre	595	404	357
TASAS				
1. Derechos portuarios (0.25% s/Valor aforo más ₡ 136)	₡ 322	234	202	195
2. Inspección sanitaria	₡ Libre	1 000	1 000	1 000
Incidencia de los gravámenes s/I.M.E.	5.8%	6.05%	6.05%	6.05%
Incidencia de los gravámenes + tasas s/I.M.E.	6.1%	8.23%	9.18%	9.56%

Notas: a/ Precio fijado por el Banco Central del Paraguay.
b/ Tasa de cambio 126 ₡ = US\$ 1 a la fecha del estudio.

La parte propiamente de gravámenes tributarios no excede el 6% en los productos con cierta elaboración, como son los tratados en este estudio.

En consecuencia, daría la impresión que un gravamen de esta magnitud no justifica la importancia que le dan los industriales afectados, en el sentido que indican que constituye un freno importante para el desarrollo de las exportaciones. Este gravamen más bien tiene una importancia psicológica y es un elemento llamativo para canalizar las críticas sobre otras deficiencias más importantes del sistema y de los propios exportadores.

Por otra parte, desde el punto de vista fiscal, tampoco puede justificarse como un ingreso indispensable y ni siquiera importante dentro de la composición del ingreso tributario fiscal. Se ha visto antes que este impuesto apenas representa un 0.5% del ingreso fiscal total.

En consecuencia, su mantenimiento, reducción o remoción debería ser, más bien, fruto de una decisión que persiguiera eliminar factores subjetivos que van en desmedro de la política de exportaciones del país y que en nada positivo contribuyen a las partes involucradas.

Finalmente, debería constituir un esfuerzo y un desafío para los exportadores, como grupo social organizado, obtener que el producto del impuesto se destinara a la creación de un fondo de fomento de las exportaciones, el cual deberían comprometer en un plazo dado con el Gobierno para duplicarlo o triplicarlo en sus montos actuales, como resultado de un incremento general de las exportaciones no tradicionales.

b) Financiamiento bancario

Además de la tasa corriente de interés de los créditos de corto plazo, del orden del 20% anual, existen tasas preferenciales de créditos destinados a la industria y a las exportaciones. Estos créditos están constituidos por el 10% de las colocaciones totales de cada banco comercial.

Estas colocaciones especiales se otorgan a una tasa básica de 12% anual; sin embargo, tienen acceso a ella sólo clientes elegidos de cada banco, debido a lo reducido del cupo de 10% de las colocaciones ordinarias totales.

Los créditos de plazo medio y largo para inversión se obtienen normalmente a través de líneas especiales con bancos del exterior. En el mejor de los casos, las tasas son del orden del 8% anual básico y por períodos de hasta ocho años.

Como se desprende de lo anterior, a los niveles de la tasa de interés de mercado, la tasa interna de retorno de cualquier proyecto industrial o exportador debe ser del orden de 25%. Esto, para las actividades orientadas principalmente al mercado interno, es de difícil, ocurrencia, por lo reducido del mismo y consecuentemente de las escalas de producción. Por esta razón, las actividades que se desarrollan hacia afuera y en escalas mayores tienen también mejores posibilidades de alcanzar la rentabilidad indicada.

c) Promoción de las exportaciones

i) Reintegro de gravámenes: En "El Régimen de Comercio Exterior del Paraguay", preparado y editado por el CEPEX, se indica lo siguiente: "Se han dictado diversas normas por las que se liberan a las exportaciones, con carácter general o a determinados productos, de los siguientes tributos: impuesto interno al consumo, impuesto a las ventas, impuesto en papel sellado y estampillas, e impuesto a la renta."

"También existe un régimen de devolución de impuestos internos, para lo cual está previsto un "Fondo de estabilización y compensación de precios de exportación de las industrias y actividades conexas", destinado a reintegrar parcialmente el precio pagado por el producto utilizado en otros bienes destinados a la exportación."

Como se ve, el régimen de devolución o reintegro de tributos y gravámenes internos sobre productos incorporados en bienes de exportación está previsto en la legislación del comercio exterior. No se obtuvieron, sin embargo, antecedentes de casos concretos en que tales devoluciones o reintegros se hubieran realizado en la práctica, ni tampoco a qué montos o niveles podrían alcanzar. Esta circunstancia comprueba nuevamente que, existiendo los mecanismos, es función de los exportadores actuales o potenciales, ejercer los esfuerzos para que estas disposiciones sean implementadas debidamente.

Aparte de lo anterior, el CEPEX ejerce una labor que prima en el aspecto de coordinación de esfuerzos hacia la exportación respecto de la promoción de las mismas. Mantiene un buen nivel de información hacia los industriales y comerciantes en cuanto a oportunidades generales de mercado y también de estudios específicos de oferta y demanda de productos hacia y desde el mercado externo.

En todo caso, es un rol más bien pasivo, con escaso personal y presupuesto reducido. A pesar de ello, el CEPEX ha realizado y/o coordinado, en los últimos 4 o 5 años, numerosos estudios, principalmente de oferta exportable de productos paraguayos, en colaboración con técnicos y expertos de organismos internacionales, según fuera indicado en párrafos anteriores.

Da la impresión, sin embargo, que la acción del CEPEX está orientada a ese tipo de asesoría informativa, tanto a los industriales como al Ministerio de Industria y Comercio del cual depende. Falta una labor más activa y agresiva de contacto permanente con los industriales y exportadores para la promoción concreta de exportaciones. Este tema lo trataremos más "in extenso" en la parte "Conclusiones y Recomendaciones".

ii) Admisión temporaria: Los beneficios de este régimen, consistentes en la suspensión de los derechos a la importación, son otorgados exclusivamente en favor de las industrias que transforman productos de origen paraguayos destinados a la exportación.

En algunos de los productos estudiados en este programa, dicho régimen podría significar un importante estímulo a la exportación. Tal es el caso de los calzados de cuero y ciertos tipos de productos de talabartería, tales como maletas y bolsos, en los cuales se requiere una alta calidad del cuero que no se logra en cantidad suficiente con la materia prima de origen paraguayos. Hubo consenso entre los fabricantes de calzado y las curtiembres que, en este caso, se debería facilitar el uso del sistema de internación temporaria para cueros en bruto o en fases preliminares de curtiembre tipo "wet blue", que serían terminados y cortados en curtiembres paraguayas.

iii) Ley de fomento a las inversiones (Nº 550/75): Esta Ley contempla amplios beneficios de carácter aduanero y tributario para aquellas nuevas inversiones calificadas como "necesarias y convenientes".

Entre los beneficios, se cuentan los siguientes:

- Liberalización total de derechos aduaneros sobre las importaciones de todos los bienes de capital, de los recargos de cambio y de depósitos previos sobre las importaciones de materias primas, envases y otros insumos, cuando no se produzcan en el país o lo sean en cantidad calificada como insuficiente, durante los tres primeros años de operación.

/- Liberación total

- Liberación total de los derechos aduaneros adicionales y otros gravámenes que afectan a las exportaciones.

- Liberación total de los impuestos que gravan la constitución de sociedades, inscripción en el "Registro Público de Comercio", y la emisión, colocación y transferencia de acciones de dichas sociedades.

- Régimen especial para la importación de materias primas e insumos, con exclusión de los envases, destinados a la fabricación de bienes para a la exportación: este régimen consiste a la fecha en un impuesto único del 3% y se aplica en todos los casos que los bienes no son producidos en el país en cantidad, calidad o valor que impidan un precio competitivo en el mercado mundial.

No se eximen las tasas de servicio (portuarios o sanitarios), efectivamente prestados.

Las importaciones deberán ser previamente autorizadas por resolución del Ministro de Hacienda en beneficio exclusivo de la industria a la cual sea otorgada la franquicia.

Como se puede apreciar esta legislación abre perspectivas interesantes para aquellas nuevas industrias que se dediquen a la exportación, o las existentes que se amplíen para abordar el mercado externo, siempre que previamente éstas obtengan la calificación de "industrias necesarias y convenientes".

Esta misma legislación, si se hace operante y expedita y si los industriales exportadores obtienen la otorgación de sus beneficios presenta soluciones satisfactorias para la promoción de las industrias de exportación. Cabe destacar que las industrias consideradas como "necesarias" por la Ley y que, por ello, tienen derecho a las ventajas que establece son, precisamente, aquellas que contribuyen al aumento de las exportaciones.

d) Competencia desleal

Algunos sectores importantes de los analizados en el presente trabajo, señalaron como un obstáculo serio a sus posibilidades de desarrollo un hecho que es vastamente conocido en Paraguay: el comercio fronterizo ilegal y sus consecuencias negativas sobre la producción de bienes paraguayos.

Los sectores seriamente afectados son los de la industria textil y del calzado. Para bienes de este tipo, las fronteras, especialmente la

de Puerto Pte. Stroessner-Foz de Iguazú con Brasil, están prácticamente abiertas y por éstas, entra al mercado paraguayo, tanto a ciudades del interior como a Asunción, un importante y constante flujo de mercaderías.

Esta importación no oficial tiene, a juicio de los industriales locales, un doble efecto de competencia desleal. En primer lugar, casi el total de esta importación entra al país al margen de todo registro de importación y, por lo tanto, no paga derechos aduaneros o gravámenes a la importación. En segundo lugar, estas mercaderías provienen de almacenes francos de la zona fronteriza con Brasil y Argentina, en donde las mercaderías están ya desgravadas y gozan de los beneficios de los regímenes preferenciales que ambos países tienen implantados para fomentar sus exportaciones. En consecuencia, es prácticamente imposible a la producción paraguaya competir con precios que presentan tales ventajas y ésta debe ceder su propio mercado a las "importaciones" que se realizan de esa manera, las cuales, como afirman los industriales textiles alcanzan a copar, en ciertas épocas, cuotas importantes de su mercado interno.

Ello provoca, aparte del cercenamiento del mercado interno, una debilidad estructural de las empresas locales, que no logran financiar adecuadamente sus costos ni alcanzar escalas eficientes de producción. Esto, naturalmente, limita en forma sustancial cualquier iniciativa o esfuerzo que estos sectores pudieran realizar hacia la exportación. Este punto requiere la mayor atención de las autoridades administrativas, razón por la cual ha sido incluido en la parte pertinente de las "Conclusiones" de este informe.

Al respecto, se dan a continuación en el Cuadro 8, cifras del comercio exterior paraguayo con Brasil y Argentina, respectivamente, que resultan inquietantes por la importancia tomada por las "importaciones no registradas" ya comentadas.

Cabe destacar el brusco aumento de las "importaciones no registradas", especialmente en el caso de las de procedencia de Argentina, que casi se triplican en el período 1977-1979.

/Cuadro 8

Cuadro 8

IMPORTACIONES PARAGUAYAS DE BRASIL Y ARGENTINA SEGUN
FUENTES DE INFORMACION

(Millones de dólares FOB)

AÑO	FUENTES DE INFORMACION		Diferencia sin registro importación
	CACEX <u>a/</u>	Banco Central Paraguay	
A. IMPORTACIONES DE BRASIL			
1974	98.0	28.3	69.7
1975	118.3	37.2	81.1
1976	132.1	31.2	100.9
1977	185.2	54.0	131.2
1978	224.3	62.7	161.6
1979	324.4	96.4	228.0
SUMAS	<u>1 082.3</u>	<u>309.8</u>	
DIFERENCIA ACUMULADA:			<u>772.5</u>
AÑO	FUENTES DE INFORMACION		Diferencia sin registro importación
	I.N.E.C. <u>b/</u>	Banco Central Paraguay	
B. IMPORTACIONES DE ARGENTINA			
1974	51.6	48.4	3.2
1975	37.3	33.2	4.1
1976	56.4	37.8	18.6
1977	84.8	43.2	41.6
1978	127.5	48.8	78.7
1979	184.0	74.0	110.0
SUMAS	<u>541.6</u>	<u>285.4</u>	
DIFERENCIA ACUMULADA:			<u>256.2</u>
C. TOTAL IMPORTACIONES NO REGISTRADAS DE BRASIL Y ARGENTINA (1974-1979)			<u>1 028.7</u>

a/ Carteira de Comercio Exterior (Brasil)

b/ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (Argentina)

/Las cifras

Las cifras anteriores son especialmente dramáticas si se considera que las importaciones no registradas desde Brasil y Argentina alcanzaron en 1979 a US\$ 338 millones, en circunstancias que el total oficial de importaciones FOB del Paraguay ascendió, en el mismo año 1979, a US\$ 431.8 millones. O sea, las importaciones no registradas representan casi 4/5 partes de la importación oficial registrada.

El detalle de las exportaciones reales efectuadas desde Argentina hacia Paraguay se presenta en el Anexo J.

e) La incidencia del costo del transporte

El costo del transporte marítimo y terrestre presenta una importante incidencia en la posición competitiva de la mayoría de las exportaciones, o en el potencial de éstas, analizadas en este estudio. Esta incidencia negativa se debe a dos factores de desventaja en relación a países que cuentan con puertos de mar: el costo del flete para llegar desde Asunción a puertos de salida de Argentina o de Brasil, y en segundo lugar, los costos de trasbordo o de carga-descarga-carga en el caso de combinar flete terrestre-flete marítimo al destino final.

La situación descrita es especialmente válida para la mayoría de las exportaciones del Paraguay, las que se orienten principalmente hacia Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico, en América; Alemania, Bélgica, Holanda, Dinamarca y países escandinavos en Europa Occidental.

Sin embargo, no debe olvidarse que en algunos casos, como son las exportaciones de tejidos de algodón, de prendas de vestir, de tejidos y bordados artesanales, la ubicación geográfica de este país frente a los mercados argentino y brasileño se transforma en una ventaja en relación a la competencia que pueden presentar productores asiáticos (Hong Kong, Corea del Sur y Taiwan) en los mercados mencionados y en el de Sudamérica en general (Argentina, Brasil, Uruguay y Chile).

En el caso de exportaciones a Norteamérica o Europa, la desventaja con respecto a exportadores brasileños, argentinos o chilenos puede evaluarse, como se dijo antes, en términos del costo de los fletes para llegar al puerto marítimo principal, más los costos de trasbordo o carga y descarga. Esto representa, en el caso de flete fluvial en puertos argentinos o brasileños, entre US\$ 25 a 30 por metro cúbico de carga. A eso debe

/agregarse el

agregarse el costo del manipuleo en origen y destino (aproximadamente 20%), alcanzando una cifra total del orden de 36 dólares/m³. Se puede apreciar por la magnitud que reviste la desventaja de la ubicación geográfica del Paraguay para sus exportaciones a Norteamérica y a Europa.

No es fácil imaginar alternativas de solución para el problema descrito. Evidentemente la bonificación a este tipo de costo de exportación es una solución viable, si se contara con la reglamentación necesaria para limitarlo a la exportación calificada como "no tradicional" o de productos manufacturados.

De no ser posible o deseable lo anterior, sólo cabe la negociación con las líneas navieras para obtener condiciones preferenciales de tarifas de fletes, que a lo menos aminoren la desventaja de la ubicación geográfica.

F. ANALISIS PARTICULAR DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR GRUPOS-FAMILIAS DE PRODUCTOS SELECCIONADOS

1. Alcohol de caña ("caña paraguaya")

Este sector productivo tiene una conformación en estratos, en gran parte como consecuencia de la existencia y acción del monopolio estatal ejercido por la Administración Paraguaya de Alcoholes (A.P.A.L.), la cual tiene la exclusividad de la producción (añejamiento), del embotellamiento y de la comercialización.

Para efectos del presente programa, se analizaron tres estratos fundamentales en la producción de la "caña paraguaya", a saber:

- el proceso de destilación de la caña dulce o "miel de caña";
- la función que cumple la A.P.A.L.; y
- la labor de fraccionadores legalmente autorizados para envasar y comercializar alcohol de caña, paralelamente a la A.P.A.L., obteniendo de este organismo la caña blanca para su añejamiento y envase.

a) Los estratos del proceso productivo

La materia prima es básicamente la misma que se destina a la producción de azúcar; existen, sin embargo, extensas regiones agrícolas donde, por razones de distancia, no resulta posible llegar en forma económica con

/la caña

la caña a los ingenios azucareros y se destina la caña de azúcar a la producción de "miel de caña" o caña dulce. Son normalmente agricultores pequeños los que entregan su producción a industrias comunales. El jugo de caña se extrae por métodos rudimentarios. Utilizan normalmente un sólo trapiche y motores a petróleo, con lo cual se pierde aproximadamente la mitad de la producción posible. El costo es además mucho más alto que se se utilizaran hornos alimentados por el bagazo de caña. Esta "miel de caña" se entrega luego a las destilerías, de las cuales existen 75 actualmente, con diferentes grados de tecnología, la mayoría situadas en los alrededores de Asunción.

Las técnicas agrícolas empleadas en el caso de la caña para miel, dejan bastante que desear. No se hace rotación de cultivos, sino que sólo se amplía la superficie cultivada ante el agotamiento de la tierra. Esto, unido al escaso uso o conocimiento de pesticidas y abonos, ha hecho disminuir los rendimientos desde 80 TM/há, hace un decenio, hasta el promedio actual de 35-40 TM/há. Esta falta de productividad se traduce en un creciente precio de la "miel de la caña", precio que en la actualidad alcanza \$ 22 por litro. Los destiladores adquieren la caña dulce o jugo a este precio y obtienen un litro de alcohol de caña por cada dos litros de caña dulce.

La destilación consiste básicamente en refinar la miel de caña y clasificarla de acuerdo a su grado alcohólico. El producto es entregado después de la A.P.A.L., la cual recibe el alcohol con un mínimo de 75º G.L.

Este organismo fija cuotas máximas de compra a cada destilería, con lo cual automáticamente les fija su nivel de producción por ser el único poder comprador y estar prohibida además la comercialización del alcohol de caña, excepto para la A.P.A.L. Ante este hecho, los destiladores estiman tener una considerable capacidad ociosa, pues las cuotas de la A.P.A.L. copan sólo dos meses de su capacidad de producción promedio. A su vez, este mismo organismo fija el precio de compra del alcohol de caña. El precio es actualmente de \$ 65 por litro.

El precio de venta de la A.P.A.L. de la caña envasada es del orden de \$ 230 - 250, equivalente a un litro de 45º G.L.

En consecuencia, la estructura de costos sería aproximadamente la siguiente:

/- Precio

- Precio de adquisición para la destilería	₡ 22	8.8%
- Costo de materia prima por litro de alcohol de caña	₡ 44	17.6%
- Precio de adquisición del alcohol 45º por A.P.A.L.	₡ 65	26.0%
- Precio de venta de A.P.A.L. a distribuidores	₡ 250	100.0%

En otras palabras, las destilerías agregan a la materia prima (jugo de caña) un 8% y la A.P.A.L. un 74% del precio final.

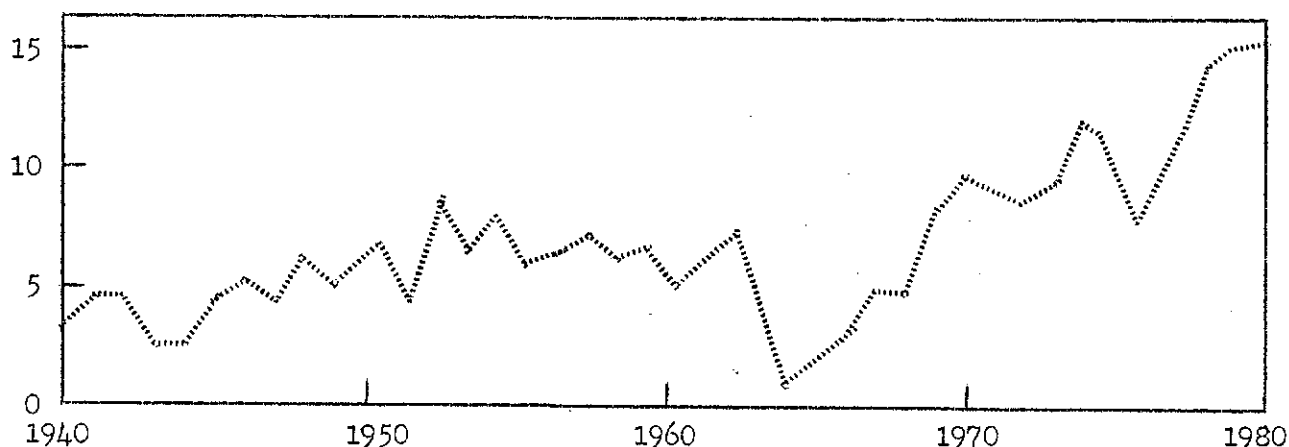
b) La gravitación de la A.P.A.L. en la oferta

Como queda dicho más arriba, la A.P.A.L. tiene el monopolio de la compra de alcohol de caña a las destilerías para su posterior añejamiento, reducción del grado alcohólico y comercialización.

En el gráfico siguiente, se puede observar claramente como la producción de alcohol de caña tuvo un fuerte repunte cuando la A.P.A.L. inició sus actividades en 1951, reemplazando a un ente mixto público-privado (COPAL).

Gráfico 1

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE CAÑA PARAGUAYA
(millones de litros por año)



Fuente: ABC Color. Suplemento Económico. 22 de Marzo de 1981.

Nota: En 1980 la producción de caña paraguaya apenas superó el volumen obtenido en 1979. La saturación del mercado interno y la ausencia de iniciativas para la exportación del producto son dos factores que han incidido negativamente en la evolución de esta industria.

/Sin embargo,

Sin embargo, luego de una fuerte baja en 1964, la producción ha experimentado la tendencia que se presenta en el Cuadro 9.

Cuadro 9

PRODUCCION DE "CAÑA PARAGUAYA" 450 G.L.

AÑOS	Millones litros	% Variación anual	Indice 1980 = 100
1975	11.5	----	72.8
1976	8.8	- 3.5	54.3
1977	11.8	34.1	72.8
1978	14.5	22.9	89.5
1979	15.2	4.8	93.8
1980	16.2	6.6	100.0

Fuente: A.P.A.L., Memoria y Balance 1970 - CEPEX: Estimación cifras 1980 según la producción real durante 11 meses de 1980.

En el quinquenio, la producción de la A.P.A.L. aumentó a un promedio anual de 13%. En cambio, en 1979 y 1980, el incremento anual fue del 5-6%.

Por su parte, las ventas de la A.P.A.L. al mercado interno y las exportaciones fueron las que se presentan en el Cuadro 10.

Las cifras del Cuadro 10 permiten concluir que, aunque la capacidad de destilación ha aumentado considerablemente en el último decenio, la A.P.A.L. no ha conseguido ampliar la demanda del mercado interno, sino más bien lo ha perdido en beneficio de los alcoholes importados, en proporción principalmente al consumo de whisky.

Tampoco la alternativa de exportar ha sido aprovechada, aunque se asegura que la "caña paraguaya" tiene una clara demanda potencial en el exterior. En efecto, después de efectuar exportaciones esporádicas que no superaron algunas decenas de miles de litros, las ventas al exterior han sido nulas. Ejecutivos de la empresa han manifestado que no existe ningún programa de desarrollo de las exportaciones para el futuro inmediato.

c) La alternativa de la exportación

Frente a la aparente capacidad ociosa importante que tienen las destilerías y a las existencias en reserva de caña añejada en la A.P.A.L., resulta evidente la necesidad de analizar las posibilidades de exportación:

Cuadro 10

A.P.A.L.: VENTAS Y EXPORTACIONES DE ALCOHOL DE CAÑA
(Millones de litros)

AÑOS	Ventas en el mercado interno	% Variación anual	Exportaciones	Exportaciones en porcentaje de la producción
1975	9.96	---	0.14	1.40
1976	10.40	1.0	0.08	0.48
1977	11.26	8.3	0.10	0.89
1978	10.54	-6.4	0.09	0.85
1979	12.07	14.5	0.00	0.00
1980	11.89	-1.5	0.00	0.00

i) Oferta disponible exportable: Las existencias en bodega de la A.P.A.L. al 31 de diciembre de 1980, según informaciones del organismo, eran de 4 601 501 litros de alcohol de caña, marca "Aristócrata", es decir casi un 40% de la venta total en el mercado interno. Aparte de ésto, se mantenía una existencia, a la misma fecha, de 10 152 044 litros de caña blanca, es decir el alcohol de caña en proceso de tipificación y envejecimiento. A mayor abundamiento, el programa de recepción de caña blanca autorizado por el Ministerio de Industria y Comercio para 1981 es de 17 000 000 litros.

En consecuencia, podría orientarse a la exportación una parte sustancial de las existencias de caña añejada, sin afectar para nada el abastecimiento del mercado interno.

ii) Calidad: A juicio de los destiladores y fraccionadores, la "caña paraguaya" es superior a la producida en otras regiones, ya que gracias al control de producción que ejerce la A.P.A.L., se emplea el jugo puro concentrado de la caña, sin ningún tipo de adulteración. La "caña paraguaya" proviene de ese jugo o "miel de caña", el cual, alcanzada determinada densidad, se hidrata, se provoca su fermentación y se destila en equipos especiales que constan de una columna de cobre. Esta técnica es muy antigua dando al alcohol de caña paraguaya un sabor y un aroma diferentes a aquellos del tipo del ron, el cual normalmente se hace a partir de melaza,

/subproducto de

subproducto de la fabricación de caña de azúcar. En cambio, la "caña paraguaya" proviene directamente del jugo concentrado o "miel de caña".

iii) Precio: Según la A.P.A.L., el precio de exportación de la "caña paraguaya" podría ser, en primera instancia, de ₡ 160 FOB, en botella de vidrio, es decir el precio del mercado interno, o sea, ₡230, deduciendo el impuesto interno a las ventas de alcohol. Probablemente pueda ofrecerse aún un precio inferior dado que el margen obtenido por la A.P.A.L. es del orden de ₡ 100 entre la compra de la caña blanca (₡ 65 por litro) y el precio neto de las ventas.

En todo caso, es interesante destacar que, en el mercado internacional, el aguardiente brasileño equivalente tiene un precio de ₡ 180 el litro, lo cual permitiría al alcohol de caña paraguayo competir en buenas condiciones.

Para ello, es requisito indispensable una política agresiva de promoción de exportaciones, la cual debería ser ejecutada por la A.P.A.L., aprovechando toda su infraestructura comercial, en conjunto con los fraccionadores particulares que ya han iniciado sus primeras experiencias exportadoras en el mercado argentino.

En tales condiciones, la exportación de alcohol de caña, con un precio de US\$ 1.30 el litro, podría alcanzar a US\$ 5 000 000 anuales si se lograran colocar los actuales excedentes añejados de 4 000 000 de litros que mantiene la A.P.A.L.

d) La participación de los productores privados

A partir de 1975, se autorizó legalmente el añejamiento, el fraccionamiento y la venta de alcohol de caña por los productores privados, previamente autorizados por una Resolución del Ministerio de Industria y Comercio, a proposición de la A.P.A.L.

A estos industriales se les asignan cupos de producción anuales por la A.P.A.L., a la cual deben adquirir la caña blanca ya tipificada. En caso que el fraccionador sea a su vez destilador, el producto que éste entrega a la A.P.A.L. (alcohol de caña entre 72º y 76º G.L.) no es necesariamente el mismo que recibe cuando adquiere la caña tipificada por la A.P.A.L. Este organismo les entrega el equivalente de ₡ 90 por litro de 45º, precio que, en opinión de los fraccionadores, es demasiado alto,

/considerando que

considerando que el precio de venta final al público está fijado también por la A.P.A.L. en ¢ 230 aproximadamente. Este último debe absorber los costos de envejecimiento, clasificación, embotellamiento, tapas "pilfer-proof", embalaje y comercialización. Por esta razón, los productores privados fraccionan casi exclusivamente la caña del tipo económico, o sea de gradación superior a 45º.

Uno de los principales fraccionadores privados ha emprendido una gestión de exportación a la Argentina, en carácter de prueba, del orden de 25 000 litros. Dicho fraccionador ocupa actualmente sólo un 20% de su capacidad instalada de embotellamiento, que es de 900 - 1 000 botellas/hora. Su única limitante, aparte de los cupos que le fije la A.P.A.L., es la importación de barricas de roble de Estados Unidos, en las cuales el alcohol de caña es envejecido durante 2 a 5 años.

Sin embargo, al contar con mercados de exportación podría sin ninguna dificultad, exportar de 1 000 a 1 200 docenas de botellas mensuales en el plazo inmediato, es decir de 12 000 a 15 000 litros/mes. En su plan de exportación para 1981, éste contempla, a partir del 2º semestre, la venta de 1 000 docenas/mes en Argentina, para lo cual ya tiene contratado un crédito con el Banco de Fomento para la compra de vasijas de roble con un plazo de 5 años y 14% de interés anual.

En resumen, la oferta exportable de alcohol de caña podría esquematizarse como sigue:

Exportadores de Alcohol de caña	Exportaciones a Corto plazo (2º semestre 1981) (1 000 litros)	Exportaciones a Plazo mediano (1982-1983) (1 000 litros)
A.P.A.L.	4 000	6 000
Fraccionadores privados	70	150
TOTAL	<u>4 070</u>	<u>6 150</u>
Valor aproximado en US\$ a/	4 900 000	7 300 000

a/ Un litro de alcohol de caña tiene un valor aproximado de US\$ 1.20.

/Cabe destacar

Cabe destacar que las cifras del Ministerio de Industria y Comercio sobre "valor bruto de la producción industrial", en lo referente a la fabricación de alcohol de caña, consignan exclusivamente las cifras de la producción oficial de la A.P.A.L. de caña añejada, no considerando la producción de fraccionadores privados que comenzó en 1976.

2. Aceite de maní

La producción bruta de aceite de maní, conforme a las cifras oficiales del Ministerio de Industria y Comercio, ha sido la siguiente durante el período 1974/1980.

Cuadro 11

PRODUCCION BRUTA DE ACEITE DE MANI

AÑOS	Producción en:		Valor promedio en ¢/litro.
	Miles de litros	Millones de ¢	
1974	1 292	115.9	89.70
1975	1 073	104.2	97.11
1976	1 513	150.6	99.54
1977	2 049	217.2	106.00
1978	3 190	254.8	79.87
1979	1 783	213.1	119.52

Fuente : Ministerio de Industria y Comercio/Central de Cooperativas Mennonitas del Chaco.

a) Las cooperativas mennonitas del Chaco

Son entidades privadas, constituidas por inmigrantes mennonitas de origen alemán en su mayoría, que se establecieron en Paraguay en carácter de colonizadores a partir de 1921. En aquella época, suscribieron un convenio directamente con el Gobierno del Paraguay, aprobado por Ley por el Congreso de la época, el cual por su interés se incluye en el anexo K. Se establecieron en su gran mayoría en el Chaco paraguayo, constituyendo a la fecha varias colonias en esa localidad con más de 2 500 familias.

/Se dedican

Se dedican fundamentalmente a la explotación agrícola-ganadera y son también importantes productores de aceite comestible. Se estima que producen el 95% del aceite de maní total del país.

La semilla de maní de primera clase la exportan casi en su totalidad a Brasil y Argentina. No fue posible obtener el valor de estas exportaciones y probablemente las cifras del Ministerio de Industria y Comercio, que se transcriben a continuación, no reflejan la exacta realidad de las exportaciones mennonitas de maní.

Cuadro 12

EXPORTACIONES PARAGUAYAS DE SEMILLA DE MANI Y DERIVADOS

Productos exportados	1976		1977		1978		1979	
	TM	US\$ miles	TM	US\$ miles	TM	US\$ miles	TM	US\$ miles
Semilla de maní	120	59	525	159	233	90	275	109
Maní s/cáscara	32	19	735	394	690	288	2 407	966
Expeller de maní	1 000	100	1 000	93	500	55	1 000	140
Harina de maní	500	33	500	58	---	---	---	---
TOTAL								
Valor en miles US\$		<u>211</u>		<u>704</u>		<u>433</u>		<u>1 215</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio - Producción nacional

Tal como en otros casos, es clamor público la fuga de materia prima hacia las fábricas brasileras. Los acopiadores del vecino país ingresan en sus propios camiones hasta las zonas productoras a efecto de adquirir la mayor cantidad posible de semilla de maní.

En cuanto a la producción de aceite de maní consignada en el cuadro anterior, se observan fuertes discrepancias entre las cifras oficiales del Ministerio de Industria y Comercio y las obtenidas de la Central de Cooperativas Mennonitas.

Fue una tarea extremadamente difícil obtener de dicha Central la escasa información que finalmente entregaron tras muchas postergaciones. No fue posible entrevistarse con los encargados de las oficinas comerciales de

/las respectivas

las respectivas cooperativas principales (Fernheim, Choltitzer y Neuland), ni tampoco se permitió una visita del consultor a las granjas o industrias en el Chaco, acompañado de funcionarios del Ministerio de Industria y Comercio y del CEPEX.

Con esa escasa información, fue posible deducir lo siguiente:

- i) En la Cooperativa Choltitzer, es producido el 90% del aceite de maní del país;
- ii) el 100% de la producción se vende en Asunción y en las ciudades del interior del país, especialmente aquellas ubicadas en el Chaco o sus cercanías;
- iii) la comercialización se hace directamente a través de las oficinas de venta de las propias cooperativas;
- iv) no exportan a la fecha porque, a su juicio, su costo es alto y el flete hasta Asunción muy caro.

No fue posible obtener información de cuáles serían los precios de la competencia, ni cuáles son las razones de sus altos costos de producción. Aparentemente, la razón para no exportar radica en que no ofrecen créditos teniendo presente el bajo costo de la mano de obra menonita (sistema cooperativo y formación religiosa). Por otra parte, la liberación de todo tipo de impuesto nacionales y derechos aduaneros debería permitir, por el contrario, costos muy competitivos. Además, por su pureza, el aceite de maní del Paraguay tiene una especial cotización ya que se sabe que otros productores, como Argentina, lo mezclan con semillas de girasol, de valor muy inferior.

La principal competencia en el mercado interno es el aceite de soja. Sin embargo, en la actualidad, éste tiene una producción superior en más de 10 veces al aceite de maní, lo cual permite aparentemente colocar toda la producción de éste último en el mercado paraguayo. El aceite de maní es preferido para el consumo interno, aunque su precio sea superior al de la soja.

b) Perspectivas de la oferta

El aceite de soja ha tenido un acelerado crecimiento de su producción. En 1977, esta producción creció en un 41% y en 1978 en un 17.5%. En 1979, se registró un estancamiento, debido probablemente a la gran sequía de 1978.

/Los valores

Los valores de las exportaciones, por otra parte, son mínimos. De una producción bruta de US\$ 14.3 millones en 1979, apenas se registran exportaciones por US\$ 113 000. Ello podría significar que los incrementos de la producción de aceite de maní, que son también muy significativos, tiendan a desplazarse hacia los mercados externos ante la imposibilidad de tomar una cuota mayor del mercado local frente a la competencia del aceite de soja.

Se se mantiene, por ejemplo, el promedio de crecimiento de los tres últimos años del aceite de maní, o sea 70%, la producción estabilizada o de muy lento crecimiento de este aceite alcanzaría a 16 000 000 litros.

Es difícil imaginar que un crecimiento de esa magnitud del aceite de maní sea adquirido por el mercado interno, razón por la cual es lícito suponer que el 50% de éste se destinará a la exportación, o sea, 1 300 000 litros.

El mercado internacional de aceite de maní es muy promisorio para los exportadores con capacidad de oferta. Las cosechas 1979/1980 de maní han sido muy pobres, especialmente en Estados Unidos, con lo cual se espera que el total de exportaciones de aceite decrezca a aproximadamente 316 000 TM en comparación con las 375 000 TM de 1979/1980.

Los principales exportadores mundiales son Estados Unidos, Brasil y Argentina, como se aprecia en el Cuadro 13, el que contiene también antecedentes sobre exportaciones y precios.

En cuanto a los precios internacionales del aceite de maní, la revista "Oil World", citada en el Cuadro 13, daba las cifras siguientes, en US\$/TM, CIF Rotterdam:

- Precio promedio 1979	784
- Precio promedio Octubre 1980:	934
- Precio promedio Noviembre 1980:	1 075

En virtud de las bajas previstas de producción y exportación, estos precios se mantendrán altos o aumentarán, aún más para la cosecha mayo-abril 1981, en Estados Unidos. A la fecha, se están pagando premios fuera de lo común (US\$ 360 TM), en relación a los precios de los productos competitivos, como el aceite de maravilla y de algodón.

Los principales importadores de aceite de maní son la Comunidad Económica Europea, la Unión Soviética, Canadá y Japón.

Cuadro 13

EXPORTACIONES MUNDIALES DE SEMILLA DE MANI Y DERIVADOS
(Miles de TM.)

	1976	1977	1978	1979	1980
Exportación mundial de maní	960.6	781.8	778.2	724.7	626.9
Idem para consumo directo	457.4	376.4	407.0	438.7	443.0
Exportación mundial de aceite de maní	464.6	533.6	375.4	442.2	335.2a/
<u>Principales exportadores de aceite maní</u>					
Estados Unidos	b/	45.4	40.4	5.0	9.0
Brasil	b/	49.5	60.3	82.7	105.0
Argentina	b/	131.5	94.9	126.5	71.0

Fuente: Revista "Oil World", 21 de noviembre de 1980.

a/ Estimación

b/ Cifras no disponibles

Se estima que Argentina y Brasil no podrán llenar el vacío de la baja cosecha norteamericana, ya que ambos países parecen haber agotado sus reservas de semilla de maní como consecuencia de las voluminosas exportaciones efectuadas durante 1980, de 51 000 y 22 000 TM respectivamente.

Estas deprimidas perspectivas de abastecimiento de aceite de maní en la Comunidad Económica Europea, principal consumidor mundial, constituyen la razón básica del afianzamiento en la sostenida tendencia de alza de los precios mundiales de este producto. Se espera que la oferta mundial de aceite de maní de la cosecha 1980-81 caiga en un 7%. (Véase Cuadro 14).

Por las razones anotadas, las perspectivas de entrada del Paraguay en el mercado mundial serían muy favorables, ya que si el precio FOB en Paraguay disminuyera en un 20% con respecto al precio interno actual, el ingreso de divisas que se podría lograr sería del orden de US\$ 1 000 000 en el plazo inmediato.

Cuadro 14

EVOLUCION DEL ABASTECIMIENTO DE ACEITE DE MANI EN
EUROPA OCCIDENTAL (1976/1980)

(En miles de TM.)

	1976	1977	1978	1979	1980
PRODUCCION					
Comunidad Económica Europea (C.E.E.)	191	129	113	90	50
Importación C.E.E.	283	281	300	330	b/
Importación otros países de Europa a/	5	4	6	5	b/
Déficit neto	97	156	193	245	b/
SITUACION STOCKS MUNDIALES					
Stocks iniciales	440	405	340	401	344
Producción	2 688	2 480	2 775	2 693	2 527
Consumo c/	2 723	2 545	2 714	2 750	2 546
Stocks finales	405	340	401	344	325

Fuente: Revista "Oil World", ya citada.

a/ Austria, Noruega, España, Suecia.

b/ Cifras no disponibles

c/ Incluye cambios en los stocks invisibles.

/A partir

A partir de esas cifras, una proyección de la oferta exportable a mediano plazo sería la siguiente:

Años	Miles de litros	Miles de US\$ FOB a/
1981	1 300	1 000
1982	1 560	1 200
1983	1 880	1 400
1984	2 260	1 700
1985	2 700	2 000

a/ Precio promedio del aceite de maní: US\$ 0.76 FOB por litro.

El supuesto anterior se basa en que el precio FOB internacional se mantenga constante a US\$ 0.76 por litro de aceite (dólares de 1980).

3. Artículos de cuero

En este sector, se analizaron en profundidad dos subsectores por sus evidentes posibilidades de desarrollar exportaciones en el corto plazo:

- Zapatos de cuero
- Talabartería y marroquinería de artículos de viaje

a) Descripción general del sector

El Paraguay ha sido tradicionalmente un importante exportador de cueros de vacuno, prácticamente, sin ningún tratamiento, salvo la indispensable saladura.

Ultimamente, sin embargo, se ha limitado legalmente la exportación de cueros a un tratamiento mínimo de curtiembre química, conocido como "wet blue".

Los métodos del proceso de curtiembre han mejorado también notoriamente en los últimos tres o cuatro años, lo cual ha permitido un mayor desarrollo de la industria de talabartería y de calzado.

Los datos sobre la producción se detallan a continuación:

Cuadro 15

PRODUCCION NACIONAL DE CUEROS Y PRODUCTOS DERIVADOS DEL CUERO

PRODUCTOS	1976		1977		1978		1979	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Curtiduría	13 283	922.9	14 667	1 064.8	13 787	1 110.6	9 444	1 090.5
Cueros curtidos y cortados	3 655	437.2	3 765	470.6	3 539	464.9	3 645	526.0
Productos de talabartería	...	50.9	...	54.4	...	58.6	...	73.2
Artículos de viaje y similares	...	11.7	...	12.6	...	13.7	...	166.2
Calzados	2 724	2 633.3	2 800	2 828.4	2 884	3 061.8	3 172	3 699.2

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. Producción industrial

Notas: Valores en millones de Guaraníes
 Curtiduría: Volumen en toneladas métricas
 Cueros curtidos y cortados: Volumen en miles de pies²
 Calzados: Volumen en miles de pares

b) Curtiembres

Al nivel de procesamiento primario, se observa en las curtiembres industriales, situadas principalmente en Asunción, la repercusión de problemas que se originan en el sector ganadero. Aún se encuentra a nivel muy precario el tratamiento adecuado de enfermedades y parásitos que dañan irremediablemente la piel de los animales. Esto ha ido mejorando lentamente, pero todavía está muy lejos de obtenerse la calidad de los cueros que llegan normalmente a las curtiembres argentinas. También, en las mismas curtiembres se utilizan tecnologías muy primarias, especialmente, en las situadas en el interior del país, por lo cual los cueros no quedan bien desalados o limpios.

Todo lo anterior impide que las curtiembres estén en condiciones de entregar a las fábricas de calzado y talabarterías, cueros curtidos para llevar a cabo trabajos de primera calidad capaces de competir con éxito en el mercado internacional.

Cabe señalar que la oferta de cueros a las curtiembres es independiente de la demanda de éstos por los usuarios. Depende directamente del consumo de carne para la alimentación.

El cuero como subproducto del faenamiento de reses, tiene dos salidas comerciales posibles: se exporta directamente como cuero crudo o simplemente salado, o va a las curtiembres para su posterior utilización en la manufactura de productos de cuero (zapatos y/o talabartería). Esto no incluye una cierta cantidad de cueros que son desechados antes de cualquiera de estas alternativas, lo cual se estima en 20% del total de animales faenados según "Industrialización del cuero vacuno", publicación de la Oficina Nacional de Proyectos, Asunción 1971.

Los cueros de mayor calidad y que por ende se destinan en su mayoría a la exportación son los procedentes de los frigoríficos, donde la faena de la matanza se realiza con mejores métodos. Los cueros salados en la campaña o "cueros de campo", en cambio, son de inferior calidad y constituyen la mayoría de los que se destinan a las curtiembres nacionales.

Hasta 1970, se destinaba a la exportación un 55% del cuero disponible, en su mayoría procedente de frigoríficos y un 40% se quedaba en el país para su posterior elaboración.

Para el sector de la curtiembre, se extraen interesantes recomendaciones de un estudio publicado en 1978 por el CEPEX y la Comisión de la Comunidad Europea.^{1/} "En la producción de artículos elaborados de cuero existe una dependencia total del cuero utilizado como materia prima. A través del curtido mineral (químico) del cuero utilizado en las curtiembres mejor instaladas, es posible obtener una calidad y homogeneidad aceptables, lo cual hace que el cuero tratado se exporte o tienda a exportarse casi totalmente, quedando para el consumo interno el cuero curtido en forma artesanal muy rudimentaria, con tratamiento vegetal (tanino). Por esta razón presenta notables imperfecciones".

"Sin embargo, -sigue diciendo el citado informe-. se deberá tratar de remediar los problemas que aquejan al sector de curtiembres vegetal o curtiembres de campo, dada la necesidad de mantener la exportación de cuero materia prima de calidad aceptable, por la entrada de divisas que ello significa".

"Además, dada la increíble aceptación en el mercado europeo de productos fabricados con cueros originados en curtiembres de procedimiento vegetal, es doblemente necesario ir en ayuda de estas curtiembres a través de organismos como el Instituto Nacional de Normas y Tecnología (INTN) y el Centro de Producción Artesanal (CPA)".

Cabe destacar que, desde 1970, el Gobierno ha prohibido la exportación de cueros en bruto, simplemente salados o salmorados. Con ello, la industria local tiene mejores posibilidades de lograr un buen abastecimiento de cueros de buena calidad para ser utilizados en las manufacturas de cueros.

De las cifras anteriores, se desprende que mientras la exportación de cueros diversos se mantiene estable en el período 1976-1979, la de cueros de curtiembre y "wet blue" (tratados al cromo) ha aumentado notablemente.

c) Centro de Promoción Artesanal (CPA)

Con escasos medios pero bajo una acertada dirección, el CPA promueve, entre muchas otras tareas, el mejoramiento de la tecnología de las curtiembres artesanales (proceso vegetal) y la fabricación de productos artesanales

^{1/} "Análisis, desarrollo y adaptación de artículos de cuero para la exportación a países de la Comunidad Económica Europea", por el señor Kirk Jacobs, experto de la CEE. Marzo 1978.

Cuadro 16

EXPORTACION PARAGUAYA DE CUEROS Y PIELES PROCESADOS

PRODUCTOS	1976		1977		1978		1979	
	TM	Miles US\$	TM	Miles US\$	TM	Miles US\$	TM	Miles US\$
- CUEROS								
De vacuno curtidos	2 494	1 693	4 124	3 388	7 047	5 000	3 507	3 180
- CUEROS CURTIDOS								
Tipo "wet blue"	100	72	649	516	890	804
- CUEROS								
Para guantes semi-terminados	57	217	37	226
OTROS CUEROS Y PIELES	3 206	1 037	2 669	2 045	2 618	2 118	2 264	1 916
TOTAL	<u>5 400</u>	<u>2 730</u>	<u>6 893</u>	<u>5 505</u>	<u>10 371</u>	<u>7 841</u>	<u>6 698</u>	<u>6 126</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. Estadísticas de Comercio Exterior

y semiartesanales de talabartería, principalmente artículos para viajes, tales como bolsas, carteras y maletas.

Las curtiembres artesanales son unas 200 en el país con un promedio de empleo de 10 personas. Se han llevado a cabo para estas industrias a lo menos dos cursillos para la utilización del método de curtiembre en tambores "full long", con técnicos de INTN.

Partiendo de la premisa que la labor artesanal debe iniciarse con la materia prima obtenida de curtiembres también artesanales, el pensamiento del CPA es, desde luego, el mejoramiento de los métodos de éstas últimas. Además, el Centro acepta que para productos de especial calidad, como aquellos destinados a la exportación en serie (bolsos, carteras, zapatos), deben utilizarse cueros de curtiembres industriales que garanticen la calidad de terminación del curtido que se requiere en estos casos.

/Paralelamente, el

Paralelamente, el CPA realiza una labor de tipificación de los productos artesanales de cuero, de acuerdo con su calidad y, conforme a esta tipificación, orienta los productos hacia la exportación o hacia el comercio local. Facilita asistencia financiera también a los artesanos y se encarga de la labor de distribución al comercio interno y/o de la exportación contra pedidos del extranjero, sin ningún fin de lucro, cubriendo solamente sus gastos propios.

En sus exportaciones, el CPA está exento del impuesto a las exportaciones y debe pagar solamente la tasa de cambio de divisas del 3%.

d) Talabartería y marroquinería artesanal

Esta actividad constituye, junto con la fabricación de calzado, la mayor demanda de cueros para manufacturas. Está constituida por artesanos o pequeños talleres con un promedio de ocupación de 4 a 5 personas.

Algunos de éstos, como se ha indicado, exportan parte de su producción por intermedio del CPA. La mayoría la vende al comercio local, donde es adquirida por los turistas.

El interesante informe citado antes preparado por el señor Kirk Jacobs, experto de la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE) en conjunto con el CEPEX, se aboca principalmente a un análisis de este segmento del mercado de los productos de cuero y llega a las siguientes conclusiones:

i) En los próximos años se observará una vuelta a lo natural y a la "onda deportiva" en el mercado europeo, como resultado del cansancio de la sobreindustrialización y la contaminación ambiental de las grandes ciudades; de allí, el deseo del consumidor por la pureza de lo natural y las cosas fuertes y crudas.

ii) En el mercado europeo existen marcadas diferencias de gustos entre los países latinos y los nórdicos. Los primeros son de gustos anti-conventionales, prefieren materiales de líneas suaves y orgánicas, diseños refinados y sofisticados. La utilidad práctica para ellos está en segundo lugar. Los nórdicos y sajones gustan, en cambio, de los diseños simples y prácticos. Los artículos deben ser limpios y bien terminados. Dan mucha importancia a los detalles de terminaciones y son bastante convencionales en sus gustos.

Este segundo grupo resulta, a juicio del experto citado, el más indicado para colocar los productos paraguayos. Entre estos países, se cuentan principalmente la República Federal de Alemania, los países escandinavos, Holanda y el norte de Bélgica. Los principales productos demandados son: maletines, bolsos de mano, bolsos deportivos, equipaje de mano, billeteras y monederos.

En principal problema de la oferta paraguaya, en este sector, es su pequeñez. Los esfuerzos deberían concentrarse en un solo mercado y este debería ser, a juicio del experto, la República Federal de Alemania. Sin embargo, como hay que competir allí con los propios fabricantes alemanes y con los de origen italiano, que son grandes exportadores de artículos de cuero, aunque en la "onda sofisticada", es necesario hacer un acabado estudio de las características de ese mercado.

Para enfrentarlo el Paraguay posee buenas condiciones básicas para elaborar cueros finos. Se deberá además agrupar los fabricantes en empresas de exportación conjunta con un cuidadoso control de calidad y especializarse en algunos pocos rubros y diseños.

Cuadro 17

PRODUCCION Y EXPORTACION DE PRODUCTOS DE CUERO

(Miles de US\$)

PRODUCTOS	1977		1978		1979	
	Produc- ción	Exporta- ción	Produc- ción	Exporta- ción	Produc- ción	Exporta- ción
Marroquinería y talabartería	0.53	0.02	0.58	0.06	1.90	0.01
Calzado de cuero	22.45	24.30	28.36

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio - Producción Industrial.

Como se desprende de las cifras anteriores, la exportación de marroquinería, ha sido insignificante en relación al valor bruto de la producción. Con una adecuada promoción y una organización satisfactoria de

/comercialización,

comercialización, las posibilidades de exportación serían significativas, considerando por supuesto una mayor utilización de cueros de calidad.

Respecto a la cuantificación de estas posibilidades de exportación cabe señalar que si se parte de la hipótesis que un 70% del valor de la producción bruta de cueros curtidos se destina a la industria del calzado y muebles, la producción de manufacturas de cuero llega a consumir entre 20 y 30% de la producción de cueros curtidos con un valor aproximado de US\$ 1 250 000 para 1980. Si se considera que del cuero curtido al producto manufacturado hay por lo menos 80% de mayor valor agregado, el valor bruto de la producción alcanzaría a US\$ 2 300 000. Si, de este valor, un 25% se destina a exportación, con un crecimiento anual de 20% se tendría, la siguiente proyección de las exportaciones de productos de marroquinería y talabartería.

	<u>1981</u>	<u>1983</u>	<u>1985</u>
Oferta exportable de artículos de marroquinería y talabartería (En miles de US dólares)	575	830	1 200

e) Calzado

En el Cuadro 15, se presentó una visión global de la situación actual de la industria de curtiembre y de la utilización del cuero. De allí, se desprende que la industria del calzado es la principal usuaria de los cueros curtidos producidos en el país y que no son destinados a la exportación como tales.

En efecto, la composición del valor bruto de la producción de los principales artículos elaborados de cuero es la que se muestra en el Cuadro 18.

Salvo en 1979, cuando la elaboración de artículos artesanales de viaje experimentó un notable repunte respecto del año anterior, los fabricantes de calzado son los primeros compradores del cuero curtido en Paraguay; constituyen un sector que representa más del 90% del total del valor bruto de la producción de artículos manufacturados de cuero.

Cuadro 18

VALOR BRUTO DE LA PRODUCCION NACIONAL DE ARTICULOS
ELABORADOS EN CUERO

PRODUCTO	1977		1978		1979	
	Valor Miles US\$	%	Valor Miles US\$	%	Valor Miles US\$	%
Productos de talabartería	431.7	1.88	465.1	1.87	581.0	1.85
Artículos de viaje y similares en cuero	100.0	0.44	108.7	0.44	1 319.0	4.23
Calzado de cuero	22 447.8	97.68	24 300.0	97.69	29 358.7	93.92
TOTAL	<u>22 979.5</u>	<u>100.00</u>	<u>24 873.8</u>	<u>100.00</u>	<u>31 258.7</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio - "Producción Industrial".

i) La situación actual de la industrial del calzado: El sector calzado de cuero está compuesto en su mayoría por talleres pequeños y medianos. En la actualidad, esta industria pasa por un período de baja, que muestra diversas facetas:

- En toda la industria se ha venido manifestando, desde inicios de 1980, una clara subutilización de la capacidad instalada. Las fábricas visitadas, entre ellas Montgomery S.R.L., una de las principales en Asunción en términos de distribución comercial, estaban trabajando a un ritmo de 50 pares/día o menos, en circunstancias que su capacidad instalada es de más de 120 pares/día. En 1973, año de máxima producción, se llegó a 130 pares/día en promedio. En las demás industrias visitadas, la situación era aún peor; con una producción de 20 pares/día para una capacidad instalada del orden de 80-100 pares/día y con una ocupación de 10 a 12 personas por empresa.

- Esta industria sufre la fuerte competencia desleal del calzado internado desde Brasil y principalmente Argentina. La Asociación de Fabricantes de Calzado ha señalado que comerciantes de Asunción viajan regularmente a Brasil para adquirir importantes cantidades de calzado,

/los que

los que ingresan al país sin pago de derechos de ninguna especie, a pesar de lo cual son vendidos libremente en las principales tiendas de la capital, así como en las de los propios fabricantes paraguayos de calzado.

- Otra limitante observada es la dificultad para proveerse de cueros de calidad adecuados para la confección de zapatos finos de exportación. En una reunión celebrada con miembros de las mayores curtiembres de Asunción, se reconoció este hecho y se estimó conveniente y viable la importación temporal de cueros de calidad desde Argentina, semicurtidos o sin curtir, para ser terminados en Paraguay y entregados a aquellos fabricantes de calzados que tengan reales posibilidades de exportar.

- La falta de diseño y de modelos apropiados constituye también un freno para la exportación. Los modelos y diseños deben estar conformes a las preferencias y gustos actuales de la demanda, tanto la de Estados Unidos como la de Europa, y especialmente la correspondiente a países como la República Federal de Alemania, Austria y Holanda.

Para los tres últimos obstáculos a las exportaciones, la Asociación de Fabricantes de Calzado solicitó formalmente la ayuda del CEPEX a fin de contar con su apoyo tanto en el control de la importación ilegal, como en el estudio de la demanda en los posibles mercados de exportación y la eventual traida de especialistas en diseño y en modelaje de acuerdo a las preferencias de la demanda que se determinarán.

ii) Capacidad instalada y oferta exportable: La producción física de zapatos de cuero fue, para 1979, de 3 172 000 pares, según cifras del Ministerio de Industria y Comercio. Conforme a la apreciación de los industriales, la producción en 1980 habría caído en un 40% con respecto a la de 1979. Si se considera en forma más conservadora una baja de sólo un 25%, la producción promedio sería, en 1980, sólo de 20 pares/día por establecimiento, ya que, en Paraguay, existen 600 talleres que fabrican calzados de cuero. Si se admite que sólo 60 de esos establecimientos pudieran dedicar la parte de su capacidad no utilizada a la exportación, el potencial de exportación correspondiente sería:

$60 \text{ por } 50 \text{ par/día} \times 200 \text{ días} = 600 \text{ 000 pares/año.}$

Tomando en cuenta que el precio actual promedio de exportación es US\$ 14-18 FOB por par, el ingreso neto de divisas podría llegar a US\$ 10 000 000 aproximadamente.

/Sin embargo,

Sin embargo, esta cifra no constituye una oferta potencial en el corto plazo si se consideran las medidas previas que deben adoptarse:

- Estudio de los mercados
- Asesoría en diseño y modelaje.
- Internación temporal de cueros de calidad como materia prima para la fabricación de calzados destinados a la exportación.
- Formación de cooperativas u otras formas de exportación conjunta que agruparían a fabricantes a fin de poder afrontar pedidos de exportación de tamaño normal (20 a 50 000 pares).
- Fomentar la creación de compañías comercializadoras ("trading companies").

Estas medidas serán indispensables para lograr una oferta razonable en cantidad y calidad y los resultados esperados no podrían ser obtenidos antes de 2 años, plazo por lo cual, recién en 1983/1984, se tendría un quantum exportable significativo; a partir de allí, la exportación podría aumentar hasta copar la capacidad ociosa actual, que puede estimarse en aproximadamente 3 000 pares/día.

Si se supone un incremento promedio de la exportación, en sólo 10% anual, se podría llegar a las proyecciones siguientes de la oferta exportable de calzado:

AÑOS	Oferta exportable Miles de pares por año	Valor FOB Millones de US\$
1983	600	9.0
1984	660	10.6
1985	720	11.5
1986	800	13.0
1987	880	14.0

Por encima de la cantidad anotada para 1987, sería necesario ampliar en forma sustancial la capacidad productiva y las instalaciones de las fábricas y talleres de calzado existentes en la actualidad.

4. Tejidos de algodón

La industria textil de algodón está integrada por unas pocas fábricas de tamaño relativamente grande. Entre las principales empresas visitadas se encuentran "Textil Pilar" y "Textil América", constatándose que éstas son industrias integradas, es decir, cubren desde el proceso del algodón en fibra hasta la fabricación del tejido de algodón, el teñido y la comercialización.

En realidad, el giro principal de estas industrias está constituido por la exportación de la fibra de algodón a cuya producción se destinan a aproximadamente el 90% de su capacidad.

La fibra restante se destina a las unidades de hilandería, de tejeduría y de estampado. Este sector enfrenta en la actualidad una variada gama de problemas, tanto en el desarrollo de sus ventas internas como en sus posibilidades de exportación.

En el primer aspecto, se ha agravado la situación hasta alcanzar caracteres alarmantes, debido al comercio ilegal de tejidos de algodón proveniente de Brasil. Estos tejidos tienen precios subsidiados y llegan al mercado minorista del Paraguay sin pagar los derechos aduaneros. Los principales directivos visitados coincidieron en apreciar que aproximadamente el 50% del consumo local de tejidos de algodón se abastece en forma ilegal a través del comercio fronterizo con Brasil. Por dicha razón, las dos industrias ya citadas se encuentran trabajando al 75% de su capacidad instalada de hilandería en un sólo turno. Ello significa que, sin efectuar ninguna inversión adicional, la producción anual de estas dos fábricas podría aumentarse en casi 6 000 000 de metros lineales de hilados en crudo si existiera la demanda para ello. (Véase Cuadro 19).

Como se puede apreciar, un incremento de 6 000 000 de metros de hilados es una cantidad importante; equivale casi al 30% de una producción total que se encuentra prácticamente estancada. Si dicho incremento se estima solamente con un valor promedio de US\$ 1.20 metro FOB, el ingreso adicional de divisas sería del orden de US\$ 7 200 000.

Cuadro 19

PRODUCCION Y EXPORTACION DE HILADOS Y TEJIDOS DE ALGODON

	1977	1978	1979
PRODUCCION DE TEJIDOS DE ALGODON			
Miles de metros	20 317.00	20 879.00	20 252.00
Valor en millones de ₡	4 782.60	5 236.30	8 300.00
Valor en millones de US\$	37.96	41.56	65.87
EXPORTACION DE TEJIDOS DE ALGODON			
Miles de US\$	0.43	0.99	0.17
EXPORTACION DE HILADOS DE ALGODON			
Miles de US\$	80 471.00	100 022.00	98 536.00

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. "Cuentas Nacionales" - Departamento Estudios, Banco Central del Paraguay.

Nota: Valores en ₡ corregidos según el Índice de Precios Industriales.

Las dos industrias principales ocupan, solamente en las labores de la fabricación de tejidos de algodón, alrededor de 600 personas. De ahí se desprende lo interesante que sería aumentar la producción y/o la exportación, sin necesidad de aumentar el personal ni ampliar las instalaciones, con lo cual se lograría elevar notoriamente el uso de la capacidad instalada.

a) Competitividad de los precios

Los precios internos del tejido de algodón estampado de calidad mediana son en la actualidad de US\$ 2/metro (₡ 270/metro), puesto en fábrica en Asunción. Tales precios, con los recargos de la distribución y comercialización, llegan al público a precios sensiblemente más altos que los de procedencia brasilera y argentina. Lo mismo ocurre con los precios de exportación. Una de las fábricas se encuentra realizando una exportación de tejidos estampados, por un valor total de US\$ 1 000 000, a Estados Unidos, con un precio promedio FOB de US\$ 1.50/metro. A juicio del exportador, dicho precio cubre escasamente su costo directo de producción y los impuestos incluidos en dicho costo.

/La importancia

La importancia de los impuestos en la estructura de los precios es, a juicio de los fabricantes, el punto neurálgico que hace que estos no sean competitivos ni siquiera en su propio mercado, con lo cual están perdiéndolo progresivamente en favor de exportadores brasileños y argentinos.

Aparte de los impuestos internos y de la correspondiente utilidad, las empresas deben financiar el impuesto del valor agregado (impuesto a las ventas) del 3%, ya que la recuperación de las cobranzas de ventas en el interior del país es mucho más lenta que el plazo de pago del impuesto a las mismas.

El impuesto directo a la exportación alcanza a una tasa del 10% en total pero, en la práctica, por aplicarse en parte sobre el valor de aforo establecido por el Banco Central, no excede del 6% del ingreso efectivo del exportador en el caso de tejidos de algodón, y de 10% en la exportación de hilados de algodón.

b) Costo del transporte del producto exportado

Corrientemente se afirma que, por ser Paraguay un país mediterráneo, debe afrontar costos de transporte más elevados que los otros países exportadores de la región. Al respecto cabe tener en cuenta que los mercados para el producto paraguayo son Argentina, Uruguay, Chile y, en menor medida, Perú y Ecuador.

Los valores de fletes marítimos y aéreos de Paraguay a los mercados más importantes son los siguientes:

- Transporte fluvial: Asunción - Buenos Aires	US\$	18.50 m ³
Asunción - Montevideo	US\$	21.00 m ³
- Transporte aéreo: Asunción - Santiago	US\$	1 110.00 TM.

Comparando estos precios con las tarifas desde el Oriente (Hong Kong, Korea, etc., donde está situada la principal competencia en este tipo de géneros) a Sudamérica, se comprenderá la enorme ventaja que tiene el Paraguay en los mercados de Sudamérica. Además, en el caso del mercado argentino, la ventaja comparativa de Paraguay en el flete es también importante con respecto a Brasil.

c) La influencia del tipo de cambio

Luego de analizar en detalle los principales factores que podrían determinar la falta de competitividad de los precios de géneros de algodón

/paraguayos, se

paraguayos, se llega a la conclusión que éste es un sector donde el largo período de estabilidad del precio del dólar ha afectado gravemente la posición competitiva de los productos considerados, incluso en el propio mercado interno.

En efecto, el alza de precios de los insumos y de la mano de obra, en un período de más de 20 años, se ha reflejado necesariamente en los costos del producto final, esto es en los precios del tejido de algodón. Como, al mismo tiempo, el valor de la divisa ha permanecido sin variación desde 1960, al traducir los precios locales a términos de dólares, éstos resultan necesariamente más altos que los precios de los artículos brasileros y argentinos ingresados al mercado paraguayo, ya que aquellos países han seguido una política de revalorización de las divisas más o menos acorde con su inflación interna, al menos en el mediano plazo. Esta situación se agrava aún más con los mecanismos de desgravación y de bonificación que aquéllos utilizan en la exportación de sus productos no tradicionales.

d) El mercado argentino

Gran parte del crecimiento de la actual industria algodonera textil del Paraguay se hizo sobre la base de la exportación hacia Argentina. El desmejoramiento de la tasa de cambio, recién comentado, unido a medidas proteccionistas de Argentina, prácticamente, han cerrado ese mercado para los productos paraguayos. Argentina ha impuesto medidas administrativas (límite de compras de géneros a turistas de US\$ 100) y ha solicitado en la ALADI una reposición del 70% de derechos "ad valorem" para los tejidos de algodón y las prendas de vestir.

Es vital para los entes negociadores paraguayos encontrar una solución para eliminar o suavizar estas medidas adoptadas ya que de no contar con mercados alternativos, la industria textil paraguaya no podrá soportar el cierre definitivo del mercado argentino.

5. Maderas elaboradas

La estructura de la producción de maderas elaboradas puede resumirse en el Cuadro 20 siguiente.

/Cuadro 20

Cuadro 20

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCION DE PARAGUAY DE MADERAS ELABORADAS

PRODUCTOS	1977			1978			1979		
	Volumen	Millones ¢	Millones US\$	Volumen	Millones ¢	Millones US\$	Volumen	Millones ¢	Millones US\$
Madera de aserradero, tablas, tablones, vigas, etc. (TM)	410 800	7 656.0	60.8	485 340	9 507.0	75.4	776 544	16 614.0	132.5
Maderas laminadas (Miles de m ²)	15 229	2 322.0	18.4	19 798	3 174.0	25.2	43 436	7 659.0	60.8
Maderas terciadas (Miles de m ²)	954	228.0	2.3	1 240	393.0	3.1	1 507	526.5	4.2
Maderas aglomeradas (Miles de m ²)	37	16.4	0.1	48	22.2	0.2	50	25.6	0.2
Parquet y pisos de madera (Miles de m ³)	1 260	80.2	0.6	1 638	109.0	0.9	5 959	438.0	3.5
Varios para la construcción	830	312.6	2.5	1 079	426.7	3.4	1 295	562.0	4.5
TOTAL EN VALOR		<u>10 675.2</u>	<u>84.7</u>		<u>13 631.9</u>	<u>108.2</u>		<u>25 525.1</u>	<u>205.7</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio - Producción Industrial.

Los antecedentes disponibles indican un fuerte y sostenido crecimiento de la producción de madera aserrada. Las maderas con mayor elaboración también muestran incrementos de mucha importancia en varios rubros. La producción de maderas laminadas, por ejemplo, registró un aumento del valor producido del orden de 135% y 241%, respectivamente en 1978 y 1979. También los parquet y pisos de madera presentaron, en 1979, un 389% de aumento de su producción con respecto a la de 1978.

Por su parte, las exportaciones de maderas elaboradas experimentaron un aumento, en general en forma apreciable, durante los tres últimos años como lo muestra el Cuadro siguiente.

Cuadro 21

ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES PARAGUAYAS DE MADERAS ELABORADAS
(Miles de US\$)

PRODUCTOS EXPORTADOS	1977	1978	1979	Crecimiento 1978 / 1979 %
Maderas aserradas (tablas, tablones, vigas, tirantes, etc.)	11 822	10 329	26 637	157.9
Maderas laminadas	2 337	3 448	5 639	63.5
Maderas terciadas	755	966	1 671	73.0
Aglomerados, listones y machihembrados	3 037	4 046	5 223	29.0
Parquet y piso de madera	520	846	1 510	78.5
Puertas y batientes de madera	1 128	479	1 109	131.5
TOTAL	<u>19 599</u>	<u>20 114</u>	<u>41 789</u>	<u>107.8</u>

a) Maderas laminadas y terciadas

En general, todas las empresas madereras destinan una parte importante de su capacidad a la producción para la venta de madera aserrada; cuentan con aserraderos propios, situados al interior del país y cercanos a los bosques.

/En el

En el caso de las dos industrias visitadas, L.A.P.A. y BORTOLIN Y Cía., que se dedican principalmente a fabricar madera terciada y laminada, el 50% y el 30% respectivamente de su producción corresponde a la madera aserrada para venta local y exportación. En el último caso, prácticamente la totalidad de estas exportaciones es vendida a la Argentina.

En realidad, la fabricación de productos de madera con mayor grado de elaboración es posible, en gran parte, gracias a la exportación y venta de madera aserrada la cual absorbe prácticamente todos los gastos fijos de la operación. Además, la madera utilizada en la producción de maderas terciadas, especialmente, aquélla que no es apta para ser aserrada y dimensionada directamente, tiene un valor casi nulo o muy bajo para efectos del costo.

El rendimiento de la madera elaborada en relación a la madera aserrada utilizada para su fabricación es del orden del 50%.

Ninguna de las fábricas visitadas tiene excedentes de exportación, aunque han manifestado que su principal y casi único mercado, Argentina, muestra una gran inestabilidad derivada de medidas administrativas que impiden una programación de las exportaciones. Estas mismas fábricas, las dos principales del país, manifestaron tener su capacidad productiva totalmente copada. Una de ellas, BORTOLIN y Cía., se encuentra trabajando ya a dos turnos en la producción de láminas y chapas; la implantación de un tercer turno significaría la ampliación de algunas instalaciones lo que conllevaría una inversión de cierta significación. En todo caso, señalaron no estar dispuestos a efectuarla sin contar con un mercado cautivo comprometido con la inversión para colocar los eventuales excedentes.

La otra fábrica visitada sostuvo una posición similar. Expresó su desencanto por sus operaciones de exportación. Esta industria exporta el total de su producción de madera aserrada a la Argentina, lo que representa un 50% de toda su producción. Exporta también una parte de su fabricación de puertas.

A su juicio, la exportación tiene fuertes trabas administrativas en el Paraguay que terminan por desanimar al exportador. Entre éstas, mencionó con especial énfasis los impuestos internos que gravan y encarecen la producción y que no son reintegrados al exportar; la exportación misma

es gravada directamente con impuestos " el 22% en la madera aserrada y de 15% en la madera elaborada". En realidad, como se analizó antes, el impuesto propiamente tal es de sólo 6% en el caso de maderas terciadas.

Por último, afirmó no tener capacidad de producción disponible en ningún rubro. Debido a la inestabilidad del mercado argentino, único mercado actual de importancia, sólo efectuaría ampliación de su capacidad de producción si contara con un socio inversionista externo que le aportara un mercado cautivo.

En el caso de disponer de excedentes exportables, considera que Brasil, Argentina, Venezuela, Puerto Rico y Estados Unidos constituyen mercados de interés prioritario para puertas y maderas terciadas.

b) Parquet y madera para pisos

Este rubro de fabricación ha alcanzado un nivel especializado en el Paraguay. Las industrias visitadas manifestaron dedicarse exclusivamente a esta producción y a la madera aserrada. La fabricación de parquet no se justifica económicamente por sí sola, sino que tiene sentido únicamente como actividad marginal y complementaria a la industria de madera aserrada. De hecho, la producción de parquet se hace a partir de los desechos y sobrantes del aserreo de tablas y listones, los que resultan totalmente adecuados por su tamaño para fabricar las pequeñas piezas que componen los paños de parquet. De esa forma el costo de la madera como materia prima es nulo para efectos contables y se absorbe en la merma normal de la producción maderera. Luego se realizan los procesos de secado, dimensionamiento, acabado y embalaje, que son todos de bajo costo y no requieren instalaciones de alto valor.

Por lo señalado, los fabricantes de parquet se encuentran en buenas condiciones para colocar su producción en el mercado externo, y así lo hacen con el total de su fabricación.

La más grande de las industrias visitadas factura anualmente un 70% de sus ventas en madera aserrada, en gran parte exportada a la Argentina y un 30% en parquet que se exporta casi totalmente a este mismo país, y también a Italia, México y Uruguay. La empresa tiene su capacidad de producción totalmente copada, tanto por la disponibilidad limitada de despuntes y sobrantes de madera del aserradero, como por su capacidad de secado

/de madera.

de madera. Permanentemente recibe pedidos del exterior que no alcanza a satisfacer. Para 1981, se propone lograr un aumento de sólo 10% de su producción con respecto a 1980, que alcanzó a 150 000 m² exportados en su totalidad.

Los directivos de la empresa han señalado la no conveniencia de ampliar su capacidad de producción, ya que ello significaría instalar una fábrica nueva paralela a la existente. Además la razón básica de no hacer esta inversión se debería al poco abastecimiento de madera de despuntes que produce en su propia faena de aserreo actual. Sólo en la medida en que el aserreo aumentara, sería realmente conveniente ampliar la capacidad de producción de parquet.

La posición de las otras dos empresas parqueteras visitadas es similar, con la única diferencia que ambas exportan prácticamente el total de su producción a Italia, a un solo comprador con el cual tienen contratos anuales permanentes.

El precio de venta FOB es de 10 a 12 dólares el metro cuadrado de parquet. Se incluye en el precio el impuesto que grava estas exportaciones, que alcanza a 2.5%.

El precio interno al público es del orden de 13 dólares el metro cuadrado (¢ 1 640) y de 8.50 dólares (¢ 1 080) a empresas constructoras. Sin embargo, en el país, venden menos del 10% de la producción.

c) Puertas de madera

Aunque este rubro es el más pequeño en cuanto a volumen de producción dentro del sector de las maderas procesadas, es el único que ofrece disponibilidad de oferta y al mismo tiempo es el que tiene el valor agregado más alto. Las exportaciones de puertas del tipo denominado "puerta placa" con relleno interno de "nido de abeja" de madera o de cartón especial, constituye aproximadamente el 7.3% de las exportaciones totales del subsector maderas procesadas y muestra desde 1975 un crecimiento acelerado.

Las exportaciones son dirigidas en su inmensa mayoría hacia Argentina y últimamente a Brasil y México, según consta en las estadísticas del Cuadro que sigue.

Cuadro 22

EXPORTACIONES DE PUERTAS DE MADERA

AÑOS	US\$	DESTINO
1971-1975	312 000 ^{a/}	99.4% Argentina 0.6% Brasil
1975	2 058 000	100.0% Argentina
1976	661 000	100.0% Argentina
1977	1 128 000	100.0% Argentina
1978	479 000	96.0% Argentina
1979	1 109 000	94.0% Argentina

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. Producción Industrial.

a/ Valor promedio de las exportaciones durante el período 1971/1975.

Volumen y valor exportables: Los precios que se obtienen actualmente en Argentina y Brasil son de US\$ 30 FOB por puerta. Este precio equivale a US\$ 18 a 20 por metro cuadrado, según sea el ancho de la puerta.

Una de las fábricas manifestó no tener excedentes exportables, pero destacó con énfasis la inestabilidad de su mercado actual que es Argentina. La otra, en cambio, declaró tener en marcha la iniciación de un segundo turno para la fabricación de puertas con lo cual su producción actual de 100 000 unidades anuales pasaría a 150 000 unidades/año en el corto plazo (1981). Al precio considerado de US\$ 30, este incremento significaría un mayor ingreso por concepto de exportaciones en este rubro de US\$ 1 500 000.

Si se postula que las demás empresas podrían agregar una mayor producción de otras 20 000 unidades a la oferta de exportación, el valor total adicional de la oferta exportable para 1982 alcanzaría a US\$ 2 100 000.

Para materializar la colocación, en buenas condiciones de precio de una oferta exportable del volumen señalado, es indispensable encontrar mercados alternativos al argentino, el que presenta peligrosas condiciones de inestabilidad.

/Esos otros

Esos otros mercados deberían ser, en primer lugar, Estados Unidos, luego Puerto Rico, Venezuela y Brasil, efectuando en ellos los estudios de mercado correspondientes a estos rubros de exportación.

En este aspecto, es importante considerar nuevamente las desventajas que se produce en los costos de los fletes hacia el exterior, ya que para salir a Buenos Aires debe pagarse un flete fluvial del orden de US\$ 18 a 20 la tonelada métrica (TM), valor que se agrega a la descarga y carga en ese puerto de destino. En el caso de embarque por Paraguaná (Brasil), el costo de transporte terrestre es aún más alto que para Buenos Aires. Todo lo anterior configura un mayor costo de transporte hasta Estados Unidos del orden de 15%.

d) El intercambio "no registrado"

Por último, también en el sector de productos de maderas se encuentran cifras alarmantes del nivel que ha alcanzado el comercio ilegal o las ventas no registradas, en este caso al Brasil.

Como se sabe, en 1966, el Gobierno prohibió la exportación de madera en bruto o rollos (troncos simplemente desbastados). Aparentemente, dichas exportaciones disminuyeron paulatinamente hasta desaparecer en 1973. Cabe señalar que el volumen más alto se alcanzó en el año 1966 con 250 000 TM exportadas.

Sin embargo, al comparar las cifras del intercambio comercial correspondiente al sector maderero entre Paraguay y Brasil, de acuerdo con las fuentes oficiales de estadísticas de ambos países, tales exportaciones no habrían desaparecido del proceso sino que simplemente habrían dejado de registrarse oficialmente en Paraguay.

El Cuadro 23 permite una comparación de las cifras proporcionadas por las entidades competentes de cada país.

Se deduce de lo anterior que las estadísticas paraguayas dejaron de registrar exportaciones de maderas hacia Brasil por 165 000 TM con un valor de casi US\$ 12 millones.

Cabe tener presente que las exportaciones paraguayas de madera se destinan a unos pocos mercados, ya que el 90% se coloca en Brasil y Argentina. El primero de estos países adquiere casi el 50% de madera aserrada y el 25% de la madera elaborada ; el resto lo compra Argentina.

Cuadro 23

EXPORTACION DE MADERAS EN BRUTO Y ELABORADAS A BRASIL
(Año 1979)

PRODUCTOS	Fuente CACEX	Fuente B.C.P.	Diferencia
Maderas en bruto (rollos)			
Volumen (TM)	14 962.7	N.D.	---
Valor (Miles de US\$)	758.7	N.D.	---
Maderas elaboradas			
Volumen (TM)	263 773.6	N.D.	---
Valor (Miles de US\$)	24 010.2	N.D.	---
Total			
Volumen (TM)	278 736.3	113 743.0	164 993.3
Valor (Miles de US\$)	24 768.9	13 044.0	11 724.9

Fuente: Carteira de Comercio Exterior (CACEX) y Banco Central del Paraguay.

Es razonable suponer que las exportaciones reales del sector maderero superaron en realidad holgadamente los US\$ 50 millones de los cuales aproximadamente el 50% correspondería a maderas elaboradas, incluidas en estas cuantiosas exportaciones "no registradas" a Brasil y Argentina.

II. ANEXOS

ANEXO A

EXPORTACIONES TRADICIONALES DE PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL
(1978/1979)

(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1978	1979	Número de em- presas expor- tadoras
09.01	Café en grano	213	3 461	n.d.
12.01	Semillas de soja	38 348	78 617	30
55.01	Fibras de algodón	100 122	98 536	14
24.01	Tabaco en hoja	9 246	8 547	16
23.04	Tortas oleaginosas y expeller (Anexo 1)	10 203	14 143	11
15.07	Aceites vegetales (Anexo 2);	16 814	19 111	10
33.01	Aceites esenciales (Anexo 3)	8 497	4 732	16
32.01	Extracto de quebracho	5 160	3 178	3
	TOTAL	<u>188 603</u>	<u>230 325</u>	

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio.

n.d. = cifras no disponibles.

ANEXO B

EXPORTACIONES TRADICIONALES DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL
(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1978	1979
02.01	Carne vacuna congelada	3 782	4 341
	Carne equina congelada	96	41
	Menudencias congeladas	586	100
	Otros	387	301
41.01	Pieles y cueros	7 841	6 126
	Pieles de animales silvestres	1 572	846
	TOTAL	<u>14 264</u>	<u>11 755</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

ANEXO C

EXPORTACIONES DE RUBROS SELECCIONADOS DE PRODUCTOS
NO TRADICIONALES

(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1977	1978	1979	Número de em- presas expor- tadoras
12.01	Semilla de maní	558	378	1 075	30
09.03	Yerba mate	823	793	1 132	12
22.08	Bebidas alcohólicas				
22.09	Alcohol de caña	96	115	51	4
20.04	Preparado de frutas	1 054	356	699	...
21.07	Preparado de legumbres y hortalizas (palmito)	1 663	1 921	2 456	b/
08.01	Frutas frescas (Anexo 4)	344	247	259	12
04.06	Miel de abeja	...	47	...	2
30.02	Vacunas veterinarias	187	2
61.01	Tejidos de algodón	11	996	176	1
44.09	Maderas laminadas	3 337	3 450	5 600	38
44.15	Maderas terciadas	755	966	1 671	6
44.13	Maderas parquet	520	846	1 510	5
44.23	Maderas puertas	411	262	945	3
50.01	Seda y sus manufacturas ^{a/}	866	1 378	1 461	2
	TOTAL ^{a/}	<u>10 625</u>	<u>11 755</u>	<u>17 035</u>	

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

a/ Estos totales menos los valores de exportación de los rubros 21.07, 08.01 y 50.01 que fueron eliminados en una primera selección, permiten llegar a los totales del Cuadro 3:

	1977	1978	1979
TOTAL	<u>7 752</u>	<u>8 209</u>	<u>12 859</u>

b/ No se obtuvo la información.

ANEXO D

EXPORTACIONES DE RUBROS VARIOS NO SELECCIONADOS

(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1978	1979
16.02	Preparados de carne	19 600	987
44.01	Maderas semielaboradas	205	406
44.05	Tablas y tablones	10 311	26 417
44.19	Listones y machihembrados	4 046	5 223
59.00	Prendas de vestir	144	291
61.01			
	Subtotal	34 306 (80.7%)	33 324 (72%)
	Otros productos no identificados	8 196 (19.3%)	12 954 (28%)
	TOTAL	42 502 (100.0%)	46 278 (100%)

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio.

ANEXO E

EXPORTACION DE AFRECHOS Y TORTAS O EXPELLERS
(Miles de U.S. dólares)

NAB	PRODUCTOS	1978	1979
23.04	Afrechillo de trigo	13	...
	Expeller de algodón	2 311	2 623
	Expeller de maní	55	140
	Expeller de pulpa de coco	...	450
	Expeller de soja	1 536	4 572
	Pellet de algodón	4 415	4 112
	Harina de maní
	Harina de algodón	339	358
	Harina de girasol	140	169
	Otros	...	423
	TOTAL	<u>8 667</u>	<u>12 847</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio.

ANEXO F

EXPORTACIONES DE ACEITES VEGETALES

(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1978	1979
15.07	ACEITES VEGETALES DE		
	- Palma		
	Palma (pulpa de coco)	598	368
	Palma comestible	222	...
	Palma (pulpa o en tambores)	60	732
	TOTAL Aceites de palma	<u>880</u>	<u>1 100</u>
	- Soja		
	Soja comestible	116	113
	Soja semi-refinada	110	...
	TOTAL Aceite de soja	<u>226</u>	<u>113</u>
	- Coco		
	Almendra de coco	333	328
	Almendra de coco comestible	3 042	3 220
	Almendra de palma	517	1 720
	TOTAL Aceites de coco	<u>3 892</u>	<u>5 268</u>
	- Tung		
	Tung a granel	6 987	8 406
	Tung en bruto	180	36
	Tung semi-refinado	1 976	4 427
	Tung semi-refinado en tambores	46	369
	TOTAL Aceite de tung	<u>9 189</u>	<u>13 238</u>
	- Ricino		
	Ricino semi-refinado	<u>55</u>	...
	- Algodón		
	Algodón comestible	<u>2 572</u>	<u>1 272</u>
	TOTAL GENERAL ACEITES VEGETALES	<u>16 814</u>	<u>20 991</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. Estadísticas de Comercio Exterior.

ANEXO G

EXPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES

(Miles de U.S. dólares)

NAB	Productos	1978	1979
33.01	Aceites esenciales		
	De citronella	19	5
	De menta	4 825	5 851
	De petit-grain	225	156
	De cedrón	...	22
	De palo-santo	423	482
	De petit-grain refinado	2 023	1 495
	De incienso	19	54
	De menta fiscalizado	577	406
	De menta desmentado	351	296
	De eucaliptus globular	31	44
	De otros tipos	4	14
	TOTAL	<u>8 497</u>	<u>8 825</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

ANEXO H

EXPORTACIONES DE FRUTAS FRESCAS

(miles de dólares)

NAB	Productos	1978	1979
08.01	Frutas frescas		
	Ananas	205	193
	Naranjas	15	45
	Pomelos	23	15
	Frutillas
	Sandías	4	6
	TOTAL	<u>247</u>	<u>259</u>

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

ANEXO I

FORMULARIO UTILIZADO PARA IDENTIFICACION DE LA OFERTA EXPORTABLE

I. DATOS GENERALES SOBRE LA EMPRESA

CODIGO: E _____

P _____

Razón social: _____

Dirección: _____ Teléf: _____

Telex: _____ Cable: _____

Nombre Director o Gerente: _____

Persona a cargo de la Exportación de la Empresa (Nombre y título del cargo):

CARACTER JURIDICO DE LA EMPRESA:

PRIVADA ___ MIXTA ___ PUBLICA ___ EXTRANJERA ___ (Filial agencia) _____

NACIONAL ___ INICIACION EN LA PRODUCCION, AÑO 19 ___

EN LA EXPORTACION, AÑO 19 ___

CAPITAL: _____ Nº DE EMPLEADOS: TOTAL _____

Autorizado (En \$) _____

Suscrito (En \$) _____

Integrado (En \$) _____

Administrativos _____

Obreros _____

Técnicos _____

Otros _____

TIPO DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

FABRICACION ___ MONTAJE ___ EXPORTACION ___ AGENCIA _____

REFERENCIAS BANCARIAS: _____

/II. DATOS

5.2 Destino de las exportaciones:

País _____ % País _____ % País _____ %

5.3 Tiene control calidad exportaciones? SI _____ NO _____

Cuáles? _____

6. Métodos de promoción

a) Tiene folletos impresos, muestrarios?: _____

b) Participa en ferias internacionales?: _____

c) Viaja al exterior en misiones comerciales?: _____

d) Viaja para visitar agentes representantes en el exterior?: _____

e) Gasto anual de publicidad: \$ _____ % del costo _____

III. DIFICULTADES ENFRENTADAS EN LA EXPORTACION

1. Crediticias:

1.1 Dificultad para obtener capital: _____

1.2 Costo del dinero: _____

1.3 Garantías exigidas: _____

2. Mano de obra: Escasez de obreros calificados:

Cuáles?: _____

De técnicos: _____ Cuáles?: _____

De profesionales: _____ Cuáles?: _____

3. Transporte:

Costo de fletes? _____

Otros problemas? _____

/4. Procedimientos

4. Procedimientos

4.1 Procedimiento administrativo complejo?: _____

4.2 Impuestos, tasas, gravámenes?: _____

4.3 Importación de materias primas?: _____

4.4 Dificultad para la internación temporal de materias primas importadas?: _____

4.5 Créditos para las compras de maquinaria?: _____

5. Tecnológicas

5.1 Requiere licencias extranjeras?: _____

5.2 Asesoría específica de expertos?: _____

En qué materias?: _____

6. Dificultades en el mercado externo

6.1 Exigencias de normas de calidad y diseño?: _____

6.2 Envases, embalajes, etiquetas?: _____

6.3 Almacenamiento en destino?: _____

6.4 Tarifas arancelarias en país destino. Cuáles?: _____

6.5 Condiciones de pago?: _____

6.6 Otras restricciones en el mercado comprador?: _____

IV. INSUMOS Y MANO DE OBRA

1. <u>Mano de obra</u>	<u>Semanal</u>	<u>Mensual</u>	<u>Anual</u>
1.1 Costo salario pagados:	_____	_____	_____
1.2 Costo sueldos pagados:	_____	_____	_____
1.3 Costo otros honorarios pagados:	_____	_____	_____

/2. Materias

<u>2. Materias primas</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Unidad</u>	<u>Precio de costo</u>
2.1 Nacionales:	_____	_____	_____
2.2 Importadas	_____	_____	_____
<u>3. Otros insumos</u>			
3.1 Energía	_____	_____	_____
3.2 Combustible:	_____	_____	_____
3.3 Agua:	_____	_____	_____
3.4 Otros:	_____	_____	_____

V. PRECIOS

1. Precio de venta interno a distribuidor \$ _____
2. Precio de venta interno al público \$ _____
3. Precio mínimo de exportación _____
 - 3.1 Ex-fábrica \$ _____
 - 3.2 FOB puerto paraguayo \$ _____
 - 3.3 FOB Buenos Aires \$ _____

VI. OFERTA EXPORTABLE

1. Inmediata (sin aumento de mano de obra): _____ %
2. A corto plazo (sólo con aumento de gastos directos): _____ %
3. Mediano plazo (con aumento capacidad producción): _____ %
Inversiones en activos fijos. Cuáles?: _____

4. Mercados de interés prioritarios: _____

/5. Principales

5. Principales competidores y dónde?: _____

FECHA: _____

ANEXO J

EXPORTACIONES ARGENTINAS AL PARAGUAY

(En toneladas y miles de US\$)

PRODUCTOS PRINCIPALES	1976		1977	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Cereales	50 299	5 756	43 742	4 487
Productos de molinería, almidón, féculas, gluten	38 363	5 702	25 491	4 324
Leche y productos lácteos	3 178	2 640	2 963	3 812
Preparados a base de cereales, productos de pastelería	1 641	628	2 349	1 117
Combustibles, minerales, aceites minerales y productos de la destilería	13 627	2 147	42 500	4 103
Productos químicos y farmacéuticos, productos diversos de la industria química	2 988	2 210	1 941	2 990
Sal, azufre, yesos, cales, cementos	36 137	1 169	38 137	1 436
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	3 975	1 607	8 799	3 549
Papel cartón y sus manufacturas, artículos de librería y artes gráficas	2 229	1 558	6 571	4 217
Fundición de hierro y acero	11 967	4 959	12 122	6 207
Vidrios y sus manufacturas	1 828	829	9 715	3 180
Calderas, máquinas, artefactos mecánicos y eléctricos para usos electrónicos	2 128	10 633	3 159	13 471
Vehículos, tractores, automóviles, otros transportes terrestres	1 470	3 612	2 810	8 584
Legumbres, plantas, tubérculos, preparados de legumbres	11 260	3 066	5 299	3 244
Frutas comestibles	1 410	524	2 204	965
Preparados alimenticios de pescados, moluscos. Otros	815	750	1 529	1 529

/Continuación

Continuación ANEXO J

PRODUCTOS PRINCIPALES	1976		1977	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Manufacturas de piedra, yeso, cemento, productos cerámicos	1 422	541	2 308	716
Jabones, productos orgánicos tenso-activos	2 111	573	1 861	878
Otros productos	5 838	7 477	7 774	15 948
TOTAL	<u>192 686</u>	<u>56 381</u>	<u>221 274</u>	<u>84 757</u>

Fuente: Ministerio de Industria - Comercio Exterior. Tomo II.
Exportación

ANEXO K

LEY Nº 514

Por la cual se acuerdan derechos y privilegios a los miembros de la Comunidad Mennonita que lleguen al país.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Paraguaya, reunidos en Congreso, sancionan con fuerza de ley:

Artículo 1º:

Los miembros de la Comunidad llamada Mennonita, que lleguen al país, como componentes de una empresa de colonización, y sus descendientes, gozarán de los siguientes derechos y privilegios:

1. Practicar su religión y su culto con entera libertad, sin ninguna restricción, y como consecuencia, hacer afirmaciones por simple sí o no, ante la justicia, en vez del juramento, y estar exentos del servicio militar obligatorio en tiempo de paz y en tiempo de guerra, en armas combatientes o no combatientes;
2. Fundar, administrar y mantener escuelas y establecimientos de instrucción, y enseñar y aprender su religión y su lengua que es el alemán, sin ninguna restricción;
3. Administrar los bienes de sucesiones y especialmente los bienes pertenecientes a viudas y huérfanos, por medio del sistema especial de fideicomiso llamado "Waisenamt" y de acuerdo con las reglas propias de la comunidad, sin ninguna clase de restricción;
4. Administrar el seguro mutuo contra incendios que se establezca en las colonias.

Artículo 2º:

Se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas e intoxicantes dentro del perímetro de una zona que se extiende a cinco kilómetros de distancia de las propiedades pertenecientes a las colonias Mennonitas, a menos que las autoridades competentes de dichas colonias soliciten del Gobierno la admisión de la venta y éste la otorgue.

Artículo 3º:

Se concede igualmente a las colonias Mennonitas, por el término de diez años a contar desde la llegada del primer colono, las siguientes franquicias:

/1. Libre

1. Libre introducción de muebles, maquinarias, utensilios, drogas, semillas, animales, implementos, y en general de todo lo que sea necesario para la instalación y desenvolvimiento de las colonias;
2. Exención de toda clase de impuestos nacionales y municipales.

Artículo 4º:

Ninguna Ley de inmigración, o de otra naturaleza, existente o que se dicte, podrá impedir la entrada de inmigrantes menonitas al país por razones de edad, inhabilidad física o mental.

Artículo 5º:

La franquicia a que se refiere el inciso 3) del artículo 1.º deberá entenderse que no afecta los derechos de las personas capaces de administrar sus propios bienes.

Tratándose de incapaces, los jueces, una vez justificado el hecho de pertenecer ellos a las comunidades menonitas, designarán a las instituciones fideicomisarias respectivas como tutores o curadores de los incapaces. Dicha tutela o curatela se regirá por las reglas de aquellas instituciones fideicomisarias.

Artículo 6º:

La empresa de colonización encargada de la colonización menonita o las autoridades reconocidas por los colonos, deberán comunicar al Poder Ejecutivo:

1. Las tierras destinadas a ser colonizadas por los menonitas expresando la ubicación, extensión y linderos de las mismas;
2. Las personas o corporaciones que representan a las colonias;
3. Los nombres, autoridades y reglamentos de las instituciones fideicomisarias (Waisenamt) para ser estos últimos aprobados por el Congreso.

Artículo 7º:

Los privilegios y franquicias acordados por esta Ley serán extensivos a los individuos de la misma Comunidad Menonita que llegaron al país aisladamente, siempre que comprueben su calidad de menonitas por las autoridades competentes de dicha Comunidad y de componente de la empresa de colonización a que se refiere el artículo 6º.

Artículo 8º:

Dada en la sala de sesiones del Honorable Congreso Legislativo, a los veinte y dos días del mes de Julio de mil novecientos veinte y uno.

/El Presidente

El Presidente del Senado
FELIX PAIVA

El Presidente de la Cámara de Diputados
ENRIQUE BORDENAVE

Juan de D. Arévalo
Secretario

Manuel Giménez
Secretario

Asunción, Julio 26 de 1921

Téngase por Ley, cúmplase, publíquese y dese al Registro Oficial.

ANEXO L

LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS

- I. ALCOHOL DE CAÑA
 - 1. Administración Paraguaya Alcoholes (A.P.A.L.)
 - 2. Casa Garcete (Fraccionadores y exportadores)
 - 3. Destilería Díaz de Vivar

- II. ACEITE DE MANI
 - 4. Sociedad Cooperativa Colonizadora Choltitzer
 - 5. Sociedad Cooperativa Colonizadora Fernheim
 - 6. Sociedad Cooperativa Neuland

- III. PRODUCTOS DE CUERO
 - 7. Curtiembres Paraguayas (C.U.P.A.R.)
 - 8. Talabartería El Indio
 - 9. Gladys Niella de Fadul
 - 10. Centro de Promoción Artesanal (C.P.A.)
 - 11. Calzado Montgomery S.R.L.
 - 12. Calzados Mi Tío
 - 13. Asociación de Zapateros
 - 14. Calzados Diógenes
 - 15. Calzados Florida S.A.

- IV. TEJIDOS DE ALGODON
 - 16. Manufacturas de Pilar S.A.
 - 17. América Textil

- V. PRODUCTOS ELABORADOS DE MADERA
 - 18. Maderas Record S.R.L.
 - 19. Bortolín y Cía.
 - 20. Láminas Paraguayas (L.A.P.A.)
 - 21. Parquetera Ozuna
 - 22. Maderas y Molduras S.R.L.