

DOCUMENTO CONCEPTUAL Y DE RESPALDO/JUSTIFICACIÓN A LA PROPUESTA DE LOS 17/18 PUNTOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO EXTERIOR DE SANTA FE A FE.CA.CE.RA

Cuando el Dr. Kirchner cita los párrafos del Himno Nacional ("... *se levanta a la faz de la tierra, una nueva y gloriosa nación* ...") en el discurso presidencial del 25 de Mayo; mensaje que refrescó el espíritu de la mayoría de los argentinos; expresa en el concepto **nueva**, la importancia de recrear y poner en práctica, nuevas ideas para refundar, para recomponer, para reconstruir el país, en procura de esa nueva nación.

Y entre esas nuevas ideas y planes, enuncia de manera significativa, políticas económicas vinculadas con el sector externo, las exportaciones, la política cambiaria; la posición internacional de Argentina en relación al comercio internacional; el rol de las empresas exportadoras; la necesidad de incorporar valor agregado a los bienes que se exporten y la importancia de multiplicar las exportaciones y, sobre todo, multiplicar la cantidad de exportadores, en una referencia explícita a las pequeñas y medianas empresas de capital nacional y pertenecientes a economías regionales.

Cuesta encontrar en otros discursos presidenciales en el pasado, una referencia tan continua, tan abundante y contundente en términos del comercio exterior, lo que está señalando que una de esas nuevas ideas del Gobierno Nacional, es la de asumir de manera definitiva y como Política de Estado, el impulso, promoción y estímulo de las exportaciones argentinas.

En esa dirección y con ese propósito, el Gobierno Nacional cuenta con una formidable herramienta, producto intelectual del actual Ministro de Economía, como es la Ley N° 23.101, instrumento legal que se encuentra plenamente vigente, por lo que nada debería impedir su inmediata aplicación, teniendo en cuenta los objetivos que tiene la disposición legal referida, totalmente coincidente con los propósitos e ideas formulados en el mismísimo inicio de la gestión de este Gobierno.

Y como otra de las *nuevas* ideas planteadas es el de ser *un país normal*, es decir, *un país serio*; **cumplir la ley** constituye el basamento de cualquier conducta institucional y social que emprendamos.

Exigir que se cumpla la ley es -desde la posición de nuestras Cámaras- ayudar a reconstruir la fe y la credibilidad en nuestro país; ingrediente básico de cualquier intento por colocar nuestros productos en los mercados mundiales y recuperar nuestro prestigio; luego de tantos e infortunados episodios de los últimos años, que han mellado fuertemente nuestra imagen internacional.

La conducción económica sabe -eso es público y conocido- que se enfrenta una situación extremadamente grave; que los recursos del Estado son escasos y deben ser utilizados con criterios muy específicos y prudencia extrema; y que esos criterios deben priorizar reclamos apremiantes, pero sin descuidar cuestiones de mediano plazo que se conjugan con aquellas nuevas ideas de proponer nada más y nada menos que ser *un país normal*, *un país serio*.

Por lo tanto, si los principales responsables del área económica, en una reciente entrevista con representantes de nuestra entidad agrupante, la FE.CA.CE.RA, le han requerido hacerles llegar un listado de las necesidades y peticiones *apremiantes* pero también *las de mediano plazo*, debemos inferir, al menos dos importantes mensajes que estos funcionarios nos están haciendo llegar:

Por una parte, el propósito de instrumentar medidas concretas, de impulso y estímulo de las exportaciones de las PYMEs de capital nacional, de bienes con alto valor agregado y pertenecientes a economías regionales, basadas en las disposiciones de la Ley N° 23101 y en línea con las políticas enunciadas en el mensaje presidencial.

Por la otra, conocer el pensamiento y los requerimientos de nuestras Cámaras, en busca de interlocutores que coincidan en el pensamiento e ideas que vienen exponiendo en público, y en cuanto encuentro de empresarios y productores participan, y que -como en el caso específico del Dr. Oscar Tangelson- refieren a que "*... los tiempos de una transformación tan profunda son muy rápidos y el desafío es saber cómo se recupera una visión integradora del proceso económico y del proceso social, donde se discuta el ambiente de inversiones. Si falta visión estratégica se seguirá demorando la recuperación ...*"

Saber percibir y valorar los propósitos de mensajes, suponen elaborar una rápida y completa propuesta, que contenga las más apremiantes necesidades de nuestros asociados, de manera que los funcionarios puedan instrumentarlas también rápidamente, priorizando aquellas que condigan con las limitaciones presupuestarias.

Consideramos, por todo ello, imprescindible estimular y mantener un debate interno, que permita analizar si estas peticiones son adecuadas y responden a los requerimientos de nuestros representados y al pensamiento básico de nuestras instituciones.

En esa dirección, creemos que el prisma del análisis y el debate, debe ser el "Decálogo del Comercio Exterior", elaborado por nuestra colega, la CACEC, la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba, magnífica síntesis de los objetivos en pos de "*... crecer sostenidamente en el tiempo ...*" y "*... aplicando políticas que promuevan el trabajo genuino y desincentiven el endeudamiento ...*", feliz resumen de ese Programa de Desarrollo del Comercio Exterior Argentino.

En el debate que se propone, también hará falta discutir y definir los lineamientos que justificarán la implementación de los beneficios y promociones al comercio exterior que se gestionan, habida cuenta que surgirán cuestiones, algunas de carácter doméstico, y relacionadas con la actualidad nacional, las limitaciones presupuestarias y la prioridad de unos estímulos sobre otros; y, otras, referidas al orden internacional, su caracterización en relación a las reglas de la O.M.C. a las que el país adhiere y a su pertinencia en el ámbito del bloque regional, el MERCOSUR, que constituye una de las pocas políticas de Estado, asumidas por todos los gobiernos, nacional y provinciales.

En relación al ámbito internacional, consideramos que estos estímulos e impulsos a las exportaciones (debe evitarse a toda costa hablar de *subsidios*, ya que por su naturaleza claramente no son subsidios); medidas que en cualquier tratado de economía o en el mediano conocimiento de cualquier actualizado y moderno empresario de hoy, se conoce como "**Política Comercial**") son indispensables para que las PYMEs de nuestras economías regionales puedan consolidarse o puedan iniciarse como exportadoras (al decir del Presidente Kirchner, " *...multiplicar el número de exportadores ...*") y debe evitarse, inteligentemente, y a toda costa; una discusión vana sobre si la OMC los aprueba o no los aprueba; ante el espectáculo del cinismo de los países desarrollados que subsidian y protegen su producción y sus exportaciones, alzando nuevas y sofisticadas barreras para arancelarias, mientras exigen a los países más pequeños y sin recursos presupuestarios suficientes, cumplan las reglas y liberalicen su comercio, e intentan utilizar a la O.M.C. como un gendarme normativo.

Distintas personalidades e intelectuales (Vgr. Noam Chomsky, reconocido semiólogo y crítico de los efectos no deseados de la globalización y Joseph Stiglitz - Premio Nobel de Economía, por citar a norteamericanos, exentos de toda sospecha de no amar a su país) han planteado lo perverso e hipócrita de este doble discurso.

Otra **nueva** idea es evitar la pérdida de tiempo en un debate que termina siendo insustancial para los intereses del país y aplicar estas energías en debatir cuáles estímulos de los propuestos resultan los más urgentes y cómo responden éstos a las reales demandas y necesidades de nuestros asociados.

Los responsables de la conducción económica reunidos con nuestra FE.CA.CE.RA. solicitaron en su primera entrevista y en el inicio de su gestión, de manera expresa, y tal como recomienda el buen arte de gobernar, que remitiéramos un listado de nuestras peticiones, entre las de orden apremiante y aquellas que consideramos necesarias en el mediano plazo, transmitiendo un mensaje implícito en el sentido que la razón de ser de nuestras Instituciones (nuestras Cámaras regionales de Comercio Exterior), representa el pensamiento coincidente con la visión del gobierno, y que se traduce en una temática preferente y una cita -nunca igualada- de referencias a nuestro sector, en el mensaje presidencial.

Debemos ser optimistas y responsables por igual, en esta evaluación: si la conducción económica lleva adelante una Política Comercial definida por la más alta autoridad como un lineamiento básico de su gestión de cuatro años, les corresponde a esa misma conducción expresar su coherencia entre lo anunciado y los hechos. Sólo a ellos les cabrá decir un NO y justificar lo que sería una contradicción. Es que la responsabilidad de lo que se pide ha tenido en cuenta que, tratándose de PYMEs (y no de grandes corporaciones), **los montos para la implementación de estos estímulos han de resultar de muy baja incidencia en el Presupuesto nacional.**

Igualmente hemos de evitar intentar demandar reformas o rebajas impositivas relativas a recursos básicos del Presupuesto nacional y que impactan fuertemente en su necesario equilibrio (equilibrio en el que venimos coincidiendo,

tal como lo plantea el citado Décalogo del Comercio Exterior que ha formulado la CACEC), y que, en definitiva, sólo terminarían beneficiando a los grandes grupos empresariales y corporaciones, amén de descontar la negativa del gobierno y desperdiciar así un espacio de diálogo y comunicación que se nos brinda, por una actitud que no dudamos sería tonta e irresponsable.

Corresponde resaltar que resulta indispensable que nuestras organizaciones empresariales, asuman el compromiso y responsabilidad no sólo de colaborar en la implementación razonable de los estímulos que se solicitan, sino también velar para que ocurra una transparente, honesta y justa utilización de tan escasos recursos, por parte de los beneficiarios; utilizando el máximo de nuestra responsabilidad institucional en auditar, amonestar, apereibir y denunciar intentos deshonestos por aprovecharse inadecuadamente de ventajas que tienen por propósito mejorar y estimular el crecimiento de la economía de manera sostenida, clarificar el ambiente económico y mejorar la imagen pública y privada de nuestro país ante los terceros, especialmente aquellos potenciales compradores de nuestros buenos bienes y servicios, y especialmente si los proveen PYMEs de capital nacional, que incorporan alto valor agregado y que pertenecen a las economías regionales.

Nos hemos permitido agregar anexos a este documento, algunos párrafos pertenecientes al Sr. Presidente de la Nación; al pensamiento del Sr. Ministro de Economía; a muy recientes opiniones del Sr. Secretario de Política Económica y a un Premio Nobel de Economía, como una manera de enriquecer nuestra propuesta, enaltecer el alcance de sus objetivos y respaldar, así, nuestro derecho a peticionar.

Tanto como la alta valoración de los propósitos de esta petición, resultará aún mucho más valioso, propender al necesario debate que trascienda la coyuntura, y aún el mismo resultado del pedido, para que en el ámbito de nuestras Cámaras nos mantengamos informados y actualizados y, por ende, resultemos agentes propaladores de estas nuevas ideas al ámbito social; necesitado de ideas, cambios y trabajo hacia un destino de grandeza, la mejora del ambiente económico y la transformación de una sociedad que perciba y crea que estamos en un país que merezca ser vivido.

15.08.2003

Citas

" ... Nuestro país debe estar abierto al mundo, **pero abierto al mundo de una manera realista**, dispuesto a competir en el marco de **políticas de preferencia regional** - fundamentalmente a través del Mercosur- y de políticas cambiarias flexibles acorde a nuestras productividades **relativas y a las circunstancias del contexto internacional** ... "

" ... La inserción comercial de la Argentina ocupa un lugar central de la agenda del gobierno. Consolidar la política comercial **como una política de Estado permanente que trascienda la duración de los mandatos de gobierno** y cuente con la concurrencia del sector privado, de la comunidad académica y de la sociedad civil en general **será un objetivo estratégico de primer orden** de esta administración.

Profundizar la estrategia de apertura de mercados, incrementar sustancialmente nuestro intercambio con el resto del mundo. **Diversificar exportaciones hacia bienes con mayor valor agregado**. Desconcentrar las ventas por destino y **multiplicar el número de exportadores** de modo que los beneficios del comercio exterior se derramen sobre todas las ramas productivas ..."

Dr. Néstor Kirchner - Presidente de la Nación

(Párrafos del discurso presidencial del 25 de Mayo de 2003)

" ... 1°) Toda tendencia aislacionista debe evitarse ... 3°) El comercio internacional está lejos de ser el mundo de la teoría; 4°) El comercio internacional no es una cuestión de unos pocos, los exportadores. **Es una cuestión global y fundamental** ... 7°) Las políticas cambiarias juegan un papel central ... 9°) Cuando internacionalmente se negocia la posibilidad de dar subsidios debe recordarse que en última instancia por razones presupuestarias, sólo los países desarrollados pueden efectivamente darlos; 10°) **Las normas de tratamiento especial y diferenciados a favor del desarrollo son vitales** ... "

Dr. Roberto Lavagna (citas extraídas de un documento publicado en Clarín (Suplem. Económico - Domingo 11/11/2001- Contratapa)

Ministro de Economía de la Nación
Embajador argentino ante la Unión Europea (en 2001)

(Se adjunta fotocopia artículo completo)

" ... Si las empresas para sobrevivir, recurren a la programación estratégica, resulta inconcebible que los países se limiten a un activismo irreflexivo en la coyuntura ... es evidente que los economistas nos equivocamos. Pretendimos convencer a la sociedad de que los problemas económicos tenían solución económica y eso es falso, ya que los problemas económicos tienen solución económica, **política, cultural,** social, tecnológica, antropológica, ética, jurídica, etcétera. Los tiempos de una transformación tan profunda son muy rápidos y el desafío es saber cómo se recupera una visión integradora del proceso económico y del proceso social, donde se discuta el ambiente de inversiones.

Si falta visión estratégica se seguirá demorando la recuperación ... Esta historia no es idílica porque cuando hay una transformación de esta magnitud se afectan intereses ...

Dr. Oscar Tangelson. (Citas del artículo "El que no piensa está perdido" (Diario La Nación -Supl. Emprendedores - 02/08/03- pág 2)

Secretario de Política Económica de la Nación

(Se adjunta fotocopia artículo completo)

" ... Los Estados Unidos son hipócritas. Piden virtudes a otros países, pero no las practican ellos mismos ... (El Brasil) podría ganar mucho con el ALCA si hubiera reciprocidad (norte)

americana. En las dos o tres veces en que los negociadores hablaron, Estados Unidos dejó claro que no están dispuestos a ofrecer nada a cambio de la apertura de los mercados brasileños ... Los Estados Unidos pueden hasta bajar sus aranceles de importación pero colocan trabas, como medidas antidumping, barreras fitosanitarias, entre otras prácticas, que no están de acuerdo con los buenos principios del libre comercio ... Por intermedio del FMI, los Estados Unidos estimulan a los países a elevar sus tasas de interés para contener la inflación, lo que torna imposible (para Brasil) hacer negocios. Forzamos a otros países a aceptar condiciones como éstas, pero nosotros no las aceptamos...
... **Tener política industrial es bueno.** Poquísimos países fueron exitosos sin política industrial. Es muy difícil crear una que funcione, pero es imposible tener éxito sin ninguna ...

Joseph Stiglitz. (Citas extraídas del artículo (en portugués) "Os Estados Unidos são hipócritas" - Revista Exame (Ed. Abril . Sao Paulo - Brasil), 23/Julio/2003 - Pág. 20. (Se adjunta fotocopia artículo completo).

Norteamericano
Premio Nobel de Economía en 2001