

PANORAMA SECTORIAL

Octubre 2004

Año 17 - N° 199

Panorama Sectorial: Esmeralda 135 - 4° "B" - (C1035ABC) Buenos Aires - Argentina
Tel./ Fax: (54 - 11) 4327- 1094 (lineas rotativas)
e-mail: informe@panoramasectorial.com

PANORAMA SECTORIAL

Características de los informes sectoriales

- ◆ Estadísticas de los últimos 8 años (Excel).
- ◆ Empresas: noticias e inversiones.
- ◆ Estructura del sector.
- ◆ Análisis de las variables del sector.
- ◆ Pronósticos de corto plazo.
- ◆ Empresas del sector (dirección, teléfono y mail).

Ventajas exclusivas de Panorama Sectorial

- ◆ Información de más de 50 sectores.
- ◆ Edición digital en la intranet de la empresa (sin costo).
- ◆ Ilimitada cantidad de consultas (sin costo).
- ◆ El precio más bajo del mercado.
- ◆ Trayectoria de 17 años en el mercado de informes sectoriales.

Lic. Javier Puiggrós
Director

PANORAMA SECTORIAL

www.panoramasectorial.com

ANÁLISIS DE 31 SECTORES ECONÓMICOS

En cada informe mensual se editan 9 sectores

1	A LGODÓN (t)	12	C OSECHADORAS (t)	23	P ESCA (t)
2	A UTOMOTORES (m)	13	C UEROS (t)	24	P ETRÓLEO (t)
3	A UTOPARTES (m)	14	E LECTRÓNICOS (c)	25	P ETROQUÍMICA (c)
4	A ZÚCAR (t)	15	F RUTAS Y HORTALIZAS (c)	26	S HOPPINGS (t)
5	B EBIDAS (c)	16	G AS (t)	27	S IDERURGIA (t)
6	C ALZADO (c)	17	G ASEOSAS (c)	28	S UPERMERCADOS (t)
7	C ARNES (t)	18	L ABORATORIOS (t)	29	T EXTIL (c)
8	C ELULOSA Y PAPEL (c)	19	L ÁCTEOS (t)	30	T RACTORES (t)
9	C EREALES (b)	20	L ANAS (c)	31	V INO (c)
10	C ERVEZA (c)	21	L IMPIEZA Y TÓCADOR (c)		
11	C ONSTRUCCIÓN (t)	22	O LEAGINOSOS (b)		

Frecuencia de edición: (m) mensual, (b) bimestral, (t) trimestral y (c) cuatrimestral

*Cada publicación de **Panorama Sectorial** se acompaña con un diskette que contiene todas las cifras estadísticas del informe. Dicha información está en Excel y comprende los últimos 8 años.*

OTROS SECTORES Datos Estadísticos

32 Aluminio primario	42 Máquinas de uso agropecuario	52 Pinturas
33 Carga transportada por avión	43 Máquinas-herramienta	53 Servicio de radiomensaje
34 Carga transportada por tren	44 Negro de humo	54 Servicio telefónico básico
35 Caucho sintético	45 Neumáticos	55 Servicios públicos
36 Cerámicos, pisos y revestimientos	46 Nitrógeno	56 Telefonía celular
37 Ciclomotores	47 Oxígeno	57 Televisión por cable
38 Cigarrillos	48 Pasajeros transp. por avión	58 Vehículos pasantes por puentes de peaje
39 Faena avícola	49 Pasajeros transp. por ómnibus	59 Zinc electrolítico
40 Harina de trigo	50 Pasajeros transp. por subterráneos	
41 Lámparas	51 Pasajeros transp. por tren	

*Los datos estadísticos de estos sectores se encuentran en Herramientas de Gestión de **Panorama Sectorial Premium**.*

Precios:

Por informe mensual (contiene 9 sectores):

Panorama Sectorial Standard: \$ 350.- (versión digital - se envía por mail junto con las cifras estadísticas)

Panorama Sectorial Premium: \$ 420.- (informe impreso + CD que contiene: versión digital + cifras estadísticas + Herramientas de Gestión + Noticias e Inversiones de Empresas)

Herramientas de Gestión: ➤ Estadísticas de Productos Industriales (EPI)

➤ Evolución del Precio del Dólar

➤ Indec Informa (Estadísticas de Actividad Industrial, Comercio y Servicios, Sector Externo, Trabajo y Empleo, Precios al Consumidor y Mayoristas, Construcción, Cuentas Nacionales, etc)

➤ Informes del Banco Central de la República Argentina: Informe sobre Bancos e Informe Monetario Mensual

Opción: precio individual por sector \$150.- (versión digital - se envía por mail junto con las cifras estadísticas)

Octubre de 2004

INDICE

Sección	Página
PANORAMA EMPRESARIO	2
HIGHLIGHTS	28
ALGODON	33
AUTOMOTORES Y AUTOPARTES	51
CELULOSA Y PAPEL	83
ELECTRODOMESTICOS	109
OLEAGINOSOS	137
PESCA	168
TEXTIL	195
TRACTORES Y COSECHADORAS	217
VINO	237
FUENTES DE INFORMACION	260

Registro Nacional de la Propiedad Intelectual N° 338.236. Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial.
Director y Propietario: Lic. Javier Oscar Puiggrós.

PANORAMA EMPRESARIO

Contenido

Noticias de Empresas	6
Falsificación de ropa de marcas famosas	6
Beneficios de General Electric	6
Carrefour, Wal Mart y Jumbo, con guerra de precios	6
Mastellone exporta manteca hacia Europa	7
Diputados aprobó la creación de Enarsa	7
El Grupo Macri prevé producir autos	7
Wal Mart pronostica menores ganancias	7
Venden 80% de las nuevas torres Le Parc	8
Pauny (ex Zanello) se convierte en automotriz	8
Air Canada salió del concurso	8
Petrobras, con nuevo pozo en Río Gallegos	9
Arribo de PDVSA	9
Ford apuesta al lujo de Land Rover	9
Acueducto pampeano sin acuerdo	9
Petrosur despierta poco entusiasmo	10
Vinos de exportación	10
Exitosa colocación de un bono	10
Hereford se asocia con Carrefour	11

Más pasajeros y cargas.....	11
El Gobierno ruso le pone precio a Yukos	11
Roemmers venderá sin receta	11
Enarsa tendrá estaciones de servicio	12
Repsol YPF prevé menores impuestos	12
Una tregua entre Agricultura y Monsanto.....	12
Ferrocarril San Martín	13
Telefónica espera la fusión Unifón-Movicom.....	13
Nuevas inversiones de Renault	13
Sanyo y Noblex operarán Philco	13
Alitalia se divide en dos sociedades	14
Premian a Swift Armour Argentina.....	14
Objetivo de Microsoft: los celulares	14
Pronóstico en celulares para 2005	15
Más vuelos a Río Negro	15
Servicio aéreo de lujo	15
Premio para una bodega	16
Inversiones de Empresas	17
Cencosud inauguró El Portal de Rosario	17
A Grade Trading invertirá US\$ 27 millones.....	17
La inversión china: desde motos hasta autoservicios	17
Ropa uruguaya en la Argentina	18
Ampliación de flota	18
Venta directa al público.....	18
Heladería en crecimiento	18

C&A ya invirtió 200 millones de dólares	19
Petrobras confirma inversiones	19
Solvay controlará la filial brasileña.....	19
Nestlé lanza su cadena de heladerías	19
Glaxo invierte en cremas	20
Verónica y SanCor invierten en gasoductos	20
Bodega para alquilar	20
De las finanzas al vino	21
Llega una marca de EE.UU.	21
Planta de piedra laja	21
Nuevo centro comercial	21
Otro centro de distribución	22
Parque telefónico.....	22
Expansión mayorista.....	22
Un shopping cambió de dueño	22
Inversión en maquinaria	23
Más cines en Córdoba.....	23
Total invierte más en explorar el mar	23
Cemex selló operación récord.....	24
Nueva planta de sembradoras	24
Repsol anunció inversiones, pero reclamó más garantías	24
PDVSA abre oficinas en Argentina	24
La Anónima, de compras	25
Techint reabrió una planta en San Luis	25
Repsol-YPF construirá planta en Canadá	25

Palermo Soho con edificios residenciales	26
TGS duda del gasoducto	26
Peugeot invertirá 125 millones.....	26
Inversión de Telefónica en fibra óptica	26

Noticias de Empresas

Falsificación de ropa de marcas famosas

La falsificación de ropa cobró impulso hace unos cinco años, en la época en que regresaron al país marcas como Adidas, Nike, New Balance, Levi's o Wrangler. Para la AFIP, la suma de falsificaciones más contrabando se acerca a los \$ 20.000 millones/año. No se sabe con precisión cuánto corresponde al negocio textil, aunque se afirma que es el segundo rubro de los 1.300 puestos ilegales que contabilizó la Cámara de Comercio.

En el ámbito empresario, hay reuniones donde los dueños de las licencias (sobre todo, Adidas y Nike) analizan el tema en conjunto, pero no tienen contacto cotidiano con la AFIP. Cabe agregar que hay un proyecto de ley que le otorga a la AFIP la posibilidad de intervenir en los casos de falsificación, algo que hoy no puede hacer.

Clarín

Beneficios de General Electric

General Electric informó que obtuvo en el tercer trimestre ganancias que superaron en un 11% las del mismo período del 2003. La empresa comunicó ganancias netas de 4.051 millones de dólares.

Los ingresos de la compañía en el trimestre fueron de 38.272 millones de dólares, un 15 por ciento más que los 33.394 millones de dólares del tercer trimestre del 2003.

Este nivel de ventas superó las previsiones de los analistas, que esperaban ingresos de 38.100 millones de dólares.

Infobae

Carrefour, Wal Mart y Jumbo, con guerra de precios

Carrefour, Wal Mart y Jumbo cumplieron años en el mes de Octubre y lo festejaron con productos hasta 50% más baratos. Las cadenas Auchan y Libertad se sumaron a la movida. El objetivo inicial de la concreción de los festejos fue crecer 12% con relación a 2003; también intentan recuperar terreno ante los comercios de barrio. Octubre es un mes de fuertes ventas en el año y, según las estimaciones, pueden alcanzar un incremento de las ventas del orden del 20% respecto del mismo mes de 2003.

Infobae

Mastellone exporta manteca hacia Europa

Mastellone concretó la exportación de mil toneladas de manteca, por un monto de u\$s1.995.000, que fueron distribuidos entre cuatro países del Viejo Continente. Empresas de Holanda, Alemania, Bélgica y Francia adquirieron el derivado lácteo en blocks de 25 kilos.

La Serenísima, la principal marca de la láctea nacional, produce diariamente 750 mil litros de leche que cumplen con los requerimientos de la comisión de la UE, por lo cual tiene posibilidad de aumentar sensiblemente su exportación de manteca.

Infobae

Diputados aprobó la creación de Enarsa

La Cámara de Diputados votó la creación de Enarsa, la compañía estatal de energía. Debido a las modificaciones introducidas en el proyecto original por dicha cámara, el mismo debe ser ahora discutido en el Senado.

Según lo aprobado hasta el momento, Enarsa será una sociedad anónima con mayoría accionaria del Estado y tendrá controles de la Sigen y la Auditoría General de la Nación para cada uno de los contratos y proyectos que realice con cualquier empresa energética.

El texto aprobado garantiza que siempre el Estado Nacional mantendrá el 53% del total del paquete accionario y las Provincias sumarán otro 12% (0,5% cada una).

Clarín

El Grupo Macri prevé producir autos

El Grupo Macri firmó cartas de intención con tres fábricas automotrices de China para obtener las licencias de importación y, eventualmente, para también producir sus modelos en la Argentina.

Según trascendió, las referidas fábricas producen autos chicos, de una cilindrada que va de 800 a 1.100cc. Macri quiere posicionarlos en la franja más económica del mercado. Para ello, necesita convencer al Gobierno de que arme el andamiaje impositivo para lanzar un proyecto de auto económico al estilo del auto "popular" brasileño, que tiene amplias exenciones impositivas.

Clarín

Wal Mart pronostica menores ganancias

Wal Mart espera que los beneficios del tercer trimestre se ubiquen en el rango inferior de sus estimados de 52 a 54 centavos por título

El gigante minorista proyecta que las utilidades para el año completo se ubicarán entre 2,36 y 2,40 dólares por acción.

El consenso de analistas de Wall Street había calculado beneficios de 53 centavos y 2,39 dólares por título, respectivamente.

Infobae

Venden 80% de las nuevas torres Le Parc

En tan sólo dos semanas, los comercializadores de las torres Le Parc de Puerto Madero vendieron 80% de los departamentos que ocuparán dos de los tres edificios que conformarán el complejo inmobiliario.

Los ingresos generados por estas operaciones rondan los u\$s 50 millones y el alto nivel de demanda evidenciado en tan poco tiempo refleja una realidad: hay un selecto segmento de la sociedad con alto poder adquisitivo que busca unidades más chicas para vivir pero con la calidad y confort de los grandes edificios de lujo.

Infobae

Pauny (ex Zanello) se convierte en automotriz

El Presidente de la Nación oficializó la autorización a la fábrica cordobesa Pauny, con sede en la localidad de Las Varillas, para operar como empresa automotriz y producir minibuses destinados al transporte de pasajeros.

El jefe del Poder Ejecutivo anunció la habilitación oficial de la empresa, recuperada por sus trabajadores, y la definió como la única terminal automotriz de capitales nacionales instalada en el país.

La empresa Pauny es una terminal armada por una cooperativa de trabajadores sobre la base de lo que fue la compañía Zanello.

Infobae

Air Canada salió del concurso

Air Canada salió del concurso preventivo tras 18 meses de turbulencias que dejaron debilitada a la firma. Ahora, equipada con nuevos aviones, está dispuesta a enfrentar a las firmas de bajo costo y expandirse en América Latina.

La compañía fue equipada con nuevos aviones, entre ellos 90 naves Bombardier para rutas regionales y un pedido completo de 90 unidades a Embraer. Ahora, el grupo dispone de US\$ 858 millones de capital y US\$ 1.500 millones en liquidez.

La Nación

Petrobras, con nuevo pozo en Río Gallegos

El nuevo yacimiento descubierto por Petrobras en Río Gallegos (Estancia Agua Fresca x-1001) contiene petróleo liviano y está ubicado a 130 km al noroeste de la capital de Santa Cruz. Mediante los ensayos se cuantificó su productividad como de 50 m³/d de petróleo y 4.200 m³/d de gas en profundidades en torno de los 1.400 metros.

Para la petrolera brasileña, el yacimiento forma parte de un plan de inversiones que está relacionado con los proyectos de exploración de los bloques El Martillo-El Campamento, pertenecientes al área Santa Cruz I, donde está asociada a Compañía General de Combustibles (CGC), del grupo Soldati.

Infobae

Arribo de PDVSA

La llegada de PDVSA a la Argentina se inscribe dentro de una directiva del presidente Hugo Chávez destinada a reforzar los vínculos económicos, energéticos y políticos continentales. Al mismo tiempo, se trasunta una decisión de hacer negocios con los créditos disponibles del cobro de las doce cuotas emergentes del pago del millón de toneladas de fuel oil adquiridas a Venezuela. Con esa importación argentina del combustible, que permitió sortear un invierno sin apagones, PDVSA pasó a tener disponible una masa de fondos algo superior a los u\$s 250 millones.

Infobae

Ford apuesta al lujo de Land Rover

Desde la gerencia de operaciones de Premier Automotive Group (PAG: la división de lujo de Ford Motor Company que nuclea a las marcas Volvo, Jaguar y Land Rover) se hizo conocer la satisfacción de la empresa por haber duplicado las ventas con respecto al año pasado. Asimismo, prevén que la industria va a seguir recuperándose, lo cual impulsará también el crecimiento del segmento Premium. En este contexto, Land Rover además de haber recuperado participación de mercado se prepara para la renovación de su gama con el lanzamiento la Discovery 3 y la Ranger Rover 2005.

Infobae

Acueducto pampeano sin acuerdo

Según voceros oficiales, aún no se llegó a un acuerdo entre el gobierno de La Pampa y la Unión Transitoria de Empresas (UTE) Techint-Skanska para continuar con la construc-

ción del Acueducto del Río Colorado, la obra de mayor envergadura de la provincia. Agregaron que los puntos de más difícil acuerdo son los plazos y los montos a convenir con la UTE, que paralizó la obra al expirar el plazo original (el 31 de Agosto) y despidió a unos 200 trabajadores.

La Nación

Petrosur despierta poco entusiasmo

El proyecto que impulsan los gobiernos de Argentina y Venezuela para crear una "petrolera estatal latinoamericana" (Petrosur) no ha despertado demasiado interés en los países vecinos.

Fuentes del gobierno boliviano señalaron que el Ejecutivo ve con "escepticismo" la iniciativa porque no están claros cuáles serían los beneficios para la empresa estatal YPF en el caso de que se incorpore a la compañía regional.

Por otra parte, la idea de que Petrobras se adhiera a Petrosur es vista en círculos petroleros oficiales de Brasil como una simple idea de buenas intenciones pero con poco futuro.

Clarín

Vinos de exportación

La bodega mendocina Benegas comenzará a exportar sus nuevas líneas de vinos Benegas Malbec y Juan Benegas a Estados Unidos, Uruguay, Brasil, México, Holanda, Francia, Italia, Suiza e Inglaterra.

La empresa informó que durante este año destinará un 80 por ciento de su producción al mercado externo, lo que representa un incremento de un 30 por ciento en sus exportaciones en relación con 2003.

La Nación

Exitosa colocación de un bono

Edesur concretó su regreso al mercado de capitales y se convirtió en la primera empresa en realizar una emisión en pesos a un plazo de tres años. La distribuidora eléctrica anunció la colocación exitosa de nuevas obligaciones negociables (ON) por un monto total de 120 millones de pesos en dos series a 18 meses y tres años, respectivamente. La operación fue encabezada por los bancos ABN Amro y Comafi, los que en conjunto con el Macro Bansud actuaron como colocadores de los nuevos títulos. Edesur informó que los fondos obtenidos mediante la colocación de los títulos serán destinados a mejorar la estructura y el perfil de los vencimientos de su deuda.

La Nación

Hereford se asocia con Carrefour

Los productores de Hereford se preparan para darle batalla a Cabaña Las Lilas y Aberdeen Angus por el control del mercado de carne envasada con marca. La sociedad anónima Carne Hereford (que reúne a la Asociación Argentina de Criadores de Hereford y a un grupo de 53 productores de esa raza) selló un acuerdo con el grupo Carrefour para comenzar a comercializar su línea de productos exclusivamente en los hipermercados de Carrefour y los supermercados de Norte.

La Nación

Más pasajeros y cargas

La aerolínea estatal LADE informó que en los siete primeros meses de este año transportó en sus vuelos a 33.826 pasajeros, lo que representa un crecimiento del 85%, comparado con igual período de 2003. Los números positivos se reflejan también en el traslado de carga, donde el crecimiento fue del 67% al pasar de 446.171 kg transportados en las bodegas de sus aviones el año pasado a una proyección para todo 2004 de 742.000 kg. La empresa, además, informó que tiene en estudio un plan de desarrollo de varias subestaciones en el interior, de manera de descentralizar sus operaciones.

La Nación

El Gobierno ruso le pone precio a Yukos

El Gobierno ruso puso hoy precio a los activos de la petrolera Yukos, que no debe ser menor de u\$s 15.000 millones, y descartó concederle nuevas prórrogas.

Las autoridades rusas embargaron los activos de las 24 filiales de Yukos tras concluir en una auditoría que la compañía debía 99.000 millones de rublos (3.413 millones de dólares) en concepto de impuestos y derechos impagos.

El presidente ruso, negó que el Kremlin pretenda la nacionalización de esta compañía, la mayor petrolera del país, pero dejó el camino abierto para la compra de sus acciones por parte de empresas públicas.

Infobae

Roemmers venderá sin receta

Roemmers salió a jugar en el terreno de la venta libre. El primer paso lo dará con la salida de su producto Dorixina, que en su presentación de gel, ahora no necesita de la receta para ser comercializado en las farmacias.

La noticia es de fuerte impacto en la industria ya que la compañía siempre se movió en el sector de venta bajo receta. Por lo tanto, siempre concentró su marketing en la fuerza de su staff de visitadores médicos.

La razón del cambio es económica. Roemmers quiere participar de la jugosa facturación del mercado de remedios sin receta local, que llega a \$1.200 MM anuales.

Infobae

Enarsa tendrá estaciones de servicio

La empresa estatal de energía ENARSA podría adquirir estaciones de servicio si eso "resulta necesario" para su operatoria, adelantó uno de los directores designados de esa compañía. El ejecutivo sostuvo además que "el principal incentivo" para la puesta en marcha de esta empresa estatal "serán los precios internacionales" del petróleo crudo. El capital de ENARSA estará en manos del Estado Nacional (53 por ciento), las provincias (12 por ciento) y el resto cotizará en la Bolsa de Comercio (35 por ciento).

Edición on Line

Repsol YPF prevé menores impuestos

El presidente de Repsol YPF, reveló que el Poder Ejecutivo argentino le prometió estudiar una reducción o eliminación de las retenciones a las exportaciones de hidrocarburos "una vez concluidos la renegociación de la deuda en default y el acuerdo con el Fondo Monetario Internacional". En una entrevista periodística, el funcionario de Repsol YPF recordó que el Gobierno, en la carta de intención firmada con el FMI, se comprometió a bajar ese impuesto a partir de Enero de 2005.

La Nación

Una tregua entre Agricultura y Monsanto

La pelea entre el Gobierno y la multinacional Monsanto por los royalties que deberían pagar los chacareros por usar semillas de soja transgénica RR ingresó en una tregua, pero lejos está de haber finalizado. Tras una reunión, la empresa aceptó discutir el tema en un marco institucional, como exigía el secretario de Agricultura argentino.

La empresa estadounidense preocupó a todo el sector al amenazar con trabar los embarques de soja argentina si los productores no aceptaban pagarle regalías por la modificación genética realizada en la soja RR, el primer transgénico que se sembró en el país, que hoy representa 95% de la cosecha sojera.

Clarín

Ferrocarril San Martín

El Gobierno aún no ha logrado resolver las cuestiones operativas básicas para hacerse cargo del ferrocarril San Martín.

Tras el fallo de la Cámara Federal que dejó vigente el decreto 798 por el cual el Poder Ejecutivo le rescindió la concesión a la empresa Metropolitano, la Secretaría de Transporte quedó en condiciones de "recuperar" en forma inmediata la operación de la línea que une Retiro con Pilar. Pero, más allá de los anuncios que habían prometido un rápido desembarco, hasta ahora el ferrocarril sigue en manos de Metropolitano y nadie se anima a fijar una fecha cierta para el traspaso.

Clarín

Telefónica espera la fusión Unifón-Movicom

El presidente de Telefónica de Argentina manifestó su deseo de que al término de 2004 se haya regularizado la situación de la alianza entre los operadores de telefonía móvil, en referencia a Unifón, la operadora de telefonía móvil del grupo español, y Movicom, empresa de la estadounidense BellSouth, cuyos activos latinoamericanos fueron comprados por la firma europea.

La misma fuente precisó que en siete de los 10 países donde Telefónica compró el negocio de celulares de Bell South en América Latina la operación fue aprobada; en cambio, está pendiente en la Argentina, Chile y Venezuela.

Infobae

Nuevas inversiones de Renault

Funcionarios de la empresa Renault revelaron que fabricarán en Córdoba el modelo "Logan", que se vende en Europa a 5.000 euros. Con este anuncio rechazaron las especulaciones sobre la parálisis en la actividad de la terminal en el país y de sus planes en el Mercosur. Asimismo, se recordó que durante este año Renault incrementó su producción un 85 por ciento, y que de los autos que se venden en el país el 75 por ciento es de fabricación nacional.

Infobae

Sanyo y Noblex operarán Philco

Newsan, la compañía que en Argentina fabrica los electrodomésticos de las marcas Sanyo y Noblex, cerró un acuerdo para quedarse con la marca Philco. Sin embargo,

Newsan aún debe obtener la aprobación de los bancos acreedores de Philco, en proceso de quiebra, para cerrar legalmente la venta de la marca.

Según funcionarios de Newsan "La empresa va a cerrar el año con ventas por 100 millones de pesos y para 2005 esperamos llegar a 150 millones, en parte por el propio crecimiento del mercado de electrodomésticos y en parte por la incorporación de Philco".

Infobae

Alitalia se divide en dos sociedades

Alitalia, junto con los principales sindicatos firmaron hoy en Roma la nueva estructura organizativa de la empresa aérea. El acuerdo contempla la división de la firma en dos, Alitalia Fly, que se encargará de los vuelos, y Alitalia Service, controlada por la anterior y dedicada a los servicios.

Hasta ahora el estado italiano controla el 62 por ciento de Alitalia. El Ministerio del Tesoro, accionista de referencia de la compañía, precisó que la cuota estatal no bajará del 30 por ciento.

Infobae

Premian a Swift Armour Argentina

Swift Armour Argentina, empresa especializada en la elaboración de alimentos de origen cárnico, fue distinguida con los premios a la Trayectoria y a la Exportación Argentina 2003, en el rubro frigoríficos.

El reconocimiento fue otorgado a Swift por la Revista Prensa Económica y auspiciado por los ministerios de Economía y de Relaciones Exteriores y Culto.

Swift exportó durante el año pasado 105 millones de dólares, cifra que lo convierte en el mayor exportador cárnico argentino con una participación del 20 por ciento del total exportado del país por esa rama de la industria alimenticia.

Edición on Line

Objetivo de Microsoft: los celulares

Pese a que un viejo proverbio hispanoamericano señala que "el que mucho abarca poco aprieta", Microsoft tiene un nuevo objetivo para ampliar su dominio en el software a escala mundial: colocar su sistema de audio y video en los teléfonos celulares antes de ser desplazada por rivales como Apple en un mercado que cuenta con 650 millones de aparatos.

El gigante estadounidense del software adelantó los preparativos para que su software

de medios esté disponible para los fabricantes de dispositivos y chips, lo que permitiría al consumidor escuchar en su móvil música que previamente haya guardado bajo el sistema Windows Media (WMA/WMV) en su computadora equipada con Windows.

Edición on Line

Pronóstico en celulares para 2005

Los presidentes de las empresas de telefonía móvil Unifón, CTI, Nextel y Movicom, coinciden en prever que en dos años habrá 20 millones de celulares, es decir que se duplicará la cantidad actual de líneas en servicio; y la facturación de las operadoras crecerá por la venta de las nuevas aplicaciones como los "ringtones" (música para bajar al celular), juegos, y servicios de transmisión de datos.

Entre otros comentarios, señalaron que "El crecimiento seguirá durante todo este año y 2005 para luego estabilizarse" y que la penetración de la telefonía celular llegará al 40% de la población. Actualmente hay 27 celulares cada cien habitantes.

La Nación

Más vuelos a Río Negro

El gobierno de Río Negro y la Fuerza Aérea gestionarán en forma conjunta ante las autoridades nacionales el retorno de los vuelos comerciales a la provincia de la compañía estatal LADE. Así lo informó la Dirección de Turismo de la Provincia de Río Negro, receptora de los reclamos que vienen realizando desde tiempo atrás hombres de negocios y productores de la región del valle.

La Nación

Servicio aéreo de lujo

Aerolíneas Argentinas presentó en Córdoba su avión Executive Jet, con el que empezará a ofrecer servicios de vuelos de lujo. Se trata de un Boeing 737-200, que inicialmente contaba con 110 plazas, y fue reducido a 29 bajo la concepción VIP. El avión, que llegó al aeropuerto internacional Córdoba en vuelo de promoción, puede alcanzar desde Buenos Aires, sin escalas, todos los aeropuertos de la Argentina que admiten un modelo tipo B 737 y varios destinos regionales, ya que tiene una autonomía de vuelo de 4 horas y media.

La Nación

Premio para una bodega

La bodega La Misión, del empresario Alfredo Catena, obtuvo una medalla de plata en el concurso Catad'Or 2004 con un espumante cosecha 1995. Se trata de un vino elaborado mediante el método champenoise con uvas chardonnay y pinot noir provenientes de Tupungato, Mendoza.

El grupo que preside Catena controla otras dos bodegas: Alfredo V. A. Catena y La Argentina.

La Nación

Inversiones de Empresas

Cencosud inauguró El Portal de Rosario

El grupo Cencosud inauguró el shopping El Portal de Rosario. Con este proyecto, que demandó un desembolso de \$ 150 millones, el grupo completó un plan de inversiones por \$ 500 millones en la Argentina posdevaluación y ahora anunció que destinará otros \$ 150 millones para llevar sus centros comerciales a nuevas plazas del interior del país, mientras espera que las autoridades argentinas aprueben la compra de Disco.

Cencosud es un grupo que cuenta con más de 22.000 empleados en la Argentina y Chile y en 2003 facturó US\$ 1.550 millones, sumando los ingresos de Jumbo, Easy Home Center y Unicenter, entre otras empresas controladas.

La Nación

A Grade Trading invertirá US\$ 27 millones

Un grupo inversor chino se prepara para reactivar la mina de hierro de Sierra Grande, en Río Negro, que pertenecía a la disuelta empresa estatal Hierro Patagónico de Sierra Grande (Hipasam). El proyecto contempla la creación de 700 puestos de trabajo en una primera etapa, que podrían trepar a 1.500 en un plazo de cuatro años.

El gobierno de la provincia de Río Negro aceptó la propuesta que presentó la firma china denominada "A Grade Trading", el cual prevé un desembolso inicial de US\$ 6,4 millones por la adjudicación del yacimiento, más otros US\$ 21 millones en la remodelación de las instalaciones de la mina, cerradas desde 1992.

La Nación

La inversión china: desde motos hasta autoservicios

Entre las primeras firmas chinas que llegaron al país se encuentran Jincheng y Nanchang Railna, productores de ciclomotores y motos de alta cilindrada. Otra compañía, Jinar, se asoció con una firma local, Daltac, para iniciar la fabricación de ciclomotores.

En el negocio textil, la firma Fujihashen Jiaryansi está invirtiendo US\$ 2 millones en una planta de indumentaria deportiva. Mientras tanto, el grupo Noble, de Hong Kong, tiene en estudio una inversión para la construcción de un complejo ferropuerto.

Por su parte, las petroleras China National Petroleum, China Off Shore y China Pek prevén asociarse con la compañía estatal Enarsa para encarar inversiones juntas en el país. Sin embargo, la presencia comercial china más importante en Argentina continúan siendo los más de 1.500 autoservicios que están en manos de inmigrantes de ese país.

La Nación

Ropa uruguaya en la Argentina

Victoria M. Ortiz, una marca uruguaya de indumentaria femenina, se prepara para llegar a la Argentina. La firma anunció la apertura de su primer local en Buenos Aires, en el shopping Unicenter. Fundada en 1980, en la actualidad cuenta con 22 sucursales distribuidas en Montevideo, Punta del Este, Santiago, Asunción, Quito y el sur de Brasil (Pelotas y Porto Alegre). Sus planes de expansión incluyen San Pablo y Costa Rica y una nueva apertura en el barrio porteño de Recoleta.

La Nación

Ampliación de flota

Aerolíneas Argentinas anunció el arribo del primer Boeing 737/500 que se incorpora a su flota de cabotaje. De esta manera, la empresa inició el reemplazo de las unidades B737/200 por nuevos aviones, que serán importados de Francia y los Estados Unidos. El plan de inversiones para este año incluye 15,5 millones de dólares para modernizar su flota.

La Nación

Venta directa al público

El frigorífico rosarino Paladini inauguró el primer local de Paladar, su cadena de venta directa al público. El comercio, que abrió en el barrio porteño de Belgrano, ofrece productos gourmet como cortes vacunos de exportación, fiambres y quesos premium.

La Nación

Heladería en crecimiento

La cadena de heladerías Munchi's crece en los shopping centers. La empresa, que pertenece a la familia Perez Companc, concretó la apertura de una sucursal en el shopping Alto Palermo y próximamente sumará otro en el Buenos Aires Design Center.

La Nación

C&A ya invirtió 200 millones de dólares

La empresa holandesa C&A concretó su expansión al norte del país, con la apertura de un nuevo local en San Miguel de Tucumán. Con la nueva tienda, C&A ya tiene 12 locales propios en la Argentina, especializados en la venta de ropa sport y de vestir. Voceros de la empresa señalaron que desde su primer desembarco en la calle Florida, en 1996, C&A lleva invertidos 200 millones de dólares y abrirán tres nuevos locales por año, hasta totalizar una red de 20 tiendas.

Clarín

Petrobras confirma inversiones

La petrolera Petrobras confirmó que realizará inversiones en la Argentina por 1.400 millones de dólares de aquí a 2007. De esa cifra, más de la mitad se orientará a tareas de exploración y producción de hidrocarburos, tal como había reclamado con vehemencia el Gobierno.

Desde 2002, año en que la petrolera estatal brasileña compró el negocio petrolero del grupo Perez Companc, la compañía llevaba invertidos 542 millones de dólares. Ahora, y en un lapso de tres años, triplicará esa inversión, luego de la fuerte presión desplegada por el Gobierno, que incluso generó roces entre los principales socios del Mercosur.

Clarín

Solvay controlará la filial brasileña

La fabricante de PVC y soda cáustica Solvay Indupa informó a la Bolsa la compra de 3.420.032 acciones de Solvay Brasil equivalentes al 30,74% del capital social de esta última, abonando por ellas US\$ 40.000.000. Los fondos serán usados por Solvay Netherlands, controlante de la brasileña, para reducir su endeudamiento en dólares. Más adelante, Solvay Indupa disolverá la empresa holandesa, a la que controla, y quedará como único accionista de la filial brasileña.

Clarín

Nestlé lanza su cadena de heladerías

Nestlé invirtió \$12 millones y venderá helados industriales y competirá en la categoría intermedia entre los premium artesanales y las firmas que comercializan productos de bajo costo.

La empresa adelantó que proyecta lanzar heladerías propias por lo que construirá loca-

les 'pilotos' en sitios aún no decididos de Buenos Aires o del interior del país, para un target medio, con precios por kilo de helado que van entre los 14 y 16 pesos.

Los responsables de la división helados, junto a la titular de marketing, informaron que la filial argentina actualmente exporta helados a Sudáfrica, Uruguay y Paraguay y planea hacerlo al Caribe y a Jamaica.

Infobae

Glaxo invierte en cremas

El laboratorio británico GlaxoSmithKline inauguró, en su planta local de San Fernando, sus nuevas áreas de líquidos y cremas, y su depósito y centro de distribución, en los que desembolsó \$ 7 millones. En este sector la compañía produce la popular crema Hinds y otros productos como Glostora y la leche de magnesia Phillips en una superficie total de 1.600 metros cuadrados. Autoridades de la empresa informaron que con estas ampliaciones estiman aumentar el volumen de su producción en un 15% durante el año que viene. También anticiparon un nivel de facturación cercano a los \$ 200 millones al cabo de este año, lo que sería 12% superior a lo alcanzado durante el 2003.

Infobae

Verónica y SanCor invierten en gasoductos

Dos nuevos gasoductos, con una inversión superior a US\$ 200 millones, comenzarán a construirse el año próximo en la provincia de Santa Fe. Detrás de uno de los emprendimientos se encuentran las empresas lácteas Verónica y SanCor que aportarán \$ 15 millones a un fideicomiso para la construcción de un ducto que proveerá de gas natural a diez localidades del sur santafecino. Por su parte, otras quince empresas lácteas se beneficiarán de una obra, conocida como "el gasoducto lechero", que abarcará las provincias de Santa Fe, Córdoba y Santiago del Estero.

La Nación

Bodega para alquilar

La Federación de Cooperativa Vitivinícolas de Mendoza (Fecovita) que agrupa a 5000 productores, comenzará a elaborar vinos propios en la provincia de San Juan. La firma anunció que planea comenzar a alquilar una bodega en la mencionada provincia para fraccionar vinos en envases tetrabrik.

La Nación

De las finanzas al vino

Con una inversión de 600.000 dólares, un grupo de tres argentinos que vive en el exterior y una directora del banco de inversión Goldman Sachs de origen checo pusieron en marcha una bodega en Mendoza.

Se trata de la firma Andean Wineries, que hace unos meses inició la comercialización de sus vinos con la marca Cahuin en el mercado argentino. La empresa planea además exportar el 80 por ciento de su producción apuntando a los mercados de Estados Unidos, Alemania, España, Bélgica, Singapur y Malasia, entre otros países.

La Nación

Llega una marca de EE.UU.

The North Face, la marca norteamericana de indumentaria, anunció su llegada a la Argentina en 2005. La firma especializada en ropa deportiva informó que planea instalarse en el país a partir de un acuerdo que cerró con el grupo chileno Comercial Madison para expandir sus negocios en América Latina. The North Face compete en el segmento de indumentaria para deportes de aventura con marcas como Patagonia y Columbia.

La Nación

Planta de piedra laja

La empresa bonaerense Estudio Prima anunció una inversión de US\$ 1 millón en la apertura de una planta de procesamiento de piedra laja en la ciudad de Viedma. Inicialmente, la producción alcanzará los 5.000 metros cuadrados mensuales y se destinará básicamente a la exportación a los Estados Unidos y Europa. El comienzo de los trabajos en Viedma está programado en un plazo de cuatro a seis meses, según informó el diario Río Negro.

La Nación

Nuevo centro comercial

El grupo Gotago, controlado por los dueños de la cadena de pizzerías Pizza Cero, invirtió 150.000 pesos en la apertura de un centro comercial en la esquina de Libertador y Tagle, donde funcionaba el Open Plaza. El nuevo complejo, bautizado con el nombre de Cero, cuenta con 1.300 metros cuadrados y reunirá locales de Pizza Cero, Mini Cooper, Alex Tavano, Delta Air Lines y Hugo Boss, entre otras marcas.

La Nación

Otro centro de distribución

El grupo francés Casino, dueño de las cadenas de supermercados Libertad y Leader Price, anunció la instalación de un nuevo centro de distribución, que demandará una inversión de \$ 25 millones. El complejo, que todavía no tiene una ubicación definida, será inaugurado en 2005 y concentrará más del 90% de los productos que comercializan en el país las dos cadenas del grupo.

Casino anunció que destinará otros \$ 45 millones a la apertura de nuevos hipermercados con la marca Libertad.

La Nación

Parque telefónico

El grupo Telefónica anunció que durante 2004 se han incorporado más de 11.000 líneas de telefonía pública, 230.000 nuevas líneas fijas y un millón de nuevos clientes de telefonía celular, en tanto que los accesos de banda ancha superaron los 150.000, lo que en conjunto representa una inversión de más de \$ 800 millones que, según dijo la empresa, refleja que el ritmo de desarrollo de proyectos de inversión es muy superior al originalmente estimado.

La Nación

Expansión mayorista

La cadena de supermercados mayoristas Hiper May retomó sus planes de expansión y anunció dos aperturas en 2005, en Luján y en Munro, con una inversión de \$ 10 millones. El proyecto más importante es el de Luján, donde además de funcionar un autoservicio mayorista también se concentrará el centro de distribución de la cadena.

La firma especializada en la venta de artículos de limpieza y tocador hoy cuenta con tres locales en operaciones en Merlo, Malvinas Argentinas y González Catán.

La Nación

Un shopping cambió de dueño

El grupo IRSA tomó el control del Mendoza Plaza Shopping. El holding llegó a un acuerdo para adquirir el 50% del paquete accionario del centro comercial que está en manos del grupo mendocino Pérez Cuesta. La operación, que todavía debe ser aprobada por las autoridades de Defensa de la Competencia, implica que IRSA pasará a controlar el 70% del Mendoza Plaza, ya que hasta ahora tenía el 20% de las acciones. El restante 30% se-

guirá en manos de la cadena chilena Falabella. IRSA, por medio de su controlada Alto Palermo Centros Comerciales, también se hará cargo del manejo del shopping, que estaba en manos de los Pérez Cuesta. Por su parte, el grupo mendocino anunció su intención de concentrarse en el negocio inmobiliario.

La Nación

Inversión en maquinaria

La bodega Norton, controlada por la familia Swarovski, invertirá 10 millones de pesos en la ampliación y modernización de su planta fraccionadora en Mendoza. Los fondos se destinarán a la compra de una máquina italiana que permite embotellar 9.000 botellas por hora, triplicando la actual capacidad.

La firma además anunció la incorporación de 60 nuevas hectáreas que serán plantadas este año y se sumarán a las 680 que ya tiene en producción.

La Nación

Más cines en Córdoba

El centro comercial cordobés Dinosaurio Mall inaugurará sus primeras cuatro salas de cine, que demandaron una inversión cercana a \$ 3 millones y tendrán, en conjunto, capacidad para 770 espectadores. Los planes del grupo que preside el ex dueño de la cadena de supermercados Libertad, Euclides Bugliotti, incluyen la apertura de un sala de conciertos, con capacidad para 4.500 personas, mientras que para una segunda etapa está prevista la incorporación de otras cuatro salas de cine.

La Nación

Total invierte más en explorar el mar

El precio del petróleo en el rango de los 50 dólares impulsa nuevas exploraciones para Total Austral en su plataforma Constellation II, la cual ocupa el primer lugar en el podio de las súper plataformas petroleras. Esta instalación, ubicada a 2.840 kilómetros al sur de Buenos Aires y cuya operación cuesta u\$s 200.000/día, podría indicar un sorpresivo pero importante hallazgo de petróleo en la zona.

La filial argentina, que atiende los negocios petroleros de esta multi francesa, es la principal de América Latina; factura u\$s 260 millones/año y acaba de invertir u\$s 400 millones en su operación off shore (en una nueva planta de tratamiento del combustible que se extrae del mar) y en nuevos pozos.

Clarín

Cemex selló operación récord

La compañía mexicana Cemex anunció que adquirirá la Británica RMC Group por u\$s 5.800 millones.

Las condiciones del contrato no se darán a conocer por el momento. RMC es el mayor fabricante de pavimento del mundo, y se encuentra en medio de una reestructuración que se saldará con entre 28.000 y 30.000 despidos en dos años.

Desde 1990, Cemex está embarcada en una estrategia de crecimiento en el exterior que ha convertido a la compañía en el tercer productor más grande del mundo, sólo por detrás de la francesa Lafarge y la suiza Holcim.

Infobae

Nueva planta de sembradoras

La empresa CVC abrirá una planta de fabricación de sembradoras y maquinaria agrícola en la ciudad santafesina de Centeno. CVC, que pertenece al empresario Carlos Felice, hasta ahora estaba radicada en la ciudad de Las Rosas, pero decidió mudarse a Centeno, lo que permitirá la creación de veinte puestos de trabajo.

La Nación

Repsol anunció inversiones, pero reclamó más garantías

El presidente de Repsol ratificó que la empresa invertirá US\$ 100 millones en la ampliación del Gasoducto del Norte y que estudiará otras obras más ambiciosas, pero reclamó mejores condiciones para sus negocios. Dicha ampliación le permitirá a la empresa expandir la capacidad del gasoducto en 1,8 millón de metros cúbicos diarios que se sumarán al sistema troncal argentino. La misma fuente informó que las inversiones en infraestructura de su compañía el año pasado "han permitido incorporar 8,3 millones de metros cúbicos al día". Al mismo tiempo, ratificó la realización de su plan de inversiones, que asigna US\$ 5.700 millones a la Argentina.

Clarín

PDVSA abre oficinas en Argentina

El presidente de Petróleos de Venezuela (PDVSA), visita Buenos Aires para poner en marcha la oficina argentina de la compañía estatal venezolana. Sobre el particular existen rumores que señalan que PDVSA compraría los activos de Shell en el país, una operación que se estima podría representar una inversión cercana a los 1.000 millones de

dólares.

El desembarco de PDVSA es, a la vez, una movida clave para la constitución de la Empresa Estatal de Energía (Enarsa) que quiere desarrollar el Gobierno. Fuentes de ese origen anticiparon que PDVSA es un potencial socio para llevar adelante proyectos de exploración y explotación petrolera junto a la aún inexistente empresa estatal argentina.

Clarín

La Anónima, de compras

El titular de la usina láctea Williner-Illolay, admitió que están negociando la venta de su cadena de supermercados Quijote a La Anónima. Sin embargo, no confirmó el valor de 6 millones de dólares que se atribuye a la operación.

Con sede en la ciudad santafesina de Rafaela, Quijote fue adquirida hace 20 años por los Williner. La Anónima, de Federico Braun (accionista del Grupo Galicia) incursionaría por primera vez al norte de la Capital Federal.

Clarín

Techint reabrió una planta en San Luis

La productora de tubos petroleros Tenaris-Siderca reabrió ayer la metalúrgica puntana Sipsa, con una dotación inicial de 50 operarios. Tenaris, del grupo Techint, había comprado Sipsa hace un año (estaba inactiva) en US\$ 2,9 millones. Tras una inversión de US\$ 1,5 millón adicionales, Sipsa fue integrada a su vecina Metalmecánica, otra controlada del grupo. Las dos empresas ahora transformarán barras de acero, producidas en Campana, en varillas de bombeo.

Clarín

Repsol-YPF construirá planta en Canadá

Repsol-YPF alcanzó un acuerdo con la compañía Irving Oil para instalar una regasificadora en la costa este de Canadá. La misma servirá para abastecer de gas natural a esa zona y al noreste de Estados Unidos, informó hoy la empresa.

El proyecto, el primero desarrollado en ese área, incluye la construcción en Canaport (Saint John, New Brunswick) de una planta de regasificación con una capacidad inicial de 5.000 millones de metros cúbicos anuales y tres tanques que podrán almacenar un total de 480.000 metros cúbicos. La producción inicial de la planta será de 14,2 millones de metros cúbicos al día, ampliable a 28,4 millones.

Infobae

Palermo Soho con edificios residenciales

La zona denominada Palermo Soho, comprendida entre Godoy Cruz y las avenidas Santa Fe, Scalabrini Ortiz y Córdoba, comenzó a recibir en los últimos meses una inyección de inversiones inmobiliarias que se materializarán en veinte nuevos edificios cuya comercialización rondará u\$s 50 millones.

La zona, que tras la devaluación se convirtió en el núcleo de los comercios de diseño y moda, se está transformando ahora en una de las áreas más atractivas para los proyectos inmobiliarios residenciales.

Infobae

TGS duda del gasoducto

Transportadora de Gas del Sur (TGS), advirtió que sólo participará de la financiación de las obras para la ampliación del Gasoducto San Martín (que une Tierra del Fuego con la provincia de Buenos Aires) si se cumplen "ciertas condiciones, como la estructuración efectiva del Fideicomiso Gas, destinado a aportar el dinero para la construcción del gasoducto Sur".

Según la transportadora, controlada por Petrobras, también hace falta que se aclare "el fondeo de dicho fideicomiso y que se definan las condiciones de repago de la inversión, condiciones que a la fecha no han sido resueltas".

Infobae

Peugeot invertirá 125 millones

La automotriz francesa PSA Peugeot Citroën anunció que invertirá 125 millones de euros para fabricar en la Argentina dos nuevos modelos, con lo cual duplicará su capacidad productiva en los próximos tres años, y creará mil nuevos puestos de trabajo que se sumarán a los 300 puestos ya plasmados este año.

Se trata de la segunda inversión de la compañía desde la crisis de fines de 2001, que redundará en la instalación en su planta bonaerense de El Palomar de dos plataformas para producir los nuevos modelos, que complementarán su actual producción del Peugeot 206, 307, Partner y Citroen Berlingo.

Edición on Line

Inversión de Telefónica en fibra óptica

Telefónica de Argentina invertirá 16,6 millones de dólares en un sistema de fibra óptica para unir las ciudades de Ushuaia y Comodoro Rivadavia. La creación del tendido eléc-

trico permitirá a los pobladores de dichas ciudades un acceso telefónico directo con el resto del país y del mundo.

La firma también invertirá un millón de pesos en obras de ampliación de red en la ciudad de Tandil. Esta inversión comprende la instalación de equipos de última generación vinculados a redes híbridas, con canalizaciones subterráneas, cableados de fibra óptica y de cobre.

Edición on Line

H I G H L I G H T S

Algodón

-  En el mes de Agosto el precio interno de la fibra de algodón subió el 8,8% con relación al del mes de Julio.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una caída del 2,9% en el precio interno de la fibra de algodón.
-  El precio de exportación de la fibra de algodón durante Agosto fue un 3,1% menor al registrado en el mes de Julio.
-  El precio de exportación de la fibra de algodón durante Enero-Agosto del año 2004 fue un 11% superior al del mismo período de 2003.

Automotores y Autopartes

-  Comparando los 9 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un aumento del 126% en la venta de automotores al mercado interno.
-  Durante Septiembre los patentamientos subieron un 85% con relación a igual mes del año anterior.
-  Comparando los 9 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un aumento del 53% en la producción de automotores.
-  Realizando la comparación de los 9 meses del año 2004 con igual período de 2003, la mejora en las exportaciones alcanzó al 21%.

Celulosa y Papel

-  Comparando los 8 meses de 2004 con igual período de 2003, se observa una mejora del 1,2% en el promedio de los índices de precios del papel y productos de papel nacionales.
-  Comparando los 8 meses de 2004 con igual período de 2003, se observa un alza del 11% en el promedio de los índices de precios del papel y productos de papel importados.
-  La producción de papel para diarios correspondiente a Mayo creció un 17% con relación a la del mes de Abril.
-  Comparando los 5 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una caída del 5% en la producción de papel para diarios.

Electrodomésticos

-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una mejora del 277% en la producción de TV Color.
-  Durante Enero-Julio de 2004 la producción de videograbadores se incrementó en el 903% con respecto a similar período del año anterior.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 481% en la producción de hornos a microondas.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 51% en la producción de refrigeradores domésticos.

Oleaginosos

-  El precio promedio de la soja en los 9 meses del año, aumentó un 18% en comparación con igual período de 2003.
-  El precio promedio del aceite de soja en los 9 meses del año, creció un 11% en comparación con igual período de 2003.
-  El precio promedio del aceite de girasol en los 9 meses del año, creció un 11% en comparación con igual período de 2003.
-  El precio promedio del aceite de lino en los 9 meses del año, creció un 14% en comparación con igual período de 2003.

Pesca

-  Durante Agosto el precio al consumidor de la merluza aumentó un 7,4% con relación a igual mes del año anterior.
-  Durante Agosto el precio al consumidor de la caballa subió un 11% con relación a igual mes del año anterior.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un empeoramiento del 3,6% en el volumen de las exportaciones pesqueras.
-  Realizando la comparación de los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, la baja en el valor de las exportaciones alcanzó al 5,5%.

Textil

-  Durante Agosto el índice de precios al consumidor de la ropa interior tuvo una baja del 0,5% con relación al del mes de Julio.
-  Durante Agosto el índice de precios al consumidor de la ropa exterior tuvo una baja del 2,9% con relación al mes de Julio.
-  Durante Agosto el índice de precios al consumidor de telas e hilados tuvo una suba del 0,9% con relación al del mes de Julio.
-  En el mes de Julio la producción de fibras sintéticas creció el 36% con relación a Junio.

Tractores y Cosechadoras

-  Durante Septiembre la venta de tractores fue un 12% mayor que la registrada en el mismo mes del año 2003.
-  El acumulado en la venta de tractores de Enero a Septiembre de 2004, fue un 78% mejor que el correspondiente del año 2003.
-  Durante Septiembre la venta de cosechadoras fue un 24% superior que la registrada en el mismo mes del año 2003.
-  El acumulado en la venta de cosechadoras de Enero a Septiembre de 2004, fue un 44% mayor que el correspondiente del año 2003.

Vino

-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una caída del 10% en la venta de vino (en litros).
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una baja del 18% en la exportación de vino (en litros).
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa que la exportación de vino (en dólares) aumentó un 33%.
-  El promedio de los índices de precios al consumidor del vino durante los 8 meses de 2004 fue mayor en un 33% a su correspondiente del año 2003.

SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS

Contenido

Estructura del Sector	111
Línea Blanca	111
Las Tendencias del Mercado	112
Aparatos Eléctricos.....	114
Artefactos a Gas	115
Exportaciones de Línea Blanca	116
Estructura de Costos en Línea Blanca	118
Estructura de Mercado	119
Televisores Color	121
Comportamiento de los principales indicadores	123
Producción de TV Color	123
Producción de videograbadores	123
Producción de autorradios	123
Producción de hornos a microondas	124
Producción de aire acondicionado para hogar	124
Producción de teléfonos celulares	124
Producción de calefactores y estufas.....	125
Producción de lavarropas	125
Producción de secarropas	125

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Producción de cocinas a gas (uso fliar)	126
Producción de refrigeradores domésticos	126
Producción de congeladores domésticos.....	126
Pronósticos de corto plazo	127
Producción de TV Color	127
Producción de videograbadores	127
Producción de autorradios	128
Producción de hornos a microondas	128
Producción de aire acondicionado p/hogar.....	128
Producción de teléfonos celulares	128
Producción de calefactores y estufas.....	129
Producción de lavarropas	129
Producción de secarropas	129
Producción de cocinas a gas (uso fliar)	129
Producción de refrigeradores domésticos	130
Producción de congeladores domésticos.....	130
Cuadros Estadísticos y Gráficos	131
Producción de TV, Videograbador y Autorradio (mensual)	131
Grafico sobre producción de TV y videograbador (anual)	132
Producción de Horno Micr., Aire Acond. p/Hogar y Teléf. Celul. (mensual)	133
Producción de Videocámara y Aire Acond. p/Automotores (anual)	134
Producción de Calefactores y Estufas, Lavarropas y Secarropas (mensual)	135
Producción de Cocinas a Gas, Refrigeradores y Congeladores (mensual)	136

E s t r u c t u r a d e l S e c t o r

Línea Blanca

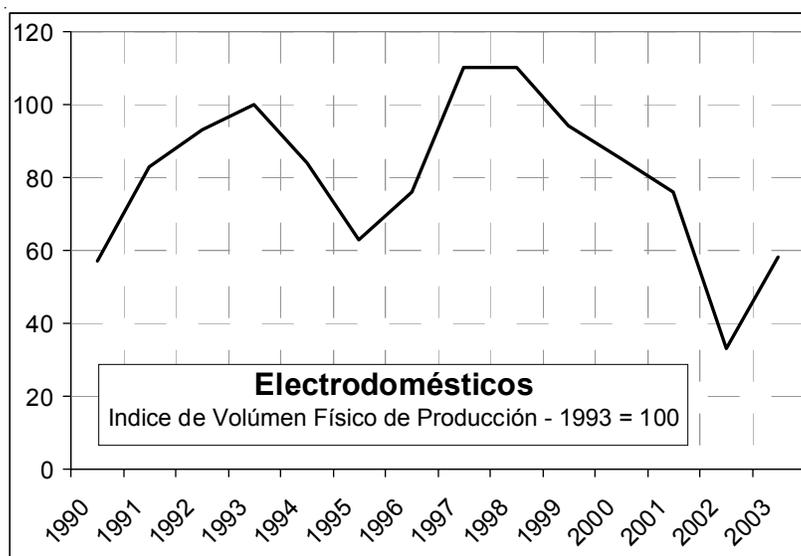
La llamada línea blanca comprende el segmento de la metalmecánica que produce bienes durables, de consumo final, destinados a abastecer la estructura de servicios en el hogar.

Históricamente, esta rama jugó un rol dinamizador dentro del entramado manufacturero y contribuyó a la industrialización. En Argentina, el surgimiento de esta industria se remonta a la década del '30s y coincidió con la llegada del uso doméstico del gas y la baja generalizada de las tarifas eléctricas que facilitó el acceso de este servicio a la comunidad. El proceso cobró verdadero impulso hacia la segunda mitad de los años '40s, con la vigencia del modelo de sustitución de importaciones.

El auge inicial del sector de artículos para el hogar se produjo en un contexto favorecido por salarios crecientes, difusión de los servicios eléctricos, construcción de nuevas viviendas y una mayor participación social de la mujer en el ámbito socioeconómico. Tal contexto propició la modernización de la vivienda.

Entre los años 1950 y 1960 prevalecieron las ventas a crédito, en detrimento de las realizadas al contado. Sin embargo, se tornaron inviables hacia finales de los '60s y principios de los '70s por las altas tasas de interés. Eso debilitó la demanda y consecuentemente las ventas. Por otro lado, el consumo interno empezaba a mostrar signos de saturación.

Resumiendo, en treinta años dicha industria había alcanzado su pleno desarrollo y estaba provista de máquinas y equipos de avanzada. El sector utilizaba el 95% de materia pri-



ma de origen nacional, que incluía chapas de metal, maderas y cristales de alta calidad, así como motores y accesorios.

Este desarrollo se truncó a mediados de los '70 debido, principalmente, al deterioro del salario real y a la apertura comercial que favoreció la entrada de productos importados en un mercado nacional históricamente protegido y en proceso de contracción.

Se estima que, entre fines de los '70s y principios de los '80s, la capacidad ociosa de la industria se encontraba en un 50%. En algunos rubros las fábricas debieron parar la actividad y en otros se convirtieron en ensambladoras de productos importados. El resultado de esto fue la desintegración del proceso productivo, quedando sólo la etapa final; es decir, que se produjo la reversión del proceso de integración de la cadena de metalmecánica, iniciado 30 años antes.

A comienzos de los '90s, el sector tuvo un lapso de auge fruto de la conjunción de la estabilización de precios, el consumo atrasado y la reaparición del crédito para consumo. Al mismo tiempo, la apertura comercial en el plano local y la creciente globalización de los mercados dieron lugar a una renovación de la oferta importada y también local, con nuevos productos y desarrollos tecnológicos y de diseño (lavarropas de tambor horizontal y heladeras de dos y tres fríos), a precios accesibles.

Esa misma modernización e internacionalización de la competencia se tradujo en un achicamiento del espacio para la producción local en el propio mercado argentino con una reducción del número de empresas.

Finalmente, la industria de los grandes electrodomésticos no electrónicos debió atravesar la crisis de la economía argentina tras la devaluación del peso, a principios de 2002. Pero, su recuperación posterior no fue tan rápida como la de algunos otros rubros manufactureros, debido a dos factores estructurales de esta rama industrial.

- ⊙ Su producción ha estado siempre fuertemente orientada al mercado interno (muy debilitado en el primer año y medio luego de la devaluación).
- ⊙ Gran parte de sus insumos y componentes son importados, o la evolución local de sus precios está muy alineada con la cotización internacional en divisas.

Las Tendencias del Mercado

Por su importancia, el seguimiento del comportamiento de los mercados de lavarropas, heladeras y cocinas a gas permiten tener una idea clara de la evolución de la industria

de línea blanca ya que estos productos representan alrededor de las dos terceras partes del valor bruto de la producción del sector, la mitad de las importaciones y algo más del 40% de las exportaciones

La vigencia de la Convertibilidad dio lugar a un fuerte incremento de la demanda por bienes de consumo durable, con un verdadero boom para los grandes aparatos de línea blanca. Tanto la producción como las ventas marcaron un fortísimo crecimiento durante los primeros años del nuevo esquema macroeconómico.

Los principales factores de este impulso fueron:

- La estabilidad de precios y la consecuente previsibilidad, necesaria para las decisiones de compra de bienes de consumo durable.
- La reaparición del crédito para consumo.
- La reducción de las tasas de interés pasivas que instaron a una sustitución de ahorro por gasto.
- El abaratamiento relativo de los electrodomésticos (vinculado a la apertura comercial), cuya baja en términos de la canasta general del IPC rondó el 35% entre 1990 y 1993.
- La acumulación en los años previos de una demanda atrasada por estos bienes

Los aspectos recién señalados explican por qué la producción conjunta de lavarropas, heladeras y cocinas a gas alcanzó un techo histórico en 1993, con 1,8 millones de aparatos, a la vez que el consumo aparente llegó a las 2,6 millones de unidades. Posteriormente, el consumo atrasado fue poniéndose al día y se colmó la capacidad de endeudamiento de los potenciales compradores, de tal modo que en 1996 el consumo resultó casi un 30% menor al de 1993. En el mismo lapso, la producción cayó más del 40%, mientras las importaciones mejoraron un 9%.

A partir de entonces el mercado se mantuvo relativamente estable, con una leve mejora hasta 1998 y una reversión en los dos años siguientes, con lo que en 2000 el consumo aparente fue casi idéntico al de 1996, y 10% inferior en 2001.

La evolución de las ventas del conjunto de los grandes aparatos electrodomésticos durante los años del tipo de cambio fijo parece resultar de la conjunción de un ciclo marcado por la actividad económica general, y una tendencia sectorial específica descendente. Dicho lapso se caracterizó por:

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

- ❖ La saturación del mercado tras el “salto de una vez” debido al consumo atrasado y la ampliación del universo de sujetos de crédito al inicio de la Convertibilidad.
- ❖ El encarecimiento relativo de los productos nacionales frente a los importados a consecuencia no sólo de la apreciación del peso, sino también de la apertura, de la integración regional y del desembarco de jugadores world class en Brasil.

Cabe aclarar que la competencia importada implicó una actualización tecnológica que se incorporó a la oferta local, en un contexto de bajo costo relativo de la inversión. Dentro de la oferta importada (que se duplicó entre 1992 y 2001), el origen Brasil tuvo un peso importante y creciente durante todo el período, especialmente tras la baja de precios que siguió a la devaluación del Real.

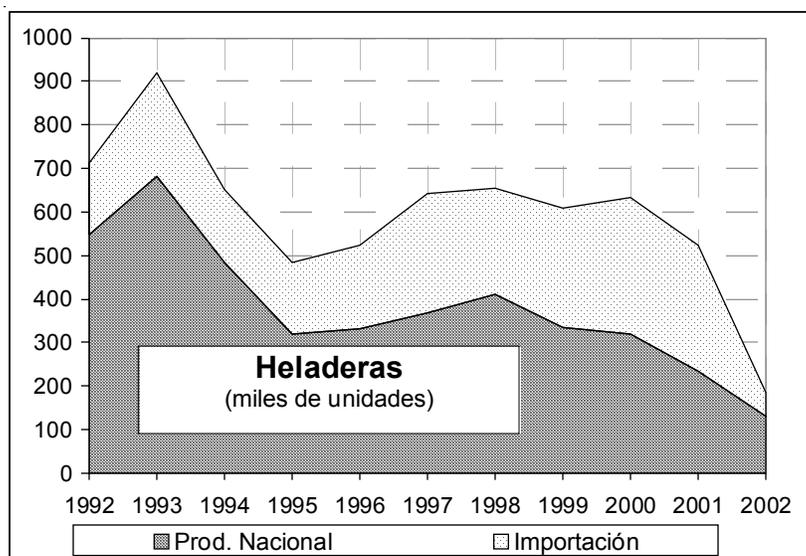
En este contexto de Convertibilidad, la industria local vivió un notorio proceso de concentración. Según datos de asociaciones empresarias, desde fines de los '80s hasta ahora, la industria redujo a un quinto la cantidad de firmas con producción activa en el país.

Aparatos Eléctricos

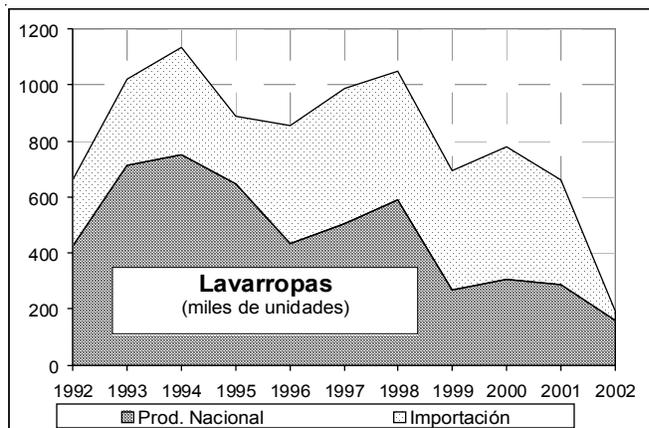
La producción y el mercado interno de estos bienes presentó una evolución con algunas diferencias entre heladeras y lavarropas. En ambos se observa un pico en 1993, una caída importante con la recesión de 1995, una posterior recuperación y una declinación final de 1999 en adelante.

En heladeras se observa un avance casi ininterrumpido, aunque gradual, de las importaciones por lo que la producción local pudo aprovechar muy escasamente la recuperación de los años 1997 y 1998.

Puede decirse al respecto que la apertura comercial de principios de la década afectó más fuertemente a la industria local de lavarropas que a la de heladeras. En esta última, las



Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094



firmas ostentaban una mayor envergadura y fortaleza económica. Además, se establecieron cupos que limitaron las importaciones de heladeras desde los países del Mercosur.

Por su parte, si bien las importaciones de máquinas de lavar fueron más variables, con abruptas caídas en 1995 y 1999 (en línea con la demanda interna), su participación en el mercado trepó fuertemente entre 1995 y 2001, llegando a superar el 60%. En cuanto a los orígenes, hasta 1998, el

70% de las importaciones de lavarropas provenían fundamentalmente de Italia y España. En 1999, Brasil desplazó a los italianos de su liderazgo, y lo mantuvo desde entonces. Las importaciones de origen español tuvieron una participación relativamente constante durante la década de los '90s y decayeron fuertemente con la devaluación.

Otro factor que sesgó la importación a favor de Brasil fue que a principios de 2002 el Ministerio de Economía dictó la resolución 19/2002, mediante la cual se estableció la existencia de dumping por parte de las empresas exportadoras desde Italia y España, de lavarropas de carga frontal y se dispuso el derecho compensatorio pertinente. A esto se le sumó un alto arancel extrazona, del 21,5%.

Por su parte, Brasil siempre fue el principal país de origen en importaciones de heladeras, con una participación sobre el total importado que rondó entre el 40% y 50%. En cambio, España, Chile y Corea tuvieron una menor incidencia (osciló entre el 10% y 15%). Los precios en dólares de las importaciones de los artefactos eléctricos mostraron una tendencia decreciente a lo largo de la década, que no se detuvo tras la devaluación.

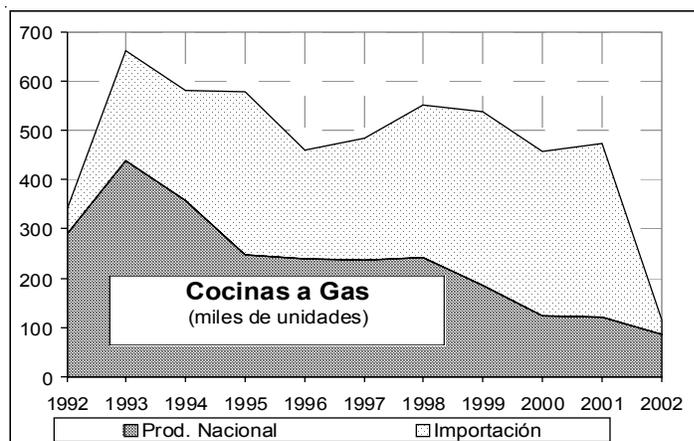
Artefactos a Gas

Pese a que su consumo evolucionó inicialmente en forma similar al del conjunto de aparatos eléctricos, tres años después de instaurada la Convertibilidad la producción de cocinas a gas comenzó a declinar. En 2000 su nivel fue poco más que un tercio del de 1993, mientras que en el mismo período, el consumo aparente había caído 28%.

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Esa brecha entre producción y ventas fue cubierta por importaciones que crecieron sostenidamente en todo el lapso, registrando sólo bajas leves en 1994 y 2000, y otra de importancia en 1996. Además, en los últimos años de paridad fija, los volúmenes ingresados del exterior superaron a los fabricados localmente.

Entre los orígenes de las importaciones de cocinas hubo un claro predominio de Brasil, pese a que entre 1994 y 1999 su participación se fue reduciendo hasta un piso de 44% en unidades y 65% en montos. A partir de 2000 esa tendencia cambió y tal origen fue el 61% y 76% del total importado, en unidades y montos, respectivamente.



De hecho, la participación de las cocinas brasileñas en el mercado interno tuvo un comportamiento oscilante, aunque hasta 1999 nunca fue superior a 30%. No obstante, en los años 2000 y 2001 ese porcentaje fue superado, pasando a representar el 45% de la oferta total.

Cabe destacar que las cocinas provenientes de China, Italia, Corea y México también tuvieron cierta participación relevante, aunque en una escala menor en relación con las brasileñas.

Exportaciones de Línea Blanca

Durante la Convertibilidad, el promedio anual de las exportaciones de línea blanca sobra la producción total no superó el 5%, es decir que de los casi 12 millones de productos que se fabricaron durante esos años, se enviaron al exterior cerca de 530 mil artefactos, lo que representó un ingreso por u\$s 102 millones.

Dentro de esa escasa significación en el negocio sectorial, las ventas externas parecen ser el resultado de una salida alternativa en los momentos de debilidad de la demanda interna (como en 1995/6, 1999 y 2002) más que una estrategia sostenida de avance sobre el mercado externo.

El rubro de heladeras mostró la mayor proyección exportadora durante la década de los '90s. En 1995 se enviaron al exterior 20% de los refrigeradores fabricados en el país, pro-

porción sólo comparable con la de 2002 (18%). Las cocinas mostraron registros muy bajos, mientras la relación entre exportaciones y producción de lavarropas prácticamente no varió a lo largo de los años, moviéndose dentro del rango que va de 4% a 5%.

En 2002, el crítico contexto económico del país hizo que el mercado, para los tres productos de línea blanca, se contrajera en 70% respecto de 2001. La demanda de los mismos fue significativamente afectada por:

- La pérdida del poder adquisitivo del salario
- La virtual desaparición del crédito
- El encarecimiento relativo de este tipo de productos

La relación de precios tras la devaluación, hizo que el segmento más castigado fuera la importación, que se redujo al 10% de su volumen de 2001.

Debe aclararse que casi dos tercios de la producción de 2002 fue realizada en la segunda mitad del año, cuando comenzó la lenta recomposición del mercado. Las importaciones reaccionaron aún más fuertemente, triplicándose. En ese año, las exportaciones crecieron 95%, respecto a 2001, dejando un ingreso de u\$s 9,3 millones. Las ventas externas volvieron a reunir 10% de la producción, como sólo había ocurrido en 1995.

En 2003 continuó una acelerada tendencia ascendente del mercado de grandes electrodomésticos; en los primeros 9 meses, el consumo se expandió casi un 150% respecto del mismo período de 2002. La producción lo hizo a un ritmo del 71%, mientras que las importaciones recuperaron terreno creciendo 470%.

Como se ha visto, 2002 fue un año positivo en materia de exportación para los fabricantes de cocinas y heladeras, que aumentaron sus envíos en 35% y 70%, respectivamente, respecto del año anterior. Por el contrario, los de lavarropas se redujeron en 43%.

Entre las cocinas, este incremento se dio fundamentalmente a través de mayores ventas externas de aparatos más económicos en desmedro de modelos más valiosos.

El repunte en la exportación de refrigeradores ocurrido tras la devaluación se debió a un desplazamiento hacia productos de mayor valor y un importante aumento de la cantidad de unidades despachadas, y a pesar de una reducción en los precios FOB en todos los modelos.

Así como el incremento de los envíos de heladeras fue fundamental para explicar el aumento exportador del conjunto de grandes electrodomésticos en 2002, su derrumbe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

en 2003 (con caídas de más del 80% tanto en monto como en unidades) provocó la reducción de las ventas externas del conjunto en cerca del 60%, pese a la expansión en cocinas y lavarropas. Aquí también parece haber jugado un papel determinante el levantamiento de la producción en la Argentina por parte de una gran empresa multinacional (la única de este tipo que producía en el país), que hasta 2002 fue responsable de más del 95% de los montos exportados en heladeras.

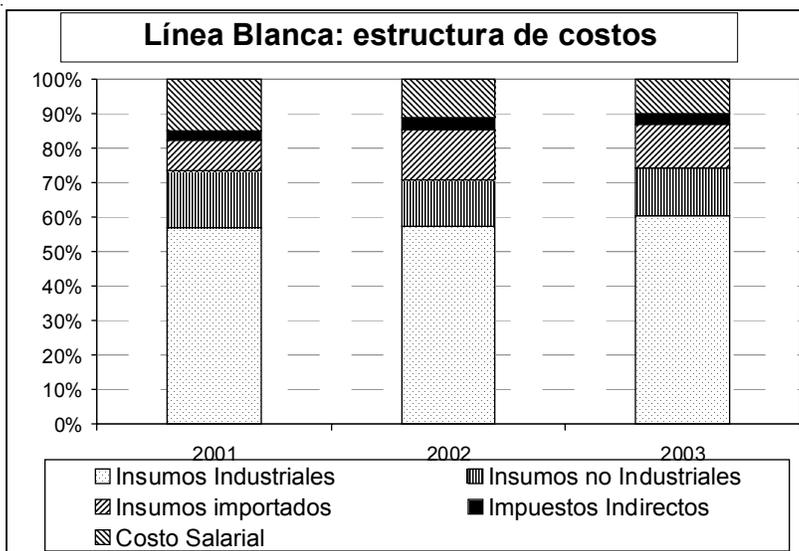
De hecho, dentro del grupo de los tres grandes electrodomésticos referidos, los lavarropas pasaron a liderar las ventas externas en 2003. Su valor exportado respecto a 2002 se multiplicó por ocho (partiendo de una base muy baja), mientras que las unidades despachadas se ampliaron más de cinco veces. Casi toda la expansión se explicó por mayores despachos de lavarropas de gama media (con precio unitario del orden de los 130 dólares), mostrando un mix más "sofisticado" que en años anteriores, cuando primaban las máquinas no automáticas con precios medios de unos 45 dólares.

Por su parte, el incremento de los despachos de cocinas en 2003 se debió fundamentalmente a una mayor demanda externa por unidades con prestaciones más completas (iluminación o encendido incorporado), que a su vez mejoraron en algo su precio de venta en dólares.

Estructura de Costos en Línea Blanca

Otro aspecto relevante para el sector en el nuevo escenario macroeconómico fue el fuerte impacto de la devaluación sobre su estructura de costos. Muchos de los insumos utilizados en esa industria son importados y otros, aunque nacionales, cotizan en relación estrecha con la divisa norteamericana.

En contraposición, los precios de venta del sector se vieron impedidos de seguir la evolución de los costos ante un mercado fuertemente castigado por



la caída de los ingresos en términos reales, la desaparición del crédito y la incertidumbre que no sólo se extendió a los precios sino también a la situación patrimonial de gran parte de los agentes económicos, ante el shock que significó la salida de la Convertibilidad. Además, de acuerdo con los datos de comercio exterior, el promedio de precios de los productos importados de línea blanca que compiten con los nacionales cayó en 2002 18% en dólares, respecto de 2001.

Los canales de distribución, por su parte, observaron durante toda la Convertibilidad un marcado proceso de concentración, acentuado a finales de los '90s. El conjunto de grandes cadenas de artefactos domésticos e hipermercados representa actualmente un 60% de las ventas de electrodomésticos no electrónicos. Dicha concentración del mercado minorista permite que estos grandes canales puedan obtener mayores plazos que llegan a ser de entre 60 y 90 días. Obviamente, esta conjunción impone un descalce a los fabricantes de artefactos.

Por otro lado, durante 2003 se observó un fenómeno que acentuó el poder de mercado de las grandes cadenas de artículos para el hogar, respecto de sus competidoras menores. Se trataba de una segmentación en las condiciones de financiamiento para consumo mediante tarjetas de crédito, puesto que varias instituciones bancarias ofrecían condiciones más ventajosas exclusivamente a estas cadenas. Si bien esto ampliaba la demanda para los artefactos de línea blanca también acentuaba el poder de mercado en las vías de acceso al consumo.

Estructura de Mercado

Aparatos eléctricos

En línea blanca no existe una correspondencia entre origen del capital y origen del producto. Los grandes jugadores mundiales localizan geográficamente sus plantas según un esquema global de provisión de mercados, con internacionalización de la producción. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en Brasil, en Argentina las empresas transnacionales no tienen fábricas instaladas, sino sólo filiales comerciales, que importan, en buena medida desde este país vecino; las empresas que los producen son de capitales de origen diverso (Alemania, Suecia, EEUU, Italia, Chile, etc).

En contraposición, las empresas que tienen producción radicada en el país son de capital nacional, con algunas excepciones. En general se especializan en un tipo de artefacto, es decir que, salvo excepciones, no existe diversificación productiva y entran en el rango de pequeña y mediana empresa. Entre ellas, sólo algunas están en condiciones de competir en términos de productividad, competitividad y logística comercial con las multinacionales.

Entre ellas se destacan:

- Alladio, produce lavarropas marcas Drean, Patriot y otras para terceros.
- Autosal y Frimetal (de capitales chilenos) fabrican heladeras marcas Columbia y Koh-i-noor y Gafa, respectivamente.
- Frimetal y Mc Lean son las únicas firmas de capital foráneo (chileno y mexicano, respectivamente) que tienen fábrica en el país (Santa Fe, una y San Luis, la otra).

Las grandes empresas multinacionales como Whirlpool, BSH y Electrolux no tienen producción local (al menos por cuenta propia) y operan en el país a través de filiales comercializadoras que importan principalmente desde Brasil. General Electric comercializa sus productos a través de la firma mexicana Mc Lean, quien además de importar artefactos de esta marca fabrica en el país heladeras marca Patrick Fagor y Saccol.

En el caso de las heladeras, seis firmas controlan el 90% del mercado, de las cuales dos producen localmente (Autosal y Frimetal), tres importan (Whirlpool, BSH y Electrolux) y la sexta es Mc Lean que integra su oferta con un modelo hecho en San Luis y los restantes traídos desde Brasil y México.

Por su parte, el mercado de lavarropas se encuentra controlado en un 90% por cuatro empresas, de las cuales una es fabricante (Alladio) y el resto, son las filiales comercializadoras de Whirlpool, BSH y Electrolux. Al igual que en el caso de heladeras las tres multinacionales importan sus productos desde sus plantas en Brasil.

La marca líder es la nacional Drean (entre el 35 y 40% del mercado). Fue comprada por Alladio en 1995, quienes producen además otras marcas (propias: Patriot o Marvi; o para terceros: Diplomatic, Panoramic, Sigma, Coventry, Aviñon, etc). Adicionalmente, esta firma adquirió en 2003 la marca Aurora, con la que prevé lanzar al mercado algunos modelos de lavarropas automáticos y de cocinas a gas. Finalmente, este año empezó a fabricar lavarropas para Whirlpool en sus modelos automáticos de carga frontal.

El resto del mercado se reparte entre las empresas extranjeras: Whirlpool controla alrededor del 20%, mediante la comercialización de las marcas Whirlpool, Eslabón de Lujo (marca argentina "típica" que actualmente se fabrica en Brasil) y Cónsul; Electrolux se lleva una porción similar y finalmente Bosch tiene una participación de casi el 10%.

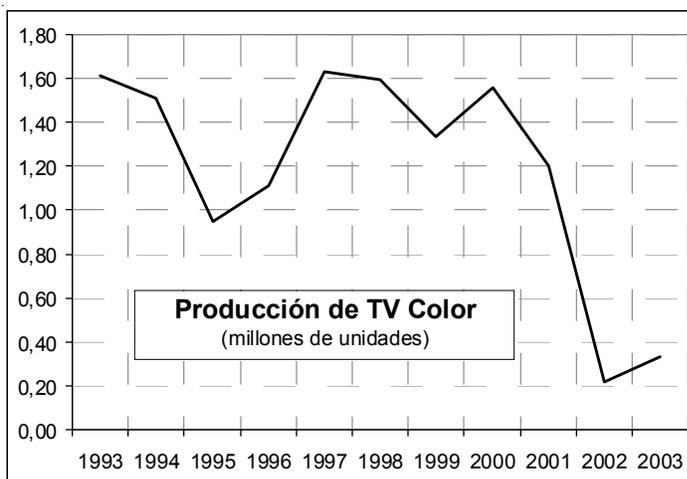
Artefactos a gas

Entre el 70% y el 75% de las ventas está repartido entre cuatro empresas: Domec, Longvie y Orbis (que en conjunto controlan alrededor del 60%) y Whirlpool, que tiene alrededor del 15%. También existe una importante oferta local en el segmento de cocinas más

económicas. Allí aparecen firmas como Eskabe, Escorial, Rheem, Emege, Calorex y Singer, con sus propias marcas. En esta línea, este año la firma mexicana Mc Lean empezó a producir en su planta de Buenos Aires cocinas de la marca Saccol, mediante el ensamble de piezas provenientes principalmente de Brasil. Tal como se señaló en el punto anterior, Alladio compró la marca Aurora, marcando la inserción de esta empresa en el rubro de este tipo de artefactos.

Televisores Color

Algunas estimaciones realizadas respecto del consumo aparente de televisores color señalan que el mismo se mantuvo en promedio por encima de las 1,6 millones de unidades anuales entre 1997-2001. La profundización de la crisis (mediados del 2001) y en especial la devaluación del peso, provocaron la caída del consumo aparente de televisores a un nivel de poco más de 100.000 unidades/año en 2002, con un leve repunte en 2003.



Por su parte, la producción había sufrido una fuerte caída (-37%) en 1995 respecto del año anterior. Sin embargo, la recuperación fue rápida, tal que en 1997 la variable retornó al nivel de las 1,6 millones de unidades producidas por año. Pero la competencia de los productos importados no permitió que la producción mantuviera una tendencia creciente en línea con el consumo aparente. La producción de 2000 no alcanzó a las 1,6 millones de unidades y la de 2001 descendió a 1,2 millones de unidades. En 2002, a causa de la crisis, sólo se produjeron unas 220.000 unidades, cantidad que mostró una mejora del orden del 51% en 2003.

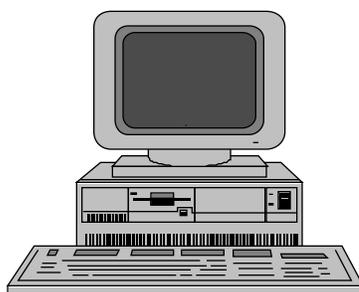
Cabe señalar que el abultado volumen de ventas de televisores color observado durante los años noventa, ha traído aparejada la conjunción de dos fenómenos: una virtual renovación del parque de tv color y la existencia de más de un aparato de televisión en la mayoría de los hogares de ingresos más altos (los cuales justamente son los que concentran la mayor parte de las compras de estos productos).

Como resultado de la caída de la actividad económica, la mencionada conjunción ha in-

ducido a las familias a posponer sus decisiones de compra de nuevos televisores, no sólo porque el consumo de TV resulta menos indispensable que el de otros bienes durables como las cocinas o los lavarropas, sino porque:

- ★ la mayoría de los equipos que actualmente conforman el parque de televisores son relativamente nuevos; y
- ★ aún en el caso en que un televisor haya llegado al final de su vida útil o presente fallas, la familia puede seguir consumiendo servicios televisivos a través de alguno de los otros equipos con los que cuenta el hogar.

Es importante tener en cuenta que la medición del consumo a través de la serie de consumo aparente (Producción – Expo + Impo), puede llegar a traer aparejada una subestimación del volumen de ventas efectivamente realizadas. Debe recordarse que ante un derrumbe de las ventas, los productores optan por satisfacer la demanda a través de desacumulación de stocks y no por medio de nueva producción, por lo que el consumo aparente no necesariamente mide con exactitud el nivel del consumo.



Comportamiento de los principales indicadores

Producción de TV Color

-  En Julio la producción de TV Color subió un 6,7% con respecto a la correspondiente del mes de Junio.
-  Durante Julio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de TV Color mejoró un 295%.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una mejora del 277% en la producción de TV Color.

Producción de videograbadores

-  En el mes de Julio la producción de videograbadores aumentó el 18% si la comparamos con la de Junio.
-  Durante Julio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de videograbadores creció un 958%.
-  Durante Enero-Julio de 2004 la producción de videograbadores se incrementó en el 903% con respecto a similar período del año anterior.

Producción de autorradios

-  En el mes de Julio la producción de autorradios creció el 17% con relación a la de Junio.
-  Durante Julio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de autorradios subió un 120%.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un aumento del 128% en la producción de autorradios.

Producción de hornos a microondas

-  En el mes de Julio la producción de hornos a microondas bajó un 59% con relación a la de Junio.
-  Durante Julio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de hornos a microondas aumentó el 30%.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 481% en la producción de hornos a microondas.

Producción de aire acondicionado para hogar

-  En el mes de Julio la producción de aire acondicionado para hogar aumentó el 1182% con relación a la de Junio.
-  Debido a que en Julio de 2003 no hubo producción de aire acondicionado para hogar, la comparación interanual es impracticable.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 722% en la producción de aire acondicionado para hogar.

Producción de teléfonos celulares

-  La producción de teléfonos celulares durante Julio subió el 51% con relación a la de Junio.
-  En Julio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de teléfonos celulares aumentó el 60%.
-  Comparando los 7 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un crecimiento del 90% en la producción de teléfonos celulares.

Producción de calefactores y estufas

-  En el mes de Junio la producción de calefactores y estufas bajó un 3,1% con relación a la de Mayo.
-  Durante Junio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de calefactores y estufas aumentó el 17%.
-  Comparando los 6 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 42% en la producción de calefactores y estufas.

Producción de lavarropas

-  En el mes de Agosto la producción de lavarropas aumentó el 7% con relación a la de Julio.
-  Durante Agosto, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de lavarropas creció el 38%.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 51% en la producción de lavarropas.

Producción de secarropas

-  La producción de secarropas durante Agosto bajó el 12% con relación a la de Julio.
-  En Agosto, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de secarropas subió el 44%.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un crecimiento del 67% en la producción de secarropas.

Producción de cocinas a gas (uso fliar)

-  En el mes de Junio la producción de cocinas a gas (uso fliar) aumentó un 3% con relación a la de Mayo.
-  Durante Junio, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de cocinas a gas (uso fliar) mejoró el 42%.
-  Comparando los 6 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 61% en la producción de cocinas a gas (uso fliar).

Producción de refrigeradores domésticos

-  En el mes de Agosto la producción de refrigeradores domésticos aumentó el 26% con relación a la de Julio.
-  Durante Agosto, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de refrigeradores domésticos creció el 111%.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa una suba del 51% en la producción de refrigeradores domésticos.

Producción de congeladores domésticos

-  La producción de congeladores domésticos durante Agosto subió el 72% con relación a la de Julio.
-  En Agosto, y con relación al mismo mes del año anterior, la producción de congeladores domésticos aumentó el 179%.
-  Comparando los 8 meses del año 2004 con igual período de 2003, se observa un crecimiento del 202% en la producción de congeladores domésticos.

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Pronósticos de corto plazo

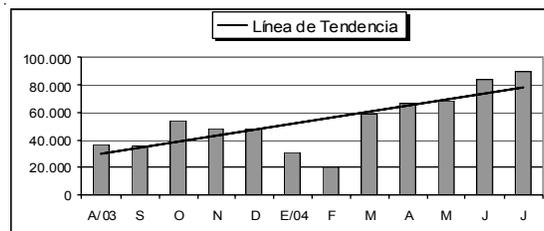
La elaboración de los siguientes pronósticos tiene en cuenta los valores correspondientes a los últimos 12 meses.

Se ha utilizado la tendencia lineal con todas las variables, con el fin de homogeneizar la función estadística aplicada.

En cada caso se califica la evolución de la variable con el fin de reflejar cuán favorable o adverso es el pronóstico para los agentes económicos cuyo ingreso depende de esa variable.

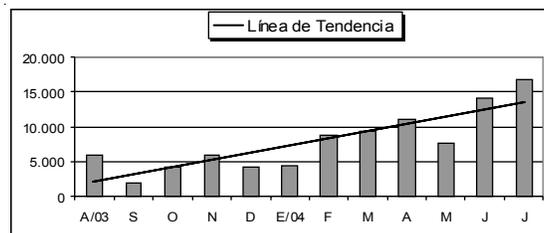
Producción de TV Color :

En Alza



Producción de videograbadores :

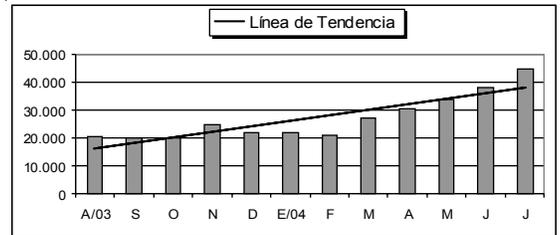
En Alza



Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

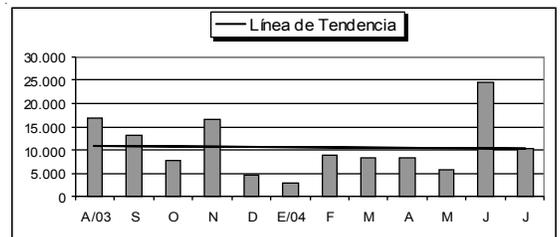
Producción de autorradios :

En Alza



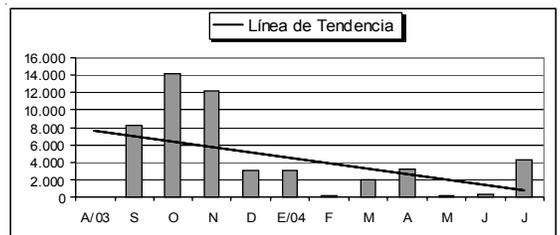
Producción de hornos a microondas :

Inestable



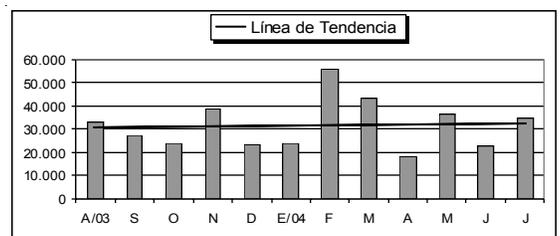
Produc. de aire acondicionado p/hogar :

Inestable



Produc. de teléfonos celulares :

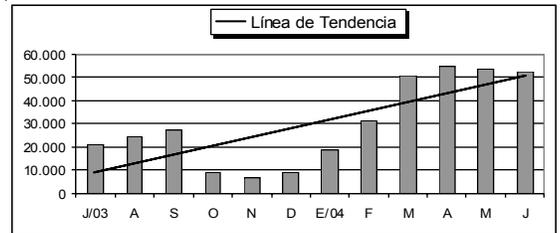
Inestable



Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

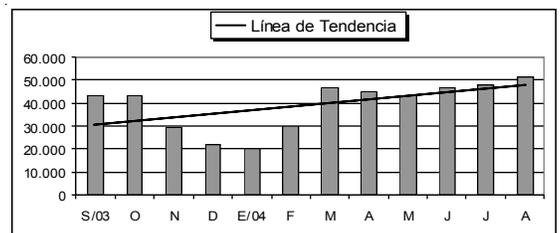
Producción de calefactores y estufas :

En Alza



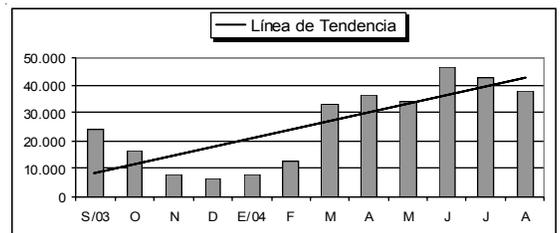
Producción de lavarropas :

En Alza



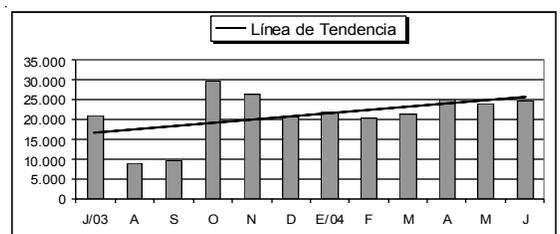
Producción de secarropas :

Inestable



Produc. de cocinas a gas (uso fliar) :

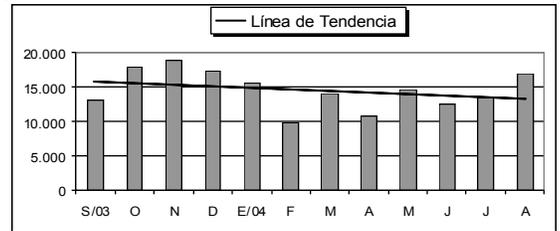
Inestable



Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

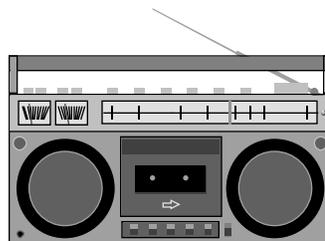
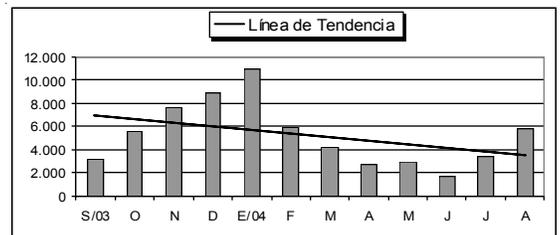
Producción de refrigeradores domésticos :

Inestable



Producción de congeladores domésticos :

Inestable



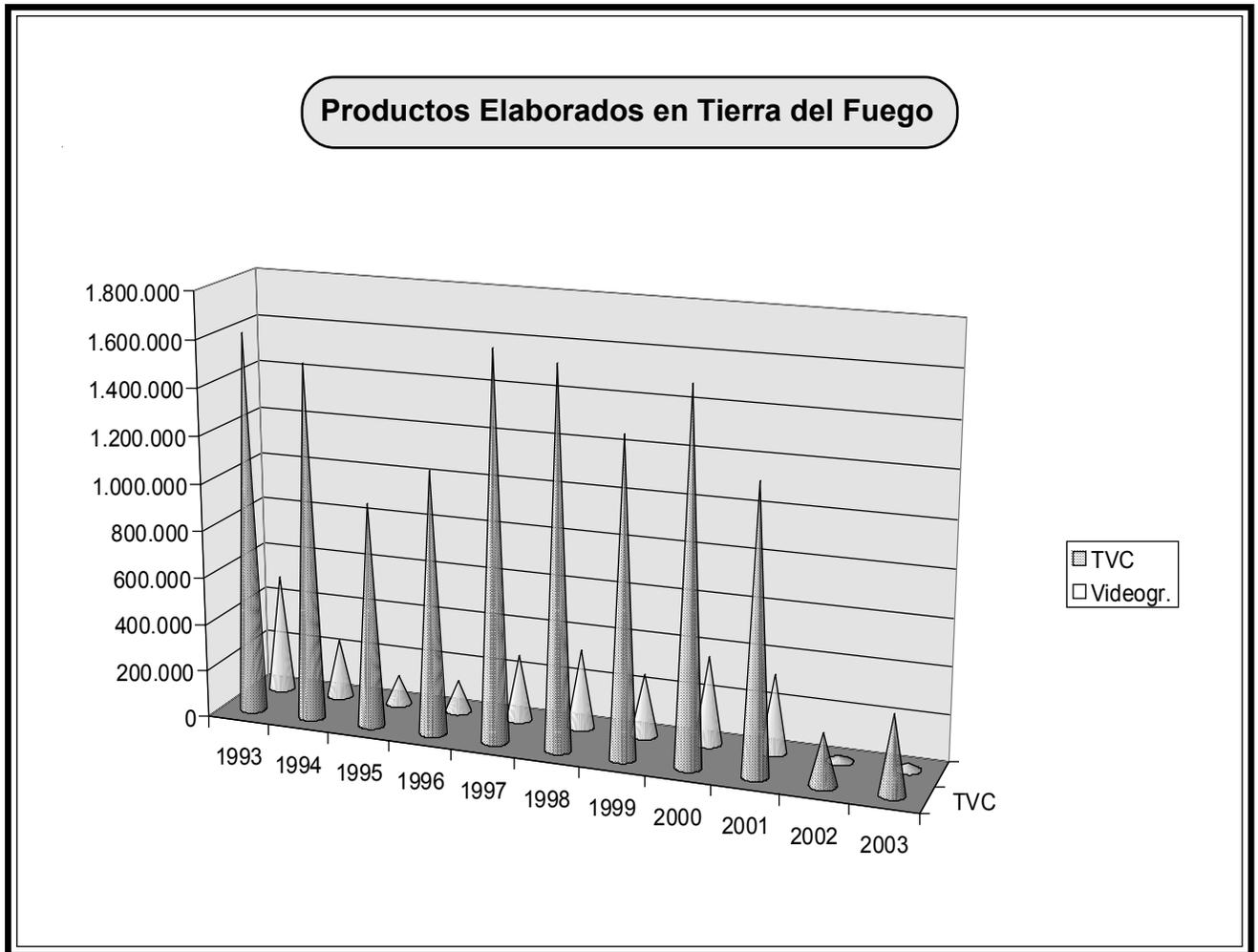
Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Cuadros Estadísticos y Gráficos

Productos Elaborados en Tierra del Fuego			
	TV Color	Videograbador	Autorradio
Agosto 2002	9.080	1.017	9.911
Septiembre	18.387	1.132	7.734
Octubre	18.460	2.466	10.129
Noviembre	12.411	1.248	13.090
Diciembre	12.176	61	12.351
Total Anual	218.888	20.715	116.770
Enero 2003	5.223	0	6.460
Febrero	17.265	0	12.170
Marzo	11.543	642	13.929
Abril	19.293	387	14.499
Mayo	17.725	2.781	14.145
Junio	17.009	1.791	14.077
Julio	22.763	1.575	20.419
Agosto	35.878	5.979	20.553
Septiembre	35.633	2.064	20.244
Octubre	54.325	4.093	20.187
Noviembre	48.118	5.938	24.903
Diciembre	47.530	4.293	21.861
Total Anual	332.305	29.543	203.447
Enero 2004	30.468	4.364	22.007
Febrero	20.417	8.735	20.996
Marzo	58.961	9.395	27.306
Abril	66.009	11.126	30.370
Mayo	67.911	7.582	33.803
Junio	84.309	14.112	38.477
Julio	89.993	16.671	44.849
Total	418.068	71.985	217.808

Fuentes: se detallan al final del informe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094



Fuentes: se detallan al final del informe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Productos Elaborados en Tierra del Fuego			
	Horno Micr.	Aire Acond. para Hogar	Teléfonos Celulares
Agosto 2002	46	109	885
Septiembre	21	17	6.460
Octubre	1.491	0	27.832
Noviembre	918	1.096	14.531
Diciembre	499	0	9.134
Total Anual	16.804	4.159	74.090
Enero 2003	0	508	12.160
Febrero	127	978	12.355
Marzo	0	44	8.050
Abril	0	6	22.901
Mayo	1.007	45	26.945
Junio	3.001	0	19.273
Julio	7.776	0	21.605
Agosto	16.772	12	33.111
Septiembre	13.314	8.254	26.910
Octubre	7.765	14.190	23.835
Noviembre	16.432	12.144	38.738
Diciembre	4.657	3.046	23.108
Total Anual	70.851	39.227	268.991
Enero 2004	3.059	3.033	23.921
Febrero	9.018	187	55.450
Marzo	8.302	1.958	42.870
Abril	8.240	3.099	18.344
Mayo	5.779	123	36.440
Junio	24.663	333	22.786
Julio	10.116	4.268	34.469
Total	69.177	13.001	234.280

Fuentes: se detallan al final del informe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Productos Elaborados en Tierra del Fuego		
	Videocámara	Aire Acond. para Automot.
1997	20.854	234.265
1998	34.144	239.844
1999	42.034	154.006
2000	47.664	191.289
2001	51.473	121.654
2002	4.312	102.205
2003	1.975	108.471
2004 (*)	7.029	100.163
(*) Enero a Julio		

Fuentes: se detallan al final del informe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Línea Blanca			
	Calefactores y Estufas	Lavarropas	Secarropas
Septiembre 2002	4.543	16.815	6.647
Octubre	1.894	14.499	2.071
Noviembre	3.820	12.262	1.142
Diciembre	3.783	15.136	2.182
Total Anual	67.569	162.487	77.613
Enero 2003	9.854	7.654	2.252
Febrero	16.606	20.946	4.305
Marzo	25.362	24.338	13.782
Abril	38.126	30.273	23.487
Mayo	49.838	32.736	22.078
Junio	44.435	32.553	26.827
Julio	21.061	33.864	31.844
Agosto	24.386	37.111	26.155
Septiembre	27.141	42.890	24.122
Octubre	8.548	43.217	16.546
Noviembre	6.513	29.699	7.883
Diciembre	9.241	21.939	6.530
Total Anual	281.111	357.220	205.811
Enero 2004	18.577	20.066	8.067
Febrero	31.300	30.093	12.740
Marzo	50.967	46.833	33.400
Abril	54.251	44.583	36.065
Mayo	53.668	43.489	34.080
Junio	52.015	46.573	46.342
Julio	s/d	47.778	42.841
Agosto	s/d	51.119	37.572
Total	260.778	330.534	251.107

Fuentes: se detallan al final del informe

Para recibir las cifras estadísticas de los últimos 8 años en planilla de cálculo llámenos al 4327-1094

Línea Blanca			
	Cocinas a Gas (uso fliar)	Refrigeradores Domésticos	Congeladores Domésticos
Septiembre 2002	11.701	20.286	1.194
Octubre	12.272	23.273	2.182
Noviembre	9.668	26.591	5.251
Diciembre	8.039	23.622	4.730
Total Anual	95.728	161.619	24.008
Enero 2003	9.167	15.230	2.564
Febrero	9.767	9.245	663
Marzo	13.789	6.109	693
Abril	17.322	9.430	1.614
Mayo	17.971	8.595	1.306
Junio	17.411	7.081	1.437
Julio	21.062	7.420	2.028
Agosto	9.092	8.025	2.060
Septiembre	9.677	13.076	3.109
Octubre	29.795	17.847	5.592
Noviembre	26.311	18.772	7.668
Diciembre	20.575	17.280	8.860
Total Anual	201.939	138.110	37.594
Enero 2004	22.004	15.522	10.936
Febrero	20.306	9.890	5.917
Marzo	21.394	14.127	4.162
Abril	25.074	10.747	2.710
Mayo	24.081	14.625	2.851
Junio	24.797	12.411	1.666
Julio	s/d	13.428	3.351
Agosto	s/d	16.961	5.756
Total	137.656	107.711	37.349

Fuentes: se detallan al final del informe

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes (AFAC)
- Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA)
- Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP)
- Asociación de Fabricantes de Cemento Portland (AFCP)
- Asociación Fábricas Argentinas Tractores (AFAT)
- Asociación Vitivinícola Argentina
- Boletín Oficial de la República Argentina
- Cámara Algodonera Argentina (CAA)
- Cámara Argentina de la Construcción (CAC)
- Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol (CADIBSA)
- Cámara de Armadores de Pesqueros Congeladores de la Argentina (CAPECA)
- Cámara de la Industria Aceitera de la República Argentina (CIARA)
- Cámara de la Industria Cervecera Argentina.
- Centro Azucarero Argentino
- Centro de Industriales Siderúrgicos (CIS)
- Centro de la Industria Lechera
- Cuerecón
- Dirección Nacional de Pesca Marítima
- Dirección General de Industria y Comercio de Tierra del Fuego
- Federación Lanera Argentina
- Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL)
- Instituto de Estudios Económicos sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IEERAL)
- Instituto Nacional de Vitivinicultura
- Instituto Argentino de Petróleo (IAP)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)
- Instituto Petroquímico Argentino (IPA)

- Márgenes Agropecuarios
- Mercado de Liniers
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Oil World
- SAGPyA - Departamento de Algodón y otras Fibras Vegetales
- SAGPyA - Dirección de Mercados Agrícolas y Agroindustriales
- SAGPyA - Dirección de Mercados de Productos no Tradicionales
- SAGPyA - Dirección de Mercados Ganaderos
- SAGPyA - PROCAR
- Secretaría de Estado de Energía
- Secretaría de Industria y Comercio Exterior
- Secretaría de Programación Económica
- Survey of Current Business
- USDA
- World Petrochemicals Price Update