

Linfa - Analisi Studio Argentina

“Promozione dell'internazionalizzazione regionale attraverso lo sviluppo di network con italiani all'estero e Formazione Avanzata”

1. Introduzione: la rilevanza dei settori d'indagine

Il settore agroalimentare è uno dei più dinamici dell'economia argentina, con importanti potenzialità di sviluppo, ma al quale mancano, come rilevato dal presente lavoro, azioni di sostegno, sia dal lato ufficiale, sia dal lato privato, per quanto riguarda l'erogazione di servizi derivati da importanti vantaggi comparativi, per le sue importanti risorse naturali come da vantaggi competitivi derivati del cambio tecnologico permanente e della modernizzazione tecnologica e imprenditoriale del settore.

La provincia di Buenos Aires, ambito geografico nel quale si sono svolte le azioni di Analisi Studio, riunisce una serie di caratteristiche, quantitative e qualitative, che la trasformano in un ambito ideale per mettere in atto gli interventi del progetto.

2. La situazione in Argentina

2.1. Caratteristiche dell'economia argentina

La Repubblica Argentina è certamente un paese ricco di risorse naturali e umane, che può vantare importanti punti di forza nei settori energetico (petrolio e gas), e agroindustriale. La base industriale è formata da grandi gruppi locali e da imprese multinazionali.

Il Paese ha visto, a partire dai primi anni della decade 90 una serie di riforme strutturali basate sul regime della convertibilità, con fissazione della parità dei cambi, la deregulation praticamente in tutta l'economia, la riforma dello Stato, le privatizzazioni e l'apertura commerciale e finanziaria con l'estero, misure che hanno avuto conseguenze sia positive dal lato dell'impulso alla produzione, alla modernizzazione degli impianti e al miglioramento della produttività sia negative quali l'esclusione sociale che fa sì che oggi più della metà della popolazione sia al di sotto della linea di povertà.

Dopo anni di declino, le privatizzazioni e la decentralizzazione hanno migliorato notevolmente il livello delle infrastrutture. Ferrovie, trasporti urbani, e la maggior parte dei porti e delle infrastrutture stradali hanno beneficiato del trasferimento al settore privato. La rete stradale è di circa 655.000 km (oltre 200.000 asfaltati), il suo stato è migliorato negli ultimi anni, anche se si rende necessario un ulteriore miglioramento.

La rete ferroviaria, la più ampia dell'intera America Latina, è interamente gestita da compagnie private, e può contare su oltre 36.000 km di rotaie (una minima parte delle quali elettrificate). Anche il trasporto aereo è molto sviluppato grazie anche alla rilevante presenza di compagnie aeree private partecipate da capitale straniero di provenienza essenzialmente europea.

Il sistema di telecomunicazioni, anch'esso in corso di privatizzazione, ha un'elevata diffusione (26 apparecchi telefonici ogni 100 abitanti) ed efficienza.

La crisi economica degli ultimi anni, culminata nella crisi politico istituzionale del dicembre 2001, ha evidenziato tuttavia problemi strutturali e difficoltà economiche, che hanno portato allo scardinamento della politica degli anni '90 ed all'abbandono del sistema di convertibilità 1 a 1 peso/dollaro, lasciando fluttuare liberamente il peso nel mercato delle valute.

E' da sottolineare la politica di integrazione regionale che porta avanti l'Argentina, la cui espressione concreta è la creazione di un'Unione Doganale (Mercosur, Mercato Comune del Sud) con Brasile, Paraguay e Uruguay con lo scopo esplicito di raggiungere lo stadio di Mercato Comune.

Principali Indicatori Socioeconomici Argentina 2000/2003

Indicatore	U. Misura	2000	2001	2002	2003
PIL Nominale in Pesos	\$ 000 Mil.	285.0	268.7	313.0	371.6
PIL Nominale in U\$\$	U\$\$ Mil.	285.0	268.7	97.5	119.9
Popolazione	Mil. Abit.	37	37.5	37.9	38.4
PIL Pro Capite	U\$\$/abit.	7696	7170	2571	3124
PIL Reale	% Variaz.	-0.8	-4.4	-10.9	7.0
Consumo	% Variaz.	1.7	-5.7	-12.8	s.d.
Investimento	% Variaz.	-4.0	-15.7	-36.1	s.d.
Produzione Industriale	% Variaz.	-1.9	-17.9	-10.5	s.d.
Prezzi Consumatore	% Variaz.	-0.7	-1.6	41.0	15.0
Prezzi all'Ingrosso	% Variaz.	2.4	-5.3	118.2	10.0
Tipo Cambio Nominale	\$/dollaro	1	1	3.4	2.9
Deficit Fiscale Globale	% s/PIL	-2.4	-3.3	-1.4	-0.2
Debito Pubblico	% s/PIL	43.1	53.8	133.1	119
Saldo Bilancia Commerc.	000 Mil u\$\$	1.2	6.4	16.3	15.6
Esportazioni	000 Mil u\$\$	26.4	26.7	25.3	27.6
Importazioni	000 Mil u\$\$	25.2	20.3	9.0	12.0
Debito Estero	000 Mil u\$\$	146.2	140.3	134.3	130.0
Debito Estero	% s/PIL	51.3	52.2	137.7	130.2
Riserve Internazionali	000 Mil u\$\$	25.1	14.9	10.4	10.6
Disoccupazione	% s/PEA	14.9	17.3	19.7	16.3

2.2. Caratteristiche economiche della Provincia di Buenos Aires

Buenos Aires è la provincia (principale divisione amministrativa) più importante della Repubblica Argentina, genera il 40% del totale delle esportazioni e del prodotto lordo interno del paese ed è una delle strutture produttive più diversificate di America Latina. Nei suoi origini l'economia provinciale è cresciuta grazie all'agroindustria (oggi il 50% della sua produzione è di origine agroindustriale). Alla crescita sostenuta della sua produzione agricola, si aggiungono

ogni giorno nuovi settori come ad esempio i biologici, i quali si costituiscono in attori fondamentali di un nuovo scenario economico.

La Provincia esporta il 50% dei cereali, il 50% del miele, l'85% degli animali vivi, il 55% dei cuoi, l'85% della farina, il 70% dei pesci e dei frutti di mari processati, il 70% delle autoparti e automobili, l'80% dei materiali plastici, l'80% dei prodotti per la costruzione, il 70% dei prodotti chimici e l'80% dei prodotti tessili complessivi che esporta l'Argentina.

Buenos Aires ha delle ottime condizioni per lo sviluppo economico e per stabilire industrie con proficui investimenti in strutture basiche e comunicazione, tutto questo più una mano d'opera di alta qualità tecnica che la posiziona come una delle migliori opzioni per la realizzazione di affari internazionali.

Alcuni dati:

Estensione: Nord-Sud: 892 km. Est-Ovest: 600 km.

Capoluogo: La Plata

Percentuale rispetto alla superficie totale del Paese: 8.2%

Ubicazione rispetto alla superficie delle altre unità politiche: Seconda

Quantità di comuni: 134

Comune più esteso: Patagones (13.600 km²)

Comune meno esteso: Hurlingham (35km²)

Clima: Temperato

Popolazione 2001: 13.760.969 abitanti

Percentuale rispetto alla popolazione complessiva del Paese: 38.61%

Comune più popolato 2001: La Matanza (1.253.240 abitanti)

Comune meno popolato 1991: Tordillo (1.444 abitanti)

Casa 1991: 4.079.118

Produzione di frumento 1998/99: 6.768.600 TN

Produzione di mais 1998/99: 5.601.200 TN

Produzione di girasole 1998/99: 3.626.700 TN

Produzione di soia 1998/99: 4.112.890 TN

Stock bovino 1999: 18.330.192

Quantità di latterie 1996: 4.702

Totale della superficie con foraggio 1993: 144.537 Ha

Volume complessivo di cattura di speci marine: 513.393 TN

Produzione di minerali non metalliferi: 2.962.227 Tn

Produzione di rocche di applicazione: 21.977.430 Tn.

Stabilimenti commerciali 1993: 189.742

Stabilimenti industriali: 41.202

Alloggi turistici categorizzati: 928

Musei: 200

Monumenti storici:117

Luoghi storici: 51

Aziende agricole turistiche: 246
Totale stabilimenti assistenziali 1995: 3.825
Stabilimenti educativi: 12.900(anno 1997)
Rete stradale nazionale: 4.888 Km
Rete provinciale stradale: 3.447.894
Aerodromi pubblici e privati: 156
Linee telefoniche 1996: 2.490.117
Linee telefoniche / abitanti 1996: 184,1

2.3. Corridoi produttivi

I Corridoi Produttivi costituiscono oggi, per i municipi di questa importante provincia argentina, uno strumento idoneo al momento di stabilire un vincolo concreto per le strategie di sviluppo locali. Con l'obiettivo di promuovere la crescita economica della regione, sono costituiti da municipi, camere industriali, agrari, commerciali ed entità della società civile, hanno l'appoggio del governo della Provincia di Buenos Aires, mediante il Ministero della Produzione e hanno tre compiti fondamentali: sostenere il tessuto produttivo; stimolare la creazione di nuove imprese; ed impulsare un programma di sviluppo locale. Attualmente, con l'implementazione del Programma di Sviluppo Sostenibile Regionale (PRODESUR), nel quadro del programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (PNDU), si è effettuato un passo decisivo con l'obiettivo di assistere e rafforzare la capacità operativa e tecnica, nel disegno ed esecuzione di politiche e programmi che tendono a potenziare gli assi produttivi della provincia.

2.3.1. Il Corridoio Produttivo "Municipios al Mercosur"

È uno dei 12 Corridoi Produttivi che ha la provincia. In questo si nucleano 9 importanti municipi: Cañuelas, Gral. Las Heras, Gral. Rodríguez, Luján, Marcos Paz, Mercedes, Navarro, San Andrés de Giles e Suipacha. Tutti si dedicano al compito di investire assieme per generare nuove e solide basi che impulsino lo sviluppo sostenibile della regione. Ad esempio, il corridoio sta sviluppando un laboratorio di miele per certificare in altri mercati la qualità di origine; prendendo in considerazione le crescenti esigenze dei mercati acquirenti come la Comunità Europea. Inoltre, si promuove lo sviluppo di prodotti e marchi che gli identifichino per stabilirsi nei mercati nazionali ed esteri e generare così un alto sviluppo regionale e locale.

Il totale della popolazione del Corridoio supera i 360.000 abitanti, la superficie totale è di 8.355 km² e ha circa 1.000 aziende. Sebbene, tutti i municipi che lo conformano hanno una attività prevalentemente agropecuaria, esiste una forte presenza industriale e di micro, piccole e mediane imprese, che comprendono praticamente quasi tutti i settori dell'attività economica.

2.3.1.1 Cenni sui comuni appartenenti al Corridoio Produttivo "Municipios al Mercosur"

Cañuelas: E' la capitale dell'industria lattea argentina. Ha una superficie di 1200 km², una popolazione di 42.475 persone e 107 aziende, con un rapporto di 2.5 imprese ogni mille abitanti. La dimensione media di queste aziende è di 4.6 dipendenti per impresa. Si può definire un comune "in vie di industrializzazione".

General Las Heras: ha una superficie di 760 km², una popolazione di 12.684 abitanti e 50 aziende e 39 aziende, con un rapporto di 3.1 imprese ogni mille abitanti. La dimensione media è di 3.5 dipendenti per impresa. È un comune "in vie di industrializzazione".

General Rodriguez: Ha una superficie di 360 km², una popolazione di 67.858 persone e 79 aziende (1.2 ogni mille abitanti) con una dimensione media di 5.0 dipendenti. È un comune "in vie di industrializzazione".

Luján: superficie di 800 km², popolazione di 93.980 abitanti e 307 aziende (3.3 ogni mille abitanti) con una dimensione media di 6.0 dipendenti per azienda. Lo si può definire come un comune "industrializzato in salita"

Marcos Paz: superficie di 470 km², popolazione 43.236 abitanti e 69 aziende (1.6 ogni mille abitanti) con una dimensione media di 4.3 dipendenti per azienda. È un comune "non industriale".

Mercedes: superficie 1.050 km², popolazione di 59.471 persone e 160 aziende (3.4 ogni mille abitanti) con una dimensione media di 4.8 dipendenti per impresa. È un comune "in vie di industrializzazione".

Navarro: superficie 1630 km², 15.776 abitanti e 33 aziende (2.5 ogni mille abitanti) e una dimensione media di 8.4 dipendenti per impresa. Viene considerato un comune "di nuova industrializzazione"

San Andrés de Giles: superficie 1135 km², popolazione 20.782 abitanti e 76 aziende (3.6 ogni mille abitanti), con una dimensione media di 9.1 dipendenti per impresa. È un comune "industrializzato in salita"

Suipacha: superficie 950 km², 8.894 abitanti e 31 aziende (3.5 ogni mille abitanti), con una dimensione media di 7.3 dipendenti per azienda. Si considera un comune "industrializzato in discesa".



2.3.2 La Provincia di Santa Fe

Santa Fe occupa un posto molto importante nell'economia nazionale. Il piú grosso sviluppo economico si da nei dipartimenti centro e sud della provincia. In questa area favoreggiata dal clima temperato e la vicinanza di fonti di acqua importanti, si sono stabilite le città piú popolose. Santa Fe, Buenos Aires e Cordoba concentrano il 65 % della popolazione argentina, il 60 % dei prodotti di origine agricolo e piú del 85 % di quelli del settore industriale.

La provincia rappresenta il 21 % dell'area seminata argentina, è la prima produttrice di cereali e la seconda in estrazione di semi oleaginose, cioè, destinati a produrre olio di tavolo ed i suoi derivati. La produzione di cereali è formata da grano, mais e sorgo; le oleaginose sono lino, girasole e soia. Inoltre, si pratica l'orticoltura e la frutticoltura.

Altra coltura molto apprezzata è la fragola. A Coronda, grandi superfici si dedicano a questo frutto, che necessita tre mesi di coltivazione in suolo sabbioso (caratteristico di questa città), concimato periodicamente. Ogni ettaro di fragola può produrre fino a 14.000 kilogrammi di raccolta.

In questa provincia tiene luogo un'importante attività apicola: esistono 25.000 alveari circa, in 11 località diverse, producendo non solo miele ma anche altri derivati quali il nettare, il polline e la cera.

Sulla riva del fiume Paraná si trova il maggior sviluppo industriale. Fa parte del cosiddetto "cordón industrial", il quale va da Rosario e San Lorenzo fino a La Plata, nella provincia di Buenos Aires, e costituisce l'area industriale piú importante del paese. Le attività sono delle piú diverse: processo delle materie prime di origine primario, produzione di alimenti, tessili, petrolchimico, acciaierie, metalmeccanico, macchinari agricoli, ecc. Tra di loro si trovano i

maggiori produttori del paese in diversi capitoli, quali la macinazione di grano, produzione oleica, industria della carne, caseari (zona di Sunchales) e confetture (zona di Coronda).

La birra si produce a Santa Fe capitale, a Rosario e a San Carlos.

Questa provincia ha un ruolo di primo ordine nelle esportazioni nazionali di prodotti alimentari; per quello ha un'ampia rete ferroviaria e stradale e vari porti (i più importanti sono Rosario, Santa Fe, Villa Constitución e San Lorenzo).

La provincia ha nel porto di Rosario un canale privilegiato dal quale partono per l'estero cereali, farine, foraggi, carni e preparati, prodotti latteocaseari, pelli, cuoi e lana, zucchero, legno, prodotti chimici, olio di linza, miele, prodotti ortofrutticoli processati, uova, birra, carbone vegetale, ferro e acciaio. L'insieme dei porti privati che va da Rosario a San Lorenzo esporta il 65 % dei cereali e oltre il 55 % delle esportazioni argentine partono dai porti santafesini.



2.4. L'interscambio commerciale Italia-Argentina

Nel 2003, l'interscambio commerciale tra l'Italia e l'Argentina ha prodotto un saldo favorevole al paese sudamericano, che a fronte di esportazioni di merci per un valore complessivo di 932 mln. di USD, ha acquistato dall'Italia beni per 439 mln. di USD. Questo saldo del 2003 conferma la tendenza alla progressiva erosione in atto dal 1997, quando il surplus per l'Italia ammontava a ben 1.007 mln. USD.

Interscambio commerciale Argentina-Italia (in milioni di dollari)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Import	505	654	736	721	730	753	632	735	852	843	932
Export	1069	1590	1258	1503	1747	1605	1355	1011	839	313	439
Saldo	564	935	522	782	1017	852	722	276	-13	-530	-493
Totale	1574	2244	1994	2225	2477	2358	1987	1745	1691	1155	1371

Fonte: Fundación Export-Ar

I principali prodotti importati dall'Italia (in migliaia di u\$s)

Descrizione	Valore/2000	Valore/2001	Valore/2002	Valore/2003
Sieri, prodotti immunologici	6676.5	8152.4	4390.4	1) 7830.9
Altri assortimenti e giocattoli da costruz.	11552.3	8167	7920.4	2) 7020.6
Oli pesanti di petrolio			2652.3	3) 6174.2
Altri additivi per oli lubrificanti			3215.2	4) 5578.8
Tubi traf. O lam. a freddo			1435.7	5) 5032.3
Altri ormoni e derivati			1521.7	6) 4441.4
Macchine impacchettatrici	7688.2	12368.3	3184.6	7) 4110.5
Altre macchine non specificate	8729.0	8361.1	2896.6	8) 3767.2
Lavatrici automatiche	15814.8	12338.7		9) 3260.7
Macchine per il cuoio		3703.8	4590.9	10) 3200.9
Parti di veicoli	4472.6	3643.4		11) 2975.0
Valvole				12) 2801.5
Foglie e nastri di alluminio	6362.5	5791.0	4391.0	13) 2759.4
Parti di valvole				14) 2732.2
Altri cuoi, pieno fiore			3112.1	15) 2700.7
Antibiotici				16) 2602.5
Estrusori per materiali termoplastici				17) 2368.6
Macch. per la fabbricazione fibre ottiche	1969.2			18) 2360.0
Altre parti macchine spruzzare				19) 2307.0
Altre macchine per spruzzare				20) 2306.7
Altri medicinali e preparati terapeutici				21) 2259.9
Altri lavori di materie plastiche		3643.6		22) 2234.5
Cuscinette a sfere				23) 2216.0
Altri lastre, fogli di materie plastiche				24) 2178.9
Parti di macch. per imbott., impach, imb.		3830.8	2158.6	25) 2123.9
Prodotti laminati piatti di ferro o acciaio				26) 2104.5
Altri essicatori		3479.4	1563.0	27) 1986.7
Tubi di gomma rinforzati				28) 1970.4
Altre carte e cartoni gommati o adesivi			2377.3	29) 1927.2
Altre carte e cartoni				30) 1902.2

I comparti più rilevanti tra le importazioni dell'Argentina dall'Italia sono:

- Macchine ed apparecchi meccanici
- Apparecchi elettrici di precisione
- Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali
- Metalli e prodotti in metallo

Questi i comparti più rilevanti tra le esportazioni dell'Argentina verso l'Italia:

- Prodotti alimentari, bevande, tabacco
- Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca
- Cuoio e prodotti in cuoio

3. I servizi alle imprese

3.1. I settori che necessitano di servizi

3.1.1. Le caratteristiche del sistema della piccole e medie imprese

Le piccole e medie imprese (PyMEs) argentine hanno delle caratteristiche particolari che richiedono uno studio ad hoc, certamente diverso da quello che si pu' fare della grande impresa.

In Argentina più del 98% delle aziende è PyME, dentro di quella percentuale, in più del 90 % dei casi sono imprese familiari con una organizzazione strutturata al lavoro fatto da generazioni passate.

La legge di PyMEs della Repubblica Argentina N° 24. 467 definisce una PyME a partire di due parametri: quantità di dipendenti (meno di quaranta) e fatturato annuo (a seconda dell'attività). E' da considerare che questa tipologia di imprese ha dei vantaggi e svantaggi dovuti alla sua struttura: tra i primi si possono elencare la flessibilità di fronte ai cambiamenti, la loro specializzazione, la continuità di uno stile e i bassi costi di manodopera; tra i problemi si contano le difficoltà per accedere al credito, problemi per la commercializzazione per mancanza di organici formati ed il basso livello tecnologico.

In uno scenario come l'attuale, la competizione internazionale spinge alle PyMEs che desiderano internazionalizzarsi avere requisiti di qualità, ridurre costi logistici, risaltare il packaging dei prodotti, incorporare tecnologia e offrire programmi al mercato internazionale che assicurino continuità nelle consegne.

Altre debolezze strutturali riscontrate nelle PyMes argentine sono:

- Scarso grado di generazione di nuove imprese
- Molto bassa partecipazione alle reti imprenditoriali
- Esagerata centralizzazione nella gestione dell' imprenditore.
- Livelli insufficienti di investimento che non hanno permesso di raggiungere un livello di aggiornamento tecnologico adeguato.
- Scarsa richiesta dei servizi di sostegno.
- Assenza di cultura all'export sostenibile nel lungo termine

Su questo ultimo punto è conveniente soffermarsi in quanto rappresenta uno dei punti di debolezza più sentiti dalla struttura economica argentina e che potrebbe offrire, in funzione delle potenzialità delle risorse naturali esistenti e delle opportunità del contesto internazionale, un ambito molto ricettivo alle offerte di servizi e formazione, se essi vengono da una realtà consolidata com'è l'Italia.

3.1.2. L'importanza del settore agroalimentare

La produzione del settore agroalimentare é cresciuta senza pausa dalla metà della decade del'60: tra il 1965 e il 2000 il valore aggiunto che genera é aumentato ad una percentuale di crescita annuale accumulativa del 2.1%, lievemente minore alla media dell'economia, che é stata del 25% nello stesso periodo. Verso la fine del XX secolo, l'insieme delle attività vincolate direttamente al settore agroalimentare (produzione primaria ed industrie alimentari, bevande e tabacco) ed indirettamente (commercio e trasporto dei prodotti agropecuari, ristorazione) ha contribuito al 20% dell'offerta complessiva dell'economia.

Il valore aggiunto del settore agropecuario e dell'industria alimentare e di bevande è oggi l'11% del PIL, percentuale che si è sostenuta lungo la decade del '90. Nonostante questo indice, il settore ha perso la sua partecipazione economica col trascorrere del tempo, infatti durante le decade 1950-1960 circa il 25% del PIL era conformato da questo. La diminuzione nella partecipazione si deve al fatto che la crescita degli altri settori è certamente indispensabile per un'economia moderna e dinamica.

La capacità del settore agroalimentare di fare un contributo alla crescita economica è direttamente vincolata all'aumento delle sue esportazioni, dato che la produzione argentina supera notabilmente le necessità del consumo interno. Il coefficiente d'esportazione (esportazione/produzione) è il più alto di tutti i settori economici ed è salito col tempo -a differenza degli altri; questo dimostra la sua capacità di costituirsi in un importante motore che fortifichi l'inserimento argentino nei mercati mondiali.

Una visione che tende screditare il settore riguarda l'ipotetico basso impatto sull'occupazione e gli altri settori, ma l'agro e l'industria alimentare contano circa 1.5 milioni di posti di lavoro, (11.2% dell'impiego totale) e rappresentano il 10% del totale degli stipendi dell'economia, e ciò rappresenta una proporzione simile alla sua partecipazione nel PIL.

Inoltre, e contrariamente ad alcune idee erranee, il settore agroalimentare ha l'indice di effetti moltiplicatori più alto di tutti gli altri. Ogni unità in più di domanda si tradurre in 1.54 volte di produzione nello stesso settore, 0.24 nel resto dell'industrie e 0.32 nel settore di servizi. A sua volta, il settore agroalimentare presenta i moltiplicatori d'impiego più alti dell'economia: un posto di lavoro addizionale nel settore provoca, mediante gli effetti diretti ed indiretti, 3 posti e mezzo di lavoro nell'insieme dell'economia.

La produzione agroalimentare argentina è altamente competitiva sul mercato mondiale, ma lo potrebbe essere di più se si cercasse la creazione di valore su certi prodotti. Gli indici più indicativi si evidenziano nelle catene alimentari vincolate ai cereali e alle oleaginose, ma anche in altri aspetti (miele, frutti, vini, sughi, aglio, pesce, ecc.). La partecipazione argentina nelle importazioni mondiali di alimenti è aumentata, raggiungendo circa il 3% verso la fine della decade del '90.

Nei prossimi anni il settore agroalimentare argentino presenterà un profilo complesso: da una parte, il paese continuerà ad essere un grande produttore di commodities, basato nella quantità e qualità delle sue risorse naturali e nell'alto grado di training già acquisito dai produttori, tecnici e operai locali. Dall'altra parte, gli altri prodotti, quegli "differenziabili" saranno ogni volta di più sottomessi a processi d'identificazione e tracciabilità, che dovranno garantire la loro qualità e offrire informazione sugli stessi. Si svilupperanno ogni volta di più le produzioni di specialità, con meccanismi di differenziazione e creazione di valore attraverso denominazioni di origine geografico, presentazioni, risposte a diversi piaceri e necessità, informazione sui contenuti

nutrizionali, nuovi prodotti. Questo rappresenterà la sfida più grande non solo perché richiederà di una crescente applicazione di tecnologie e conoscenze, ma perché aprirà uno spazio per le piccole e medie imprese, con adeguati insumi tecnologici, di conoscenza e gestione.

3.1.2.1 Prospettive del settore agroindustriale

L'aspirazione del settore indica la convenienza di cercare un'espansione del valore aggiunto della produzione agroalimentare attraverso alimenti elaborati e che abbiano la capacità di essere venduti sui mercati esteri. In tutti i casi, la competitività internazionale deve essere spinta al massimo.

Per questo, bisogna aggiungere alle materie prime valore industriale e anche servizi commerciali e conformare così le denominate catene produttive, dove confluiscono tutti valori incorporati: dalle colture fino ai consumatori.

Nel commercio internazionale è dove meglio si manifesta la produttività e la competitività. Perciò non è difficile inferire che l'agro e le sue industrie sono della nostra economia i settori più competitivi; infatti sebbene il paese si trova in una posizione degradata nella scala di competitività internazionale, è riuscito a mantenersi al primo posto nello scenario mondiale, con dodici prodotti agroindustriali.

Nonostante questo, resta molto da fare. Esiste un'eccessiva concentrazione delle vendite esterne nel denominato complesso oleaginoso, che rappresenta il 40% delle esportazioni originati dall'agro. Si impone una diversificazione di queste esportazioni in termini percentuali, innalzando la partecipazione di varie produzioni, soprattutto regionali.

3.1.2.2. Segni concreti di un settore in espansione

Si osservano ogni volta di più diversi segni che indicano che l'industria agroalimentare interpreta una significativa espansione negli investimenti, miglioramento ed apertura degli impianti industriali. Il processo è iniziato verso la metà del 2002 ed è continuato durante il primo semestre del 2003. Oltre alle inaugurazioni, amplificazioni degli stabilimenti e alleanze tra imprese registrate nei macelli, latterie e magazzini di vini (per nominare alcuni dei settori più dinamici) si distinguono le mosse imprenditoriali sorte dagli accordi tra i produttori privati e le istituzioni ufficiali di diverso livello, l'apertura di punti di vendita, le integrazioni verticali in avanti e indietro, le alleanze strategiche e la diffusione del franchising di origine nazionale. Vadano alcuni esempi:

Maionese di quaglia: A Rio Cuarto, Cordoba, è nata un'impresa con capitale misto, privato e statale, che fabbricherà maionese di quaglia. Si calcola che comincerà a produrre entro la metà dell'anno, con 100 mila quaglie che genereranno 80 mila uova al giorno per l'elaborazione di 3.5 tonnellate di maionese. Si produrrà anche carne marinata di quaglia.

Freddo per la frutta: Dodici produttori raggruppati hanno aperto un frigorifero di atmosfera controllata per il magazzinaggio di frutta a San Patricio del Chañar, Neuquen. Gli impianti comprendono 8 celle frigorifere con capacità per albergare fino 2500 tonnellate di frutta. Il progetto ha ricevuto un finanziamento parziale dall'Istituto Autarchico dello Sviluppo Produttivo.

Cuoio e carne di caimano: La ditta Caimano, ha investito US\$ 150.000 per far funzionare un locale destinato all'allevamento dei caimán in cattività nella provincia di Formosa, con l'obiettivo di esportare il cuoio conciato e la carne surgelata agli Stati Uniti ed Europa.

Primo impianto industriale latteo caprino: É stata inaugurata a Rayo Colorado, Cordoba, il primo impianto industriale latteo caprino. Ha la capacità di processare 3000 litri al giorno e produrrà latte, yoghurt, formaggio e dolce di latte di capra. Il progetto ha significato un investimento di circa \$250.000 ed é stato realizzato con dei contributi economici del governo provinciale e nazionale, e della regione italiana del Piemonte.

Conigli per esportazione: Il Municipio di Vista Alegre, Rio Negro, ha iniziato un progetto per la produzione, commercializzazione ed esportazione di carne e pelle di coniglio. Il governo comunale assegnerà circa \$80.000 per la costruzione di un macello e di un frigorifero, si calcola che comincerà a produrre prima della fine dell'anno, e darà impulso all'allevamento degli animali nelle piccole fattorie, con l'obiettivo di esportare la loro carne in Italia e in Francia.

Essiccatoio di pomodori biologici: Quattro produttori di pomodori biologici di Junin, Mendoza, hanno inaugurato il primo essiccatoio di pomodori organici. Attualmente, si trovano a lavorare con un raccolto che ha superato i 32 chili di pomodori biologici per esportazione.

Macello struzzi americani: Frigorífico del Sud ha inaugurato il primo impianto industriale del paese abilitato per macellare struzzi americani nella città di Rio Cuarto. L'impresa é formata dal Municipio di Rio Cuarto, che ha una partecipazione al capitale sociale del 40%, e un gruppo di 150 azionisti di Cordoba, Mendoza, San Luis e Santa Fe, dedicati all'allevamento di piccole specie.

Pizza surgelata: La ditta Industrias Alimenticias Argentinas ha completato l'automazione del suo impianto industriale di pizze surgelate; e ha annunciato la messa in funzione, prima della fine dell'anno, di una seconda linea che permetterà di raddoppiare la sua attuale produzione di 350.000 unità al mese.

Lievito Tucumán: L'impresa Compañía Argentina de Levaduras (Calsa), che appartiene alla multinazionale Burns Phillips, ha investito US\$ 15 milioni nella rinovazione e amplificazione del suo impianto di lievito a Tucumán, con l'obiettivo di concentrare in essa la produzione del fermento. Nel presente, si elaborano lí estratto di lievito, lievito travaso e liquido. A futuro la ditta progetta di fabbricare nel paese il lievito istantaneo, un prodotto che la ditta produce già in altri luoghi del mondo.

Uve passa: L'impresa di San Juan Cassaba Ahún, ha ampliato il suo impianto industriale di elaborazione di uve passe con l'obiettivo di potenziare le esportazioni ai mercati del Canada, Brasile, Stati Uniti, Santo Domingo e Taiwán. Nel 2002, la ditta ha esportato 170.000 scatole di uve passe, sotto il marchio di Delicious.

Macello caprino: É stato inaugurato un frigorifero caprino nella zona di Pampa del Infierno, Chaco. Ha richiesto un investimento di circa u\$s 2 milioni, ed é il primo frigorifero di questa provincia tipo A, per transito federale. É il risultato di un accordo tra la Provincia Autónoma di Trento, Italia e il governo del Chaco. Può macellare e salare le carni di 300 animali per turno,

ha due celle di raffreddamento per due mila capretti ognuna, e una cella di surgelati con capacità per 4 mila. Riceverà animali di sette centri provinciali di sviluppo produttivo.

3.1.2.3 *Prodotti agroalimentari di alto valore*

Secondo la Commissione Economica per l'America Latina e il Caribe dell'ONU, CEPAL, i "prodotti agroalimentari di alto valore" sono quelli che riuniscono una o varie delle seguenti condizioni:

- I prezzi per tonnellata sono superiori a quelli del export tradizionale.
- La loro produzione é iniziata o aumentata considerevolmente nell'ultima decade.
- Hanno un valore aggiunto mediante processi di differenziazione (elaborazione, marchio, varietà, sistemi di qualità, biologici, ecc.)
- Il paese é importatore netto di loro e c'è spazio per la sostituzione.
- Hanno la possibilità di generare nicchie di domanda, interna o esterna.

I prodotti segnalati dentro di questa categoria sono:

- Prodotti aromatici e medicinali
- Prodotti biologici
- Uva da tavolo
- Frutti fini (ciliege, mirtilli, lamponi, fragole, ecc.)
- Aguacate
- Carne di coniglio
- Carne ovina patagonica
- Lumache
- Prodotti di acquicoltura
- Ortaggi surgelati
- Patata prefritta surgelata
- Miele

Esiste un notevole potenziale di crescita di tutto il settore dei prodotti di alto valore: l'insieme dei beni menzionati con anteriorità é cresciuto durante il periodo 1991/1998 ad un tasso accumulativo annuo del 16%.

Gli elementi caratteristici dei diversi studi di campo realizzati coincidono nei seguenti punti:

- La capacità agroecologica delle significative estensioni del territorio per questo tipo di produzioni.
- Il sorgimento e sviluppo nella maggioranza delle provincie argentine.
- La ridotta partecipazione dei prodotti argentini nel commercio internazionale.
- L'esperienza locale e la conoscenza sull'esperienza estera in programmi e politiche di promozione delle esportazioni.
- L'esistenza di ordinamenti sanitari e di qualità che permettono inquadrare le rispettive produzioni per accedere ai mercati esterni.

- Un evidente cambio di mentalità verso una visione d'affare e in particolare, verso l'esportazione

PARTECIPAZIONE ARGENTINA NELLE IMPORTAZIONI MONDIALI, CAPITOLI 1 AL 23. ANNI 2000-01

CAPITOLO	Import. Mondiali	Esport. Argentine	Esport. Arg./Importa. Mondiali
	(in milioni di US\$)		%
23	15696	2529	16,11
15	11250	1655	14,71
10	17206	2431	14,13
12	17410	1208	6,94
11	2925	152	5,20
3	42847	879	2,05
4	20009	382	1,91
20	17049	315	1,85
8	27324	494	1,81
17	9460	129	1,36
2	32689	421	1,29
16	13641	165	1,21
7	18492	223	1,21
18	9582	82	0,86
22	31917	212	0,66
21	12095	79	0,65
9	11014	66	0,60
19	12730	61	0,48
5	3440	15	0,44
1	5711	17	0,30
14	432	1	0,23
13	2008	1	0,05
6	8173	1	0,01
TOTALE	343100	11518	74,05

I numeri dei capitoli corrispondono ai cosiddetti "prodotti di alto valore"

Fonte: IICA Argentina

3.1.2.4. La situazione per questo tipo di prodotti nella provincia di Buenos Aires

Mappa economico di produzioni agroalimentari non tradizionali

Provincia di Buenos Aires- Anno 2002

Prodotto	Ettari	Produzione (ettari) o/scorte	Zona o Dipartimento
Cereali oleaginosi biologici	14287		
Colture industriali biologici	1801		
Ortaggi e legumi biologici	419		
Frutti biologici	135		
Piante aromatiche biologiche	88		
Bovini biologici		47927 capi	
Ovini biologici		2065 capi	
Suini biologici		14 capi	
Cavalli biologici		91 capi	
Alveari biologici		47018	
Mais popcorn	24000		Nord provincia
Mais flint	60000		
Ciliegia	400		Sudest provincia
Lamponi	37	150	Tandil – Balcarce
Blueberries	41		M. Plata – Mercedes
Pruni	4	52	Tandil – Balcarce
Ribes	2	4	Tandil – Balcarce
Kiwi	240	3350	Mercedes – Baradero
Cipolla integrata		6000	
Piante aromatiche	9		
Camomilla	9000	4000	
Coriandro	1500	1800-2000	Lujàn - Mercedes
Senape bianco	410	215	Sudovest provincia
Prezzemolo disidratato	380	380	Pergamino – M Plata
Finocchio			Raccolta naturale
Cardo mariano			Raccolta naturale
Piante medicinali (40 speci)			
Lepri			Azul
Lumache			
Trote			San Vicente Balcarce
Ostriche			San Blas
Formaggio di capra			Suipacha

3.2. La natura dei servizi

3.2.1. Un problema del sistema imprenditoriale argentino: la competitività

Uno dei maggiori problemi che affronta l'economia argentina è la mancanza di competitività: quest'anno, l'Argentina è diventata un paese meno competitivo dato che dal posto 64° che occupava l'anno scorso è scesa 14 posti ed è finita al 78°, secondo il rapporto globale di competitività 2003/2004 che diffonde annualmente il World Economic Forum.

Il lavoro del World Economic Forum si realizza dal 1978 tra gli uomini di affari di tutto il mondo, e quest'anno ha rilevato la situazione in 102 paesi. Hanno riposto ad essa 7741 direttivi che lavorano nelle più importanti corporazioni dei paesi che partecipano.

Altro studio che conferma quanto detto è quello realizzato dalla scuola di affari svizzera Institute Management Development (IMD), che ha preso come parametri la performance economica, lo sviluppo dell'infrastruttura e l'efficienza delle istituzioni. In un elenco di 30 nazioni con più di 20 milioni di abitanti, l'Argentina occupa il penultimo posto, e supera soltanto il Venezuela.

Per l'Argentina, la situazione è più preoccupante se si considera che quattro anni fa la sua economia si trovava nella metà della tabella nei ranking di competitività, e superava a quasi 20 paesi di tutto il mondo.

3.2.2. Due fattori chiave sui quali lavorare per migliorare la competitività nel settore agroalimentare: qualità e internazionalizzazione

3.2.2.1. Qualità

La qualità, intesa come un insieme di proprietà e caratteristiche di un prodotto/servizio, è quello che conferisce l'attitudine di soddisfare delle necessità dei consumatori. Di solito, il concetto di qualità si identifica con l'innocuità degli alimenti.

L'attuale filosofia sulla qualità è molto più ampia e comprende il miglioramento continuo dei disegni e processi, la soddisfazione del consumatore e ottenimento di una maggior redditività dell'investimento.

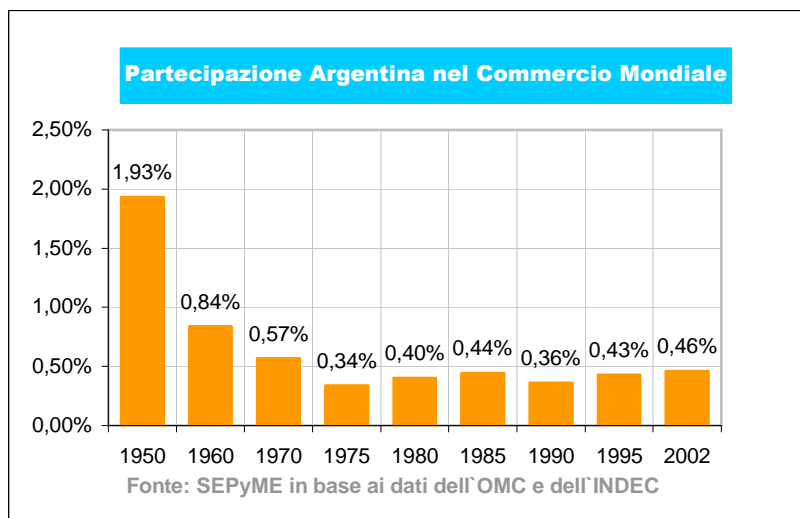
In Argentina la preoccupazione per la qualità è molto recente e molto poco sviluppata, sia nel settore pubblico che in quello privato. Si fa così urgente la necessità dell'incorporazione del concetto di qualità nel insieme della catena agroalimentaria, dovuto soprattutto alle esigenze ogni volta più restrittive non solo dei mercati internazionali se non anche dei nuovi attori del ristrutturato mercato della distribuzione locale.

Esistono attualmente 16 società che rilasciano certificati di norme ISO, ma l'80 % del mercato si divide fra quattro grandi: Bureau Veritas Quality International, DNV, Iram e Tuv Rheinland. Iram è l'unica società di origine argentino.

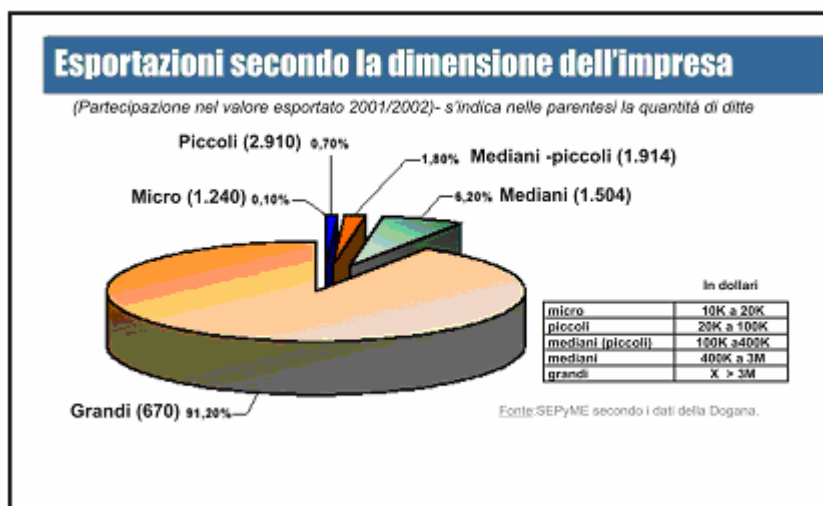
Un filone da considerare legato a questo argomento è il servizio previo a quello proprio della certificazione: si vanno dai 8 ai 14 mesi per un modello di gestione ad esempio e questo lavoro non lo possono fare le società di certificazione

3.2.2.2. Internazionalizzazione

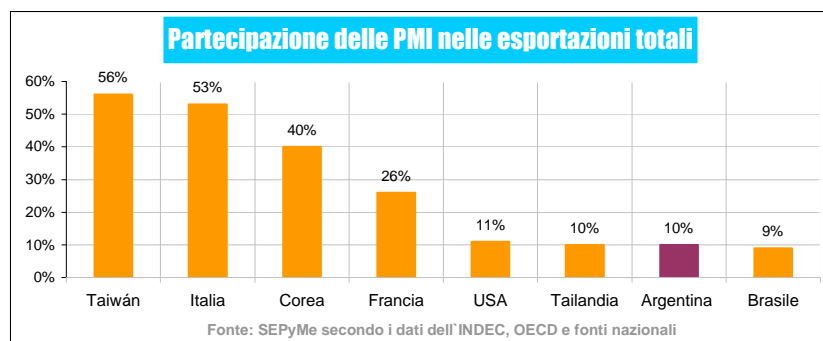
L'Argentina è un'economia relativamente chiusa, con una partecipazione molto bassa nel commercio internazionale, intorno al 0.46 % per l'anno 2002, in pratica un terzo di quello che era nel 1950.



Se a questo aggiungiamo che la partecipazione delle PyMes è molto bassa dentro l'universo delle imprese esportatrici:



e facciamo un confronto con altre esperienze internazionali:



viene fuori una situazione molto drammatica di partenza sulla quale lavorare: se pensiamo che l'80% dei 27.000 milioni di dollari che esporta l'Argentina per anno si concentra soltanto in 100 aziende.

Inoltre, c'è il fenomeno della concentrazione settoriale: Lo sviluppo spettacolare della soia ha fatto che nel 2002, il 47% delle esportazioni settoriali derivassero dalla catena oleaginosa.

3.2.3 Situazione attuale dei servizi alle aziende del settore agroalimentare

3.2.3.1. L'offerta

Le principali caratteristiche riscontrate dal lato dell'offerta di servizi sono:

- Disponibilità nei piccoli centri di consulenze di bassa complessità (tecnologie produttive primarie);
- Consulenza da media a alta complessità concentrata nelle grandi città;
- Poca conoscenza della domanda
- Difficoltà per accedere ad essa;
- Meccanismi di contrattazioni informali e poco precisi

3.2.3.2 La domanda

Dal lato della domanda, i punti caratteristici sono:

- Difficoltà per esprimere i bisogni
- Sfiducia nella qualità dei servizi offerti
- Mancanza di capacità per valorare la qualità dei servizi offerti
- Misconoscimento dei valori di mercato dei servizi di consulenza
- Mancanza di disponibilità di professionisti nelle vicinanze
- Difficoltà per valutare il professionista
- Bassa capacità economica per contrattare

3.2.4. Azioni da sviluppare

In un contesto come quello menzionato in precedenza, alcune possibili azioni di intervento in materia di servizi sono:

- Promozione della domanda
- Stimolo alla domanda

- Organizzazione della domanda (associativismo)
- Formazione della domanda
- Organizzazione dell'offerta (banca dati)
- Generazione di nuove tematiche di domanda
- Studi di fattibilità e prefattibilità
- Rischio finanziario
- Rischio ambientale
- Studi di mercato
- Progettazione e implementazione di emarketplaces

4. La formazione professionale in Argentina

4.1. Caratteristiche

Secondo dati del Ministero dell'Educazione argentino durante l'anno 2000 si sono lanciati sul mercato 7630 offerte di corsi di formazione professionale coinvolgendo una quantità di 328.000 utenti e più di 2.000 istituzioni delle più svariate caratteristiche (nella maggior parte dei casi centri di formazione professionale ma anche scuole tecniche, scuole di adulti, centri sindacali e istituti privati), il tutto distribuito in più di 600 città e paesi del territorio argentino.

Per quanto riguarda le specialità offerte, quasi il 75 % si concentra in 7 raggruppamenti di specialità, con una netta preponderanza di attività del settore informale dell'economia e una forte partecipazione femminile (sarte, parrucchiere, artigiane), lavori tecnici più tradizionali (meccanica ed elettricità), mansioni amministrative (contabilità e segretariato) e altre competenze trasversali quali informatica e lingue straniere. Nel 25 % che segue si riscontrano offerte collegate a settori di attività specifici quali turistico-alberghiero, costruzione, agro e sanità (infermiere).

SPECIALITA	UTENTI	%
Confezione e tessili	50.990	15.5
Tecniche (*)	46.350	14.1
Informatica	42.543	12.9
Arti, disegno e artigianato	30.379	9.2
Amministrazione (**)	28.205	8.5
Lingue straniere	23.848	7.2
Parrucchiere e bellezza	22.785	6.9
Altri	83.846	25.5
Totale	328.946	100

(*) Include: elettricità, meccanica, elettronica, manutenzione automobili, chimica, telecomunicazioni, e disegno tecnico.

(**) Include: Segretariato, contabilità, commercializzazione, gestione finanziaria e banche.

Fonte: Cepal-Onu Argentina; Red Federal de Información Educativa

La motivazione fondamentale di coloro che frequentano questi tipi di corsi è di carattere lavorativo: aumentare le chances di trovare un lavoro. Dopo i 30 anni l'importanza si sposta verso la necessità di migliorare la performance nel proprio lavoro, rispondere a esigenze del medesimo o progredire professionalmente.

L'offerta di servizi include una gamma molto eterogenea di istituzioni ed organizzazioni, non tutte dedicate specificamente alla formazione. Le attività, caratteristiche e durata molto differenti, si organizzano e sviluppano in istituti privati di formazione, centri di formazione pubblici oppure "accordati" con organizzazioni della società civile, istituzioni educative formali, imprese, associazioni di categoria, organismi non governativi, ecc.

La maggior parte della popolazione dai 15 ai 19 anni (45.9 %); dai 20 ai 29 anni (48.7 %) e di 30 anni in su (30.6 %) fa o fece corsi in istituti di formazione non formale a carattere privato.

La frequentazione a istituzioni educative formali è importante anche molto minore (16 %, 15.5 % e 18.8 % includendo scuole, istituti terziari ed università). Le aziende o il posto di lavoro appena cominciano ad essere un ambito rilevante di formazione (18.8 %) per la popolazione di più di 30 anni. Fatta eccezione di quest'ultima tipologia, i partecipanti ai corsi pagano per i medesimi, anche nelle istituzioni pubbliche.

Tra i corsi che concentrano più clientela si osservano, in primo luogo, quelli indirizzati a formare in competenze trasversali quali informatica e lingue straniere. In secondo luogo, i corsi di sport e attività di ricreazione, arti. In terzo luogo si trovano le specialità commerciali e amministrative e i corsi tecnici (elettricità, meccanica, telecomunicazioni ed elettronica). Questi sei aggruppamenti rappresentano quasi tre quarti del totale di assistenti.

E' da sottolineare che il 37 % di chi utilizza i servizi di formazione non formale sono persone che hanno completato la scuola media, un 30.5 % ha solo la scuola elementare e un 21 % ha una laurea universitaria.

Dovuti ai gravi problemi di disoccupazione rilevati durante gli anni 90, la struttura di servizi di formazione professionale non formale si rivela insufficiente e troppo rigida per far fronte alla nuova realtà.

Nel 1992 il governo argentino sancì la Ley Nacional de Empleo dando al Ministero del Lavoro facoltà per la promozione di politiche attive di promozione dell'impiego.

I diversi programmi che attualmente vigenti sono:

- Programma di Formazione e Certificazione di competenze
- Workshops occupazionali
- Workshops protetti di produzione
- Formujer

- Programma di trasferimento solidario di conoscenze produttive

4.2. I fabbisogni formativi

Uno degli strani paradossi dell'economia argentina è che, nonostante l'alto indice di disoccupazione, il mercato del lavoro richiede, e non trova, figure professionali qualificate che l'attuale sistema formativo, ufficiale e non, non è in grado di fornire.

Dal ottobre 2002 si sono creati 660.000 posti di lavoro. Il 38 % di essi nell'industria, principalmente tessili, metalurgiche e meccaniche; altro 38 % nel terziario e il 24 % nella costruzione. Però, secondo l'Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, questi settori hanno grossi problemi per trovare la mano d'opera necessaria.

Gli argomenti maggiormente richiesti dalle aziende oggetto del presente studio per quanto riguarda la loro formazione professionale sono:

- Risorse naturali e ambiente
- Clima
- Produzioni tradizionali
- Produzioni alternative
- Nuove tecnologie produttive
- Organizzazione e gestione delle imprese
- Finanziamento e condizione di accesso
- Rischio finanziario
- Tasse
- Commercializzazione
- Marketing
- Packaging
- Lavorazione industriale
- Sistemi di qualità. Certificazione
- Denominazioni di origine
- Studi di mercato
- Consorzi di Produzione e di Export
- Tecnologia alimentare
- Valorizzazione produzioni tipiche
- Utilizzo tecnologie informatiche
- Partecipazione in Fiere Internazionali

5. Il Turismo in Argentina

5.1. Dinamica del Turismo en Argentina

Il Turismo ha dimostrato di essere uno dei settori più dinamici dell'economia argentina. L'aumento degli incassi originati dal turismo ricettivo è stato più del doppio rispetto della media mondiale.

Crescita degli Incassi Economici a causa del Turismo Ricettivo			
Milioni di US\$*	1990	1999	Tasso di crescita
Nel Mondo	268.310	439.393	64%
Nell'Argentina	1.131	2.888	155%

* è escluso il costo di trasporto internazionale

Fonte: Segreteria di Turismo

Nel capitolo Servizi della Bilancia dei Pagamenti si trova il Conto Viaggi:

- ✓ Viaggi Credito – viaggi di stranieri verso l'Argentina
- ✓ Viaggi Debito – viaggi di argentini verso l'estero.

Negli ultimi anni, il Debito evidenzia una tendenza crescente; mentre che il Credito è più percettibile al contesto recessivo locale.

Un paragone degli incassi per viaggi e degli incassi che derivano dai principali prodotti d'esportazione, evidenzia che durante l'anno 2000, l'ingresso delle divise del turismo ha superato il valore delle esportazioni dei principali settori.

Incassi paragonati per Prodotti di esportazione

Anno 2000	US\$ Milioni
Viaggi*	3.101,00
Petrolio greggio	2.844,00
Cereali	2.414,00
Materiale di Trasporto	2.267,00
Grassi ed Oli	1.677,00

*Stimato

Fonte: INDEC

Mentre l'incasso a causa delle esportazioni, in monto, è cresciuto in un 26% tra il 1995 e il 2000; l'incasso a causa del turismo è aumentato circa il 40%.

Durante tutto il periodo, l'incasso per viaggi è stato tra l'11% ed il 12% delle esportazioni.

Incassi per Viaggi ed Esportazioni			
	Viaggi	Esportazioni	Relazione
1995	2.223,00	20963	11%
1996	2.621,00	23811	11%
1997	2.777,00	26431	11%
1998	3.025,00	26441	11%
1999	2.898,00	23333	12%
2000	3.101,00	26409	12%
Var. '00/'95	39%	26%	

Fonte: INDEC

5.2. Investimenti

Nel periodo 1990-2000, gli investimenti stranieri nell'industria alberghiera e dei ristoranti sono stati di circa US\$ 1.081 Milioni.

La Spagna e gli Stati Uniti rappresentano il 63% dell'ammontare.

5.3. Offerta di alloggi

L'offerta totale di alloggio alberghiero e non alberghiero è di circa 500.000 posti letto.

L'incorporazione di grandi catene internazionali – con un investimento di più di US\$ 867 milioni nel periodo 1991/2000- ha adeguato l'offerta alla crescente domanda di servizi di cinque stelle.

Buenos Aires ha la media di occupazione alberghiera più alta con rispetto ad altre importanti città dell'America Latina.

5.4. Infrastruttura del Trasporto

In un paese molto esteso come l'Argentina, la crescita del turismo è strettamente vincolata allo sviluppo del trasporto.

In questo senso, si sono raggiunti miglioramenti significativi per quanto riguarda la qualità e la quantità dei servizi:

- ✓ È cresciuta, negli ultimi 10 anni, in un 247% l'offerta settimanale di voli interni.
- ✓ Nello stesso periodo, l'offerta di viaggi internazionali è aumentata un 175%.

5.5. Agenzie di Viaggi

Attualmente esistono più di 3000 agenzie di viaggio autorizzate dalla Segreteria di Turismo.

Il 23% di esse si trovano nella città di Buenos Aires.

5.6. Organizzazione del settore

Il settore turistico è básicamente conformato dagli organismi ufficiali e dalle imprese private.

Settore Pubblico:

- ✓ Segreteria di Turismo
- ✓ Organismi Provinciali
- ✓ Enti Municipali

Settore Privato:

- ✓ Organizzazione di prestatori di servizi e professionali che a sua volta conformano la Camera Argentina di Turismo – CAT-.

5.7. Grande Varietà di Prodotti Turistici

La seguente matrice presenta le opportunità d'affari rispetto ai diversi prodotti turistici per regione e provincia:

5.2. Sviluppi futuri e opportunità di internazionalizzazione

5.2.1. Nuove opportunità di affari per il settore

La diversità di paesaggi e la possibilità che offre l'Argentina gli permette di sviluppare nuovi prodotti adeguati alle attuali correnti della domanda:

- ✓ Eco-turismo
- ✓ Turismo rurale
- ✓ Turismo archeologico-culturale
- ✓ Turismo di salute
- ✓ Turismo sportivo (sports di montagna, pesca, polo, golf, ecc.)

La nuova terminale di passeggeri nel Porto della Città di Buenos Aires permette lo sviluppo di nuovi affari attorno al turismo delle crociere internazionali, con turisti che hanno un alto potere d'acquisto.

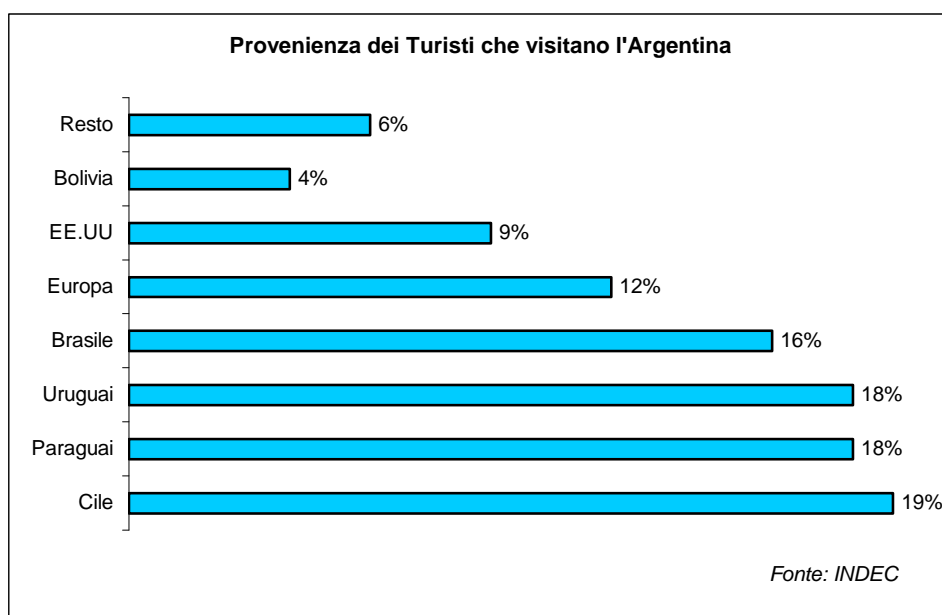
5.2. Mercati Attuali e Potenziali

I 6 PAESI CHE PIÙ SPENDONO		
Paese	Totale Mondiale	Continente Americano
1. EE.UU.	0,12	38,50%
2. Germania	0,10	6,30%
3. Regno Unito	0,07	5,10%
4. Giappone	0,06	3,00%
5. Francia	0,04	2,20%
6. Italia	0,04	1,30%

Fonte: "Tendenze del Mercato Turistico: Le Americhe 2000" - OMT

ARRIVI ALL'ARGENTINA DEI 6 PAESI CHE PIÙ SPENDONO	
Paese	Partecipazione
1. EE.UU.	7,70%
2. Germania	1,00%
3. Regno Unito	5,00%
4. Giappone	7,00%
5. Francia	8,00%
6. Italia	1,60%
RESTO DEL MONDO	87,70%

Fonte: INDEC



Stati Uniti:

- ✓ I turisti che vengono dagli Stati Uniti rappresentano più di un terzo del totale dei turisti del continente americano.
- ✓ Esiste una tendenza a scegliere un destino nel continente: si calcola che il numero di turisti statunitensi che viaggia per la regione è 5 volte maggiore di quello che viaggia in Europa.

Europa:

- ✓ I 14 paesi europei che primeggiano l'elenco dei principali clienti mondiali partecipano molto poco nel turismo del Continente americano.
- ✓ La congiunzione del loro elevato potenziale come turisti e la sua bassa partecipazione nelle Americhe gli configurano come obiettivi primari di promozione dell'Argentina.

America Latina

- ✓ Il 77% dei turisti esteri che vengono all'Argentina provengono da paesi latinoamericani.
- ✓ Seguono la regola: il principale destino per i turisti del continente è il loro continente.
- ✓ Nonostante questo, sono i turisti di minore permanenza media ed anche quelli che spendono di meno, nella media.

TURISTI ESTERI IN ARGENTINA: PERMANENZA E CONSUMO

Origine	Quantità Turisti	Permanenza di Media per capita (giorni)	Consumo secondo permanenza per capita (US\$)
Brasile	451.768	7,0	922
Cile	541.163	8,1	710
Paraguay	515.914	7,9	791
Bolivia	101.724		731
Uruguay	513.749		487
Resto dell'America	116.568		1.327
Stati Uniti	249.781	13,5	1.630
Europa	336.676	18,8	1.809
Resto del Mondo	70.898	14,0	1.518
TOTALE	2.898.241		

Fonte: INDEC

5.3. Matrice di potenzialità, limitazioni e problemi rilevati nello sviluppo turistico locale

Area Tematica	Potenzialità	Limitazioni	Problemi
Domanda e offerta turistica, cultura imprenditoriale e precedenti economici	Domanda crescente Diversificazione iniziale dell'offerta Potenziale ecoturistico Associativismo imprenditoriale iniziale Disponibilità del settore privato per l'investimento Incremento costante delle imprese players Prodotti di alta competitività (ecoturismo)	Mancanza di conoscenza del mercato internazionale Mancanza di promozione Mancanza di iniziative degli imprenditori associati Stagioni brevi (tre mesi all'anno)	Mancanza di accesso all'informazione Mancanza di accesso e collegamento a Internet Mancanza di associativismo imprenditoriale Mancanza di fiducia nel proprio affare Mancanza di nozioni di competitività
Ambiente e ubicazione geografica	Paesaggi e scenari spettacolari Numerosi Parchi e Riserve Naturali Zona quasi senza inquinamento Quadro legale ambientale completo		Mancanza di controlli di alcuni reati ambientali
Infrastruttura (servizi, trasporto, comunicazioni)			
Popolazione e cultura	Grande interesse nel turismo Esistenza di elementi culturali e storici	Scarsa formazione e professionalità nel settore Isolamento degli imprenditori Mancanza di interscambio di informazioni	Mancanza di accesso a formazione professionale
Aspetti istituzionali	Esistenza di istituzioni per lo sviluppo turistico Alto interesse per il settore	Ritardo nel espletamento delle domande e altre pratiche Istrumenti di fomento poco conosciuti	Mancanza di professionisti Mancanza di risorse finanziarie Mancanza di coordinamento tra settore pubblico e privato

5.4. La normativa di settore

Regimene d'Incentivi Provinciali	
Catamarca	Legge 4.914/98 Promozione dello Sviluppo Turistico
Cordoba	Legge 7.232/85 Stimolo Turistico
Chubut	Legge 4.301/97 Reattivazione Economica
Jujuy	Legge 4.179/85 Attività turistica d'interesse provinciale Legge 5.013/97 Promozione dello Sviluppo Turistico Leggi 4.513/90e 4.985/99 Promozione della Microimpresa
La Rioja	Legge 6.407/97 Appoggio a Intraprendimenti Turistici di piccola scala Legge 6.458/99 Fideicomiso "credito Riojano"
Mendoza	Legge 6.071/93 Fondo per la trasformazione e la crescita
Misiones	Legge 3.045/94 Impiego, produzione e crescita.
Neuquèn	Legge 378/64 Promozione Economica Legge 1.928/93 Vendita di terre nel Parco Nazionale Copahue-Caviahue
Salta	Legge 6.064/84 Promozione Turistica. Fondo d'investimenti Leggi 6.771/94 e 6.910/96 Investimenti ed impiego
San Juan	Legge 4.762/80 promozione dello Sviluppo Industriale
Santa Cruz	Legge 2.208/98 Programma Microimprese Produttive per Giovani
Santa Fe	Legge 6.838/72 Attività alberghiera e gastronomica
Santiago del Estero	Legge 6.337/96 Priorità del turismo nello sviluppo provinciale
Tierra del Fuego	Legge 19.640/72 Regimene Speciale Fiscale e Doganiero Legge 145/80 Stimolo dello Sviluppo Economico

Progetto Pro-Competitivo del Settore (Riduzione delle Tasse)	
Il governo nazionale ha determinato la eliminazione progressiva delle tasse per aumentare la produttività ed incoraggiare nuovi investimenti.	Programmi di Competitività (Decreto 1054/01)
Tutti i settori dell'economia avranno questa riduzione a partire di Aprile del 2003	
Il settore turistico è stato uno dei primi ad ottenere un beneficio con queste politiche in tutte le sue tappe.	Settore Turistico (Risoluzione 672/01)