

**Documento de proyecto**

**Evolución reciente de las exportaciones  
Pymes en Argentina.  
Debate para una mejor inserción externa**

**Eugenia Crespo Armengol**



Canadian International  
Development Agency

Agence canadienne de  
développement international

Este documento se basa en un estudio conjunto realizado por la Oficina en Buenos Aires y la Oficina en Washington D.C. de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), en el marco del convenio de cooperación entre la CEPAL en Washington y el Gobierno de Canadá. Se agradece la colaboración de los licenciados Francisco Gatto, consultor de la Oficina de la CEPAL en Buenos Aires, Gloria Pérez Costanzó, Federico Sarudiansky y Facundo Dávila, integrantes del equipo de trabajo.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

LC/W.102 - LC/BUE/W.11

Copyright © Naciones Unidas, noviembre de 2006. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N. Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

## Índice

Resumen .....	5
Introducción .....	7
I. Evolución de las exportaciones argentinas durante la década .....	9
1. Principales antecedentes.....	9
2. Análisis de las exportaciones argentinas desde el año 2000.....	10
3. Diferentes tipos de exportadores.....	12
4. Características de los exportadores .....	13
5. Cambios en la tendencia exportadora .....	14
6. Comportamiento de las exportaciones .....	14
6.1 Según tamaño del exportador.....	14
6.2 Estables y Nuevas. ....	16
7. Permanencia de las Pymes en el mercado exportador.....	17
II. Evolución tendencial de las exportaciones Pymes .....	19
1. Introducción .....	19
2. Identificación de los sectores más dinámicos en los dos períodos considerados .....	20
2.1 Pequeñas y Medianas.....	21
2.2 Nuevas y Estables .....	21
3. Destinos de las exportaciones Pymes.....	22
3.1 Participación de los destinos en el total.....	22
3.2 Tendencias.....	23
3.3 Firmas nuevas y estables: tendencias.....	24
4. Indicadores de desempeño de las firmas Pymes.....	25
4.1 Continuidad exportadora.....	25
4.2 Dinamismo exportador .....	26
4.3 Diversidad de mercados .....	27
4.4 Complejidad de los mercados de destino .....	28
III. Inserción externa provincial y evolución de algunas localizaciones seleccionadas .....	29
1. Algunas características estructurales y algunos rasgos de la evolución reciente (2000-2005).....	29
2. Desempeño exportador en áreas territoriales especializadas.....	37
IV. Intercambio de opiniones sobre el comportamiento de las Pymes exportadoras .....	43
1. Entrevistas .....	43
2. Recomendaciones de Instrumentos y Estrategias Públicas.....	48
Bibliografía .....	51
Anexos .....	55



## Resumen

El cambio del contexto macroeconómico post-crisis 2001 ha provocado rápidas reacciones empresariales de crecimiento productivo. Contemporáneamente con el abastecimiento de una demanda interna en expansión, muchas empresas pequeñas y medianas fortalecieron, ampliaron o iniciaron su comercio exterior. Este documento indaga la magnitud de este fenómeno y algunas de sus características más salientes, especialmente en relación con su desempeño en los últimos años. El trabajo está enfocado, de todas maneras, desde la perspectiva de mejorar la conceptualización y diseño de instrumentos de apoyo para Pymes exportadoras.

Las exportaciones Pymes se incrementaron en más del 50% entre los años 2002 y 2005, alcanzado un valor total de 4.100 millones de dólares. Este aumento obedeció tanto a la expansión en volumen de las firmas que exportaban en los años anteriores, como a la incorporación de nuevas empresas, muchas de las cuales habían tenido una experiencia exportadora en el pasado pero no la habían podido sostener. En el año 2005 se identificaron 6.000 firmas Pymes, de las cuales 3.300 han estado permanentemente exportando y 1500 son empresas nuevas, que no exportaron en el período 2000-2001.

Si bien el perfil de las exportaciones Pymes actuales mantiene la estructura de la década anterior, predominio de manufacturas, se observan algunas modificaciones que merecen resaltarse. Por ejemplo, si bien el sector agro-alimenticio es uno de los pilares en el comercio exterior Pyme (más del 40% del total), otros sectores como el metal mecánico, máquinas y equipos y productos químicos también tienen un peso significativo. Por otro lado, si bien en la orientación de las exportaciones el peso del Mercosur y el resto de los países de América Latina es muy importante (46% del total), otras regiones comerciales como la Unión Europea (UE) y Nafta tienen una participación alta (más del 35%). En los últimos años se han identificado exportaciones muy exitosas a ciertos países de África y países de Europa del este como al Sudeste Asiático. Con el correr de los últimos años, la “continuidad exportadora” se ha ido consolidando como atributo de las empresas exportadoras a la vez que han mejorado los indicadores de diversidad de destinos y complejidad de los mismos.

Visto desde la óptica regional, la concentración territorial de las firmas exportadoras Pymes sigue siendo muy alta; más del sesenta por ciento de las empresas se localizan en la provincia de Buenos Aires, alcanzándose un porcentaje cercano al 80% cuando se incluyen las provincias de Córdoba, Mendoza y Santa Fe. En muchas provincias argentinas, el conjunto Pyme

exportador es muy limitado, tendiendo poco impacto en la estructura productiva de esas jurisdicciones.

El documento concluye resumiendo una ronda de entrevistas con expertos y empresarios y proponiendo una serie de elementos para tomar en consideración en la discusión de nuevos instrumentos y políticas.

## Introducción

El estudio que se presenta fue realizado en el marco del Proyecto de CEPAL “*Fortalecimiento de Capacidades relacionadas con el comercio en las Américas*”, y forma parte de un conjunto de documentos de apoyo técnico que persiguen contribuir a la formulación de estrategias nacionales para el fortalecimiento de las capacidades comerciales.

En el caso de Argentina, se evaluó como prioritario el tema del fomento de la actividad de las Pymes al comercio exterior, concentrando la atención en los últimos cinco años que fueron testigo de dos etapas bien diferenciadas de la economía del país. En efecto, en el año 2000, del cual parte el presente estudio, la economía argentina se encontraba en pleno proceso recesivo, con sus indicadores macroeconómicos desfavorables y sus exportaciones en niveles similares a los de varios años atrás. La crisis que se produce a principios del 2002, provoca una brusca modificación de las condiciones económicas, y la reducción del valor del signo monetario. Si bien esta devaluación del peso hizo más atractivos los mercados externos, no fue suficiente para producir durante dicho año un aumento en la actividad exportadora. Recién hacia finales de 2002 se logra una cierta estabilización del tipo de cambio y de los precios nominales, así como la recuperación de los precios internacionales de los productos primarios, condiciones que permitieron el despegue de las exportaciones que se produce durante los años siguientes. En este contexto de la historia reciente, el estudio persigue identificar los principales cambios producidos en las exportaciones de las Pymes y sus tendencias más notorias, tratando de establecer si la devaluación del peso por sí sola fue suficiente para encausar a las exportaciones así como otros factores que pudieren haber jugado un rol al respecto.

El trabajo que se presenta se organiza en los cuatro capítulos que siguen. El primero aborda el proceso exportador argentino desde el año 2000 hasta el 2005 inclusive, mostrando las características de los diferentes exportadores según su tamaño y estabilidad en el negocio a lo largo de los años. El segundo, analiza particularmente a las firmas Pymes exportadoras, evalúa las tendencias por sector de actividad y destinos, culminando con la presentación de un modelo estilizado, conformado por indicadores de comportamiento que evalúan el desempeño de las firmas.

En el punto III, y a fin de profundizar el análisis del desempeño exportador de diferentes regiones, y de considerar cuál pudo haber sido la contribución de las mismas en el desarrollo

exportador, se seleccionaron cuatro jurisdicciones, General Pueyrredón, San Martín, Castellanos y Gran Mendoza, de importante peso exportador Pyme.

Por último, y teniendo en cuenta los resultados de las secciones anteriores, en particular los relacionados con el comportamiento de las firmas, en el capítulo IV, se llevaron a cabo una serie de entrevistas con dirigentes de instituciones afines al comercio exterior, para recabar su opinión sobre los instrumentos vinculados a desarrollo exportador de las Pymes. En este contexto, se intercambiaron conceptos sobre los aspectos que condicionan la actividad de las Pymes exportadoras.

Los resultados del estudio y las recomendaciones que de él se derivan se expusieron en un Taller realizado en el Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Argentina, el día 29 de mayo de 2006, en el que estuvo presente la Señora Ministra de Economía y otros funcionarios de alto rango, así como el Presidente de la Cámara de Exportadores y otras personalidades del vinculadas al quehacer exportador.

# **I. Evolución de las exportaciones argentinas durante la década**

## **1. Principales antecedentes**

La última década ha sido testigo de cambios muy profundos en las relaciones comerciales entre los distintos países del mundo. El aumento del comercio mundial ha sido acompañado por el crecimiento de los movimientos financieros y de las inversiones extranjeras directas, y también ha estado correlacionado positivamente con la mayor apertura de las economías, en particular de los países en desarrollo.

La Argentina se sumó a esta corriente internacional iniciando, a partir de 1991, una apertura de tipo unilateral que eliminó gran parte de las restricciones vinculadas al comercio exterior. En este contexto, se produjo la rebaja de los aranceles a la importación y un progresivo desarme de regulaciones, barreras y trabas al comercio en general, como los cupos, los derechos específicos y los derechos a la exportación.

Asimismo, dentro del llamado resurgimiento del regionalismo en el mundo, la Argentina pasó a conformar su mayor acuerdo de comercio preferencial, el Mercado Común del Sur (Mercosur). Pero fue recién a partir del año 1995, que se puso en funcionamiento el nuevo bloque comercial que avanzó de manera sustantiva hacia el libre comercio entre los socios y hacia el establecimiento de un arancel externo común frente a las importaciones de terceros países. De esta manera se generaron las condiciones que permitieron un fuerte crecimiento del comercio exterior argentino entre 1994 y 1998, pasando las exportaciones de 16 a 26 mil millones de dólares en sólo cuatro años, entre 1994 y 1998.

Desde 1995 hasta el segundo trimestre de 1998, la generación de nuevas expectativas por el bloque regional unido al incremento del flujo de capitales, impulsó la expansión de la economía. La entrada de inversión extranjera directa triplicó la ingresada en el período anterior y el PBI creció en forma constante.

A partir del año 1999 se inició un período desfavorable para la economía argentina, al cual contribuyó la devaluación del Real, acontecida a principios de ese año, produciéndose una caída de las exportaciones del 12%.

El PBI presentó, con algunas fluctuaciones, una caída persistente hasta el primer trimestre de 2002, momento a partir del cual comenzó a revertirse la crítica situación económica.

## 2. Análisis de las exportaciones argentinas desde el año 2000

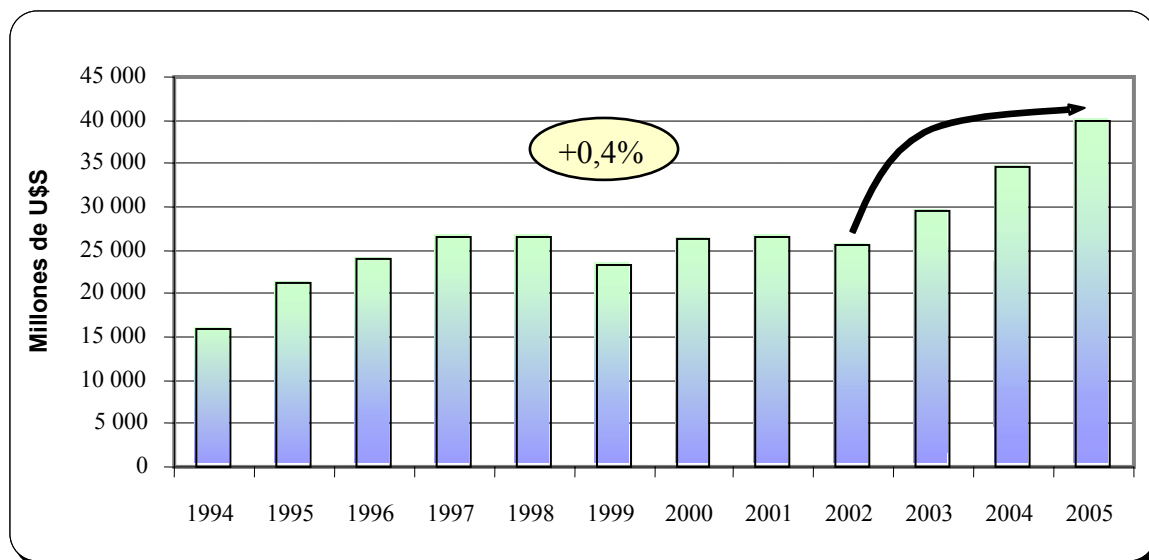
De acuerdo con lo analizado en el punto anterior se llega al año 2000, del cual parte el presente estudio, con una economía en pleno proceso recesivo, con todos los indicadores macroeconómicos desfavorables. Caída del PBI y del nivel de actividad industrial, con importaciones de bienes de capital que se ubican un 30% por debajo de los niveles de 1998, y con un monto exportado, que si bien es superior al del año anterior, aún permanece en niveles similares a los de varios años atrás (1997).

En el 2001 las condiciones económicas así como las ventas externas, se mantuvieron sin mayores variaciones.

La crisis económica, cambiaria y financiera que se produce a principios del 2002, provoca una brusca modificación de las condiciones económicas, acompañada con la reducción del valor del signo monetario. Esta devaluación del peso argentino altera significativamente los precios relativos de la economía, haciendo más atractivos los mercados externos para la producción nacional, en especial, para los productos transables. Sin embargo, ello no fue suficiente para producir un aumento en la actividad exportadora. Es más, las exportaciones de ese año disminuyeron un 5%, principalmente, por la caída de las ventas de productos primarios.

Recién hacia finales de ese año, el reacomodamiento de las empresas a las nuevas condiciones del mercado interno, una cierta estabilización del tipo de cambio y de los precios nominales, así como la recuperación de los precios internacionales de los productos primarios, permitieron crear las condiciones para el despegue de las exportaciones que se produce en los años siguientes.

**GRÁFICO 1**  
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS**  
*Periodo 1994 – 2005. En millones de US\$*



Fuente: INDEC.

Como se observa en el siguiente gráfico, en el período 2002-2005, las exportaciones avanzaron en forma sostenida, acumulando un crecimiento del 56%, que equivale a una tasa anual promedio del 15,3%.

En el 2003, fueron los productos primarios los motores del crecimiento, más por la variación de los precios que de las cantidades. El complejo de la soja, (porotos, aceites y residuos) llegó a representar casi la cuarta parte de nuestras exportaciones, en un contexto de muy altos precios internacionales. Al mismo tiempo, los bienes manufacturados de origen industrial se mantuvieron, en promedio, sin cambios, aunque cayeron las ventas del sector automotriz y de metales básicos, mientras crecieron las de los restantes sectores.

La recuperación de los indicadores de la producción industrial, generó una mayor oferta, que se destinó en parte al mayor consumo interno y el resto al aumento de los saldos exportables. De allí que el impulso al crecimiento de las exportaciones del año 2004 fue dado por los productos manufacturados, que variaron por encima del promedio general. Los bienes agropecuarios y los combustibles aumentaron sus valores por efecto de los mayores precios, ya que las cantidades vendidas fueron inferiores a las del año anterior.

En cuanto a las manufacturas, los sectores que registraron mayores cambios en ese año fueron el automotor, que se recuperó de los bajos niveles de ventas del año anterior, y las carnes, aportando ambos casi la cuarta parte del aumento total de exportaciones, con tasas del 44% y 67% respectivamente.

La recuperación de la actividad económica continuó en el 2005, y a fines de ese año, se logró el récord de catorce trimestres consecutivos de crecimiento, contados a partir del segundo trimestre del año 2002. El nivel de producción medido a través del Estimador Mensual Industrial (EMI) desestacionalizado, base 1997=100, que llegó a un valor de 74,1 a principios del 2002, termina el 2005 con un índice de 112,5 que representa un crecimiento del 50%.

Por otra parte, los sectores más relacionados con los bienes transables fueron los que impulsaron la recuperación inicial del PBI, pero esto se extendió posteriormente a todos los bienes.

De esta forma, la favorable coyuntura llega también a las exportaciones, que logran en el 2005 el valor más alto de la serie, alcanzando el récord de 40 mil millones de dólares. Todos los rubros que en promedio crecieron el 16%, incrementaron su valor con relación al año anterior, fundamentalmente, por el aumento en las cantidades vendidas, destacándose las manufacturas de origen industrial con un incremento del 25%.

A pesar del dinamismo demostrado en estos últimos años, el perfil exportador en cuanto a la canasta de productos exportados no es muy diferente al existente a principios de la década. Las materias primas, los combustibles y las manufacturas básicas conforman el 60% del total de las ventas externas, sin observarse cambios sustantivos en la composición hacia productos de mayor valor agregado y complejidad tecnológica.

Respecto a los destinos de las exportaciones, se observa un retroceso de algunos destinos tradicionales como el Mercosur, y el estancamiento del Nafta y la UE. También se registra el avance de Chile y otros países de la Comunidad Andina como Ecuador, Colombia y Venezuela, y una mayor participación de Sudáfrica, China, India y Rusia, entre otros destinos.

### 3. Diferentes tipos de exportadores

Entre el año 2000 y el 2005 incursionaron en el negocio exportador 29.134 firmas. Sin embargo, en la mayoría de los casos no lograron sostener sus ventas al exterior. Muchas de estas empresas interrumpieron sus operaciones luego de un período de uno o dos años, quedando un número significativamente menor de empresas respecto de las que se iniciaron. Actualmente, se registran cerca de 15.000 empresas exportadoras, casi 4.000 más que las existentes en el año 2000.

A los efectos de analizar su comportamiento en el curso de estos años, se consideró conveniente diferenciarlos según sean Grandes, Pymes o Micro exportadores.

Se define como Grandes exportadores a las firmas que facturan al mercado externo más de US\$ 7.5 millones de dólares. Este grupo está representado por menos de un millar de firmas, que concentran casi el 90% del total de ventas al mercado externo.

Por su parte, las Pequeñas y Medianas exportadoras se definen así cuando cumplen con las siguientes condiciones:<sup>1</sup>

1. que exporten anualmente entre 50.000 y 7,5 millones de dólares
2. que su facturación anual total, es decir por ventas al mercado interno y externo, no supere los 15 millones de dólares.

Este grupo de las Pymes, que conforma el núcleo del presente estudio, reúne en la actualidad cerca de 6.000 firmas, muchas de las cuales se han incorporado al mercado exportador a partir de la salida de la convertibilidad, aprovechando las favorables condiciones cambiarias y económicas que se presentaron en el país luego de ese momento.

Como se observa en el siguiente cuadro, a pesar del dinamismo mostrado por este grupo de empresas, su participación sobre las exportaciones totales apenas supera el 10%.

**CUADRO 1**  
**EXPORTACIONES ARGENTINAS**  
*Por tamaño de firma. Año 2005*

Tamaño	Número de Firmas	Exportaciones (en mill. US\$)	Mill. de US\$ por firma	Participación %
Grande	837	35,729	42,69	89,3
Pymes	6 021	4,170	0,69	10,4
Micro	7 864	115	0,01	0,3
Total	14 722	40,013	2,72	100,0

Fuente: CERA e INDEC.

Por último, el segmento de los Micro exportadores está compuesto por las firmas cuyas ventas al mercado externo no superan los 50 mil dólares al año. Dicho segmento, aunque es el más numeroso por el número de firmas, responde por menos del 0,5% del total de las exportaciones.

<sup>1</sup> Ver Anexo metodológico.

## 4. Características de los exportadores

Las grandes firmas exportadoras se caracterizan por presentar una fuerte posición y estabilidad dentro del mercado, con promedios de exportación por empresa de 42 millones de dólares anuales. En este estrato se destacan las refinerías de petróleo, las aceiteras y en menor medida las petroquímicas, metálicas básicas y las automotrices.

Por su parte, las Pymes, cuyas principales exportaciones corresponden a los sectores de la alimentación, la metalmecánica y los químicos, tienen un monto promedio de exportación por empresa de sólo 690.000 dólares al año.

Otra característica de estas firmas es su movilidad, tanto en relación a la incorporación y salida de nuevas empresas, como a los cambios hacia o desde otros estratos. En el último año, por ejemplo, el crecimiento del número de Pymes, que fue de 664 firmas, es el resultado del saldo entre las 1.910 que se incorporaron y las 1.246 que salieron. Dentro de las que se incorporaron, algo menos de la mitad son nuevos exportadores, el resto proviene de otros estratos, en especial de las Micro, ya que es común que una empresa comience su actividad con pequeñas operaciones, para luego ir creciendo y afianzándose como Pyme. De igual forma, de las empresas que salen del estrato Pyme, una parte deja de exportar y otra se mueve hacia el estrato de las Grandes o cae al de las Micro.

Respecto de los productos exportados por los diferentes grupos de empresas, se observa que, en conjunto, el país vende al exterior bienes primarios y manufacturas en una proporción de alrededor de 30% y 70% en todo el período considerado, con una tendencia a ampliarse esta brecha, disminuyendo el peso de los productos primarios.

En este sentido, resulta interesante remarcar que cuanto menor es el tamaño del exportador, mayor es la proporción de manufacturas que exporta. Y dentro de ellas, mayor es el peso de las diferenciadas, es decir de las manufacturas que no son básicas.<sup>2</sup> Es por eso que las Pymes, que muestran en sus exportaciones una combinación de 17% de primarios y 83% de manufacturas (6% básicas y 77% diferenciadas), generan proporcionalmente, una mayor cantidad de empleo y de valor agregado que las grandes. De allí el interés por analizar con mayor grado de detalle el comportamiento de este segmento de empresas.

**CUADRO 2**  
**EXPORTACIONES ARGENTINAS POR TAMAÑO DE FIRMAS Y TIPO DE PRODUCTO**  
*Año 2005 - En millones de US\$ y porcentajes*

Tipo de producto	Grande		Pyme		Micro		Total	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Productos primarios	10 437	29	704	17	10	9	11 150	28
Manufacturas	25 292	71	3 466	83	105	91	28 863	72
-Básicas	12 564	35	242	6	4	4	12 811	32
-Diferenciadas	12 728	36	3 224	77	101	88	16 053	40
Total	35 729	100	4 170	100	115	100	40 013	100

Fuente: CERA e INDEC.

<sup>2</sup> Se entiende por manufacturas básicas a las *commodities* industriales, como por ejemplo los productos metálicos básicos, los refinados de petróleo químicos básicos, y los aceites vegetales.

## 5. Cambios en la tendencia exportadora

El abandono del régimen de convertibilidad y la consecuente depreciación del signo monetario, tuvo un fuerte impacto en el sector exportador y las Pymes no fueron la excepción. Tanto en número de empresas como en montos exportados, este segmento de firmas exhibió un notable avance luego de años de relativo estancamiento.

Como puede observarse en el siguiente cuadro, el número de Pymes, que entre los años 2000 y 2002 se ubicó alrededor de las 4.500 firmas, presentó un fuerte incremento cuando estas empresas pudieron comenzar a aprovechar la favorable relación cambiaria. De este modo, el número de empresas creció un 34,6% entre los años 2002 y 2005, cuando la experiencia previa indicaba que en el período 2000-2002 se había registrado una merma del 1%.

**CUADRO 3**  
**EXPORTACIONES DE LAS FIRMAS PYMES**  
*Período 2000-2005. En número de firmas, millones de US\$ y variación porcentual*

Tamaño	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variación 2000-2002	Variación 2002-2005
Nº de Firmas	4 518	4 643	4 474	4 795	5 357	6 021	-1,0%	34,6%
Exportaciones	2 911	3 005	2 784	3 091	3 629	4 170	-4,3%	49,8%
Mill US\$/Firma	0,64	0,65	0,62	0,64	0,68	0,69	-3,4%	11,3%

Fuente: CERA e INDEC.

En lo referente al impacto de la devaluación en los montos transados por las Pymes, debe decirse que, en forma análoga a la tendencia que presenta el número de empresas exportadoras, el monto exportado, que había registrado una merma del 4,3% entre los años 2000 y 2002, presentó un incremento cercano al 50% en el período 2002-2005.

Por otra parte, el valor promedio de exportaciones por empresa sigue la misma tendencia que las exportaciones totales, aunque no tan pronunciada.

En resumen, el abandono del régimen de convertibilidad y el establecimiento de nuevas condiciones cambiarias generó un incremento de la competitividad de las Pymes, que comenzó a materializarse hacia el año 2003, cuando las empresas empezaron a contar con los elementos micro y macroeconómicos que les permitieron explotar esa ventaja original. El notable incremento, tanto del número de firmas como de los montos exportados, es una muestra cabal de ello, aun dentro de un contexto en el cual la opinión generalizada sostiene que, de no haber enfrentado serias dificultades de financiamiento, las Pymes podrían haber crecido aún más.

## 6. Comportamiento de las exportaciones

### 6.1. Según tamaño del exportador

El comportamiento y tendencia descriptos en el apartado anterior presentaron ciertas particularidades que pueden observarse con mayor detalle al interior del segmento Pyme, individualizando por un lado a las empresas pequeñas y por el otro a las firmas de mediano porte.

Con dicho objetivo se definió, dentro del estrato Pyme, a las “pequeñas”, como aquellas firmas que exportan anualmente entre 50,000 y 1 millón de dólares. Las “medianas”, por su parte, fueron individualizadas como las firmas que exportan entre 1 y 7.5 millones de dólares anuales.

El segmento de las firmas pequeñas, constituye el 82% de las firmas Pymes, aunque su participación en el valor exportado sólo asciende al 31%.

**CUADRO 4-A**  
**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PYMES**  
*Período 2000-2005. En número de firmas clasificadas por tamaño*

Tamaño	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mediana	807	795	735	801	981	1 138
Pequeña	3 711	3 848	3 739	3 994	4 376	4 883
Total Pymes	4 518	4 643	4 474	4 795	5 357	6 021

Fuente: CERA e INDEC.

Concentrándonos en el análisis dinámico y en términos de número de firmas, la distinción entre empresas pequeñas y medianas nos permite concluir que, si bien la tendencia post-devaluación previamente comentada, ha sido compartida por ambos estratos, las firmas medianas han evidenciado cambios más acentuados. En este sentido, el incremento de las exportaciones para las firmas pequeñas en el período 2002-2005 fue del 31%, mientras que para las medianas fue del 55%. Asimismo, la mala *performance* del período 2000-2002, que redujo el padrón de empresas medianas en un 9%, no consiguió mellar la aparición de firmas pequeñas que, pese a hacerlo a un ritmo lento presentaron una variación positiva.

En el caso de los montos exportados, las variaciones exhibidas por ambos estratos, antes y después de la devaluación, tuvieron el mismo sentido aunque, nuevamente, fueron las empresas medianas las que presentaron mayor determinación en su tendencia.

**CUADRO 4-B**  
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PYMES**  
*Período 2000-2005. En millones de US\$ por tamaño de firma*

Tamaño	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mediana	1 992	2 044	1 869	2 094	2 535	2 925
Pequeña	918	961	915	997	1 094	1 245
Total Pymes	2 911	3 005	2 784	3 091	3 629	4 170

Fuente: CERA e INDEC

Finalmente, los montos promedio exportados por empresa mostraron un comportamiento disímil según estrato de empresas. Las firmas pequeñas supieron revertir la caída registrada en el período 2000-2002 señalando un crecimiento pos-devaluación superior al 4%, y alcanzando montos promedio de 255 mil dólares por empresa. Las medianas, por su parte, mostraron en ambos períodos una tasa positiva de crecimiento de los montos promedios (2000-2002 del 3% y 2002-2005 del 1,1%).

## 6.2. Estables y nuevas

En esta sección el propósito es analizar el comportamiento de las Pymes exportadoras del 2005. Para ello se distinguió aquellas firmas que han exportado en la mayoría de los seis años del período, a las que se denomina “estables”, de aquellas que se han incorporado al mercado exportador a partir de la nueva relación cambiaria y a las que se denomina “nuevas”.<sup>3</sup> Las empresas Pymes que no cumplen las condiciones antes descritas constituyen un “resto”, con escasa representatividad tanto en número de firmas como en monto exportado, que no es considerado con fines analíticos en el presente apartado.

Las firmas estables constituyen el 55% del padrón de las Pymes y realizan más del 70% de las exportaciones de dicho estrato. Tal situación tiene una lógica justificación, puesto que son estas empresas las que presentan una mayor experiencia en el mercado exportador y, como se sabe, la permanencia está asociada a mayores niveles de exportación. En este sentido, mientras que las empresas nuevas presentan montos promedio de 480 mil dólares por firma, las estables alcanzan los 900 mil dólares.

**CUADRO 5**  
**EXPORTACIONES DE LAS PYMES**

*Por tipo de firma. Año 2005 en millones de US\$ y porcentajes*

Firmas	N° de Firmas		Millones de US\$		Mill. US\$ por firma
Estables	3 288	55%	2 970	71%	0,90
Nuevas	1 902	32%	916	22%	0,48
Resto	831	14%	284	7%	0,34
Total	6 021	100%	4 170	100%	0,69

Fuente: CERA e INDEC

El grupo de empresas nuevas, que ha realizado su aparición a la luz de las nuevas condiciones económicas, representa el 32% de las Pymes, aunque aporta el 22% de las ventas externas. Esto es así porque muy rara vez durante sus primeros años de experiencia exportadora, las empresas pactan ventas por volúmenes considerables. Por este mismo motivo es que también se observa, al interior del estrato Pyme, una mayor participación relativa de las empresas estables dentro del segmento de empresas medianas, pudiendo concluir que existe una estrecha relación entre estabilidad y monto exportado por la firma.

En síntesis, cuando analizamos las características particulares de las nuevas Pymes podemos observar que, en número de firmas y más aún en montos exportados, todavía poseen una participación reducida frente a aquellas empresas con mayor experiencia exportadora que denominamos estables.

En el Capítulo II del presente trabajo se abordarán, en forma complementaria a lo antes descrito, las firmas nuevas y estables desde el punto de vista sectorial.

<sup>3</sup> Ver Notas Metodológicas.

## 7. Permanencia de las Pymes en el mercado exportador

Continuando el análisis sobre la evolución de las Pymes, en este apartado el objetivo es determinar cuál fue la cantidad de empresas que permaneció en el negocio exportador, a lo largo del período. Este aspecto muestra la solidez de las firmas y su estabilidad en el mercado exportador.

Así, cuando revisamos el padrón Pyme del año 2005, podemos observar que 2.580 firmas, que representan el 43% del total exportado durante los seis años del período. Sin embargo, su participación en las ventas externas alcanza al 60%, dado que registran mayores montos de exportaciones promedio que las empresas nuevas.

Asimismo, dichas empresas, presentan una mayor participación relativa en el segmento de empresas medianas, por lo que podría deducirse una mayor consolidación en el mercado exportador con relación a las pequeñas.

Continuando con el análisis, en el otro extremo se ubican las empresas que han realizado exportaciones solamente durante 2005. Dicha particularidad es presentada por apenas el 10% del total de Pymes y posee una mayor presencia relativa dentro del grupo de pequeñas empresas. En valor exportado, el porcentaje mencionado se reduce al 5%, dado que este tipo de empresas, al menos en el primer año, no suele concretar ventas externas de magnitud.

Finalmente, tomando promedios simples de la cantidad de años que exportó cada firma, podemos observar que las Pymes que componen el padrón de exportadores de 2005, presentan una permanencia promedio de 4,3 años. Cuando profundizamos el análisis al interior del estrato encontramos, en línea con lo dicho párrafos atrás, una mayor permanencia promedio en el caso de las empresas medianas (cinco años) que en el caso de las pequeñas (4,1 años).



## II. Evolución tendencial de las exportaciones Pymes

### 1. Introducción

Las principales exportaciones Pymes se concentran en algunos sectores de la alimentación, especialmente en el de Frutas, hortalizas y derivados y el de Ganado, carnes y pesca. Asimismo, estas firmas tienen una fuerte presencia en los productos de la Metalmecánica y en el sector de la Maquinaria y equipo, en donde la participación de las Pymes supera largamente a la de las firmas de mayor tamaño.

**CUADRO 6**  
**EXPORTACIONES DE LAS PYMES POR SECTOR DE ACTIVIDAD**  
*Período 2000-2005. En millones de US\$*

Código	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	634	627	537	632	696	831
12	Productos lácteos	11	9	15	24	39	36
13	Ganado, carnes y pesca	497	445	558	613	700	827
19	Alimentos y bebidas ncp	79	68	48	71	87	122
21	Textiles	152	157	112	126	143	153
22	Cueros y pieles	129	116	84	93	102	121
31	Madera y sus manufacturas	43	54	73	94	116	96
32	Papel	27	23	22	29	41	47
33	Edición	58	61	41	39	50	55
41	Minerales e hidrocarburos	22	39	37	57	61	65
42	Productos químicos	317	322	273	301	369	399
43	Productos de caucho y plástico	114	119	104	105	139	160
49	Químicos e hidrocarburos ncp	47	37	35	44	51	51
51	Aluminio y sus manufacturas	12	12	22	14	12	11
52	Maquinaria y equipo	341	434	371	372	446	520
59	Metalmecánica ncp	381	430	399	406	488	569
90	Manufacturas ncp	45	52	55	71	89	106
	Total	2 911	3 005	2 784	3 091	3 629	4 170

Fuente: CERA e INDEC

Sigue en importancia el sector Químico, dentro del cual se destacan las exportaciones de medicamentos. Por su parte, aunque con montos más reducidos, las Pymes tienen gran representatividad en las exportaciones del sector Productos de caucho y plástico, especialmente por estos últimos, en Textiles y en Otros alimentos, que incluye fundamentalmente vinos. En el sector de Edición, las exportaciones de libros, revistas y folletos están en manos casi exclusivamente las empresas de menor porte.

## 2. Identificación de los sectores más dinámicos en los dos períodos considerados

A los efectos de analizar la evolución de estas exportaciones se calcularon las tendencias de cada sector a lo largo de todo el período 2000-2005, así como en los dos primeros años previos a la crisis y en los últimos cuatro años, que marcan la recuperación posterior. Esta tendencia se calcula mediante una regresión cuyo coeficiente expresa la tasa de crecimiento promedio anual.<sup>4</sup>

**CUADRO 7**  
**TENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES**  
*Por sector de actividad. En porcentaje*

Código	Descripción	Período		
		2000 /2005	2000 /2002	2002 /2005
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	5,2	-8,3	14,1
12	Productos lácteos	30,6	15,5	30,9
13	Ganado, carnes y pesca	11,4	5,8	13,1
19	Alimentos y bebidas ncp	9,5	-25,1	30,2
21	Textiles	-0,3	-15,4	10,8
22	Cueros y pieles	-1,7	-21,5	11,9
31	Madera y sus manufacturas	18,7	26,1	10,4
32	Papel	13,9	-9,7	26,2
33	Edición	-2,7	-17,8	11,1
41	Minerales e hidrocarburos	20,4	25,9	17,7
42	Productos químicos	4,7	-7,6	13,5
43	Productos de caucho y plástico	6,2	-4,6	15,7
49	Químicos e hidrocarburos ncp	4,6	-14,8	12,7
51	Aluminio y sus manufacturas	-3,7	28,3	-22,8
52	Maquinaria y equipo	6,3	4,3	11,9
59	Metalmecánica ncp	6,9	2,3	12,5
90	Manufacturas ncp	17,5	9,1	22,2
	Total	7,1	-2,2	13,7

Fuente: CERA e INDEC

Según se observa en el cuadro 7, la tendencia de todo el período, en promedio, es de un crecimiento anual del 7,1%, y sólo cuatro de los 17 sectores considerados, Aluminio y sus manufacturas, Edición, Cueros y pieles y Textiles, no logran valores positivos de la tendencia debido, en la mayor parte de los casos, a que la caída de los primeros años no logró ser compensada con el cambio de tendencia posterior.

Resulta destacable el cambio de las tendencias entre el primer período, que fue negativa, y el segundo período, donde como ya se ha comentado, las Pymes pudieron aprovechar las

<sup>4</sup> Ver forma de cálculo en el Anexo Metodológico.

ventajas de las nuevas condiciones cambiarias y económicas que se les presentaban. Es así como en este período, la tendencia promedio fue de casi el 14% anual de crecimiento, destacándose por encima de ella los Productos lácteos, Otros alimentos y el sector Papel.

El sector Aluminio y sus manufacturas tienen un comportamiento singular ya que al contrario del resto, en los primeros años exhiben una tendencia muy favorable, situación que se revierte en el período posterior. Esto se debe a que, en el año 2002 y por única vez, un grupo de alrededor de 30 exportadores ocasionales registraron ventas de deshechos y desperdicios de aluminio, seguramente alentados por el tipo de cambio favorable, lo que distorsiona completamente la serie.

Por su parte, los sectores de la Metalmecánica, Maquinaria y Equipo, y el de Ganado, carnes y pesca, logran mantener en ambos períodos tendencias positivas, aunque con tasas de crecimiento más moderadas.

## 2.1. Pequeñas y Medianas

Si se analiza la conducta de las Pymes según su tamaño, se puede observar que en el caso de las firmas Medianas, si bien la tendencia negativa del primer período es más pronunciada que para las Pequeñas, la recuperación de aquellas en el último período también se presenta con más énfasis, ya que logran en promedio, un crecimiento anual del 15,3%, contra el 10,2% de las Pequeñas.

Por su parte, cabe destacar que las Pequeñas logran una mejor *performance* en algunos sectores como Madera y sus manufacturas, Textiles, Cueros y pieles, y Edición.

## 2.2. Nuevas y Estables

Resulta interesante analizar algunas características que muestran las tendencias de las Pymes, según sean estas nuevas o estables.

Estas últimas presentan en promedio, una tendencia positiva en ambos períodos y en general es más moderada que el total de las Pymes, tanto en lo positivo como en lo negativo. Ello se observa tanto a nivel general como en cada uno de los sectores. En otras palabras, donde la tendencia de las Pymes es negativa, la de las estables también pero en menor cuantía, y lo mismo se verifica con las tendencias positivas.

En el caso de las empresas nuevas, la tendencia del período 2002-2005 da como resultado un valor muy significativo, pero esta notable *performance* no responde al esfuerzo realizado por cada empresa para aumentar sus exportaciones sino que el aumento se debe a la incorporación de más de 1500 firmas que se produce en esos años y a que cada una de ellas parte de un nivel inicial igual a cero.

De esta forma, no resulta comparable el comportamiento de las firmas estables con la de las nuevas.

Lo que es interesante a destacar son los sectores que dentro del grupo de las estables, se han mostrado más dinámicos, superando los valores promedio. Estos sectores coinciden con los del total de Pymes, y son Otros alimentos, Papel y Productos lácteos.

En los Anexos I y II se desagrega las exportaciones anuales y las tendencias correspondientes a los distintos grupos de empresas Pymes.

### 3. Destinos de las exportaciones Pymes

#### 3.1 Participación de los destinos en el total

El principal destino de las exportaciones Pymes argentinas en el período que abarca los años 2000 al 2005 fue siempre el Mercosur.<sup>5</sup> Sin embargo, la participación de este mercado dentro del total sufrió fuertes vaivenes durante el período. Como se puede apreciar en el cuadro siguiente, de representar casi un 40% del total al inicio del período, la participación de Mercosur se redujo considerablemente hasta alcanzar en 2003 un 26%, trece puntos porcentuales menos que en el año 2000. A partir de ese momento, esta proporción permaneció constante. Como es usual con este bloque de países, la explicación de estos cambios debe hallarse exclusivamente en las exportaciones a Brasil, siendo las destinadas a Uruguay y Paraguay relativamente marginales (en conjunto representan menos del 30% del total de exportaciones Pymes a este destino).

**CUADRO 8**  
**EXPORTACIONES DE LAS PYMES POR MERCADO DESTINO**  
*Período 2000-2005. Participación porcentual*

Destino	Año					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mercosur	39	35	29	26	27	26
Resto ALADI	14	15	17	17	18	20
Nafta	16	17	17	16	15	15
América Central y resto de América	2	3	4	3	4	4
UE25	20	21	22	25	23	21
Europa del este y resto de Europa	1	1	1	2	3	4
Asia pacífico	4	4	5	5	5	4
Medio Oriente	2	2	2	2	3	2
Resto de Asia	0	0	0	0	0	1
Resto de África	1	1	1	2	2	2
Oceanía	1	0	1	1	1	1
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: CERA e INDEC.

En contrapartida, las exportaciones al resto de ALADI aumentaron sostenidamente su participación en el período considerado, pasando de representar un 14% en el año 2000 a un 20% en el 2005. El principal destino dentro de este bloque es Chile, que aumentó su participación en el período, llegando al 61% en el año 2005. Colombia, Perú y Ecuador, de menor significación en cuanto a monto de exportaciones, también aumentaron su participación en el período, en detrimento de Bolivia y Venezuela.

Como se percibe a simple vista, los dos restantes destinos significativos de las exportaciones Pymes son el Nafta y la Unión Europea. En ambos casos la proporción de las exportaciones se mantuvo relativamente constante a lo largo del período mostrando, sin embargo, un incremento hacia los años de crisis (2002 en especial) y una tendencia decreciente desde ese momento hasta 2005. El principal destino del Nafta es por supuesto Estados Unidos, casi tres cuartos del total de las exportaciones de este grupo. Sin embargo, la participación de este país cedió su preeminencia en detrimento de México (que durante el período analizado pasó de representar un 14% a un 21% del total exportado).

<sup>5</sup> Los países incluidos en cada grupo se detallan en el Anexo Metodológico.

En el caso de la UE25, los principales destinos son España (30% del total del bloque, en promedio), Italia (17%), Alemania (14%) y Países Bajos (13%). Los restantes países tienen una participación inferior al 10%. A diferencia de los otros casos comentados, las participaciones relativas de los países no se modificaron durante el período analizado.

La distinción entre firmas pequeñas y medianas no ofrece información adicional de relevancia salvo por la relativa mayor concentración de las pequeñas en mercados más cercanos como Mercosur y Resto de ALADI en detrimento de los más lejanos Unión Europea, Europa del Este, Asia y África.

### 3.2. Tendencias<sup>6</sup>

El cuadro siguiente muestra las tendencias generales de las exportaciones Pymes según destino. La caída de la participación de Mercosur que se comentó en la sección anterior se refleja en una tendencia decreciente de 1,3% en el período. Sin embargo, la descomposición en sub-períodos muestra que la caída se produjo principalmente en los años 2000/2002 y que los años subsiguientes mostraron un crecimiento cercano al promedio.

Durante el período 2000/2002, la tendencia general fue de -2,2% anual. Esta se explica fundamentalmente por la ya mencionada baja de las exportaciones a Mercosur, pero se contrapesó con aumentos puntuales a destinos no tradicionales: América Central (Costa Rica, Puerto Rico), Asia Pacífico (Japón, China, Corea), resto de Asia (India, Pakistán) y resto de África (Sudáfrica, Angola).

**CUADRO 9**  
**TENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES**  
*Por mercado destino. En variación porcentual*

Destino	Período		
	2000 /2005	2000 /2002	2002 /2005
Mercosur	-1,3	-16,4	10,2
Resto ALADI	13,5	5,9	19,4
Nafta	4,9	0,4	9,9
América Central y resto de América	15,8	30,0	12,7
UE25	9,1	2,6	11,7
Europa del este y resto de Europa	30,9	-2,6	51,2
Asia pacífico	9,5	14,9	5,3
Medio Oriente	16,9	7,4	20,0
Resto de Asia	20,0	14,7	30,5
Resto de África	23,7	10,4	27,7
Oceanía	20,5	-0,8	17,2
Total	7,1	-2,2	13,7

Fuente: CERA e INDEC.

En cambio, en el período 2002/2005 la tendencia fue de +13,7 anual y mostró un aumento muy significativo de destinos no tradicionales frente al relativo estancamiento de los tradicionales que comentamos en la sección anterior: Mercosur, Nafta y la Unión Europea (25) mostraron tendencias inferiores al promedio general.

Dentro de estos destinos no tradicionales, Europa del Este mostró aumentos muy importantes. Los principales destinos de este bloque son Rusia (con un aumento de más de 100

<sup>6</sup> La metodología de cálculo se encuentra expuesta en el Anexo Metodológico.

millones de dólares, especialmente ligado al sector de las carnes), Turquía y Ucrania. Resto de Asia fue motorizado por India y Pakistán tal como pasó en el período 2000/2002. Hacia Resto de África se destacan las exportaciones a Sudáfrica, Angola, ya mencionadas, más las de Marruecos y Nigeria. El aumento en las exportaciones a Medio Oriente se explican por los incrementos en las ventas a Argelia, Israel, Egipto, Siria y Emiratos Árabes Unidos y, finalmente, el incremento de los envíos a Australia explica la tendencia en el caso de Oceanía.

### 3.3 Firmas nuevas y estables: tendencias

La distinción entre Pymes “Nuevas” y “Estables” expuesta con anterioridad ofrece un marco útil para discernir el efecto que los acontecimientos macroeconómicos del período produjeron sobre las exportaciones de las firmas Pymes.

La información expuesta en los dos cuadros muestra, en primer lugar, que las firmas “estables” no mostraron una tendencia a la baja de sus exportaciones durante el período crítico 2000/2002 y que fueron capaces de más que compensar las caídas en las ventas a Mercosur con aumentos en los envíos a otros destinos, especialmente no tradicionales.

**CUADRO 10-A**  
**TENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES "ESTABLES"**  
*Por mercado destino. En variación porcentual*

Destino	Período		
	2000 /2005	2000 /2002	2002 /2005
Mercosur	-0,1	-10,5	8,4
Resto ALADI	13,3	10,2	16,1
Nafta	3,6	5,7	3,4
América Central y resto de América	14,2	24,4	13,5
UE25	5,3	5,5	5,0
Europa del este y resto de Europa	27,5	2,6	42,8
Asia pacífico	5,0	19,2	-4,4
Medio Oriente	12,8	-6,2	21,4
Resto de Asia	16,9	16,1	16,2
Resto de África	21,6	26,6	18,1
Oceanía	15,7	10,5	4,6
Total	5,9	2,2	9,2

Fuente: CERA e INDEC.

Por otra parte, si bien durante el período crítico estas firmas lograron continuar aumentando sus exportaciones, durante el período 2002/2005, no fueron las que motorizaron las exportaciones, mostrando una tendencia inferior al promedio. Durante estos últimos años el aumento de las ventas externas se vinculó a los destinos no tradicionales: Europa del Este, Medio Oriente, resto de África, mientras que los destinos tradicionales (excluido, como siempre, a Resto de ALADI) muestran tendencias inferiores (y en algunos casos bastante inferiores) al promedio.

Las Pymes “nuevas”, por el contrario, mostraron una extraordinaria tendencia de crecimiento hacia todos los destinos, tanto tradicionales como no tradicionales. Si bien algunos destinos tradicionales como UE25 muestran tasas inferiores al promedio, ésta no es la regla porque destinos tan tradicionales como Nafta y Resto de ALADI muestran tendencias muy altas, incluso más que otros destinos no tradicionales como Medio Oriente y Asia Pacífico.

**CUADRO 10-B**  
**TENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES "NUEVAS"**  
*Por mercado destino. En variación porcentual*

Destino	Período
	2002 /2005
Mercosur	61,0
Resto ALADI	69,8
Nafta	68,2
América Central y resto de América	61,1
UE25	59,7
Europa del este y resto de Europa	93,5
Asia pacífico	42,7
Medio Oriente	65,9
Resto de Asia	67,9
Resto de África	82,6
Oceanía	90,9
Total	63,7

Fuente: CERA e INDEC.

## 4. Indicadores de desempeño de las firmas Pymes

Los indicadores de desempeño exportador utilizados en este trabajo, provienen de una investigación realizada por FUNDES Argentina sobre las Pymes argentinas. En esa oportunidad el objeto de investigación fueron las firmas Pymes manufactureras, mientras que en el que nos ocupa trabajamos con el total de Pymes, cualquiera sea el tipo de exportación que realicen. Por lo demás, se respetó la definición de los indicadores originales, incluso en el hecho de que son construidos en base a solamente cuatro años (en este caso 2002–2005) y no en la totalidad de la información disponible.

Los indicadores seleccionados para presentar en esta sección fueron: el de continuidad exportadora (CE) que asigna puntajes según la cantidad de años que una firma permanece en el negocio exportador, el de dinamismo exportador (DE) que tiene en cuenta el crecimiento de las exportaciones de cada firma, el de diversidad de mercados (DM) que registra la cantidad de destinos a los que vende cada firma y el de complejidad de los mercados de destino (CMD) que tiene en cuenta la proporción de ventas a destinos en los que no se dispone de preferencias arancelarias.

Todos los indicadores representan un puntaje en escala 0-10. El análisis se realizó tomando como referencia el año 2005 y, como mencionamos, mediante la metodología original, utilizando además información del período 2002/2004. Las definiciones precisas de los indicadores y los puntajes se pueden consultar en el anexo.

### 4.1 Continuidad exportadora

Para el total de las firmas Pymes, la continuidad exportadora promedio del año 2005 tomó un valor de 8,7 puntos, representando una persistencia de poco más de tres años (sobre cuatro de muestra) en el negocio exportador en el período 2002/2005.

Por supuesto, las firmas “estables” muestran una continuidad casi total mientras que las “nuevas” tienen una antigüedad de dos años (sobre cuatro). Las firmas medianas son algo más estables que las pequeñas.

Dentro del análisis sectorial, los complejos con mayor continuidad exportadora son: aluminio, productos químicos, productos de caucho y plástico, textiles y papel.

**CUADRO 11**  
**INDICADOR DE CONTINUIDAD EXPORTADORA**  
*Promedio ponderado por exportaciones - Año 2005 / Puntajes*

<b>Cod</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medianas</b>	<b>Pequeñas</b>	<b>Estables</b>	<b>Nuevas</b>	<b>Total de Pymes</b>
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	8,6	7,1	9,9	6,3	8,2
12	Productos lácteos	8,8	6,2	10,0	5,7	8,4
13	Ganado, carnes y pesca	8,6	6,7	9,9	6,8	8,3
19	Alimentos y bebidas ncp	9,3	7,7	9,9	6,9	8,8
21	Textiles	9,6	8,4	9,7	7,6	9,1
22	Cueros y pieles	9,0	7,5	9,9	6,4	8,4
31	Madera y sus manufacturas	9,4	7,8	9,9	7,1	8,6
32	Papel	9,8	8,2	9,7	7,8	9,1
33	Edición	8,8	9,0	9,9	6,7	8,9
41	Minerales e hidrocarburos	8,9	7,5	10,0	7,3	8,7
42	Productos químicos	9,5	8,6	9,9	5,8	9,3
43	Productos de caucho y plástico	9,6	8,9	9,9	7,4	9,3
49	Químicos e hidrocarburos ncp	9,8	8,1	9,9	6,3	9,0
51	Aluminio y sus manufacturas	10,0	9,4	10,0	7,2	9,8
52	Maquinaria y equipo	9,2	8,3	9,9	6,7	8,8
59	Metalmecánica ncp	9,6	8,5	9,9	6,7	9,2
90	Manufacturas ncp	9,4	7,6	9,9	7,0	8,6
	Total	9,0	7,9	9,9	6,7	8,7

Fuente: Elaboración propia.

## 4.2 Dinamismo exportador

En el caso del indicador de dinamismo exportador, se observa que las firmas “nuevas” muestran un indicador significativamente mayor que las “estables”, especialmente en sectores como cueros y pieles, madera, edición. Hay muy pocos casos en los que las firmas “estables” superan o siquiera alcanzan los puntajes de las firmas “nuevas”. Por el contrario, la diferencia del indicador entre las firmas pequeñas y medianas es muy poco significativa.

**CUADRO 12**  
**INDICADOR DE DINAMISMO EXPORTADOR**  
*Promedio ponderado por exportaciones. Año 2005 / Puntajes*

Cod	Descripción	Medianas	Pequeñas	Estables	Nuevas	Total de Pymes
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	6,8	5,3	6,7	8,0	6,5
12	Productos lácteos	8,0	6,3	8,6	8,5	7,8
13	Ganado, carnes y pesca	6,3	5,5	5,4	8,7	6,2
19	Alimentos y bebidas ncp	8,0	7,3	7,7	9,0	7,7
21	Textiles	7,8	6,7	7,2	9,1	7,3
22	Cueros y pieles	4,8	6,7	4,7	9,3	5,5
31	Madera y sus manufacturas	6,9	6,2	6,2	8,6	6,6
32	Papel	8,3	7,1	7,8	8,9	7,9
33	Edición	7,3	5,5	5,5	9,1	6,3
41	Minerales e hidrocarburos	5,0	7,7	6,2	4,8	5,2
42	Productos químicos	6,6	6,4	6,3	8,9	6,5
43	Productos de caucho y plástico	8,2	6,4	7,3	9,1	7,5
49	Químicos e hidrocarburos ncp	5,4	7,2	5,7	8,9	6,3
51	Aluminio y sus manufacturas	5,0	3,4	4,4	9,0	4,5
52	Maquinaria y equipo	6,5	6,8	6,8	8,4	6,6
59	Metalmecánica ncp	6,5	6,8	6,4	9,0	6,6
90	Manufacturas ncp	5,8	5,8	5,5	8,1	5,8
	Total	6,6	6,3	6,4	8,5	6,5

Fuente: elaboración propia.

### 4.3 Diversidad de mercados

**CUADRO 13**  
**INDICADOR DE DIVERSIDAD DE MERCADOS DE DESTINO**  
*Promedio ponderado por exportaciones - Año 2005 / Puntajes*

Cod	Descripción	Medianas	Pequeñas	Estables	Nuevas	Total de Pymes
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	8,0	5,2	8,1	6,2	7,3
12	Productos lácteos	9,1	5,0	9,2	6,9	8,5
13	Ganado, carnes y pesca	8,6	6,2	8,5	8,1	8,2
19	Alimentos y bebidas ncp	9,6	7,9	9,5	8,4	9,0
21	Textiles	8,6	6,4	8,2	6,1	7,7
22	Cueros y pieles	8,9	7,1	9,0	6,8	8,2
31	Madera y sus manufacturas	6,5	5,1	6,2	5,3	5,8
32	Papel	8,1	6,1	8,0	4,9	7,3
33	Edición	8,7	8,6	9,5	6,5	8,7
41	Minerales e hidrocarburos	4,8	6,4	6,4	2,2	5,0
42	Productos químicos	9,2	7,2	9,1	6,1	8,6
43	Productos de caucho y plástico	9,2	7,1	8,6	8,1	8,4
49	Químicos e hidrocarburos ncp	9,5	6,3	8,6	5,9	8,0
51	Aluminio y sus manufacturas	8,9	6,4	8,2	6,1	8,1
52	Maquinaria y equipo	8,5	6,7	8,7	5,9	7,8
59	Metalmecánica ncp	8,0	6,7	7,9	6,5	7,6
90	Manufacturas ncp	8,7	6,5	8,2	7,2	7,7
	Total	8,4	6,5	8,4	6,8	7,8

Fuente: elaboración propia.

El indicador de diversidad de mercados, que tiene en cuenta el número de países a los que exporta cada firma muestra que las firmas estables detentan una mayor diversidad de destinos que las firmas nuevas. Esto se observa casi sin excepción en todos los sectores de actividad. Por otra parte, las firmas medianas también muestran mayor diversidad de destinos que las firmas pequeñas, prevaleciendo en todos los sectores excepto minerales e hidrocarburos.

#### 4.4 Complejidad de los mercados de destino

El indicador de complejidad de los mercados de destino mide la proporción de las exportaciones que se destinan a países con los cuales Argentina mantiene vínculos comerciales preferenciales y, según el rango de esta participación, asigna puntajes a cada firma. En principio, las firmas medianas detentan un puntaje promedio mayor, significando que los destinos de sus productos son países en los que la obtención o no de preferencias arancelarias no es un factor determinante. Por otra parte, en algunos sectores como alimentos ncp, productos lácteos y edición, las firmas pequeñas tienen un puntaje CMD mayor que las medianas, mostrando que esta no es una regularidad estricta. Por otra parte, las firmas “nuevas” han mostrado un indicador CMD mayor que el de las firmas “estables” en casi todos los sectores.

**CUADRO 14**  
**INDICADOR DE COMPLEJIDAD DE LOS MERCADOS DE DESTINO**  
*Promedio ponderado por exportaciones - Año 2005 / Puntajes*

<b>Cod</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medianas</b>	<b>Pequeñas</b>	<b>Estables</b>	<b>Nuevas</b>	<b>Total de Pymes</b>
11	Cultivos, frutas, hortalizas y sus derivados	6,7	4,8	6,4	5,9	6,2
12	Productos lácteos	7,7	8,4	7,2	9,1	7,8
13	Ganado, carnes y pesca	8,6	7,5	8,5	8,4	8,4
19	Alimentos y bebidas ncp	7,8	8,3	7,7	8,5	8,0
21	Textiles	4,2	3,8	3,6	5,8	4,0
22	Cueros y pieles	8,6	7,1	8,5	6,7	8,0
31	Madera y sus manufacturas	8,3	7,2	7,5	8,5	7,7
32	Papel	3,2	3,1	3,0	4,0	3,1
33	Edición	5,0	5,9	5,9	4,2	5,5
41	Minerales e hidrocarburos	1,3	2,5	2,1	0,0	1,4
42	Productos químicos	4,9	4,5	4,6	6,2	4,8
43	Productos de caucho y plástico	3,3	2,7	2,9	3,9	3,1
49	Químicos e hidrocarburos ncp	5,2	5,2	4,8	6,5	5,2
51	Aluminio y sus manufacturas	4,0	1,6	3,3	3,3	3,2
52	Maquinaria y equipo	5,4	5,2	5,0	6,7	5,3
59	Metalmecánica ncp	4,4	4,4	4,3	4,9	4,4
90	Manufacturas ncp	7,7	6,5	6,8	8,2	7,2
	<b>Total</b>	<b>6,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,7</b>	<b>6,8</b>	<b>6,0</b>

Fuente: elaboración propia.

### **III. Inserción externa provincial y evolución de algunas localizaciones seleccionadas**

#### **1. Algunas características estructurales y algunos rasgos de la evolución reciente (2000-2005)**

Para los estudios del comercio exterior por provincia y de las firmas exportadoras de origen regional, la Oficina de CEPAL de Buenos Aires desarrolló una metodología (Fuchs, 2005), que complementa los datos que desde 1995 elabora el INDEC (1995) sobre el origen provincial de las exportaciones. Esta metodología incluye los aportes de consultores de la CEPAL y de trabajos desarrollados por la Cámara de Exportadores de la República Argentina (Crespo Armengol y otros, 1998) y por FUNDES Argentina.

En términos sintéticos, puede señalarse que las estimaciones de las exportaciones provinciales se basan en la información oficial de INDEC y Aduana, complementada con información provincial de producción, y corregida – con indicadores de localización territorial de la producción-, con el objeto de mejorar las asignaciones geográficas de algunos bloques de comercio que, dados sus esquemas y modalidades principales de almacenamiento y comercialización, hacen difícil la correcta determinación de su origen provincial (cereales y oleaginosas, combustibles, carnes, entre otros). Los resultados de esta metodología son los que se utilizan en este trabajo y deben considerarse como estimaciones regionales y provinciales de exportación según el origen territorial de la producción básica.

Las exportaciones argentinas se caracterizan por un alto grado de concentración provincial; aunque el área geográfica de producción de los principales productos exportados abarca una amplia zona de la región centro pampeana y algunas áreas de alta especialización territorial-sectorial en la región patagónica y en Cuyo. Las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe concentraban a comienzos de esta década (promedio 2000-2002) el 68% del valor exportado total de Argentina, elevándose dicho porcentaje a más del 72% si se incluye a Mendoza. En el año 2005, las tres primeras provincias alcanzaban a casi el 69% del total, porcentaje que asciende a 90% si se incluyen las zonas petroleras y mineras (Catamarca, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Mendoza y Tierra del Fuego). Con excepción de Catamarca (que es una jurisdicción nueva como exportadora minera), el resto de las áreas exportadoras

tradicionales, en conjunto, mantuvieron su participación relativa en el total comercializado después de la crisis 2001.

Las restantes 15 provincias argentinas aportan el 10% del total de las exportaciones nacionales (ver cuadro 15) y si bien se observan, en algunas jurisdicciones, crecimientos de las exportaciones post crisis superiores a la media nacional, en ninguna provincia se observa una dinámica positiva netamente diferenciada al resto, aunque si existen varios casos de estructuras productivas provinciales que no tuvieron la capacidad de respuesta rápida a las nuevas condiciones macroeconómicas favorables.

**CUADRO 15**  
**VARIACIÓN EXPORTACIONES 2005 VS PROMEDIO 2000/2 Y 2001/2**

Provincia	2000	2001	2002	Prom. 2000/2	2005	2005 vs. 2000/2
Buenos Aires	10 517,6	11 268,4	10 322,6	10 702,9	14 939,5	39,6%
Capital Federal	78,2	81,6	76,8	78,9	130,2	65,1%
Catamarca	421,5	527,6	660,2	536,4	1 132,9	111,2%
Chaco	109,3	226,1	224,6	186,7	263,0	40,9%
Chubut	1 316,5	1 360,4	1 210,9	1 295,9	1 820,1	40,4%
Córdoba	2 402,4	2 602,7	2 705,4	2 570,2	4 505,7	75,3%
Corrientes	102,1	90,0	94,7	95,6	123,4	29,1%
Entre Ríos	192,2	447,4	439,4	359,7	627,1	74,4%
Formosa	20,3	23,5	14,7	19,5	8,1	-58,5%
Jujuy	166,5	128,5	130,6	141,9	225,7	59,1%
La Pampa	95,2	173,2	187,4	151,9	133,6	-12,0%
La Rioja	172,2	185,5	150,2	169,3	211,5	24,9%
Mendoza	1 034,8	815,1	791,6	880,5	1 706,7	93,8%
Misiones	278,1	266,0	276,4	273,5	368,3	34,7%
Neuquén	1 362,1	1 213,9	1 028,1	1 201,4	1 392,6	15,9%
Río Negro	409,6	380,2	312,1	367,3	499,0	35,8%
Salta	481,8	446,1	401,9	443,3	709,3	60,0%
San Juan	147,4	111,6	123,8	127,6	186,7	46,3%
San Luis	275,5	293,0	206,3	258,3	396,0	53,3%
Santa Cruz	917,0	882,7	756,0	851,9	1 277,7	50,0%
Santa Fe	4 494,8	4 457,3	4 340,6	4 430,9	7 271,3	64,1%
Sgo. del Estero	35,1	111,2	228,5	124,9	231,3	85,1%
Tierra del Fuego	401,0	352,5	288,3	347,3	387,1	11,5%
Tucumán	338,1	485,7	442,8	422,2	683,0	61,8%
Total	25 769,3	26 930,2	25 413,9	26 037,8	39 229,7	50,7%

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

Nota: Debido a los problemas de asignación territorial, a las producciones primarias que dan origen a las exportaciones de cereales y aceites, algunas provincias marginales en el volumen de producción física pueden haber sido subestimadas.

En un entorno de crecimiento promedio del 50% de las exportaciones en el año 2005 respecto del promedio del período 2000-2002 (véase anexo IV), un grupo importante de provincias ha tenido un desempeño superior a la media; destacándose los casos de Catamarca (111%), Córdoba (79%), Mendoza (93%) y Entre Ríos (74%). Cada caso exhibe razones particulares -de hecho son jurisdicciones con especializaciones productivas diferentes y estructuras empresariales completamente diversas-; pero sin duda, en estas provincias se disponía de capacidad productiva para reaccionar positivamente y responder a los cambios del contexto macroeconómico y de precios internacionales. En el extremo opuesto, en cuanto a la tasa de expansión de las exportaciones, se ubican las provincias que estructuralmente han tenido baja y

limitada inserción externa productiva, como Formosa, Santiago del Estero y La Rioja.<sup>7</sup> Este resultado de la investigación ratifica una línea de argumentación sostenida en varios trabajos previos respecto de la debilidad y fragilidad productiva y competitiva en estas jurisdicciones, cuya limitación principal para ampliar su inserción externa deviene de las restricciones impuestas por su propia estructura productiva y empresarial.

La disparidad de lo que representa, en términos económicos, el comercio exterior en cada una de las jurisdicciones es muy evidente con cualquier indicador que se adopte. Por ejemplo, el volumen exportado representa cerca del 50% del producto bruto geográfico en las provincias de Catamarca y Chubut, pero menos del 10% (estimaciones al año 2003) en Corrientes, Formosa, Jujuy, Misiones y San Juan.<sup>8</sup> Otro indicador que pone en evidencia esta disparidad es el valor per cápita exportado: por sobre los US\$ 1.500 per cápita por año se ubican las provincias de Catamarca, Chubut, Neuquén, Santa Fe, Santa Cruz y Tierra del Fuego; mientras que en las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa, Jujuy, Misiones, Salta, Santiago del Estero y Tucumán dicho valor no alcanza a los US\$ 400 per cápita por año. Durante el período post crisis, las consecuencias más concluyentes de las disparidades de inserción externa entre jurisdicciones se expresó en las desigualdades de dinámica empresarial (recuperación productiva y competitiva de empresas y establecimientos),<sup>9</sup> mejora de ingresos, expansión de la demanda local y generación de puestos de trabajo.

Como puede observarse en el Anexo IV, las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba aportan una parte muy significativa de la producción exportable de los principales rubros comercializados y sólo pocos rubros tienen una oferta de exportación solamente compuesta por producciones del resto de las jurisdicciones, con excepción de hidrocarburos y minería. Así, por ejemplo, en la composición de las exportaciones de la Provincia de Buenos Aires ningún rubro sectorial supera el 30% de participación en el total de las exportaciones provinciales; pero, sin embargo, los montos comercializados en 23 de los rubros sectoriales (sobre 54) superan el 50% de las exportaciones nacionales (véase Anexo V). Santa Fe y Córdoba también presentan una estructura sectorial diversificada aunque de menor envergadura y lideran las exportaciones nacionales en un número muy limitado de rubros. En contraposición, la estructura de las exportaciones de las provincias de menor inserción está altamente especializada en muy pocos rubros, la mayoría de base agropecuaria y en solo contados casos, sus exportaciones tienen cierto peso nacional. Algunos ejemplos de estos rubros son azúcar (Salta, Jujuy y Tucumán), limones (Tucumán), manzana (Río Negro), yerba mate y te (Corrientes y Misiones), porotos (Salta), pesca (Chubut) (ver anexos IV y V).

Visto desde la perspectiva de los sectores, la participación de las provincias en las exportaciones de los principales bloques sectoriales es muy desigual. En términos estilizados

---

<sup>7</sup> Las tasas de crecimiento del comercio exterior de La Pampa y Tierra del Fuego (cuadro 15) están afectados por la reasignación territorial de producción y puede haber una pequeña subestimación de sus exportaciones; que dado el bajo volumen general de comercio se manifiesta en una tasa de crecimiento muy sensible a pequeñas oscilaciones.

<sup>8</sup> Esta estimación esta hecha para el año 2003, porque no se cuenta con una actualización de PBG por provincia.

<sup>9</sup> Si bien como se ha indicado en las secciones precedentes, la estabilidad exportadora es un rasgo característico de un grupo reducido de empresas, especialmente grandes y medianas, durante los años post crisis se observa un importante crecimiento de nuevos exportadores medios y pequeños, muchos de los cuales se han mantenido dos o tres años consecutivos desde el 2002 en la actividad exportadora. En las provincias de menor inserción externa, la tasa de nuevos exportadores es también muy baja, ratificando la debilidad del tejido empresarial y productivo.

pueden mencionarse algunas características de dicha composición y del origen provincial de las exportaciones por sector:

- Son tres las provincias que concentran más del 90% de las ventas totales de Aceites, cereales y sus productos, que representan casi el 30% del total exportado por el país. (Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe). Las mismas provincias dan cuenta de más del 90% de las exportaciones de carnes bovinas, y lácteos, que casi equivalen al 15% del total del comercio exterior de Argentina.
- Las exportaciones del bloque Metalmecánico se originan en más del 85% en dos provincias: Buenos Aires y Santa Fe; a las que se podría incorporar, con una participación bastante menor, Córdoba. Esta situación es semejante a la del bloque de Productos Químicos, aunque la participación de Córdoba es mucho menor.
- El caso de la provincia de Catamarca es un claro ejemplo de concentración de las ventas externas en un único bloque sectorial que explica más del 85% de las exportaciones mineras.
- El 95% de las exportaciones de Hidrocarburos provienen de seis provincias: Buenos Aires, Chubut, Neuquén, Tierra del Fuego, Santa Cruz y Mendoza.

Una característica significativa del perfil de exportaciones por provincias es el peso que tienen el sector agro-alimentos en la estructura del comercio de la mayoría de las jurisdicciones. En el cuadro 16 se puede observar que en nueve provincias la participación de los rubros alimentos (códigos 1111 al 1900 en los anexos) supera el 75%. Si se excluyen las provincias con exportación de hidrocarburos y minería, resta un grupo muy reducido de provincias cuyas exportaciones centrales no derivan del sector de agro alimentos.

Un ejemplo obvio de esta última categoría de jurisdicciones es la Capital Federal, pero otros caso son San Luis y Misiones, el primero por las exportaciones de las plantas industriales promocionadas y el segundo por el peso que tiene el sector madera (aserrados, carpintería y pasta para papel).

Este rasgo agro-alimenticio del perfil de la composición de las exportaciones implica que, si bien en algunos casos el comercio exterior esta fuertemente concentrado en un grupo reducido de firmas –muchas veces de gran tamaño–, la base productiva que genera la materia prima básica de dicho comercio –que no necesariamente sufre siempre procesos muy complejos de transformación– esta compuesta por un número muy grande de productores primarios independientes; que en algunos casos exceden el millar. Esta situación tiene dos implicancias importantes que merecen ser destacadas. Por un lado, estos rubros tienen una fuerte naturaleza de trama o *cluster*, cuya competitividad debe ser analizada y estimulada de forma integral y sistémica, ya que muchas veces problemas de accesos a mercados o normativas de calidad refieren a tecnologías o problemas de la producción primaria de dicho productos.<sup>10</sup> Por otro lado, la producción y comercio de bienes agro-alimentos tiene en muchas provincias argentinas un impacto muy extendido a lo largo de la estructura productiva por al amplitud de insumos específicos involucrados (desde fertilizantes hasta envases, además de transporte y almacenamientos con frío), por la diversidad del tipo de inversiones que se requieren a lo largo de las diferentes fases, por los efectos en la generación de empleo, por el perfil de la distribución de ingresos locales, etc. En este sentido, la trascendencia del comercio exterior de este tipo de rubros

---

<sup>10</sup> La aplicación de normas de buenas prácticas agrícolas o sistemas de trazabilidad en las exportaciones de productos frescos son buenos ejemplos de esta situación, que afectan a una punta de la cadena pero que requiere de su incorporación en toda la línea de la trama productiva.

en las economías locales es muy significativa, dado que en última instancia determina el estilo de desarrollo local.

**CUADRO 16**  
**PARTICIPACIÓN DE LAS EXPO DE ALIMENTOS EN EL TOTAL**

Provincia	Alimentos	Minerales e Hidrocarb.	Resto	Total
Buenos Aires	35,0	3,1	61,9	100,0
Capital Federal	8,2	0,0	91,8	100,0
Catamarca	1,4	95,5	3,1	100,0
Chaco	76,3	0,0	23,7	100,0
Chubut	13,0	55,3	31,6	100,0
Córdoba	84,8	0,0	15,2	100,0
Corrientes	73,8	0,0	26,2	100,0
Entre Ríos	80,5	0,0	19,5	100,0
Formosa	29,2	0,0	70,8	100,0
Jujuy	83,0	0,0	17,0	100,0
La Pampa	94,0	0,0	6,0	100,0
La Rioja	40,6	0,0	59,4	100,0
Mendoza	31,9	58,8	9,3	100,0
Misiones	34,3	0,0	65,7	100,0
Neuquén	3,2	95,8	1,0	100,0
Río Negro	86,2	3,5	10,4	100,0
Salta	31,9	30,8	37,3	100,0
San Juan	52,1	0,5	47,4	100,0
San Luis	30,5	0,0	69,4	100,0
Santa Cruz	10,6	79,8	9,5	100,0
Santa Fe	78,2	4,5	17,4	100,0
Santiago del Estero	87,9	0,0	12,1	100,0
Tierra del Fuego	12,8	76,5	10,7	100,0
Tucumán	47,7	34,4	17,9	100,0
Total	47,1	17,9	35,0	100,0

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

Nota: Alimentos comprende desde la nomenclatura 1111 al 1900 y minerales e hidrocarburos es la 4100.

Las disparidades interprovinciales de inserción externa quedan claramente reflejadas no solo en la importancia relativa del monto de su comercio exterior, sino también en el perfil de su estructura empresarial y en los destinos de dichas exportaciones.

Si bien el conjunto de grandes empresas concentra gran parte de las exportaciones en todas las provincias,<sup>11</sup> el peso de las Pymes exportadoras en el comercio exterior varía considerablemente, tanto en cantidad de empresas como en los volúmenes aportados. A nivel nacional, más del 65% de las ventas externas de las pequeñas y medianas empresas provienen de cinco provincias: Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza; sin embargo en algunas jurisdicciones el peso Pyme es muy considerable. El cuadro 17 y el anexo VI describen la estructura empresarial Pyme y los principales rubros de exportación de este segmento de firmas.

<sup>11</sup> Las grandes empresas exportadoras se encuentran fuertemente concentradas, según los datos para el año 2005, en la Provincia de Buenos Aires –más del 60%–, seguida por sólo el 8,5% de las firmas en Santa Fe, 5% en Córdoba y 4% en Mendoza.

Como fue señalado anteriormente, en el año 2005 exportaron alrededor de 6000 Pymes por un valor del 11% del total comercializado.

**CUADRO 17**  
**PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN EL TOTAL Y EXPO POR FIRMA**

Provincia	Año 2005		% Pymes en el total	Firmas	Expo por
	Total	Pymes		Pymes	firma
Buenos Aires	14 939,5	2 282,0	15%	3 688	0,6
Capital Federal	130,2	34,8	27%	86	0,4
Catamarca	1 132,9	14,1	1%	21	0,7
Chaco	263,0	11,6	4%	39	0,3
Chubut	1 820,1	114,9	6%	69	1,7
Córdoba	4 605,7	244,8	5%	316	0,8
Corrientes	123,4	34,2	28%	43	0,8
Entre Ríos	627,1	98,1	16%	107	0,9
Formosa	4,1	3,6	87%	19	0,2
Jujuy	225,7	10,3	5%	13	0,8
La Pampa	133,6	9,5	7%	16	0,6
La Rioja	211,5	45,7	22%	46	1,0
Mendoza	1 706,7	339,1	20%	498	0,7
Misiones	368,3	104,9	28%	125	0,8
Neuquén	1 392,6	48,7	4%	43	1,1
Río Negro	499,0	99,2	20%	101	1,0
Salta	709,3	73,5	10%	75	1,0
San Juan	186,7	113,5	61%	120	0,9
San Luis	396,0	58,4	15%	69	0,8
Santa Cruz	1 277,7	59,2	5%	28	2,1
Santa Fe	7 275,3	277,9	4%	396	0,7
Sgo. del Estero	131,3	9,3	7%	16	0,6
Tierra del Fuego	387,1	29,8	8%	21	1,4
Tucumán	683,0	53,0	8%	66	0,8
Total	39 229,7	4 170,0	11%	6 021	0,7

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

La gran mayoría de estas empresas (casi 80%) se concentra en cuatro jurisdicciones: Buenos Aires (3700, incluyendo la Ciudad de Buenos Aires),<sup>12</sup> Mendoza (500 Pyme), Santa Fe (400 Pyme) y Córdoba (320). Estas cuatro jurisdicciones dan cuenta de casi 5000 Pyme. Con un tejido empresarial cercano al centenar en el año 2005 se identificaron las provincias de Entre Ríos, Río Negro, Misiones y San Juan.

En el extremo opuesto se encuentran un conjunto muy amplio de provincias cuyo desarrollo y capacidad empresarial es muy acotado. El número de firmas Pymes totales es menor a 50 empresas en las siguientes jurisdicciones: Catamarca, Chaco, Corrientes, La Rioja, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego. La situación extrema se verifica en Formosa, Jujuy y Santiago del Estero donde el conjunto Pyme en cada una de las jurisdicciones es inferior a 20 empresas y además ha descendido en los últimos años, de acuerdo con la información disponible a nivel nacional.

En la gran mayoría de las provincias las exportaciones Pyme se concentran en un grupo muy reducido de actividades (véase Anexo VII), si bien en casi todas las jurisdicciones se identificaron Pymes en sectores no tradicionales, manufactureros no agro alimenticios y en sectores de mediana o alta complejidad. Sin embargo, estos casos son excepcionales e

<sup>12</sup> Nuevamente aquí se verifica un problema de asignación territorial porque la firma puede tener domicilio legal en la Ciudad y su planta o taller en el Gran Buenos Aires.

individuales, tienen poca trascendencia en la economía local y obedecen a perfiles emprendedores muy especiales, que han desarrollado ventajas competitivas de alto contenido idiosincrásico y de muy difícil copia-repetición.

El sector Pyme por provincias tuvo una respuesta post crisis mucho más errática y dispar que el sector de grandes empresas. Esto se refleja claramente en las amplias divergencia en las tasas de crecimiento provinciales del año 2005 en relación con el promedio 2001-02 (véase anexo VIII) En las áreas industriales tradicionales, lugares donde se concentra la mayoría de las Pymes, las tasas de crecimiento del monto exportado son muy importantes, superior al 40% en la Prov. de Buenos Aires, superior al 65% en Córdoba y Mendoza y por encima del ciento por ciento en Santa Fe. El incremento de las exportaciones refleja dos movimientos simultáneos: por un lado un incremento de los montos exportados de las firmas que eran exportadores históricos y por otro lado, la entrada de nuevos exportadores Pymes. Si bien no se ha podido discriminar los aportes de cada uno de los dos grupos, el leve incremento en las exportaciones por empresa del promedio Pyme para las jurisdicciones más grandes estaría indicando que la incorporación de nuevas firmas exportadoras ha sido muy importante.<sup>13</sup>

Como en gran medida el perfil de distribución geográfica de los exportadores Pymes reitera el mapa de las empresas manufactureras Pymes, se podría argumentar que el bajo nivel de desarrollo productivo local (provincial) es la explicación fundamental de la limitada inserción externa de muchas provincias argentinas, tanto en monto como en número de firmas. Dicho en otras palabras, si bien puede haber explicaciones sectoriales (se producen *commodities* que son exportadas desde fuera de la provincia), macroeconómicas (tipo de cambio real) o regulatorias, lo cierto es que la base (la capacidad real) emprendedora en muchas jurisdicciones es muy limitada y cualquier política para la promoción de las exportaciones en estas jurisdicciones debe partir desde la construcción misma o ampliación del sistema productivo. Por el contrario, en las provincias de mayor desarrollo relativo e inserción externa, los problemas principales refieren a cuestiones más específicas: aumento de competitividad, desarrollo de innovaciones (de producto o recesos) para acercarse más al perfil de la demanda en cada mercado, mejora de tramitaciones y gastos (especialmente de tiempo) administrativos-burocráticos, falta de financiamiento, etc.

El grupo de jurisdicciones con menor desarrollo externo concentra principalmente su comercio con los países limítrofes, Mercosur; tal es el caso de Corrientes y Formosa. En contraposición en las provincias denominadas grandes –Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba- más del 60% de las exportaciones totales reflejan un perfil de mercados de destino diversificado con un peso significativo de los países que integran la Unión Europea y la región de Asia Pacífico.

A fin de tener un panorama agregado de la situación competitiva de las firmas Pymes por provincia en el año 2005, se preparó, siguiendo la metodología de FUNDES,<sup>14</sup> un índice de desempeño provincial Pyme, que se presenta en el cuadro 18. El indicador agregado ratifica varios de los argumentos presentados en las páginas anteriores; por un lado, las provincias con mayor presencia de Pymes (Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza) tienen valores más

---

<sup>13</sup> Un estudio de gran importancia para el desarrollo de estrategias y políticas de apoyo y para el diseño de instrumentos es el análisis de la evolución “demográfica” de las empresas en el comercio exterior. Como se verá posteriormente cuando se examinan algunos casos específicos de localidades, en el estrato Pymes y Micros existe una altísima volatilidad y rotación de firmas que entran y salen del comercio anualmente. De hecho el grupo “consolidado” de empresas Pymes estables no supera el 35% del total de firmas Pymes exportadoras. A nivel provincial, los efectos de una alta rotación se magnifican, especialmente en la provincias con pocas empresas, ya que la entrada o salida de un para de firmas puede significar un porcentaje alto de cambio de signo en la tasa.

<sup>14</sup> Ver Anexo Metodológico.

altos que el promedio, con excepción de Mendoza,<sup>15</sup> reflejando sus ventajas competitivas y la mayor estabilidad de sus universos Pyme. Una provincia con valores relativos altos es San Luis, situación que deviene del perfil industrial, basado en empresas promocionadas de media-alta competitividad.

El indicador más bajo a nivel nacional y en casi todas las jurisdicciones refiere al desarrollo exportador sostenido, es decir al mantenimiento por un período de tiempo de tasas de expansión altas.<sup>16</sup>

**CUADRO 18**  
**INDICADORES DE PERFORMANCE EXPORTADORA (IPE) 2005 DE LAS PYMES**

Provincia	CE	DE	DES	DM	CMD	IPE
Buenos Aires	7,9	6,3	4,7	6,5	4,8	6,0
Capital Federal	6,7	5,1	3,8	6,5	4,3	5,2
Catamarca	5,2	4,3	2,7	5,0	3,0	3,9
Chaco	5,1	5,6	2,5	4,5	3,2	4,1
Chubut	8,1	4,2	3,6	6,2	2,2	4,8
Córdoba	7,6	5,8	4,1	5,8	5,3	5,8
Corrientes	7,6	5,1	3,2	4,5	5,6	5,4
Entre Ríos	7,0	6,4	4,1	5,1	4,0	5,3
Formosa	6,9	8,1	3,7	3,6	5,7	5,7
Jujuy	6,8	5,2	3,7	3,7	5,4	5,2
La Pampa	5,3	3,9	1,6	5,9	2,5	3,6
La Rioja	7,6	4,9	3,7	6,0	5,0	5,5
Mendoza	7,2	5,8	4,0	5,6	4,8	5,5
Misiones	7,7	4,7	3,6	4,8	4,0	5,1
Neuquén	6,6	4,4	3,0	4,2	5,0	4,8
Río Negro	7,8	5,4	4,7	5,0	4,4	5,6
Salta	6,6	4,2	2,7	4,7	6,1	5,1
San Juan	8,0	6,9	5,2	6,5	3,9	6,0
San Luis	8,1	5,8	4,2	6,4	7,7	6,6
Santa Cruz	8,1	3,3	3,9	5,4	1,9	4,5
Santa Fe	7,9	6,8	4,6	6,1	5,2	6,1
Santiago del Estero	6,3	6,3	2,5	4,6	3,5	4,6
Tierra del Fuego	8,7	4,5	4,3	6,1	4,1	5,6
Tucumán	6,7	5,0	4,4	5,6	3,6	5,0
Total	7,7	6,1	4,5	6,1	4,8	5,8

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

Nota: CE: continuidad exportadora; DE: dinamismo exportador; DES: dinamismo exportador sostenido; DM: diversificación de mercados; CMD: complejidad de los mercados de destino

Tomando en cuenta otras evidencias que se recopilaron a lo largo de esta investigación, podría argumentarse que el sostenimiento de períodos de crecimiento exportador de tres o más

<sup>15</sup> Los valores medios de Mendoza son, en todas las dimensiones, algo más bajos que el promedio reflejando, en parte, el peso de algunos sectores agro-alimenticios especializados en frutas procesadas.

<sup>16</sup> El análisis de los resultados de este indicador requiere de una consideración metodológica para no confundir su significado. Este indicador toma como variable las tasas de crecimiento de años anteriores y el carácter “sostenido” refiere justamente al ritmo de expansión de las exportaciones. Pero debe tenerse en cuenta que las empresas medianas con ritmo fuerte de expansión al cabo de varios años pueden pasar el límite de Mediana/Grande y por lo tanto su efecto positivo sobre el indicador se pierde porque esa empresa deja de ser Pyme.

años esta íntimamente ligado con la capacidad de expansión productiva de la firma Pyme, sus posibilidades de financiamiento de la inversión que requiere el incremento productivo y la “armonización” de una nueva ecuación de funcionamiento económico-comercial entre su mercado externo y su mercado interno. Dicho en otras palabras, las Pymes operan en mercados (incluso en el ámbito del Mercosur) con más oportunidades comerciales que las capacidades reales (financieras, productivas, tecnológicas, recursos humanos y empresariales, etc.) para atenderlas.

En este ámbito hay sin duda un espacio de política pública importante, no solo para facilitar el financiamiento de la inversión requerida sino para encontrar y fomentar nuevas modalidades productivas (*clusters*, subcontratación, redes, etc.) que a la vez que hagan más flexible el funcionamiento económico-productivo, permitan una mayor especialización y la ganancia de economías de escala que vehiculicen una expansión de volumen con rendimiento crecientes.

## 2. Desempeño exportador en áreas territoriales especializadas

A fin de profundizar el análisis del desempeño exportador de diferentes regiones y de considerar cual pudo haber sido la contribución de la localización en el desarrollo exportador Pyme, se seleccionaron originalmente siete localizaciones (Gral. Pueyrredón, San Martín (ambos en la Prov. de Buenos Aires), Gran Mendoza, Ciudad de Córdoba, Departamento de Castellanos en la Prov. de Santa Fe, Ciudad de Salta y El Dorado (en Misiones) en las jurisdicciones de mayor peso exportador Pyme, para evaluar su desempeño en los últimos años. Por diversos problemas con la información<sup>17</sup> a nivel local (ciudad o departamento) el universo de casos quedó reducido a cuatro: Gral. Pueyrredón, San Martín, Castellanos y Gran Mendoza. Esta muestra esta compuesta por casi 1000 firmas exportadoras, de las cuales 55 son Grandes y 500, Pymes. El resto son Microexportadores. En el año 2005, estas cuatro localizaciones comercializaron bienes por casi 1000 millones de dólares, algo menos del 3% del total nacional.

El desempeño de las cuatro localizaciones ha sido muy dispar con posterioridad a la crisis 2001, y el crecimiento del comercio exterior algo inferior a la media nacional, aunque mucho más equilibrado en términos de tamaños de firmas (véase anexo IX). Siguiendo el patrón nacional de expansión, las áreas con base exportadora agro-alimenticia muestran altas tasas de crecimiento; mayores cuando sus rubros de comercio están vinculados a mercados masivos (casos lácteos y carnes), de tipo *cuasi-commodities*. La expansión es menor cuando la especialización reside en productos manufacturados (por ejemplo textiles), que fueron captando el crecimiento de la demanda interna, con posterioridad al 2003.

**El análisis desagregado entre firmas Grandes y Pymes en cada una de las localidades muestra la diferente respuesta exportadora de la empresas frente a la mejoría del tipo de cambio exportador que introdujo la devaluación. Esta diferente capacidad de reacción se produjo a pesar que en todas ellas hay largas historias de exportación y que cuentan con instituciones públicas y privadas que han apoyado al comercio exterior.**

Por un lado, la tasa de crecimiento del comercio de las firmas Grandes ha sido mayor que la tasa de las Pymes, registrándose muy pocos casos de empresas que ascendieron a la categoría de tamaño superior. Por otra parte, para muchas empresas Pymes, simultáneamente con mayores

---

<sup>17</sup> La información disponible no permitió en muchos casos poder discriminar a nivel de ciudad la localización de la empresa exportadora, reduciendo el número de casos en tres localidades a cantidades poco representativas del universo exportador.

posibilidades de expansión externa, se dinamizó su mercado interno. Durante los años posteriores a la crisis del 2001 las empresas debieron adecuar su esquema de funcionamiento económico y financiero para poder optimizar sus recursos y capacidades disponibles.

Comparando los datos de los años 2005 y 2002-03, de las localidades entre sí y con el resto del país, se extraen algunas conclusiones interesantes, especialmente en relación con la conducta exportadora de las firmas Pymes y su sostenibilidad. Por una parte, hay una relación directa entre los montos comercializados, los mercados de destinos y la volatilidad exportadora.

En ese sentido debería diferenciarse a las empresas estables para las cuales la exportación forma parte integral de su negocio, de aquellas que ocasionalmente o marginalmente realizan operaciones de venta de productos al exterior.

En general las empresas Grandes y Pymes de las localidades analizadas se caracterizan por la presencia de firmas estables que desarrollan segmentos de mercado, establecen relaciones estables con sus agentes externos, están preocupados en responder a las demandas específicas de los mercados de destino, etc. La política pública a escala local ha tenido bastante importancia en promover y apoyar esta conducta comercial-productiva.

A fin de profundizar dicho análisis se realizó un ejercicio de demografía exportadora, tratando de rescatar las diferencias entre los exportadores estables y los ocasionales (cuadro 19). El resultado del análisis indica:

- a) Durante el período 2000-05 realizaron transacciones de comercio exterior 1782 agentes. Aproximadamente la mitad (888 empresas) sólo lo hicieron en una dimensión micro y de este total aproximadamente la mitad solo lo realizó en una ocasión. El 2000 y el 2005 fueron los años que más firmas exportaron por única vez (138 y 119 respectivamente). En contraposición, el 2001 fue el año en que menos se incorporaron al panel exportador por única vez (56 firmas).
- b) Sólo 373 firmas exportaron los seis años analizados (2000-05). Aproximadamente la mitad mantuvo su tamaño de exportación a lo largo de todo el período (36 grandes, 28 medianas, 90 pequeñas y 22 microempresas); mientras que el resto cambió de categoría; destacándose que cerca de tres cuartos de las empresas lo hizo hacia la categoría superior.
- c) La información analizada confirma la hipótesis de que la permanencia exportadora de las firmas en el comercio exterior está estrechamente vinculada a la cuantía de sus exportaciones; razón por la cual a pesar de que en la base del panel exportador hay mucha movilidad por la entrada y salida permanente de micro exportadores, tanto la orientación de mercado como los volúmenes exportados siguen una tendencia más estable y definida.

De acuerdo a los restantes resultados del trabajo, tanto los estadísticos que abarcan todas las Pymes (Parte II del Estudio), como a las opiniones de los diferentes entrevistados esta alta “movilidad” en la base no influye decisivamente en la orientación de mercados y en la forma en que dichos mercados han sido “asegurados”. El consolidado de las cuatro localidades arrojó resultados similares entre las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y las Grandes. Los tres destinos más importantes fueron Mercosur, la Unión Europea y el Nafta. Los mismos recibieron un poco más del 70% del total de exportaciones. Si bien esa concentración parece bastante significativa, en el año 2000 esos tres mismos destinos obtenían algo más del 80% de las exportaciones de las cuatro localidades, mostrando así la apertura de nuevos mercados a partir del año 2004. Un importante crecimiento se registra en el destino “Resto de ALADI” que pasó de US\$ 66 millones en el 2000 a 120 y 144 millones en los años 2004 y 2005 respectivamente en el total de empresas de las cuatro localidades (véase anexo X).

**CUADRO 19**  
**CANTIDAD DE FIRMAS POR TAMAÑO Y POR AÑOS. TOTAL LOCALIDADES**

		Tamaño 05					
	Tamaño	Grandes	Medianas	Pequeña	Micro	NE	Total
Tamaño 04	Grandes	46	1				47
	Medianas	8	73	7	2		90
	Pequeñas		26	268	34	35	363
	Micro		2	82	164	232	480
	NE	1	2	40	590	169	802
	Total 05	55	104	397	790	436	1 782
		Tamaño 04					
	Tamaño	Grandes	Medianas	Pequeña	Micro	NE	Total
Tamaño 03	Grandes	43	2		3		48
	Medianas	4	59	8	3		74
	Pequeñas		29	245	40	46	360
	Micro			71	193	229	493
	NE			39	563	205	807
	Total	47	90	363	802	480	1 782
		Tamaño 03					
	Tamaño	Grandes	Medianas	Pequeña	Micro	NE	Total
Tamaño 02	Grandes	42					42
	Medianas	4	53	14		1	72
	Pequeñas		18	238	36	45	337
	Micro			60	199	240	499
	NE	2	3	48	572	207	832
	Total	48	74	360	807	493	1 782
		Tamaño 02					
	Tamaño	Grandes	Medianas	Pequeña	Micro	NE	Total
Tamaño 01	Grandes	40	9		4		53
	Medianas	1	53	21	2		77
	Pequeñas		7	209	54	69	339
	Micro			45	133	181	359
	NE	1	3	62	639	249	954
	Total	42	72	337	832	499	1 782
		Tamaño 01					
	Tamaño	Grandes	Medianas	Pequeña	Micro	NE	Total
Tamaño 00	Grandes	*46	1		1		48
	Medianas	5	59	12	4	2	82
	Pequeñas	1	11	226	44	44	326
	Micro		2	42	173	169	386
	NE	1	4	59	732	144	940
	Total	53	77	339	954	359	1 782

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

Nota: \*46 empresas que eran grandes en el 2000 siguieron siendo grandes en el 2001. En el 2000 las grandes fueron 48 y en el 2001 ascendieron a 53.

La participación en los destinos obviamente que varía según localidad (véase anexo XI) y también, aunque en menor medida, por tamaño de la empresa: El departamento de Castellanos presenta una clara diferenciación entre los tres tamaños de firmas. Las Pymes exportaron el 31% al Mercosur, otro tanto al Nafta y 15% al resto de ALADI; sin embargo, las empresas grandes

destinan sólo el 50% del total a dichos mercados, habiendo ganado importancia creciente el Medio Oriente (12%) seguido por la UE25 (11%) y Asia Pacifico (10%)

Los tres destinos principales de las Pyme y Grandes del Gran Mendoza son los mismos que en el caso anterior aunque con distinto orden: Mercosur, Nafta y Resto de ALADI, aunque es significativa la exportación a la Unión Europea (17%). Las empresas Grandes de esta localidad tienen una orientación más definida, observándose un fuerte crecimiento del Nafta y de la Unión Europea.

A diferencia de las localidades analizadas anteriormente, el Partido de General Pueyrredón es el único en el cual el Mercosur no es el principal destino de sus exportaciones. Si bien es muy importante en las Pyme, sólo representa el 15%, mientras que el principal destino es la Unión Europea.

Finalmente, las exportaciones de las Pyme del Partido de General San Martín concentran casi la mitad de sus ventas externas en el Mercosur, y en menor proporción en el Resto de ALADI (33%); mientras que los grandes exportadores exportan mayoritariamente al Mercosur.

Estas diferencias de mercados de destino obedecen principalmente al tipo de especialización productiva de cada una de las localidades y no necesariamente expresan ningún atributo relativo (complejidad) de los productos comercializados.

Por último, como se suponía cuando se seleccionaron estas cuatro localidades, sus promedios de desempeño exportador son más altos que la media nacional, y superior a las respectivas provincias, con excepción de Gral. Pueyrredón (véase cuadro 20) Por otro lado, el indicador de desempeño mejora año a año.

Las Pymes del departamento de Castellanos lograron un excelente desempeño competitivo en el 2005, dado que alcanzaron los 6,9 puntos del IPE, muy por encima de los 5.8 puntos del total nacional. El criterio al cual se debió este avance fue principalmente la continuidad exportadora dado que logró 9,3 puntos, lo cual estaría indicando que casi la totalidad de las firmas de este departamento exportó ininterrumpidamente desde el 2001. Aunque en mucha menor medida, también se destacó la diversificación de mercados que, con 7,7 puntos indicaría que las Pymes de esta región exportan en promedio a cuatro y cinco países. Evidentemente continuidad y diversificación de mercado son dimensiones que se autopotencian, ya que la inestabilidad en el comercio exterior implicaría una imposibilidad de trabajar en varios mercados. Es importante señalar que el menor indicador de ésta localidad fue la complejidad de mercados. Los 4,7 puntos dan cuenta que un poco mas del 30% de las exportaciones van dirigidas al Mercosur.

La localidad de Gran Mendoza obtuvo 6.1 puntos. Al igual que el departamento de Castellanos y que el total nacional, la continuidad es el mejor indicador. Aproximadamente el 40% de las Pymes exportaron en tres de los cuatro años anteriores al 2005 y un 40% lo hizo durante los cuatro años; entre el 2001 y el 2004. Cuando se comparan los índices de desempeño de los años anteriores (2003 y 2004) destaca el crecimiento del dinamismo exportador y su sostenibilidad en el tiempo. De alguna manera podría afirmarse que un amplio grupo de exportadores Pymes se consolidó en el 2005.

El indicador de desempeño del partido de General Pueyrredón también superó el promedio IPE nacional aunque es el que ha crecido menos durante estos últimos años incide en este menor crecimiento una mayor movilidad de las firmas Pymes, dado que el indicador de continuidad es el mas bajo del panel. Esta movilidad de las empresas, que en términos de la media del país es baja, afecta consolidar el proceso exportador con un dinamismo sostenido.

**CUADRO 20**  
**INDICADORES DE PERFORMANCE EXPORTADORA (IPE) PYMES POR LOCALIDAD**

<b>Año 2005</b>						
<b>Localidad</b>	<b>CE</b>	<b>DE</b>	<b>DES</b>	<b>DM</b>	<b>CMD</b>	<b>IPE</b>
Depto. Castellanos	9,3	6,9	6,1	7,7	4,7	6,9
Gran Mendoza	8,5	6,1	4,9	5,7	4,9	6,1
Pdo. General Pueyrredón	7,8	4,8	4,1	7,0	7,7	6,4
Pdo. San Martín	8,9	7,2	6,5	7,0	3,1	6,4
Promedio	8,6	6,3	5,4	6,8	5,1	6,5
<b>Año 2004</b>						
<b>Localidad</b>	<b>CE</b>	<b>DE</b>	<b>DES</b>	<b>DM</b>	<b>CMD</b>	<b>IPE</b>
Depto. Castellanos	7,6	4,2	4,0	5,9	4,4	5,3
Gran Mendoza	6,3	3,1	2,6	4,3	4,5	4,3
Pdo. General Pueyrredón	7,2	3,1	2,7	6,1	7,4	5,5
Pdo. San Martín	7,3	3,8	3,2	4,9	3,4	4,6
Promedio	7,1	3,6	3,1	5,3	4,9	4,9
<b>Año 2003</b>						
<b>Localidad</b>	<b>CE</b>	<b>DE</b>	<b>DES</b>	<b>DM</b>	<b>CMD</b>	<b>IPE</b>
Depto. Castellanos	7,9	3,9	3,2	6,2	4,2	5,1
Gran Mendoza	6,1	2,7	1,9	4,4	5,1	4,2
Pdo. General Pueyrredón	6,7	2,7	2,2	5,8	7,6	5,3
Pdo. San Martín	6,9	2,6	2,1	4,7	3,3	4,0
Promedio	6,9	3,0	2,4	5,3	5,0	4,6

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC y de la Cámara de Exportadores de la Argentina.

Nota: CE: continuidad exportadora; DE: dinamismo exportador; DES: dinamismo exportador sostenido; DM: diversificación de mercados; CMD: complejidad de los mercados de destino

Las Pymes del partido de General San Martín tuvieron un extraordinario crecimiento de su desempeño exportador entre el 2001 y el 2005 y obtuvieron un IPE (2005) de 6,4 puntos, habiendo partido de un nivel de 4,0. Todos los indicadores muestran signos positivos elevados, y si bien esta localidad estaba en la peor situación relativa a comienzos de la década, su recuperación (indicador de dinamismo) ha sido muy significativa.

Un rasgo interesante de los exportadores de estas localidades es que el grado de continuidad en la exportación de las firmas en estas áreas seleccionadas es mayor que la media nacional; es decir el universo empresario exportador está más claramente definido, se verifican mucho menos conductas comerciales oportunistas –entro y salgo- y la evolución de la corriente exportadora de las empresas sigue una trayectoria más nítida. Este argumento adquiere importancia en relación con la relativa movilidad que caracteriza al universo de empresas exportadoras a nivel nacional, especialmente en el tramo de empresas micro y pequeñas. Las empresas Pymes han logrado avanzar en nuevos mercados (más complejos) y el último año confirma de forma clara la trayectoria creciente.

Varias razones pueden explicar este comportamiento, pero sin duda, además de las ventajas derivadas de el nuevo tipo de cambio real, los roles desempeñados por los organismos públicos y privados de apoyo al comercio exterior han jugado un rol clave. La conformación de contextos territoriales pro-comercio exterior constituye un elemento central, que no sólo permite que las firmas participen de una acción más amplia que su propio comercio, que se sientan acompañadas y estimuladas, sino que además se constituyen en un efecto demostración muy potente para el resto del aparato productivo.



## **IV. Intercambio de opiniones sobre el comportamiento de las Pymes exportadoras**

### **1. Entrevistas**

A los efectos de conocer diferentes puntos de vista sobre la evolución y la tendencia exportadora de las Pymes, se realizaron una serie de entrevistas con representantes de asociaciones y organismos involucrados con la temática, cuyo detalle se adjunta como Anexo I.

Inicialmente se efectuó una pregunta conceptual sobre la estructura exportadora argentina con el propósito de enmarcar el comportamiento particular de los pequeños y medianos exportadores. La idea central era conocer si, dado el perfil de las exportaciones argentinas, puede considerarse que la incidencia de las ventajas comparativas naturales y las escalas productivas, constituyen un punto vulnerable. Por otra parte, si la incorporación de grandes importadores, como China e India, garantiza la sostenibilidad del sector.

En términos generales, hubo coincidencia en que dada la entrada al mercado mundial de alimentos de grandes importadores, las exportaciones argentinas tienen un horizonte algo más estable que en el pasado. No obstante, pueden llegar a existir limitantes en cuanto al crecimiento de la capacidad exportadora.

También hubo acuerdo en que esta estructura no es la óptima a un país que quiera insertarse en un mundo tecnológicamente desarrollado, de ahí la necesidad de orientarse hacia productos más complejos e integrados sectorialmente, con la idea no sólo de aumentar el valor agregado, el empleo y la riqueza, sino también de generar una mejora en la distribución del ingreso. Para esto también se requiere una política de negociaciones donde un país además de vender lo que le quieren comprar, realice acuerdos internacionales tendientes a conseguir mejores condiciones de acceso para los productos que se desea promocionar. Si el aumento de exportaciones sólo responde a la mejora del tipo de cambio la estructura exportadora tiende a consolidarse, que es lo que ha sucedido en la Argentina. Para ser más precisos, el tipo de cambio, en general, ayuda a fortalecer aquello que ya se exportaba pero no fomenta, por sí solo, el cambio en el perfil exportador.

Por otra parte, hay consenso respecto a que en la Argentina hace falta una visión estratégica para mejorar el perfil exportador y también, en que esto no va a darse

espontáneamente. Además, en la actualidad hay un contexto internacional de precios muy elevados, situación que también desincentiva la diversificación de la canasta exportadora.

Existen diferentes puntos de vista sobre la futura estructura exportadora. Algunos sostienen que mientras la exportación primaria sea de recursos renovables, como los agropecuarios, no es incompatible con el fomento de las exportaciones industriales, de mayor valor agregado. En otros términos, no es la gran especialización en commodities el factor que impide una mayor diversificación. Por otra parte, la mayoría de los entrevistados afirma que deben implementarse cambios en la especialización de la producción con el objeto de desarrollar procesos de innovación y encadenamiento que tiendan a una mayor diversificación.

De las respuestas surgen dos líneas de ideas diferentes. Una, que sin salir del esquema actual, promueve exportar bienes más elaborados, y otra que supone que la exportación de bienes complejos requiere sustituir, al menos parcialmente, las exportaciones de commodities procesados, por bienes más integrados en la cadena de transformación. Esta última respuesta coincide con muchas de las nuevas líneas de pensamiento que priorizan la especialización intra sectorial, como forma de mejorar la distribución del ingreso y lograr ganancias de competitividad. Al respecto es interesante comentar que durante toda la década del noventa la especialización fue discutida sólo desde la óptica intersectorial.

En resumen, para la mayoría de los entrevistados queda planteado el desafío de producir cambios en la estructura productiva, conducentes a cambios en la estructura exportadora. Para llevarlo a cabo hace falta una “visión estratégica”, que deberá incluir a las Pymes como una pieza importante para el funcionamiento del modelo.

Es interesante comentar que los planteos de los entrevistados tienen puntos en común con la opinión de algunos teóricos como, por ejemplo, Salama (2006), “...la expansión de las exportaciones en América Latina es paralela a un movimiento más general: el comercio mundial crece, en promedio, más rápidamente que el PBI en todo el mundo. Esta expansión se traduce en la modernización de gran parte de las economías latinoamericanas, pero a su vez revela el retraso acumulado durante varias décadas y la necesidad de una política industrial selectiva que es la de dar un impulso consecuente a este movimiento. De este modo se podrá alcanzar un saldo positivo más duradero y sustentable en la balanza de pagos, así como podrá atenuarse la vulnerabilidad financiera y sus efectos perniciosos sobre las capas más pobres de la población.”

La segunda pregunta se refiere a la reacción de las Pymes ante la modificación del tipo de cambio y la expansión de sus exportaciones, y en particular, al comportamiento observado en las empresas tradicionales, que presentan menores tasas de crecimiento de sus exportaciones que las empresas nuevas, lo que lleva a pensar que el tipo de cambio real resultó mucho más beneficioso para la entrada de nuevos exportadores, que para la expansión de las firmas que ya estaban en el comercio exterior

La opinión de los entrevistados fue que el cambio planteado a partir de la devaluación, se reflejó en el aumento del margen de rentabilidad, pero no en un cambio estructural, esta opinión está en línea con lo que afirma el documento de la Fundación Observatorio Pyme (2006) en el sentido que la devaluación fue útil y necesaria pero solamente con un tipo de cambio real alto y estable no alcanza para dotar de competitividad al sistema industrial de las Pymes y a la economía en general.

Por otra parte, se hizo hincapié en la necesidad de analizar el comportamiento de las Pymes dentro del contexto de inestabilidad económica de los primeros años del período analizado. En efecto, a inicios del 2002, cuando se produce la devaluación, la brusca modificación de los precios relativos deriva en incertidumbre sobre el futuro, lo que impidió la expansión de las exportaciones.

Al año siguiente, la incertidumbre respecto al tipo de cambio comenzó a disiparse y se generaron mejores condiciones para exportar, por este motivo un conjunto de empresas, en particular productoras de alimentos, que se enfrentaban a la recesión interna, comenzaron a hacerlo.

En el año 2004 las firmas que ya venían exportando mejoran su *performance* pero el crecimiento es limitado debido a que se consolida el mercado interno. En aquel momento, la demanda interna absorbió todo aquello que se le ofreció y las empresas tuvieron menores incentivos para exportar y mayores beneficios marginales por vender en el mercado, es que dichas ventas complican la gestión de la economía informal (en negro).

De acuerdo a diversas opiniones las Pymes alcanzaron un límite de utilización de su capacidad instalada y en la actualidad “no tendrían margen”, para seguir incrementando sus exportaciones. Para crecer sería necesario invertir pero las empresas no lo hacen, en parte por limitaciones financieras (no acceden al mercado de capitales), pero principalmente porque no se les ofrece un proyecto de largo plazo. En este sentido, la reciente promulgación de la ley de desgravación de las Pymes para la compra de bienes de capital, responde a una de las principales necesidades del sector.

Un punto de vista diferente fue expuesto por uno de los entrevistados. En su opinión, en estos últimos años las Pymes han mostrado un gran dinamismo exportador. Para demostrarlo, hay que restar del total de exportaciones a los *commodities*, ya sean primarios o productos básicos de las manufacturas y a los automóviles, que tienen un régimen comercial especial, y de esta forma se podrá observar que el crecimiento de las exportaciones Pymes supera largamente las tasas de las grandes firmas.

A continuación se detalla un listado de motivos por los que, según los diferentes entrevistados, muchas Pymes no exportan o no muestran un gran dinamismo en sus exportaciones:

- Empezar a exportar es un gran salto para estas empresas. Ganar un cliente es un proceso gradual, se va desplazando a otro proveedor. El crecimiento es lento pero firme. Luego, diversificar sus exportaciones hacia otros destinos constituye un nuevo desafío y es otro salto.
- Las Pymes no son exportadoras ad hoc, sino que comienzan a enviar sus productos al exterior una vez que cuentan con suficiente fortaleza en el mercado interno. En los últimos años y en sectores particulares (alimentos, informática, servicios) esto ha cambiado, han nacido empresas exportadoras.
- Dada la insuficiente capacidad productiva, ante un aumento de la demanda interna, las Pymes prefieren atender dicho mercado (menor esfuerzo y menor complejidad), que el de exportaciones.
- Las Pymes padecen un gran problema, una mentalidad cortoplacista que dificulta la exportación. Además, las empresas tienen que adaptar su oferta a los nuevos mercados y las Pymes, sobre todo las familiares, tienen dificultades para innovar.
- Falta de demanda para su producto en el exterior. Esto se asocia al problema de la calidad. Fallas en cuanto a tecnología y producción que se resumen en: falta de normalización / estandarización de productos y procesos, baja escala de producción, falta de soporte tecnológico -materiales, diseño, equipamiento, procesos-, ineficiencia productiva.
- Existe falta de conocimiento de mercados externos y de los canales de venta en el exterior.
- Otra limitación que encuentran las empresas para incrementar sus exportaciones es de tipo impositivo y se vincula al reintegro Impuesto al Valor Agregado (IVA). Al respecto, cuando

una empresa exporta alrededor de una cuarta parte o menos de su producción puede compensar el impuesto con su crédito fiscal. Si exporta en una proporción mayor, debe hacer una gestión ante la autoridad competente para el cobro del impuesto y esto significa costos financieros y de trámites que muchas Pymes no tienen interés de afrontar. Es por este motivo, que, en general las empresas exportan en promedio, entre un 20% y un 25% de su producción.

- En el tema de la financiación bancaria no hubo acuerdo en las opiniones. Para algunos no es limitante de las exportaciones ya que las empresas tienden a financiarse con capital propio. Otros opinaron que la falta de financiamiento para capital de trabajo e inversiones limita la capacidad exportadora. Ambas opiniones se resumen en una tercera; si bien en Argentina existen fuentes de financiamiento para Pymes, estas empresas cuentan con problemas para conocerlas y adaptarse a sus requerimientos.

Una opinión integradora de los diferentes puntos de vista que se acaban de puntualizar es, entre otras, la de R. Ffrench-Davis que en uno de sus últimos trabajos (Ffrench-Davis, 2005) resume lo siguiente: “Parece imposible orientar decididamente al sector privado hacia la producción de transables sin el mantenimiento de un tipo de cambio competitivo y estable en el tiempo (es decir que sea independiente de las oscilaciones transitorias de los flujos de capitales o de los términos del intercambio)”. Al respecto también opina que se requiere un entorno macroeconómico local amigable, con una demanda agregada equilibrada y tasa de interés y tipo de cambio en niveles consistentes con tasas de rentabilidad competitivas ya que condiciones poco amigables imponen un sesgo en contra de las firmas locales, especialmente las Pymes y empresas intensivas en insumos locales, pues las firmas operadas por extranjeros pueden endeudarse a tasas de interés internacionales mas bajas y gracias a su diversificación se encuentran naturalmente cubiertos contra el riesgo cambiario.

Además de estas condiciones señala la necesidad de implementar políticas horizontales que son las que se aplican a todos los sectores por igual (calidad de educación, la reducción de brechas de calidades, financieras y tecnológicas) y que benefician a las Pymes en particular ya que son las que poseen mayores dificultades para mejorar la productividad. Aparte de las políticas horizontales el autor hace referencia a las políticas selectivas ya que no se puede promover todo indiscriminadamente. Al respecto menciona el rol del Estado en cuanto a corregir las fallas del mercado que dificultan la inversión y la transformación productiva, por ejemplo atrayendo inversiones extranjeras hacia sectores nuevos o con ventajas comparativas adquiribles.

Sobre la necesidad de aplicar políticas selectivas, también Pierre Salama (2006) dice que son necesarias para modificar la estructura de las exportaciones, que debería incorporar bienes tecnológicamente más dinámicos y así contrarrestar los ciclos a los que tradicionalmente están sujetas las balanzas comerciales de los países de la región.

La tercera pregunta se relaciona con la expansión de las exportaciones Pymes hacia un conjunto de nuevos destinos, como Europa del Este, Resto ALADI y América Central y la caída relativa de destinos tradicionales como EU25 y Nafta. En los casos de crecimiento se trata de mercados “menos sofisticados”, entonces la consulta fue, si el factor que ha incidido en ello es que estos mercados son menos exigentes en calidad que el resto.

En la mayoría de las entrevistas la respuesta fue que el crecimiento de los mercados menos complejos como Europa del Este y el Resto de ALADI probablemente sea consecuencia de la similitud que tienen sus estructuras de demanda con la de Argentina. Gracias a ello los productos nacionales pueden ingresar acorde a parámetros de calidad menores a los internacionales. A este factor se le suma que en la actualidad existe mayor información sobre las oportunidades comerciales que se abren en dichos mercados.

Asociada a la respuesta anterior, surgió la siguiente pregunta sobre la forma en que las Pymes llegan al comprador en el exterior: ¿Hay una búsqueda de los clientes o mercados o bien los clientes vienen a buscar productos del país por la ventaja de los precios relativos?

Ante esta consulta todos coincidieron en que la conquista del mercado externo siempre es producto del esfuerzo empresario. En este sentido, las Pymes exitosas se caracterizan por haber salido a buscar la demanda, tomando actitudes más activas, participando en ferias, misiones comerciales e invitando al país a los clientes. En estas tareas, los empresarios más maduros y con mayor conocimiento de “las reglas de juego”, cuentan con el apoyo de los organismos públicos y privados, que se ocupan, en general, de acercar las empresas nacionales a los mercados del exterior, facilitando la información de mercado (inteligencia), brindando asistencia técnica y desarrollando la promoción.

A partir de la devaluación, de acuerdo a los diferentes organismos que se dedican a temas de promoción de exportaciones, se observa un salto cuantitativo y cualitativo de las empresas que requieren apoyo de las mencionadas instituciones. Al respecto, se observa un crecimiento del número de empresas que busca asistencia. La mayoría lo hace para diversificar sus mercados de acceso y en menor medida porque se inician en el negocio.

La última pregunta se refiere a las experiencias en el desarrollo de las distintas estrategias asociativas y redes inter-empresariales, ya sean “verticales”, del tipo “Proveedor-cliente” u “horizontales”, para la articulación productiva y comercial, a fin de facilitar el acceso al mercado exportador de las pequeñas y medianas empresas.

En el país se conocen varias experiencias en la conformación de consorcios de exportación y de redes que vinculan Pymes con grandes empresas, de las cuales se han obtenido los comentarios sobre su funcionamiento, y sobre las ventajas en la utilización y promoción de dichos instrumentos. En este punto se han relevado diferentes opiniones, que van desde la dificultad en la formación de los consorcios de exportación, hasta la de su utilidad pero para aumentar su competitividad y fortalecimiento productivo, es decir, “puertas adentro”.

No hay una visión integradora con relación a los distintos tipos de asociatividad entre empresas, mas bien, las respuestas están vinculadas a las experiencias de cada organismo en este tema, ya sea desde el punto de vista oficial o privado. El resumen de estas opiniones puede dividirse en tres:

1. La asociatividad para la exportación no sirve, por diversas razones, entre ellas se encuentran el componente cultural (individualismo) y las características de cada sector. No existe predisposición por parte de los distintos agentes para actuar conjuntamente, ya sea por poseer distintos conceptos sobre el negocio o por miedo al espionaje industrial. La experiencia que se menciona fue el de un intento de asociación de fabricantes de calzado, que fracasó, porque los integrantes carecían de la especialización necesaria y eso impedía la colocación de una sola línea de producción.
2. La asociatividad sirve pero no en todos los casos. Las experiencias exitosas de consorcios de exportación demuestran que éstos tienen que establecerse con determinadas condiciones y para cierto tipo de productos. Debe realizarse una estricta evaluación y selección de firmas, que deben estar ya exportando o estar firmemente decididas a hacerlo, y poseer las capacidades y recursos necesarios para lograrlo. Pueden ser diferentes productos pero de un mercado similar, por ejemplo, productos para la construcción (azulejos, cerámicos y grifería) o caballos de carrera, monturas, alimento para caballos y transporte. La condición necesaria es que los productos tengan el mismo canal de distribución. En general, los sectores que venden insumos poseen una mayor tendencia a la exportación articulada que aquellos sectores de bienes finales. Debido a la rigidez en las condiciones impuestas para la

selección de firmas y productos de un consorcio de exportación, su gestión, en general, está a cargo de instituciones de tipo privado. En el caso de la articulación exportadora entre grandes empresas y sus clientes y proveedores Pymes, también hay experiencias muy exitosas, la mayoría de ellas iniciadas a partir de la crisis económica del 2002. En estas redes, la empresa grande proveedora de insumos busca, a través de este mecanismo, aumentar sus ventas, fortaleciendo y fidelizando a su red de clientes. Al promover el desarrollo exportador de las Pymes, la empresa proveedora logra la exportación indirecta de su producto. Por el lado de las Pymes, el objetivo es obtener mejores condiciones, en cuanto a precio y financiación en la provisión de los insumos y un apoyo logístico para mejorar su inserción externa.

3. Los consorcios y todo tipo de asociatividad son muy necesarios para las Pymes para lograr una mayor competitividad “puertas adentro”, y luego poder emprender con éxito la inserción externa. Agruparse les permite combinar conocimientos, contactos y mejorar de manera significativa sus posibilidades de exportación. En este sentido la Fundación Exportar tiene en marcha el Programa de Promoción Sectorial (PPS). El mismo consiste en incentivar la asociatividad para identificar mercados, analizarlos, armar estrategias de desembarco y, finalmente, desembarcar.

En síntesis, sobre las políticas destinadas a lograr el desarrollo exportador a través de experiencias asociativas, se observa que siempre que sea una empresa o fundación el organismo encargado de la tarea de fomentar la asociación, ésta tiene éxito. En parte puede deberse a que, en general, se trabaja con firmas que ya tienen experiencia exportadora y lo que se hace es apoyarlas para que puedan incrementar o diversificar mercados.

Por último, de las opiniones recabadas es importante recalcar que la mayoría de los entrevistados hizo referencia, con diferente énfasis, a la necesidad que se definan los lineamientos de una estrategia exportadora. De manera más o menos explícita, le asignaron a la política pública un rol importante dentro de dicha estrategia y que no se limite a la implementación de medidas aisladas sino que sea integradora.

## **2. Recomendaciones de instrumentos y estrategias públicas**

Del estudio y las entrevistas realizadas se desprende que un tipo de cambio, real y efectivo, que sea competitivo y estable, es condición necesaria pero no suficiente para garantizar un proceso exportador dinámico y sostenido. Para ello, además de pautas macroeconómicas predecibles, es necesario revisar las políticas horizontales, innovar en cuanto a las políticas específicas, en particular las sectoriales y en las dirigidas hacia la firma. En general, las escasas políticas públicas que se desarrollaron durante la década pasada y en los primeros años de la presente, estuvieron en gran medida orientadas a aspectos individuales de las firmas exportadoras. No se avanzó en una estrategia productivo exportadora y por lo tanto, tampoco en una política integradora de los diferentes aspectos relacionados con las Pymes exportadoras. Por lo tanto, y dada la relevancia de que el Estado propicie acciones destinadas a inducir nuevos exportadores, capacitar personal calificado y coordinadores de grupos exportadores, asistir técnicamente en comercio exterior, articular las cadenas exportadoras, etc., se proponen las siguientes ideas para la discusión de alternativas de políticas públicas.

Teniendo en cuenta que frente a la opción de vender en el mercado interno o exportar la mayoría de las Pymes prefiere lo primero, sería importante orientar las políticas de tal manera que las firmas puedan mejorar su competitividad y así tener un mayor aliciente para vender al exterior. Un primer paso para ello, será revisar y corregir los incentivos de las Pymes para producir y vender en el mercado local, y también los que reciben cuando exportan. La idea, es

que los diferentes instrumentos de la política pública estén a disposición de los dos negocios, mercado interno y exportación y de esta manera contribuyan a que ambos se potencien y no que uno tienda a desplazar al otro. El diseño de un esquema como el que se acaba de comentar requiere de una estrategia global con su correspondiente proceso de inversiones, para que el aumento de las exportaciones de las Pymes no limite la oferta al mercado interno.

Partiendo de las evidencias que se recopilieron a lo largo de esta investigación y de las ideas expuestas por los entrevistados y en el Taller “Exportaciones de pequeñas y medianas empresas argentinas”,<sup>18</sup> merece destacarse que las Pymes operan en mercados con más oportunidades comerciales que las capacidades reales (financieras, productivas, tecnológicas, recursos humanos y empresariales, etc.) para atenderlas. En este ámbito hay sin duda un espacio de política pública importante, no solo para facilitar el financiamiento de la inversión requerida sino para encontrar y fomentar nuevas modalidades productivas (clusters, subcontratación, redes, etc.) que a la vez que hagan más flexible el funcionamiento económico-productivo, permitan una mayor especialización y la ganancia de economías de escala que vehiculen una expansión de volumen con rendimiento crecientes.

Dados los dos aspectos previamente mencionados, incentivos e inversiones, se hace necesario compatibilizarlos con el acceso a mercados que deberá abordarse, al menos, desde dos puntos de vista. Por una parte lo relativo a las negociaciones con los bloques regionales y países, para conseguir las mejores condiciones comerciales de acceso y por otra parte, los aspectos del negocio en sí mismo (contactos, difusión, alianzas, estrategias, etc.).

Otro tema que merecería ser tratado de manera especial, es el sectorial. En efecto, la integración del negocio de exportación es una preocupación que manifestó la mayoría de las entidades vinculadas a la exportación y que también es tratada por la literatura moderna. La idea central es aprovechar las ventajas competitivas naturales y adquiridas, para exportar productos enriquecidos, por denominarlos de alguna manera. En este aspecto hay varias experiencias privadas y además, el Estado tiene Programas específicos. No obstante lo que aquí se propone es diferente, se trata de diseñar políticas en función de un esquema productivo exportador que evalúe que conviene ofrecer al mundo, que recursos no son suficientes o no están disponibles, cuales son las transformaciones productivas que se deben llevar a cabo, y cual es el saldo que se espera dejen los potenciales negocios. Hasta el presente y durante muchos años el análisis de las políticas comerciales era intersectorial, no habiéndose desarrollado la modalidad de los eslabonamientos, cluster, complejos o como se los denomine según su conformación. Lo cierto es que destinar los esfuerzos de las políticas públicas a una sola etapa de transformación no alcanza para movilizar a los factores productivos como el país necesita, y por lo tanto, se impone la política de promoción sectorial integral que despegue a esta economía, en la medida de lo posible, de los vaivenes en los precios internacionales de los *commodities* y le de la posibilidad de generar las divisas necesarias para importar aquello que no se puede o no conviene producir.

Las políticas sectoriales de exportación para las Pymes están estrechamente unidas a las políticas regionales y provinciales de exportación. Por lo tanto, es deseable que en muchos casos éstas se integren en un solo sistema de políticas públicas que contemple diferentes aspectos como, por ejemplo, los dos que a continuación se comentan. El perfil de la composición de las exportaciones del sector agro-alimenticio implica que, si bien en algunos casos el comercio exterior está fuertemente concentrado en un grupo reducido de firmas –muchas veces de gran tamaño-, la base productiva que genera la materia prima básica de dicho comercio –que no necesariamente sufre siempre procesos muy complejos de transformación- está compuesta por un

---

<sup>18</sup> Una versión preliminar de este informe se expuso en el Ministerio de Economía de la Argentina el 27 de mayo de 2006. Dicho encuentro contó con la presencia de la Ministra de Economía y de otros altos funcionarios así como de personalidades vinculadas al quehacer exportador.

número muy grande de productores primarios independientes; que en algunos casos exceden el millar. Esta situación tiene una implicancia importante que merece ser destacada y es que estos rubros tienen una fuerte naturaleza de trama o cluster, cuya competitividad debe ser analizada y estimulada de forma integral y sistémica, ya que muchas veces problemas de accesos a mercados o normativas de calidad refieren a tecnologías o problemas de la producción primaria de dicho productos. En materia regional, el destacado comportamiento de los exportadores de las cuatro localidades seleccionadas puede ser explicado por varias razones. Además de las ventajas derivadas del nuevo tipo de cambio real, los roles desempeñados por los organismos públicos y privados de apoyo al comercio exterior han jugado un rol clave. La conformación de contextos territoriales pro-comercio exterior constituyen un elemento central, que no sólo permite que las firmas participen de una acción más amplia que su propio comercio, que se sientan acompañadas y estimuladas sino que además representan un efecto demostración muy potente para el resto del aparato productivo.

Además de las ideas presentadas en los párrafos anteriores, durante el Taller se hizo hincapié en varios aspectos vinculados con las políticas públicas. Los panelistas destacaron la necesidad de fortalecer la educación técnica y en general, la de los recursos humanos, de tal manera que la base de su competitividad esté dada por la tecnología. Esto a su vez se relaciona con los niveles de calidad e innovación requeridos para competir internacionalmente y plantea la necesidad de potenciar el apoyo a las empresas en ciencia y tecnología. Para que sea efectiva la transferencia de los conocimientos y las empresas avancen en el aprendizaje de los nuevos contenidos científicos y técnicos es vital el acceso y empleo de las firmas a las herramientas informáticas del mundo desarrollado. Utilizar los mecanismos de videos conferencia, comunidades de *chats*, páginas web, comercio electrónico y otras formas de conectividad que permitirán, como manifestó uno de los entrevistados, mutar del modelo de “manu-facturas” al del “mente-facturas”. Por otra parte, esta modalidad tiende a producir una importante reducción de costos y permite un mayor acceso a los conocimientos.

Respecto a la asociatividad se planteó que, con independencia de la forma y denominación que tenga, es importante, sobre todo para las Pymes, para lograr mayor eficiencia y por lo tanto, mayor capacidad exportadora.

Finalmente, también hubo coincidencia en la necesidad que las Pymes cuenten con una Agencia de Apoyo, que agrupe los diferentes instrumentos y programas para la exportación.

## Bibliografía

- Alarcón, C. y Giovanni S. (2002), “Pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe” en *Las pequeñas y medianas empresas industriales en Chile*, CEPAL, Santiago de Chile.
- Aragón Sánchez, A. y A. Rubio Bañón (2005), “Factores asociados con el éxito competitivo de las Pyme industriales en España”, *Universia Business Review*, Cuarto trimestre, número 008.
- Bercovich, N. y otros (2005), Articulación exportadora entre grandes empresas industriales y PyME en Argentina: avances, limitaciones y agenda hacia futuro; Oficina de CEPAL en Bs. As.
- Bitran, E. C. (2001), “Crecimiento e Innovación en Chile”, Debate virtual de la Corporación Expansiva.
- Boschnma, R. A. (2005), “Role of proximity in interaction and performance: conceptual and empirical challenges”, *Regional Studies*, Vol 39, N° 1.
- C.E.P.(1999) “El desempeño de los pequeños y medianos exportadores durante los noventa”. *Notas de la Economía Real*, edición especial.
- CEPAL-Oficina en Buenos Aires (2000) “Buenas Prácticas Internacionales en Apoyo a PyMEx: Análisis de algunas experiencias recientes en Argentina”, Documento de Trabajo N°. 86, Septiembre.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2002), *El mejoramiento de la competitividad de las PyME mediante el aumento de la capacidad productiva*, TD/B/COM.3/51
- \_\_\_\_\_ (2003) *Opciones de política para fortalecer la competitividad de las PyME*, TD/B/COM.3/58.
- \_\_\_\_\_ (2004) *Opciones de política para fortalecer la competitividad de las PyME*, TD/399, TD/B/COM.3/58 y Corr.1
- \_\_\_\_\_ (2004) *Promoción de la competitividad de las exportaciones de las PyME*, TD/B/COM.3/EM.23/2
- \_\_\_\_\_ (2004) *Informe de la reunión de expertos en la promoción de la competitividad de las exportaciones de las PyME*. TD/B/COM.3/EM.23/3

- Crespo Armengol, E. (2003), "Las PyMEX, una mirada de cerca IV" C.E.R.A. Instituto de Estrategia Internacional.
- Crespo Armengol, E. (2004), "Las PyMEX, una visión de la década reciente" C.E.R.A. Instituto de Estrategia Internacional.
- Crespo Armengol, E. y otros (2004), *Las PyMe: una visión de la última década 1993–2003*, Cámara de Exportadores de la República Argentina (también números anteriores desde el año 1998).
- Dini, M., Giovanni S. (2002), Análisis de la política de fomento a las pequeñas y medianas empresas en Chile; Serie Desarrollo Productivo, CEPAL. Santiago de Chile.
- Donato, V. y otros, (2003), Observatorio PyMI "La Situación de las Pequeñas y Medianas Industrias antes y después de la Devaluación".
- Evangelista, R., S. Iammarino, V. Mastrostefano y Alberto Silvani (2002), "Looking for regional systems of innovation: evidence from de italian survey", *Regional Studies*, Vol. 36, N° 2.
- Farrel, G.; S. Thirion (2000), "La competitividad económica. Construir una estrategia de desarrollo territorial en base a la experiencia LEADER", *Innovación en el medio rural*, Cuaderno 6.
- Ffrench-Davis, R. (2005), *Reformas para América Latina después del fundamentalismo neoliberal*. Ed. Siglo XXI.
- Fuchs, Mariana, (2005), Exportaciones provinciales argentinas. Dinámica regional reciente e implicancias de política, CEPAL, Buenos Aires mimeo.
- Fundación Observatorio PyME (2006), "Informe sobre Inserción internacional de las PyME industriales", Buenos Aires.
- FUNDES Argentina (2001), "Las PyMe exportadoras argentinas exitosas: Hacia la construcción de ventajas comparativas". Moori Koenig, V., Crespo Armengol, E., Milesi, D. y otros.
- Giordano, B. y E. Soller (2003), "A comparision of city region dynamics in the UK, Spain and Italy", *Regional Studies*, Vol. 37, N° 9.
- Green, R.; y otros (2001), "Boundaryless cluster: information and communications technology in Ireland", Conference *The future on innovation studies*, School of Business and Economics, National University of Ireland.
- INDEC: *Origen provincial de las exportaciones*, Buenos Aires, 1995 y ss.
- Iyer, S., M. Kitson, y B. Toh (2005), "Social Capital, Economic Gragter and regional Development", *Regional Studies*, Vol. 39, N° 8.
- Llorens, J. L., F. Alburquerque y J. del Castillo (2002), "Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina", Banco Interamericano de Desarrollo (Washington D.C.)
- Lublinski, A.E. (2003), "Does geographic proximity matter?" en *Regional Studies*, Vol. 37, N° 5.
- Moori Koenig, V. y otros. (2001), "Las PyMEX exportadoras argentinas exitosas: Hacia la construcción de ventajas comparativas". FUNDES Argentina,
- Ossenbrügge, J. (2003), "Formas de globalización y del desarrollo urbano en América Latina", *Iberoamericana*, III, 11.
- Otero, G. A. (Coord.) (2004), "El rol de los gobiernos subnacionales en el fortalecimiento de clusters productivos", Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.
- Peres, W. y Giovanni S. (coord.) (2003), *Pequeñas y Medianas empresas industriales en América latina y el Caribe*, CEPAL.
- PNUD (2002) *Aportes para el Desarrollo Humano de la Argentina/ 2002; Competitividad de las Provincias*. Buenos Aires, Argentina.
- Salama, P. (2006), *La credibilidad social de la política económica en América Latina*, Ed. Miño y Dávila.
- Sirven, M. (2000), "El cluster: un análisis indispensable... una visión pesimista", Texto presentado en el X congreso de Estudiantes de Economía, Universidad Nacional San Antonio del Abad del Cuzco, Perú, CEPAL.

SOCMA, Dirección de Estudios (1998), “Las PyMEx. Claves del crecimiento con equidad”.

Yoguel, G. (2000), “PyME: una estrategia hacia la competitividad en un escenario de cambio tecnológico”, Instituto de Industria de la Universidad Nacional General Sarmiento, Argentina.