

O/F. 3111  
I 24e  
14

43907

## CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Estructura económica y perfil comercial de los distintos corredores productivos bonaerenses. Un análisis espacial de las ventajas comparativas y competitivas de la Provincia de Buenos Aires.



Cuarto informe

20 DE DICIEMBRE DE 2002

4

**AUTOR DEL ESTUDIO:**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES Y  
ECONOMICOS (IEFE)**

# Tabla de contenidos

<b>EXPORTACIONES Y CRECIMIENTO .....</b>	<b>6</b>
<b>¿QUÉ EXPORTAN LOS CORREDORES PRODUCTIVOS DE LA PROVINCIA? .....</b>	<b>8</b>
CONSORCIO INTERMUNICIPAL DE DESARROLLO (CIDERE) .....	8
CONSEJO DE DESARROLLO DEL NOR-OESTE (CODENOBA) .....	8
CORREDOR PRODUCTIVO DEL ATLÁNTICO (COPROA) .....	9
CORREDOR PRODUCTIVO BUENOS AIRES .....	10
CONSEJO PRODUCTIVO DEL NOR-ESTE (COPORONE) .....	11
TANDIL, OLAVARRÍA, AZUL, RAUCH (TOAR) .....	11
ZONA DE CRECIMIENTO COMÚN .....	12
CONSORCIO DEL CORREDOR PRODUCTIVO DEL SUD-ESTE .....	13
CONSEJO PRODUCTIVO DE DESARROLLO REGIONAL CUENCA DEL SALADO .....	14
CONSEJO PRODUCTIVO DEL NOR-OESTE (COPRONOBA) .....	14
CONSEJO PRODUCTIVO DEL SALADO (COPROSAL) .....	15
MUNICIPIOS AL MERCOSUR .....	16
<b>ANÁLISIS DE LA ENCUESTA. PRINCIPALES RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
INTRODUCCIÓN .....	18
ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA .....	19
<i>Perfil institucional de la empresa</i> .....	19
<i>Perfil productivo</i> .....	20
<i>Situación ocupacional</i> .....	21
<i>Estructura de costos de producción</i> .....	22
<i>Comercialización de los productos</i> .....	22
<i>Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente</i> .....	23
<i>Obstáculos para la expansión de las exportaciones</i> .....	24
<i>Perfil tecnológico</i> .....	24
<i>Financiamiento de las empresas</i> .....	25
ANÁLISIS POR CORREDOR PRODUCTIVO .....	26
<i>Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste</i> .....	26
Comentarios generales .....	26
Perfil institucional de las empresas .....	27
Perfil productivo .....	27
Situación ocupacional .....	28
Estructura de costos de producción .....	29
Comercialización de los productos .....	29
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente .....	29
Perfil tecnológico .....	29
Financiamiento de las empresas .....	30
<i>Consejo Productivo del Nor-Este</i> .....	30
Comentarios generales .....	30
Perfil institucional de la empresa .....	31
Perfil productivo .....	31
Situación ocupacional .....	32
Estructura de costos de producción .....	33
Comercialización de los productos .....	33
Obstáculos para la expansión de las exportaciones .....	33
Perfil tecnológico .....	34
Financiamiento de las empresas .....	34
<i>TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)</i> .....	34
Comentarios generales .....	34
Perfil institucional de la empresa .....	35
Perfil productivo .....	35
Situación ocupacional .....	36
Estructura de costos de producción .....	37

Comercialización de los productos.....	37
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	38
Obstáculos para la expansión de las exportaciones:.....	38
Perfil tecnológico.....	38
Financiamiento de las empresas.....	39
<i>Zona de Crecimiento Común</i> .....	39
Comentarios generales.....	39
Perfil institucional de las empresas.....	40
Perfil productivo.....	40
Situación ocupacional.....	41
Estructura de costos de producción.....	42
Comercialización de los productos.....	42
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	42
Obstáculos para la expansión de las exportaciones.....	42
Perfil tecnológico.....	43
Financiamiento de las empresas.....	43
<i>Corredor Productivo Buenos Aires (COPROBA)</i> .....	43
Comentarios generales.....	44
Perfil institucional de las empresas.....	45
Perfil productivo.....	45
Situación ocupacional.....	46
Estructura de costos de producción.....	47
Comercialización de los productos.....	47
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	47
Perfil tecnológico.....	47
Financiamiento de las empresas.....	47
<i>Corredor Prod. del Sud-Este</i> .....	47
Comentarios generales.....	48
Perfil institucional de las empresas.....	48
Perfil productivo.....	48
Situación ocupacional.....	50
Estructura de costos de producción.....	50
Comercialización de los productos.....	50
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	51
Obstáculos para la expansión de las exportaciones:.....	51
Perfil tecnológico.....	52
Financiamiento de las empresas.....	52
<i>Consejo Productivo del Nor-Oeste</i> .....	52
Comentarios generales.....	52
Perfil institucional de la empresa.....	53
Perfil productivo.....	53
Situación ocupacional.....	55
Estructura de costos de producción.....	55
Comercialización de los productos.....	55
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	55
Perfil tecnológico.....	55
Financiamiento de las empresas.....	56
<b>ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL PRODUCTIVO</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL DE COMERCIALIZACIÓN</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL TECNOLÓGICO</b> .....	<b>58</b>
<b>PERFIL DE FINANCIAMIENTO</b> .....	<b>59</b>
<b>ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS</b> .....	<b>61</b>
<b>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS</b> .....	<b>61</b>
<b>PERFIL PRODUCTIVO</b> .....	<b>61</b>
<b>COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS</b> .....	<b>62</b>
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL</b> .....	<b>62</b>
<b>ORIGEN Y DESTINO DE LOS BIENES QUE SE COMERCIALIZAN INTERNACIONALMENTE</b> .....	<b>63</b>
<b>OBSTÁCULOS PARA LA EXPANSIÓN DE LAS EXPORTACIONES</b> .....	<b>63</b>
<b>PERFIL TECNOLÓGICO</b> .....	<b>64</b>
<b>FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS</b> .....	<b>65</b>
<b>UNA MIRADA A LA PRINCIPAL ESPECIALIZACIÓN DE LOS CORREDORES PRODUCTIVOS</b> .....	<b>67</b>

ESTRUCTURA DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS DE LA ARGENTINA .....	69
LAS CONFIGURACIONES SECTORIALES DE LAS IAA EN ARGENTINA .....	73
UNA TIPOLOGÍA DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS A PARTIR DE LAS HIPÓTESIS DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL .....	73
UNA APLICACIÓN DE LA TIPOLOGÍA A LA ESPECIALIZACIÓN .....	76
CONSIDERACIONES FINALES.....	77
<b>RECOMENDACIONES DE POLÍTICA .....</b>	<b>80</b>
PRINCIPIOS DE OBSERVACIÓN A NIVEL NACIONAL.....	80
POLÍTICAS DE ALCANCE PROVINCIAL Y NACIONAL.....	82
<i>Políticas macroeconómicas</i> .....	82
Políticas fiscales de impulso a la competitividad .....	82
Políticas sobre atracción de inversiones .....	83
Eliminación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.....	84
IVA subnacional.....	85
Impuesto a las ventas minoristas .....	85
Modificaciones al Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	86
<i>Políticas comerciales para mejorar la competitividad</i> .....	86
<i>Política Cambiaria para el incentivo exportador</i> .....	88
<i>Políticas laborales para el crecimiento exportador</i> .....	89
<i>Políticas microeconómicas</i> .....	89
Políticas de asistencia financiera para la competitividad.....	90
<i>Políticas Complementarias para favorecer la competitividad</i> .....	90
Asistencia legal.....	90
Asistencia tecnológica .....	91
Asistencia en la Gestión .....	92
<i>Políticas de tipo operativas</i> .....	93
Asistencia estratégica .....	94
Asistencia en marketing .....	94

## ***Exportaciones y crecimiento<sup>1</sup>***

En el actual contexto internacional, el logro de una creciente competitividad y una inserción más dinámica en los mercados mundiales se ha convertido en condición indispensable para el crecimiento sostenido.

Se destacan varias condiciones para lograr una transformación productiva dinamizadora del crecimiento. Primero, el cambio de precios relativos favorable para la producción de rubros exportables y para el equilibrio del sector externo. Segundo, una dotación de factores productivos que esté en condiciones de responder a la demanda de productores de los rubros exportables y sustituidores eficientes de importaciones. Muchos de estos factores provienen de mercados que actualmente son imperfectos, incompletos o inexistentes. Por eso se requiere una política de apoyo público activa y eficaz para que la apertura se traduzca en un crecimiento autosostenido, que incluye el perfeccionamiento o creación de los mercados e instituciones necesarios para la mejora persistente de la productividad.

Se pueden distinguir por lo menos tres canales a través de los cuales las exportaciones pueden contribuir a incrementar el ritmo de crecimiento económico de un país.

Una primera vía es el rol que cumplen los ingresos procedentes de las exportaciones en cuanto a generar divisas, pues éstas, a su vez, permiten adquirir las importaciones que todo país requiere para alimentar su expansión económica.

Por otra parte, es importante aminorar las fluctuaciones del suministro de divisas, a fin de evitar las repercusiones que pueden tener los ciclos de los mercados internacionales de bienes sobre el nivel de actividad interna. En ese sentido, a las tradicionales políticas destinadas a diversificar la canasta de bienes exportados y de mercados de destino se ha sumado en los últimos años un conjunto de instrumentos que buscan disminuir las oscilaciones abruptas, como los fondos de estabilización para productos que representan un alto porcentaje de los ingresos de exportación, y el incipiente desarrollo de mercados futuros.

La segunda vía de influencia de las exportaciones en el desarrollo es la que opera a través de los llamados eslabonamientos. En trabajo pionero, Hirschman (1978) identificó los eslabonamientos productivos hacia atrás y hacia adelante. Los primeros se refieren a la posibilidad de que el desarrollo de determinada actividad induzca a la aparición o ampliación de proveedores locales de insumos y bienes de capital para dicha actividad (por ejemplo, el desarrollo de la exportación de frutas en conserva puede estimular la expansión de la

---

<sup>1</sup> Las ideas básicas de este apartado fueron tomadas de Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial, CEPAL, 1995.

fabricación de envases, o la instalación de una planta automotriz puede significar el desarrollo de una industria de autopartes). Los segundos, en cambio, aluden a la posibilidad de avanzar en los grados de elaboración o de incorporación de valor agregado a partir de una línea de producción existente (por ejemplo, la elaboración de celulosa a partir de la disponibilidad de recursos forestales).

La tercera vía a través de la cual las exportaciones pueden influir sobre el ritmo de crecimiento está asociada a su mayor contacto con la economía internacional, y a las exigencias de competitividad que tienen las actividades exportadoras.

En síntesis, hay numerosas razones que hacen aconsejables que un país aumente sus exportaciones. Estas representan, en general, la principal fuente de generación de divisas, que son esenciales para financiar las importaciones. A través de sus eslabonamientos, las exportaciones pueden contribuir también a activar recursos materiales y humanos disponibles pero insuficientemente utilizados por falta de demanda. Por otra parte, es probable que los recursos obtengan un mayor rendimiento productivo al utilizarse en actividades exportadoras, pues se puede usar más intensamente la capacidad instalada, hay mayor posibilidad de aprovechar las economías de escala (particularmente cuando se trata de países pequeños), y el acceso expedito a los insumos importados y la competencia externa induce una mayor eficiencia y una introducción más rápida de innovaciones en la producción de bienes y servicios exportables.

De esta manera, un primer paso para avanzar en este sentido es realizar un diagnóstico de cuáles son las actividades de se exportan en nuestra región de interés, los corredores productivos de la provincia de Buenos Aires.

## ***¿Qué exportan los corredores productivos de la provincia?***

### **Consortio Intermunicipal de Desarrollo (CIDERE)**

Dentro del mismo se observa que aproximadamente el 48,5% de sus exportaciones son realizadas por la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	48.50%
Productos minerales no metálicos	14.60%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	11.07%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	10.10%
Metálica básica y productos de metal	6.20%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.07%
Industria de la madera y aserraderos	2.23%
Otras industrias manufactureras	1.13%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	1.10%

En segundo lugar se puede mencionar al sector de productos minerales no metálicos participando con el 14% y en tercer lugar a las ramas de textiles, prendas de vestir y cuero y de maquinaria y equipo aportando el 10% de las exportaciones cada una.

De los cuatro municipios el único que presenta un perfil exportador diferente es Benito Juárez, ya que el 50% de sus exportaciones se concentran en productos minerales no metálicos, mientras que el 40% lo hace en productos textiles.

Dados los datos disponibles y tomadas en conjunto, el resto de las ramas no tiene un peso relativo significativo en las exportaciones de origen industrial dentro de este Corredor Productivo.

### **Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste (CODENOBA)**

Estos municipios presentan un perfil exportador un poco más diversificado que el anterior ya que la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco aporta el 40% mientras que el sector de maquinaria y equipo el 25% de las exportaciones totales de este Consorcio.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	39.07%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	25.22%
Metálica básica y productos de metal	10.06%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	8.42%
Industria de la madera y aserraderos	4.57%
Productos minerales no metálicos	2.70%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	2.52%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	1.59%
Otras industrias manufactureras	0.89%

Con un menor orden de importancia se encuentran las ramas de metálica básica y productos del metal y la de fabricación de papel participando con el 10% y el 8% de las exportaciones respectivamente.

### **Corredor Productivo del Atlántico (COPROA)**

En este caso, el valor de las exportaciones realizadas por la rama de alimentos, bebidas y tabaco alcanza la cantidad de \$ 85.362.429, lo que representa el 40% de las exportaciones de este Consorcio Productivo.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	39.70%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	19.90%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	12.89%
Industria de la madera y aserraderos	9.37%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	5.68%
Metálica básica y productos de metal	5.26%
Productos minerales no metálicos	3.62%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	2.05%
Otras industrias manufactureras	1.53%

El resto de las exportaciones se reparte entre las otras ocho ramas destacándose la de maquinaria y equipo (20% aprox.) y la de madera y aserraderos como la del papel, editoriales e imprentas con el 10% cada una.

### Corredor Productivo Buenos Aires

Las exportaciones de este corredor están altamente concentradas en la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que es allí donde las exportaciones alcanzan un valor de \$ 2.471.638 lo que representa el 65% en la tasa.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	65.78%
Metálica básica y productos de metal	12.39%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	10.98%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	4.25%
Industria de la madera y aserraderos	3.65%

Del resto de las ramas se ve que la de maquinaria y equipo participa con el 12,4% mientras que la de metálica básica y productos del metal lo hace con el 10%, repartiéndose el 12,6%

restante entre las otras ramas no teniendo precisión sobre como se reparte el mismo por falta de datos.

### **Consejo Productivo del Nor-Este (COPORONE)**

Comenzando por orden de importancia, en primer lugar se encuentra la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco con el 28% de las exportaciones, luego maquinaria y equipo con el 20%, en tercer lugar estarían los productos textiles, prendas de vestir y cuero con el 15% de todo lo exportado, y finalmente las ramas de productos químicos, derivados del petróleo, carbón, caucho y plástico; y metálica básica ambas participando con el 10% aproximadamente.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	28.69%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	19.70%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	14.70%
Metálica básica y productos de metal	10.68%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	9.50%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.58%
Industria de la madera y aserraderos	4.98%
Productos minerales no metálicos	3.42%
Otras industrias manufactureras	2.75%

### **Tandil, Olavarría, Azul, Rauch (TOAR)**

En este caso se observa que es el primero que no tiene a la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco en el primer lugar ya que mientras ésta participa del 25% de las exportaciones totales, el sector de productos minerales no metálicos aporta casi el 35% convirtiéndose así en el número uno en orden de importancia.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Productos minerales no metálicos	34.00%
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	24.02%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	15.14%
Metálica básica y productos de metal	9.36%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	6.60%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	4.98%
Industria de la madera y aserraderos	4.66%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	0.84%
Otras industrias manufactureras	0.40%

El tercer lugar lo ocupa maquinaria y equipo con el 15%, y luego se encuentra metálica básica con el 10%. Finalmente, se encuentra un grupo de tres sectores (fabricación de papel, editoriales e imprentas; productos textiles, prendas de vestir y cuero; industria de la madera y aserraderos) aportando entre un 6% y un 4% al total de las exportaciones.

### **Zona de Crecimiento Común**

Se observa, como en la mayoría de los casos, que el 40% de sus exportaciones son realizadas por la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco.

Hay tres sectores que se pueden destacar, el primero sería el de productos textiles, prendas de vestir y cuero; el segundo el de maquinaria, equipo, vehículos y automotores aportando cada uno aproximadamente el 15% y finalmente el sector de fabricación de papel, editoriales e imprentas en tercer lugar, con casi un 7% de las exportaciones de este Consorcio.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	42.95%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	16.28%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	13.22%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	6.73%
Productos minerales no metálicos	4.32%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	3.65%
Industria de la madera y aserraderos	3.33%
Metálica básica y productos de metal	3.31%

Del resto de las ramas productivas, ninguna supera la barrera del 4,4% en la participación del total de las exportaciones realizadas por este Consorcio.

### **Consorcio del Corredor Productivo del Sud-Este**

Su perfil exportador no difiere mucho de lo que se viene observando hasta este punto ya que el sector que reviste mayor importancia es el de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco aportando algo más del 35% de todo lo exportado, en segundo lugar se encuentra maquinaria y equipo con el 15% y en tercer lugar los productos textiles con el 10% aproximadamente.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	36.02%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	15.26%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	9.63%
Metálica básica y productos de metal	8.84%
Industria de la madera y aserraderos	6.11%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	5.86%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	4.02%
Productos minerales no metálicos	2.36%
Otras industrias manufactureras	1.99%

Finalmente, se puede decir que el restante 40% se reparte entre los otros seis sectores destacándose las ramas de metálica básica y productos de metal; industria de la madera y aserraderos; fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos; y fabricación de papel, editoriales e imprentas.

### **Consejo Productivo de Desarrollo Regional Cuenca del Salado**

Dentro del mismo se puede destacar que el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco participa del 35% de las exportaciones totales, mientras que, tanto la rama de productos textiles como la de maquinaria y equipo lo hacen con el 12%.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	36.00%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	12.67%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	12.39%
Metálica básica y productos de metal	8.35%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.12%
Industria de la madera y aserraderos	4.05%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	3.45%
Otras industrias manufactureras	3.15%
Productos minerales no metálicos	2.33%

En un segundo bloque se encontrarían las ramas de metálica básica y productos de metal; fabricación de papel, editoriales e imprentas; industria de la madera y aserraderos con un rango en su aporte relativo que va del 8% al 4%. Se observa además que el resto de las ramas tomadas individualmente, no tiene un peso relativo significativo en las exportaciones de origen industrial.

### **Consejo Productivo del Nor-Oeste (COPRONOBA)**

En el mismo se observa que las exportaciones están concentradas básicamente en el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que las mismas alcanzan un valor de \$ 70.543.660, lo que representa una participación 62 puntos porcentuales de todo lo exportado.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	62.71%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	11.94%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	6.50%
Metálica básica y productos de metal	4.92%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	3.74%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	3.12%
Productos minerales no metálicos	2.69%
Otras industrias manufactureras	2.33%
Industria de la madera y aserraderos	2.05%

Otras ramas que se pueden destacar son la de maquinaria, equipo vehículos y automotores y la de fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos, participando con un 12% y un 6,5% cada una respectivamente.

El restante 19,5% se reparte entre el resto de los sectores productivos de un modo equilibrado, destacándose el caso de la industria de metales elaborados, con casi un 5% del total.

### **Consejo Productivo del Salado (COPROSAL)**

Nuevamente se puede destacar a la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que aporta el 40% del total exportado.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	42.86%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	5.89%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	3.17%
Metálica básica y productos de metal	3.42%
Industria de la madera y aserraderos	2.56%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	1.25%
Productos minerales no metálicos	0.75%

El restante 60% se reparte entre los otros ocho sectores aunque en este caso no se puede realizar un detalle de su distribución debido a que dentro del mismo no hay datos disponibles como consecuencia del secreto estadístico.

### **Municipios al Mercosur**

El conjunto de jurisdicciones presenta una gran concentración de exportaciones ya que sólo el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco acumula casi el 60% de las mismas.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	58.57%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	12.00%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	8.02%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	4.78%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	4.46%
Productos minerales no metálicos	2.44%
Metálica básica y productos de metal	2.38%
Otras industrias manufactureras	1.55%
Industria de la madera y aserraderos	1.02%

En segundo lugar de importancia se encuentran los productos textiles prendas de vestir y cuero con una participación del 12% mientras que en tercer lugar se encontraría la fabricación de papel, editoriales e imprentas con el 8%.

Otros dos sectores para destacar son los de fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos; y maquinaria, equipo, vehículos y automotores ya que en conjunto aportan un 10% aproximadamente.

El 10% restante es exportado por los otros sectores aunque ninguno tomado individualmente realiza un aporte significativo.

Como **consideraciones finales** se puede destacar que la mayor parte de la Provincia, y los corredores productivos no constituyen excepción, tiene su principal fuente de exportación industrial en la rama de alimentos. En segundo lugar, se observa fuerte presencia dentro de las exportaciones de la industria de químicos y derivados de petróleo.

## ***Análisis de la encuesta en los corredores productivos.***

La Encuesta plantea identificar, mediante el estudio de empresas representativas desagregadas por diferentes sectores y corredores productivos, los sectores que exportan, características de los bienes exportados, necesidades para el incremento de su actividad y otros elementos determinantes de la competitividad de la región estudiada.

Este procedimiento permitirá recabar información que el Indec no actualiza desde hace mucho tiempo, pero que para los fines de este trabajo redundará en una mejor identificación de herramientas para alcanzar mayores estándares de competitividad.

Este relevamiento se torna más importante por las dificultades de acceder a información inmediata tras la devaluación, habida cuenta que la información oficial que permita un análisis sistemático de tal situación demorará en estar disponible.

### **Introducción**

De los 12 corredores productivos identificados, sólo 7 enviaron alguna información referente a las empresas radicadas en cada uno de ellos. Los mismos fueron:

1. Corredor productivo del Sudeste (sólo Bahía Blanca y Coronel Dorrego)
2. Consejo Productivo del Nor-Oeste (COPRONOBA) (Rojas, Gral. Arenales, Gral. Pinto, Lincoln, Chacabuco y Junín)
3. Consejo Intermunicipal de Desarrollo (CIDERE) (sólo Benito Juárez)
4. Zona de Crecimiento Común (Saladillo, 25 de Mayo, Gral. Alvear, Lobos, Roque Pérez y Bolívar).
5. Corredor productivo Buenos aires (COPROBA) (sólo de Gral. Villegas)
6. Consejo Productivo del Nor-Este (sólo de Baradero, Campana, San Nicolás y Zárate)
7. TOAR (Tandil, Olavarría, Azul , Rauch)

Debido a que la información suministrada fue sólo parcial, paralelamente a la información que enviaron los responsables de los corredores (o bien desde la intendencia de los municipios), se trabajó con una base de empresas (más de 6000) que consultaron o utilizaron algún servicio del IDEB durante 1998/99 y que se encontraban en los municipios en cuestión.

Dado que los restantes corredores productivos no mandaron al momento de realizarse el trabajo de campo información concerniente a las empresas en su región, ni tampoco

facilitaron ningún contacto, se decidió dejarlos fuera de la muestra y focalizarse en los municipios que sí lo hicieron.

#### Muestra seleccionada

Corredor Productivo	Empresas encuestadas
Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste	31
Corredor Productivo Buenos Aires	15
Corredor Prod. Del Sud-Este	57
Consejo Productivo del Nor-Este	48
TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)	34
Zona de Crecimiento Común	32
Consejo Productivo del Nor-Oeste	28
<b>Total de Encuestas</b>	<b>245</b>

Se analizarán los principales resultados de la encuesta según diferentes criterios:

- 1- Análisis general de los resultados
- 2- Análisis por Corredor Productivo
- 3- Análisis por sector de actividad
- 4- Desagregando las empresas según que estas exporten o no exporten

#### **Análisis general de la encuesta**

Se analizarán diferentes aspectos de las empresas encuestadas: el perfil institucional, el perfil productivo, la situación ocupacional, la estructura de costos de producción, la evolución de la comercialización de los productos, el origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente, los obstáculos para la expansión de las exportaciones, el perfil tecnológico y las formas de financiamiento de las empresas.

#### **Perfil institucional de la empresa**

Sólo dos de los empresarios consultados tienen participación de capitales extranjeros, es decir que el 99% del universo de la encuesta está compuesto por empresas de capital netamente nacional.

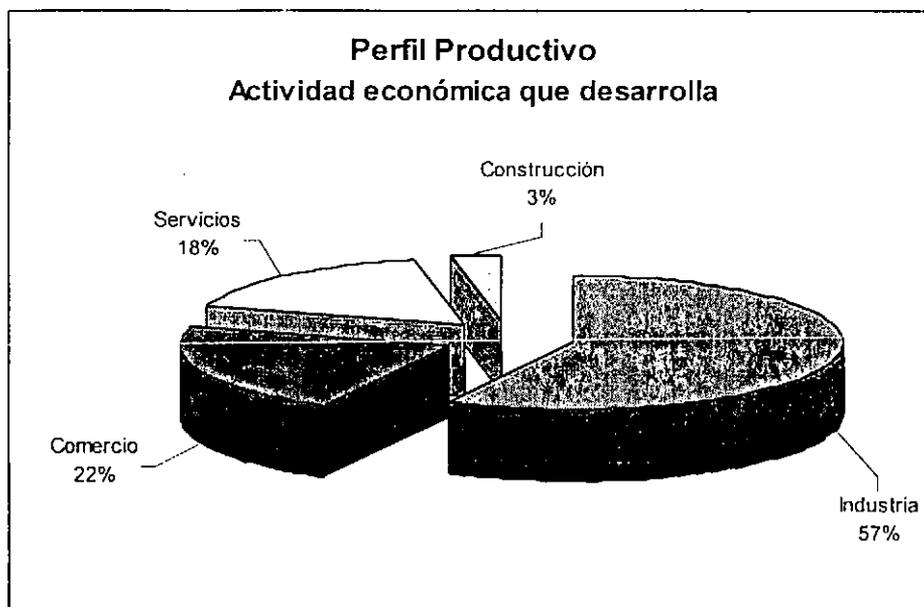
En los 2 casos de empresas con participación de capital del exterior, se trata de sucursales de empresas mayoritariamente extranjeras, dado que la participación de capital extranjero fue estimada por los encuestados en un 80% y un 99%.

El 89% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 11% posee una o más sucursales. El promedio de sucursales es de 8, no obstante, si se excluye un caso de una empresa de comercialización de electrodomésticos que cuenta con 120 sucursales, dicho promedio desciende a 4, y se observa que en general, la mayoría de las empresas tienen una sola sucursal.

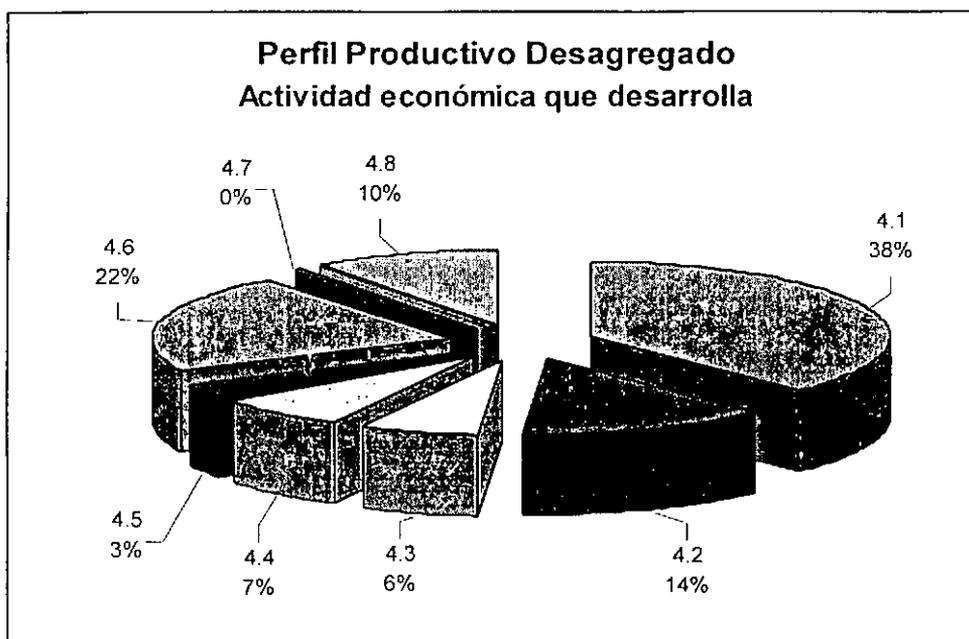
El 98% de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires, porcentaje que disminuye al 85% si restringimos el universo a aquellas que tienen sucursales (15% tienen casas matrices fuera de la Provincia).

### **Perfil productivo**

Un 57% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 22% al comercio, 18% presta algún servicio y 3% son empresas de construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras empresas.



#### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

#### **Situación ocupacional**

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 11 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 12 si consideramos a todas las personas que trabajan en el mismo.

Sin embargo, a pesar del promedio de 11 empleados por establecimiento, sólo un 27% del total de empresas tienen más de 10 (14% tienen entre 10 y 20 empleados, 9% entre 21 y 50 empleados, 2% entre 51 y 100 y 2% tienen más de 100 empleados).

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue una disminución del orden del 15%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por fuertes reducciones en empresas chicas, en general de menos de 10 empleados, quienes expulsaron en promedio al 50% de los mismos. Por su parte, en las empresas grandes las variaciones en

el número de empleados es muy dispar (algunas aumentaron y otras disminuyeron su dotación de personal).

No se observan correlaciones entre variación en el empleo y sector de actividad, ni con otras variables analizadas (por ej. si la empresa utilizó o no algún servicio de asesoramiento tecnológico, de gestión, etc.).

### **Estructura de costos de producción**

De las 245 empresas encuestadas, 80 (33%) utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 35% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que fabrican bienes de consumo (41% de las que usan insumos importados) o que comercializan bienes no producidos por ellas (34%). También es importante la importación en el costo de las que fabrican insumos para otras industrias (21%), de las empresas de servicios (19%) y de la reparación de equipos (13%). Las industrias más fuertemente atadas a insumos del exterior son en general las vinculadas con el acero y los productos químicos. También es recurrente la importación de repuestos para maquinarias, productos del plástico y el papel, *toner* e insumos para imprentas y en algunos casos, maderas (especialmente roble de Brasil).

### **Comercialización de los productos**

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 19 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 8% del universo de la encuesta. La mayoría son empresas que exportan cereales o productos del metal y de fundición. En casi todos los casos, el resto de sus ventas no se circunscribe al ámbito local sino que se destina al resto del país, más allá de la región inmediata.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local, en mayor medida a la ciudad (74%) y a la región (64%), mientras que un 28% de las empresas dijeron vender en el resto del país<sup>2</sup>.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables o han aumentado, no registrándose ninguna caída. Al estar este grupo fuertemente superpuesto con las que venden al resto del país, se observa que la variación promedio de ventas en las empresas que participan del mercado

---

<sup>2</sup> Nótese que la suma de los porcentajes da más del 100% en función de que generalmente las empresas venden en más de un lugar geográfico predeterminado.

nacional es positiva (17%). No obstante, en las empresas más orientadas al mercado regional y local, la variación promedio fue negativa: disminuyó un 19% en el caso de que venden a la ciudad y un 11% entre aquellas que lo hacen hacia la región.

La principal caída en las ventas se dio en empresas industriales, seguidas por las comerciales. Las industrias con mayor repercusión negativa fueron las de metales básicos y productos del metal seguidas por las de madera y aserraderos, en particular, las vinculadas a la construcción (aberturas de aluminio, rejas, mezcladoras, piletas) las de fabricación de productos químicos, y las de alimentos y bebidas y textiles. También se registraron caídas en los servicios.

Los aumentos de ventas más significativos se produjeron en las industrias de alimentos y bebidas, en la metalurgia y la fabricación de maquinaria, equipos y automotores (sobre todo asociadas al agro tales como implementos agrícolas, repuestos para maquinarias agrícolas, etc.) y en menor medida en textiles y químicas (agroquímicas especialmente).

### **Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente**

Se observa que el principal país de **destino de los bienes que se exportan** es Brasil, seguido por los países limítrofes. Al primero se destinan fundamentalmente metales básicos y productos de metal (matrices, quemadores y productos de la fundición). También es muy importante la exportación de cereales, con Brasil y los países limítrofes también como principales destinos. Se exportan cereales y miel a países de la Unión Europea y secadores de granos, extractores y silos a Uruguay, Paraguay, Bolivia y Chile.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es también el principal origen de las mismas, compuestas por productos químicos (especialmente agroquímicos, fertilizantes, etc.), metales (acero, aluminio y zinc), herramientas, repuestos, equipos y materiales, papel y madera (roble). También se importan golosinas y algunos equipos electrónicos y computadoras.

Los agroquímicos y fertilizantes también se importan en gran medida desde Alemania y otros países europeos, Brasil y Estados Unidos. De Estados Unidos se importan asimismo equipos, envases y golosinas. Otros países de origen de importaciones son Japón, China, Sudáfrica, Malasia, Taiwan y México.

### **Obstáculos para la expansión de las exportaciones:**

El 85% de los exportadores manifestaron que los aranceles son el principal obstáculo para sus exportaciones, un 20% mencionó también las barreras sanitarias, técnicas o ambientales, otros hicieron referencia a las prohibiciones y las reglamentaciones sobre prácticas comerciales desleales y unos pocos señalaron las cuotas y las preferencias a terceros países.

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su capacidad exportadora, los empresarios señalaron principalmente las cargas impositivas y fuertes retenciones, la falta de crédito, la excesiva burocracia y la falta de información por parte del gobierno, el default, la conjunción de una fuerte inestabilidad con constantes cambios en las reglas y una ausencia de políticas claras (en particular de la política exterior) y su conllevada falta de credibilidad en el país. Algunos señalaron también la convertibilidad y la falta de transparencia de los mercados, mientras que otros hicieron referencia a la intervención del Estado y al límite de ingreso de divisas.

Por el contrario, al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, la mayoría hizo referencia a la devaluación y pesificación, mientras que muchos reclamaron también subsidios, créditos para las PyMEs y líneas de crédito en general, reducción de impuestos, simplificación de los trámites y disminución de la burocracia. En todos estos puntos, hay gran coincidencia entre los empresarios (las respuestas son notablemente similares).

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea. Sin embargo, el 44% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur: un 29% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno, un 8% que es muy bueno y otro 8% que es malo. Del total de respuestas positivas, esto significa que el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es bueno, el resto se reparte entre los extremos de los que creen que es malo o muy bueno.

### **Perfil tecnológico**

Un 58% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de 15 años.

Muy pocos empresarios (sólo 7) dijeron haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 22% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, y en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

### **Financiamiento de las empresas**

Ninguno de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, en general manifestaron tener dificultades para acceder a éste; por otra parte, la mayor parte (sobre todo de los comerciantes) afirmó que no tiene interés ni intenciones de comprometerse con créditos, de modo que su desconfianza en el sistema e incertidumbre hacen que prefiera no tomarlos ni aún si los tuviera disponibles.

Este tema se reafirma cuando se pregunta acerca de las alternativas de financiamiento que utilizan:

- el 78% dijo financiarse totalmente con fondos propios,
- un 10% hace uso de giro en descubierto sobre cuentas corrientes,
- un 8% ha obtenido líneas de crédito de entidades públicas,
- 2% dijeron utilizar descuento de documentos,
- 2% utiliza facturas u otros valores, y
- 2% manifestó haber empleado líneas específicas propias de los bancos comerciales.

La percepción de los empresarios con respecto a la tasa de interés es que es muy alta (55%) o alta (27%), mientras que curiosamente un empresario dijo que era baja y otro que era muy baja. El resto no respondió a la pregunta. De igual modo, sólo dos empresarios dijeron haber utilizado financiamiento proveniente del mercado de capitales.

Con respecto a los bancos, es significativa la cantidad de encuestados que dijeron haber dejado de utilizar servicios bancarios o emplear los mínimos indispensables para su funcionamiento. El 20% no tiene cuentas de ningún tipo en ningún banco. Los demás usan dos bancos en promedio, un 16% usan igual proporción de públicos y privados, un 43% usa más públicos que privados, y el resto usa más bancos privados que públicos.

## **Análisis por Corredor Productivo**

### **Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste**

Se encuestaron en total 31 empresas, 9 en Bragado, 6 en Nueve de Julio, 8 en Pehuajó y 8 en Trenque Lauquen.

#### *Comentarios generales*

En la región se encuentran muchas empresas vinculadas a la producción agropecuaria (venta y reparación de implementos agrícolas, acopiadores de cereales, silos, etc.), la cual manifiestan los encuestados que ha mejorado considerablemente luego de la devaluación. También mencionaron como muy positiva la pesificación de las deudas que tenían los productores agropecuarios... "el campo pudo pagar sus deudas y se esta capitalizando"...

Sin embargo, no todos los proveedores del agro están mejorando su situación, los comerciantes de productos agroquímicos (herbicidas, fertilizantes, etc.) manifiestan que mientras compran sus productos (a los laboratorios) en dólares, los tienen que vender en pesos, por lo cual los márgenes de ganancia han disminuido fuertemente y muchos productores prefieren comprar directamente en los laboratorios.

Los encuestados mencionan a las inundaciones como el gran problema del campo... "*la situación acá es el agua, el 30% de los campos están inundados.*"...

Un segundo grupo de empresas también mejoraron su situación a partir de la devaluación por hacerse competitivos sus productos (fabrica de aberturas, maquinaria pequeña, fabricas de ropa, etc.). Se generó aquí para determinados productos el conocido proceso de sustitución de importaciones.

Finalmente, un tercer grupo que dedica sus actividades hacia el sector interno no logra mejorar hasta el momento la demanda de sus productos (fabricas de helados, de galletitas, panaderías, elaboración de mosaicos, etc.).

Uno de los grandes problemas enunciados por todas las empresas es la falta de acceso al crédito... "yo vendo al contado o a plazos no mayores de 30 días"... "tampoco hay crédito de los proveedores"... "no hay crédito para las Pymes"...

Otro problema mencionado fue la falta de ayuda necesaria por parte del Estado (provincial o municipal) para mejorar su producción y/o poder exportar

### *Perfil institucional de las empresas*

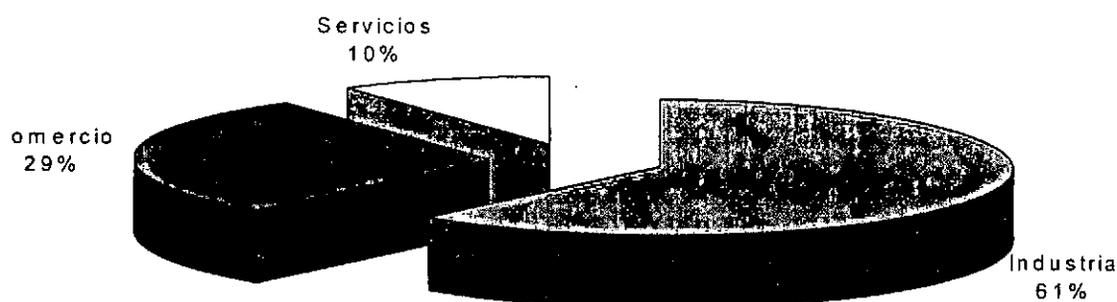
El análisis del **perfil institucional** de las empresas consultadas muestra que ninguna tiene participación de capital extranjero, es decir que el 100% de las empresas encuestadas de la región son de capital nacional. A su vez, la totalidad de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

El 77% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 23% restante tiene sucursales (10% posee una y 13% más de una sucursal). Teniendo en cuenta sólo las empresas que tienen sucursales, el promedio de sucursales es de 2,14.

### *Perfil productivo*

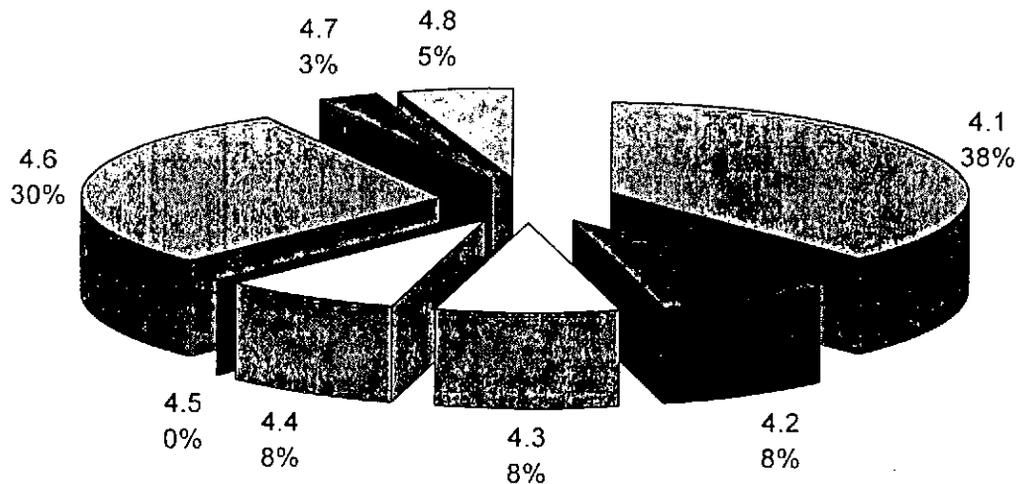
Un 61% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 29% al comercio y el 10% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras industrias, fabricación de bienes de capital y reparación de equipos. Otro sector para destacar es el de comercialización de bienes no producidos por la empresa que participa con el 30% de la actividad dentro de este corredor.

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

### *Situación ocupacional*

La **situación ocupacional** en las empresas encuestadas muestra que tienen en promedio 20.3 empleados por establecimiento, elevándose levemente a 21.5 personas si incluimos a aquellas personas no asalariadas que también trabajan para el establecimiento (principalmente familiares).

Se observa que el 61% de las empresas tienen menos de 10 empleados, el 29% entre 11 y 50 y el 10% restante tiene más de 100 trabajadores empleados.

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue del 3.7%.

### *Estructura de costos de producción*

Respecto de los **costos de producción**, 9 de las empresas encuestadas (30%) utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 18.6% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que fabrican productos de metálica básica y maquinaria y equipo.

### *Comercialización de los productos*

El análisis del *destino geográfico* de las ventas muestra que estas están concentradas principalmente en la ciudad y en la región. En promedio las ventas totales de este corredor (teniendo en cuenta los distintos sectores en forma agregada) tuvieron una caída del 16%, la cual ha sido proporcional para cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

Sólo 2 de las empresas entrevistadas exportan (un silo y empresa de prendas de vestir), lo cual representa sólo el 6% del total de empresas del Corredor Productivo.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el principal país de destino de los bienes que se exportan por este corredor es Chile, seguido por Paraguay. Al primero se destinan fundamentalmente metales básicos y productos de metal (Silos) y al segundo, prendas de vestir.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por repuestos, policarbonato, telas, acero, tinta, tonner, vegetales, químicos y películas. También se importan en gran medida desde Alemania e Italia productos para la fumigación.

### *Perfil tecnológico*

Un 42% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de casi 9 años. Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 35% de los encuestados manifestó haberlos utilizado. Sin embargo, en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

### *Financiamiento de las empresas*

El tema del **financiamiento de las empresas** aparece como uno de los problemas principales a resolver. Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como altas o muy altas las tasas de interés relevantes para sus empresas, lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

### **Consejo Productivo del Nor-Este**

Se encuestaron en total 48 empresas, 15 en San Nicolás, 8 en Baradero, 15 en Campana y 10 en Zárate.

### *Comentarios generales*

Si bien esta región representa casi el 40% del total de producción industrial de los corredores productivos, su situación parece empeorar con el paso del tiempo<sup>3</sup>. Se trata en su mayoría de empresas de bienes y servicios vinculadas a la demanda del sector interno: fabricas de muebles, de pastas, de soda y agua, imprentas, de ropa, de productos de tornería, de lonas y piletas, de cortinas metálicas, helados, de envases de hojalata, servicios de reparación de electrodomésticos, de bobinado de pequeños motores, reparación de muebles, hoteles, etc. También es importante la producción metalmecánica y actividades relacionadas: fabricas de insumos de acero, de bienes de tornería y herrería, tubos y repuestos de acero para maquinaria, etc.

La gran mayoría de las empresas encuestadas manifestaron que se está trabajando menos (o bien disminuyeron personal o bien el tiempo de trabajo), principalmente por la escasez de demanda por parte del público. Muchos de los encuestados mencionaron que redujeron los márgenes de ganancia para poder vender y en varios casos que dejaron de pagar impuestos para poder continuar su actividad. Algunos trabajan sólo contra pedido, pero no se trata del "just in time" japonés (que busca trabajar sin stocks) sino que tienen actividad en forma intermitente.

En forma similar a lo encontrado en otras regiones, se observa que los proveedores no financian las compras, por lo cual ya no pueden vender a plazos largos a sus clientes. En general, se compra y vende "al contado". La mayoría utiliza bancos sólo para la cuenta corriente o para descontar cheques, prefieren no endeudarse debido a que los intereses bancarios son muy altos (se manejan con fondos propios).

---

<sup>3</sup> Hay que tener en cuenta que en esta región se hallan grandes empresas (como SIDERCA) que no fueron encuestadas pero representan una parte muy importante del total producido. En el presente trabajo se encuestaron principalmente PYMES.

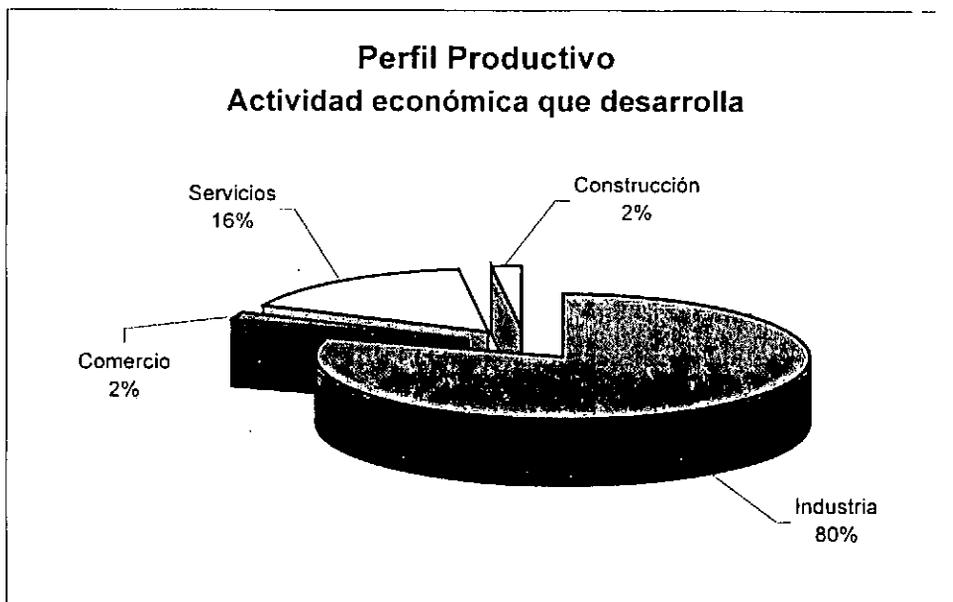
### *Perfil institucional de la empresa*

Sobre una muestra tomada en 4 partidos integrantes del Consejo Productivo del Nor-Este la totalidad de las empresas integrantes fueron de capital netamente nacional.

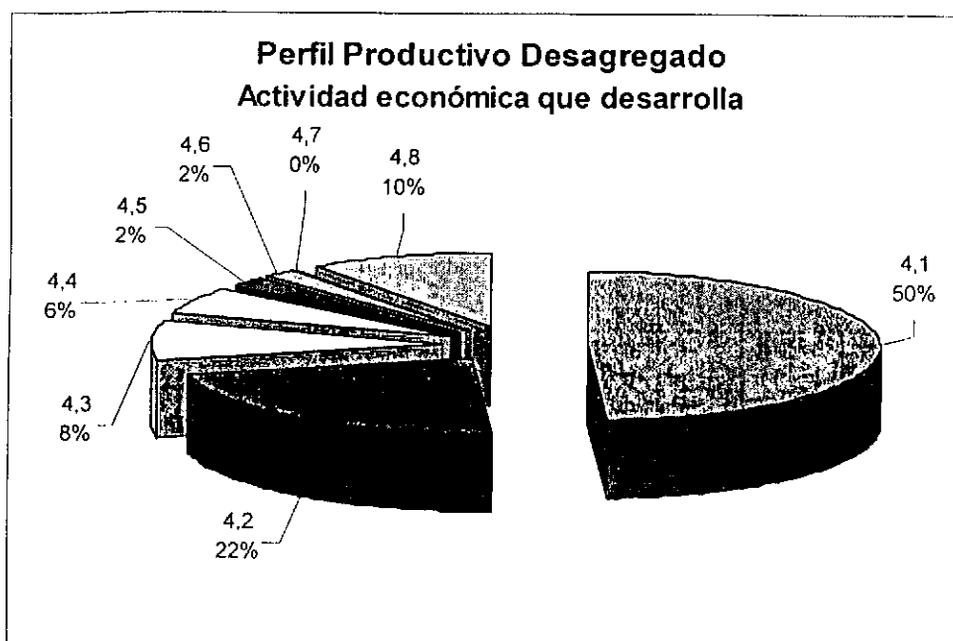
El 96% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que sólo el 4% posee una o más sucursales, teniendo estas en su totalidad la casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

### *Perfil productivo*

Un 80% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 16% presta algún servicio, 2% son comercios, y 2% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras empresas, sumando entre ambas el 77% del total de la muestra, según el siguiente gráfico:



#### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

#### *Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 4 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 6 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento (se incluyen propietarios, familiares y otros no asalariados).

El 92% del total de empresas tienen menos de 10 empleados y el resto no supera en ningún caso la cantidad de 20 empleados.

Un 67% de las empresas no variaron su personal en este último año, mientras que el 31% lo disminuyó. La variación promedio del número de empleados fue una disminución del orden del 38% entre aquellas empresas que modificaron la cantidad de empleados.

Las empresas que disminuyeron su personal son en su mayoría del sector industrial (en especial las de metales básicos y productos del metal) y en menor medida de servicios (sobre todo las empresas dedicadas a reparaciones).

### *Estructura de costos de producción*

De las 48 empresas encuestadas, el 15% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 36% de los insumos totales. Se trata de empresas del sector industrial que fabrican bienes de consumo (71% de las que usan insumos importados) o que fabrican insumos para otras industrias (29%).

### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que la totalidad de las empresas comercializa sus productos en el país. En el 92% de los casos se da que las ventas se circunscriben al ámbito local en una cantidad del 50% o más del total de ellas.

El promedio de caída de las ventas fue de un 40%, ya que en el 73% de las empresas cayeron las ventas, mientras que en el 19% no variaron en el último año. La principal caída en las ventas se dio en las empresas industriales. Las industrias con mayor repercusión negativa fueron las de metales básicos y productos del metal seguidas por las de madera y las de alimentos y bebidas. También se registraron caídas en los servicios, sobre todo en hotelería.

Los aumentos de ventas se produjeron en las industrias de bienes de consumo, aunque estos no fueron tan significativos como en el caso de las caídas ya que su promedio fue de una suba del 20%, siendo en algunos casos estacional y en otros acotada por la falta de financiación que evidencian las empresas ya sea tanto con proveedores como con los bancos.

### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones*

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea. Solo respondió un 23% con respecto al Mercosur: un 8% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno, y otro 15% que es malo. Del total de respuestas positivas surge que el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es malo, el resto cree que es bueno. El desconocimiento mayoritario sobre las políticas comerciales se relaciona con la ausencia de empresarios que exporten sus productos, en cuanto a aquellos que tienen expectativas futuras, estos se ven acotados por la falta de crédito.

### *Perfil tecnológico*

Un 67% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. A pesar de ello la antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 22 años, siendo el 38% de las empresas superior al promedio (entre 25 y 50 años).

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología, sino que se debió al aumento en los costos (sobre todo de la materia prima) sumado a la disminución en las ventas.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 13% de los encuestados manifestó haberlos utilizado. Esto nos hace inferir, junto con el promedio de antigüedad de los equipos más importantes, el bajo dinamismo de la estructura empresarial del Corredor si consideramos que esta interacción entre la empresa y el sistema científico-tecnológico se ha tornado crucial en los últimos años en Argentina para incrementar los niveles de competitividad hacia adentro de la firma.

### *Financiamiento de las empresas*

Ninguno de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, el 90% manifestó tener dificultades (motivado por la cantidad de requisitos pedidos y las altas tasas de interés actuales) y el resto afirmó no tener interés de comprometerse con créditos manejándose con fondos propios (realiza sus operaciones hasta cuando se lo permite el movimiento de ingresos-egresos). Esto se traduce en la falta de utilización de bancos en el desarrollo de sus operaciones (el 44% dijo no utilizarlos en forma habitual) que se suma a la falta de crédito de los proveedores. En los casos de empresas que se manejan habitualmente con los bancos, sólo lo hacen con 1 o 2 y en su mayoría Públicos.

### **TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)**

Se encuestaron en total 34 empresas, 9 en Azul, 15 en Olavarría y 10 en Tandil.

### *Comentarios generales*

Dentro de las empresas encuestadas se encuentran varias dedicadas a la producción de matrices de acero, aluminio y hierro, fundiciones para otras empresas, productos metálicos varios, materiales para la construcción, fabricas de elementos para el campo, fabricas de aberturas, acopio de cereales, pequeñas empresas de venta de productos alimenticios y veterinarios, y servicios varios (seguros, mantenimiento industrial).

El principal problema mencionado por los encuestados es la falta de crédito y financiamiento en general. De esta manera, se han acortado los plazos de las transacciones: ni los proveedores les financian las compras ni ellos venden a plazos a sus clientes. En general, se compra y vende "al contado", aunque se pierdan ventas prefieren este sistema a pedir prestado debido a que los intereses bancarios son muy altos.

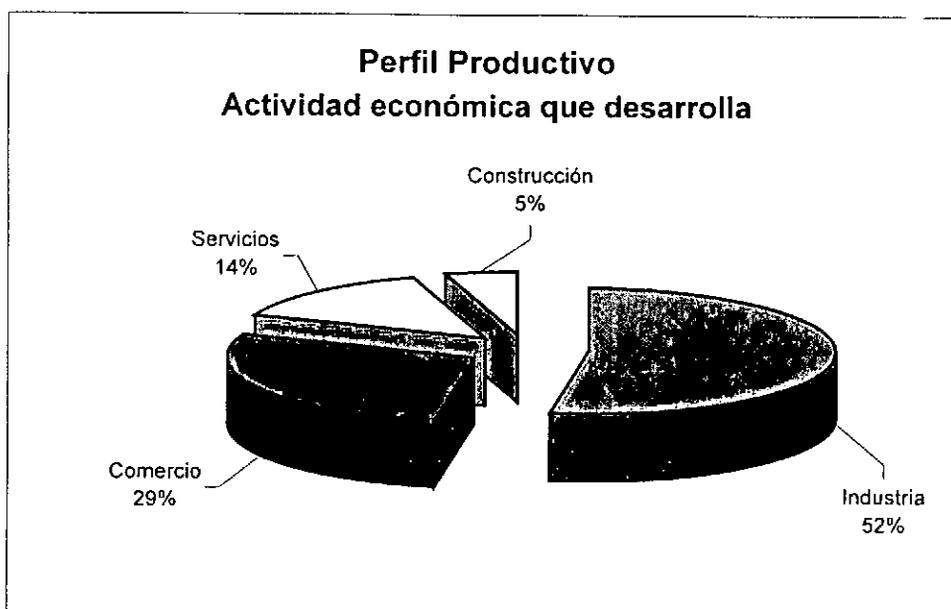
Muchos de los encuestados mencionaron que les gustaría exportar, pero que no conocen cómo hacerlo ni tienen información de instituciones que puedan asesorarlos. Varios trabajan sólo contra pedido, dado que tienen actividad sólo en forma intermitente.

### *Perfil institucional de la empresa*

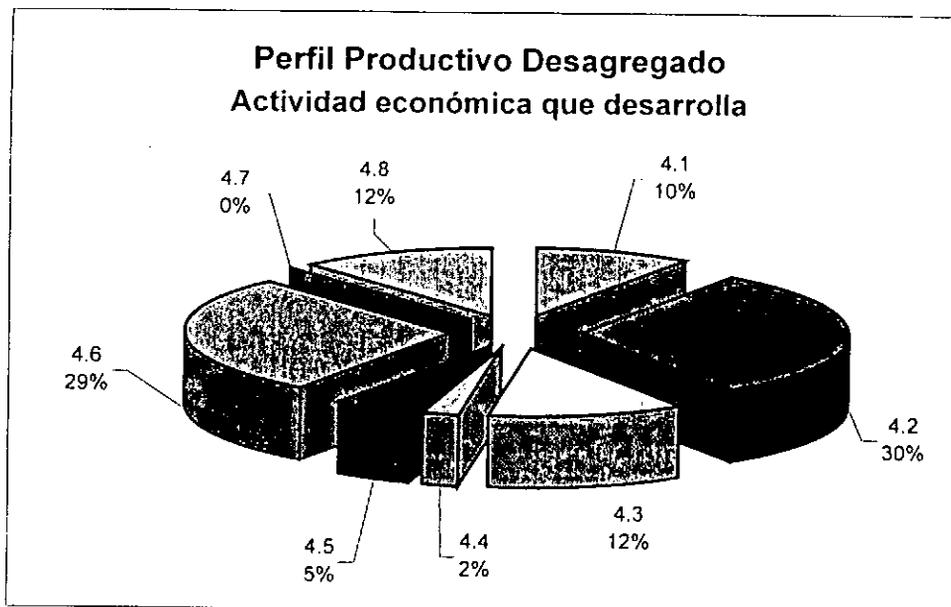
Sólo uno de los empresarios consultados tiene participación de capitales extranjeros, de manera que el 99% restante de las empresas son totalmente de capital nacional. El 91% de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos y el 88% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 12% posee una o más sucursales. Entre las que sí tienen sucursales, su promedio de es de 8, no obstante se observa que en el 50% de los casos las empresas tienen una sola sucursal.

### *Perfil productivo*

Un 52% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 29% al comercio, 14% presta algún servicio y 5% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de insumos para otras empresas aparece entre las actividades más importantes, así como la comercialización de bienes no producidos por la empresa, siendo en conjunto el 59% de las actividades, según el siguiente gráfico:



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

*Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 12 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 15 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento. Sin embargo si retiramos del cálculo una empresa que cuenta con 220 empleados vemos que el promedio baja a 6 y 8 respectivamente.

En esta muestra se da que el 74% de las empresas están por debajo del promedio e incluso un 21% no cuenta con empleados, ya que sólo trabajan los propietarios y/o familiares; el resto de las empresas varían entre 8 y 33 empleados con un promedio de 19, exceptuando a la empresa que cuenta con 220 empleados.

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue una disminución del orden del 26%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por fuertes reducciones

en empresas chicas, en general de menos de 6 empleados, quienes expulsaron en promedio al 67% de los mismo. Por su parte, en las empresas más grandes no hubo expulsión de empleados y hubo aumento en el 50% de ellas.

#### *Estructura de costos de producción*

Del total de empresas encuestadas 41% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 33% de los insumos totales de dichas empresas. Principalmente se trata de empresas que fabrican insumos para otras industrias (40%), de servicios (15%), de fabricación de bienes de consumo (15%) y de comercialización de bienes no producidos por la empresa (15%).

Las industrias más fuertemente atadas a insumos del exterior son en general las vinculadas con el acero, con el papel y las maderas (importando especialmente roble de Brasil).

#### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que 7 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 21% del total de la encuesta del corredor. La mayoría son empresas que exportan cereales, matrices de acero y de fundición. En todos los casos, el resto de sus ventas no se circunscribe al ámbito local sino que se destina al resto del país, más allá de la región inmediata.

Si consideramos el total de empresas, el 71% de ellas destina la mayor cantidad de sus ventas a la ciudad y la región, mientras que un 24% de las empresas dijeron vender la mayor cantidad en el resto del país y el resto en el exterior.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables en un 29% de los casos, han aumentado en otro 29% (en el orden del 100% y 200%), registrándose caídas leves en el 42% (del 5% al 20%).

En cuanto a las empresas más orientadas al mercado regional y local, en el 54% de los casos las ventas disminuyeron, en el 33% permanecieron constantes y en un 13% aumentaron, por lo que la variación promedio fue negativa en un 35%.

La principal caída en las ventas se dio en empresas industriales, seguidas por las comerciales. La industrias con mayor repercusión negativa fueron las de hierro, las de madera y las de aberturas de aluminio.

Los aumentos de ventas más significativos se produjeron en la industria de fundición para otras empresas.

#### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el único país de **destino de los bienes que se exportan** es Brasil. Se destinan fundamentalmente cereales y productos de metal (matrices, quemadores y productos de la fundición). También es muy importante la exportación de cereales, con Brasil y los países limítrofes también como principales destinos.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por metales (acero, aluminio y zinc) y madera (roble). Otros países de los cuales se importan insumos (en especial papel y fertilizantes) son España, Bélgica, Alemania, Italia, Polonia, Ucrania , Rusia, EEUU, Japón y China.

#### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones:*

Los exportadores manifestaron que la falta de credibilidad, confiabilidad y estabilidad monetaria junto con el default son el principal obstáculo para sus exportaciones. Además no están de acuerdo con las retenciones, el reintegro del iva y la burocracia en la cadena de exportación.

Al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, la mayoría hizo referencia a la devaluación y pesificación, mientras reclamaban líneas de crédito para la exportación.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, ALCA, acuerdos con los países asiáticos, y con la Unión Europea. Solo el 35% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur aunque la respuesta fue en todos los casos positiva ya que un 67% del total opina que el acuerdo es bueno y el 33% que es muy bueno.

#### *Perfil tecnológico*

Un 59% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década, lo que se ve reflejado en la antigüedad promedio de los equipos más importantes la cual es de 12 años.

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 12% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, y en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

#### *Financiamiento de las empresas*

Sólo el 12% de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, en general manifestaron tener dificultades para acceder a éste, lo que se ve reflejado en que la mayor fuente de financiamiento de todas las empresas son los fondos propios ante las altas tasas de interés y los engorrosos requisitos para poder obtener créditos.

El 85% de las empresas utilizan bancos en sus actividades habituales, en su mayoría con uno o dos bancos (77%), repartidos en forma similar entre privados y públicos.

#### **Zona de Crecimiento Común**

Se encuestaron en total 32 empresas, 8 en Bolívar, 9 en Lobos, 9 en Saladillo y 6 en Veinticinco de mayo.

#### *Comentarios generales*

Se trata en su mayoría de empresas de bienes y servicios vinculadas a la demanda del sector interno: fabricas de muebles, de galletitas y pastas, de dulces y conservas, chacinados y productos de granja, de soda y jugos, de ropa, apicultores y productos para la apicultura, productos de tornería, de lonas y piletas, helados, marroquinería, etc.

La gran mayoría de las empresas encuestadas manifestaron que se está trabajando poco, y en varios casos que dejaron de pagar impuestos para poder continuar su actividad (varios trabajan a puertas cerradas).

En muchos casos se destaca que tienen maquinaria (capacidad productiva) para producir más, pero no lo hacen o bien por falta de financiamiento o bien por falta de demanda.

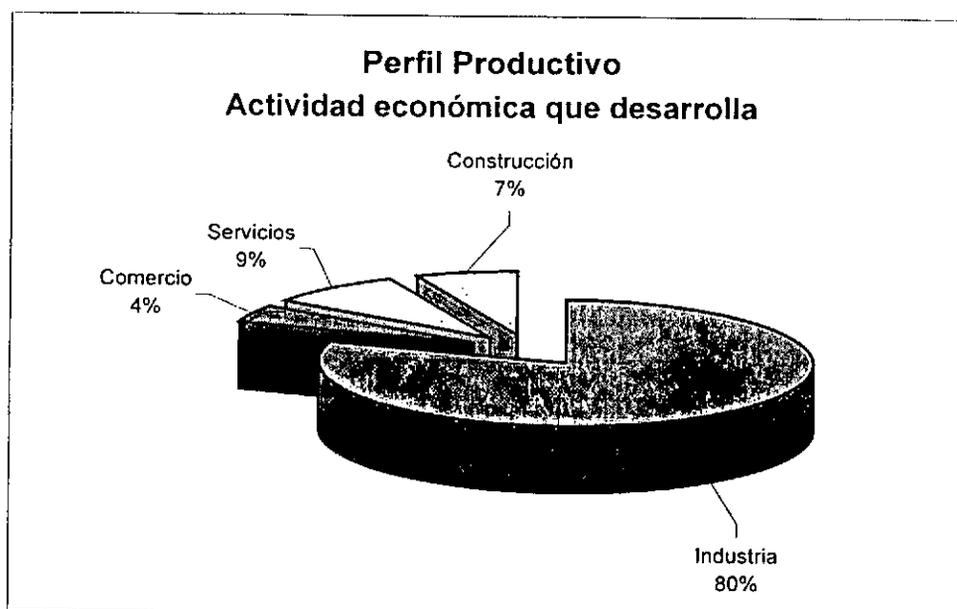
Sólo en algunos casos puntuales se observa una mejora en la producción (apicultores, fábrica de implementos para la apicultura, fábrica de ropa de bebé). En el caso de los apicultores, la totalidad de la producción se destina a la exportación, aunque las exportaciones las realizan intermediarios (lo mismo ocurre en el caso de varios acopiadores de cereales).

### *Perfil institucional de las empresas*

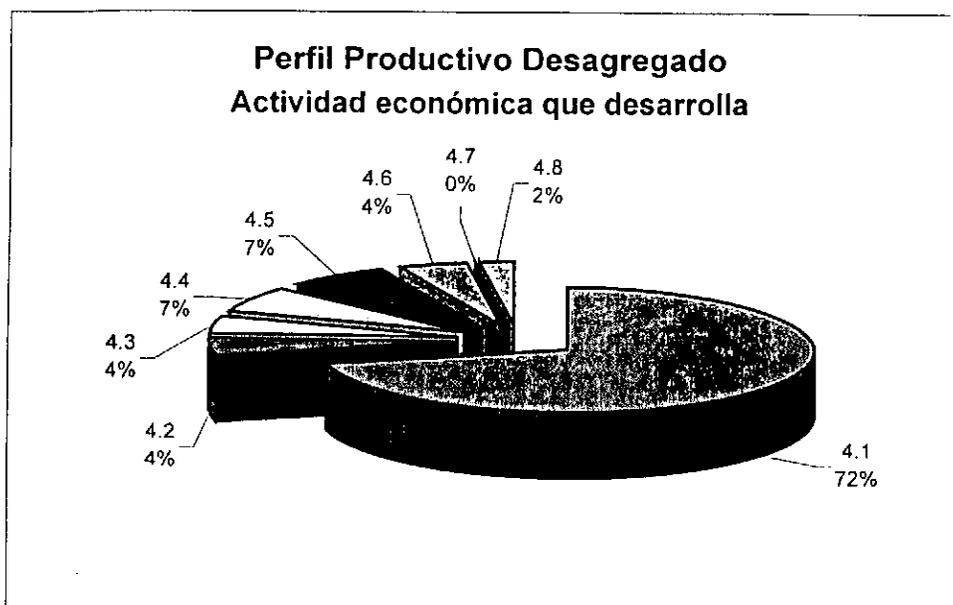
La muestra tomada sobre los 4 partidos de la Zona de Crecimiento Común está compuesta por empresas de capital netamente nacional. El 94% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 6% posee una o más sucursales, teniendo estas su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

### *Perfil productivo*

Un 80% de las empresas encuestadas se ubican en el sector industrial, 4% en el comercio, 9% presta algún servicio y 7% son empresas del sector de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece como la actividad más importante, representando el 72% del total, según el siguiente gráfico:



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios



*Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 6 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 7 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento (se incluyen propietarios, familiares y otros no asalariados). Sólo un 19% del total de empresas tienen más de 10 empleados (en su totalidad dentro del límite de los 35 empleados).

En este corredor no hubo empresas que crearan nuevos puestos de trabajo. El 72% de las empresas mantuvo a sus empleados en este último año y un 28% de las empresas redujo personal (en un promedio del 44%). Esta reducción de personal se explica por la reducción en las empresas de menos de 10 empleados. Las empresas con más de 10 empleados mantuvieron su personal.

El 33% de los empresarios reconoció que la compra de nuevos equipos contribuyó a la reducción del personal que se sumó a una disminución de sus ventas en el mismo periodo del 40%.

### *Estructura de costos de producción*

Del total de empresas encuestadas, el 13% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 45% de los insumos totales. Se trata de empresas que comercializan sus productos en su mayor porcentaje fuera del ámbito local, ya sea en la región (45%) como en el resto del país (30%).

### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 1 de las empresas entrevistadas exporta sus productos (miel y sus derivados). El resto de las ventas de esta empresa no se circunscribe al ámbito local sino que se destina a toda la región.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local (un 84% en la ciudad y la región distribuidos en forma similar entre ambas), mientras que solamente un 13% de las empresas dijeron vender en el resto del país<sup>4</sup>.

Observando la variación de las **ventas en el último año** vemos que el 75% de las empresas ha tenido una disminución en promedio del 44%, mientras que el 16% a aumentado sus ventas en un promedio del 23%. Las empresas que vieron disminuir más sus ventas fueron las que se comercializan en el ámbito local y regional.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

**Los destinos de la exportación** son los países integrantes del Nafta (EE.UU. y Canadá) y países de la Comunidad Económica Europea (Alemania e Italia). Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas.

### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones*

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su posibilidad de exportar, los empresarios señalaron principalmente las cargas impositivas y fuertes retenciones, la falta de crédito y la falta de información por parte del gobierno.

Las políticas que piden los empresarios al gobierno son la baja de los impuestos y créditos a las Pymes junto a un asesoramiento mediante cursos e información sobre las reales posibilidades y destinos de la exportación de sus productos.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, el 87% desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea, mientras que de las respuestas positivas sobre el conocimiento de estos acuerdos comerciales, el 50% opinó que eran positivos y el 50% negativos. Sin embargo, el 41% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur: un 28% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno y otro 13% que es malo. Del total de respuestas positivas el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es bueno.

#### *Perfil tecnológico*

Un 72% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 16 años, con el 62% de las empresas por debajo de dicho promedio.

El 10% de los empresarios dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 38% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, observándose en el resto un desconocimiento de las instituciones que se relaciona con el pedido de asesoramiento e información que los empresarios realizan.

#### *Financiamiento de las empresas*

La totalidad de los empresarios manifestó tener dificultades para acceder al crédito. En su gran mayoría se maneja con sus propios fondos vendiendo y comprando al contado, sin utilizar ningún tipo de financiación. Aquellos empresarios que han solicitado créditos se les está haciendo muy difícil pagarlos ya que el destino de ellos fue la compra de maquinaria que están utilizando a su mínima capacidad. En el 44% de los casos utilizan en forma habitual sólo un banco, el cual en general es público.

#### **Corredor Productivo Buenos Aires (COPROBA)**

Se encuestaron solamente 15 empresas, todas en General Villegas, dado que no se obtuvo información sobre empresas relevadas en Florentino Ameghino.

### *Comentarios generales*

La región se caracteriza por la producción agropecuaria y actividades vinculadas a este sector. De acuerdo con lo manifestado por el Director de Producción de Villegas el corredor no está funcionando. De todos modos, la zona está experimentando una reactivación importante, ya hay muchos productores y exportadores de novillos (cuyo precio se ha disparado, además de haberse ampliado el cupo de los cortes Hilton y haberse beneficiado por la campaña de vacunación anti-aftosa que también les abrió más puertas). El auge también se explica por el hecho de que dichos productores tenían importantes deudas en dólares que han sido pesificadas. Por esto, y a pesar de las inundaciones, el efecto positivo se evidencia especialmente en las actividades cerealeras, cría e invernada. Quizás haya algunas dificultades en la cuenca lechera / tampera (actividad importante en la zona, donde se encuentra una importante planta de Sancor y otras fábricas cooperativas de lácteos, así como industrias aceiteras). Con respecto a la actividad ganadera, se produce carne orgánica y también se están explorando otros nichos comerciales estimulados por al suba de los precios.

En definitiva, salvo por las inundaciones (que no afectan tanto a Villegas -zona intermedanosa- sino más bien a América, Carlos Tejedor o Trenque Lauquen que son zonas más bajas), el campo está pasando por un momento exitoso ("se ven en el pueblo muchos autos 0Km doble cabina", "hay también un furor de alquiler de campos"...). Esta situación ha ampliado la brecha entre productores y asalariados (docentes, empleados públicos, etc.) con respecto a su situación socio-económica.

Las autoridades entrevistadas manifestaron que *"desde el Municipio se llevan adelante políticas a apoyo a las PyMes y de reconversión laboral de la abundante mano de obra desplazada del campo por la incorporación de tecnología a las actividades agropecuarias"*. Además, *"en medio de esta situación económicamente favorable, el Municipio subió la tasa ABL y no tuvo problemas para recaudar, ya que encontró una respuesta favorable de los productores"*.

Sin embargo, los empresarios consultados no comparten esa visión, ya que su principal reclamo fue la falta de apoyo a las PyMes, principalmente en lo referido a los créditos. Asimismo, también se destaca el hecho de que se han acortado los plazos de pago: les venden los insumos "casi de contado", por lo cual ya no pueden vender a plazos largos a sus clientes. Dado que los intereses bancarios son muy altos prefieren no endeudarse

### *Perfil institucional de las empresas*

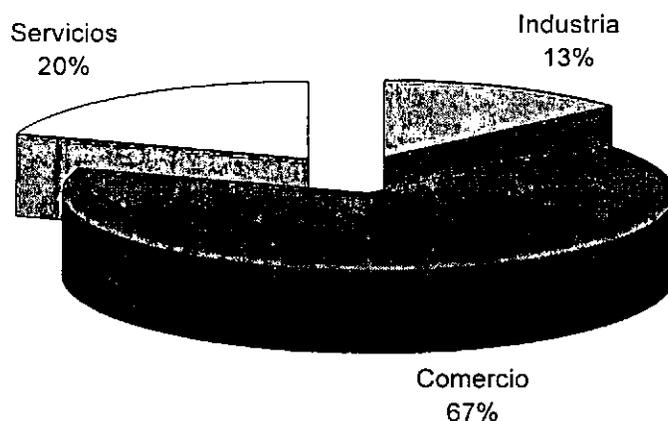
Ninguno de los empresarios consultados poseen participación de capitales extranjeros en su empresa, es decir que el 100% de las empresas pertenecientes a este corredor son de capital netamente nacional, así como también el 100% tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

El 93% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 6% posee dos sucursales.

### *Perfil productivo*

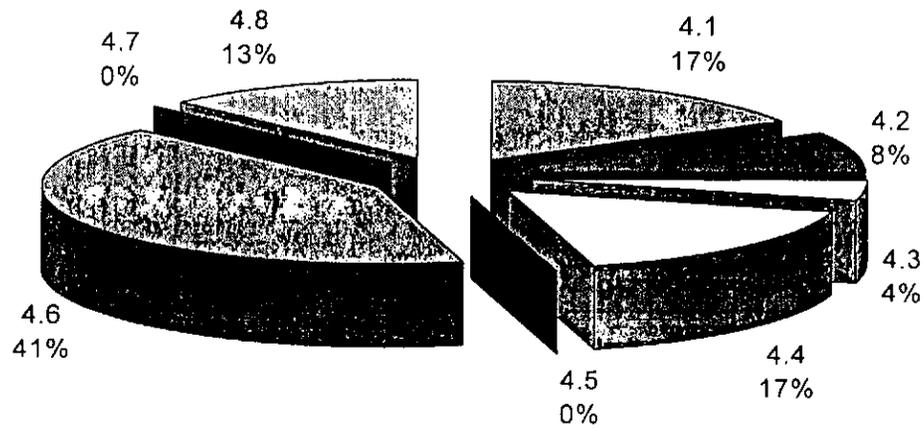
Un 13% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 67% al comercio y el 20% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo vemos que el 41% se dedican a alguna actividad comercial, el 30% presta algún servicio y dentro de la producción industrial encontramos que la misma se divide de la siguiente manera: producción de bienes de consumo (17%), fabricación de insumos para otras industrias (8%), fabricación de bienes de capital (4%). Es importante destacar que estos totales difieren de los del punto anterior ya que las empresas que realizan más de una actividad son contadas por cada una de ellas.

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

### *Situación ocupacional*

Las empresas encuestadas tienen en promedio 5.6 empleados en el establecimiento, que se eleva a 7.3 personas si consideramos al total de personas que trabajan para el establecimiento. Dentro del grupo de empresas, tomando el total de personas que trabajan para el establecimiento, hay 12 empresas con menos de 10 trabajadores y 3 empresas que tienen entre 10 y 50 trabajadores.

### *Estructura de costos de producción*

De las 15 empresas encuestadas, 73% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 23% de los insumos totales. El resto de sus costos, dado que principalmente se trata de comercios, está compuesto por mercaderías, fletes, salarios y servicios.

### *Comercialización de los productos*

Se observa que las ventas están concentradas principalmente en la región, en promedio las ventas tuvieron una caída del 6% y la misma ha sido proporcional en cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Ninguna de las empresas encuestadas **exporta**. Con respecto a las **importaciones**, Brasil y Estados Unidos son los principales países de origen de las mismas, compuestas por productos químicos (Vitaminas y aminoácidos), repuestos y neumáticos. El resto de los productos proviene de Europa y Paraguay (rulemanes, accesorios de fumigación).

### *Perfil tecnológico*

Un 50% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de 12 años. Respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 33% de los encuestados manifestó haberlos utilizado.

### *Financiamiento de las empresas*

Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como alta o muy alta las tasas de interés relevantes para sus empresas lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

### **Corredor Prod. del Sud-Este**

Se encuestaron en total 57 empresas, 41 en Bahía Blanca, 9 en Coronel Dorrego y 7 en Coronel Pringles.

Según información de los municipios involucrados el corredor ya no existe más (hay una comisión liquidadora integrada por autoridades de Bahía Blanca y Coronel Rosales, entre otros).

#### *Comentarios generales*

Las empresas de la región presentan problemas similares a los encontrados en otros corredores: falta de acceso al crédito (a tasas viables) u otras formas de financiamiento, poca ayuda a las PyMes en general, licuación de su capital de trabajo (deben comprar al contado a los proveedores y vender a cuenta para no perder los clientes), escasez de demanda por parte de la gente, etc..

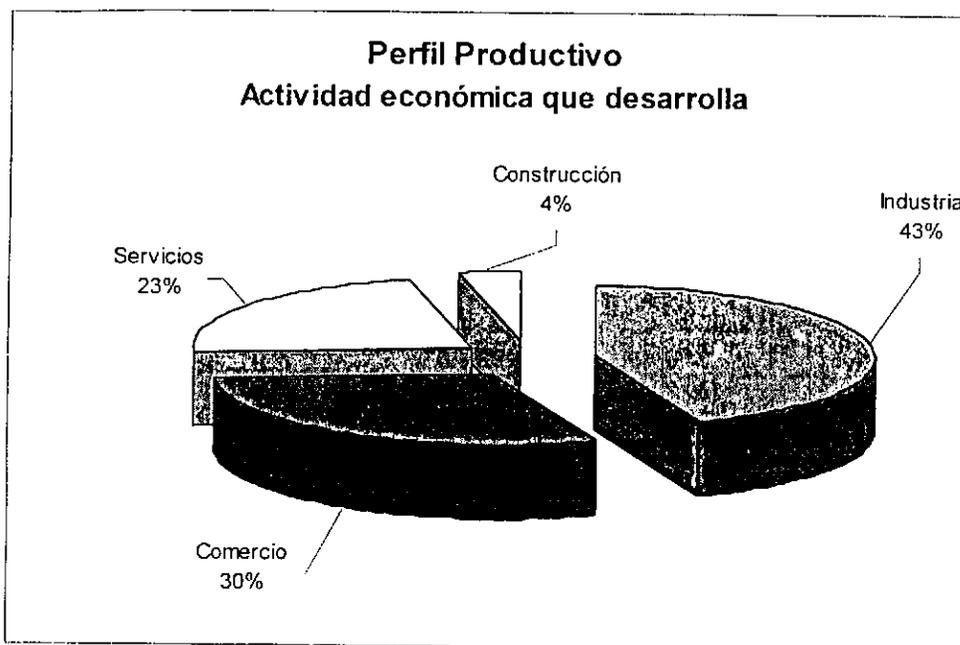
#### *Perfil institucional de las empresas*

Sólo uno de los empresarios consultados tienen participación de capitales extranjeros, es decir que el 98% del universo de la encuesta está compuesto por empresas de capital netamente nacional. Salvo la empresa antes mencionada, todas tienen su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

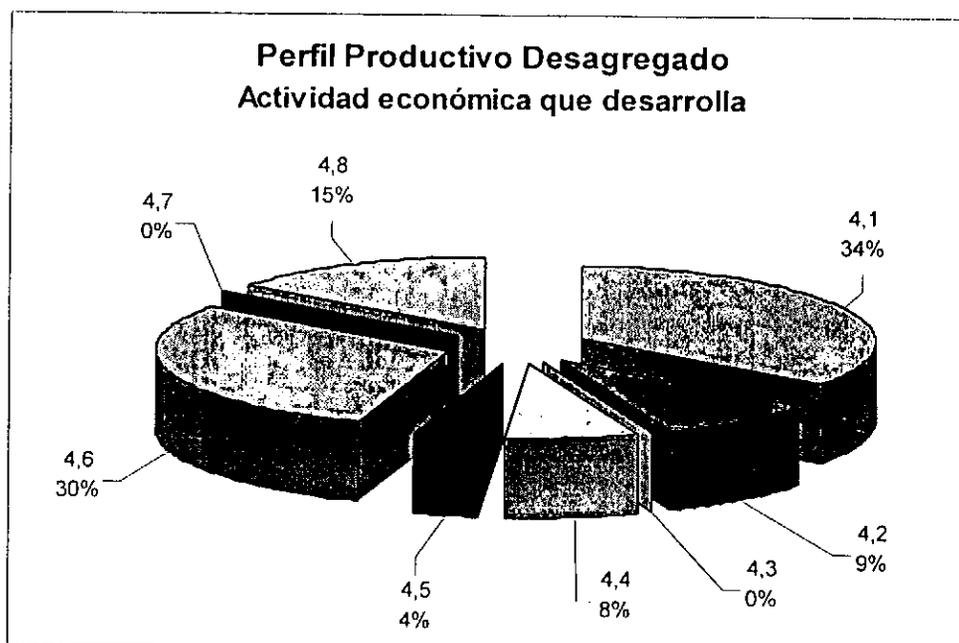
El 82% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 18% posee una o más sucursales. El promedio de sucursales es de 2 excluyendo a la empresa de comercialización de electrodomésticos que cuenta con 120 sucursales.

#### *Perfil productivo*

Un 43% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 30% al comercio, 23% presta algún servicio y 4% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo junto a la comercialización de bienes no producidos por la empresa suman el 64% del total, según el siguiente gráfico:



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas

#### 4.8 Prestación de otros servicios

##### *Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 8 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 10 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento.

Sin embargo, a pesar del promedio de 8 empleados por establecimiento, sólo un 19% del total de empresas supera el promedio (12% tienen entre 8 y 20 empleados y 12% entre 21 y 70 empleados).

Con respecto a la variación del número de empleados el 65% de las empresas dijo haberse mantenido estable en el último año, mientras que el 25% aumentó su dotación y el 11% la redujo. La variación promedio del número de empleados en el total de empresas fue una disminución del orden del 14%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por las reducciones en empresas chicas de menos de 8 empleados, quienes expulsaron en promedio al 30% de los mismos. Por su parte, en las empresas con más de 8 empleados las variaciones en el número de empleados da como promedio un aumento del 6%, resultante de una similar cantidad de empresas que no variaron o lo hicieron positiva o negativamente.

Las variaciones positivas se dan en un 50% en empresas de fabricación de bienes de consumo, mientras que el 60% de las negativas se da en empresas que comercializan bienes no producidos por ellas.

##### *Estructura de costos de producción*

De las 57 empresas encuestadas, el 60% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 42% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que comercializan bienes no producidos por ellas (47%) o fabrican bienes de consumo (38% de las que usan insumos importados). La industria más fuertemente atada a insumos del exterior es la vinculada al papel ya que utiliza en promedio un 72% de insumos importados sobre el total. También es recurrente la importación de repuestos para maquinarias y herramientas.

##### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 3 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 5% del universo de la encuesta. La totalidad de las empresas

exportan la mayor parte de su producción (60% del total) distribuyéndose el resto en forma similar entre la ciudad, la región y el resto del país.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local, ya que entre la ciudad y la región el 85% de las empresas destinan el 50% o más de sus productos.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables o han aumentado, no registrándose ninguna caída. En las empresas más orientadas al mercado regional y local el promedio de variación de las ventas es de un 20% negativo (el 68% tuvo una disminución en las ventas, el 18% aumentó y el 14% se mantuvo constante). La principal caída en las ventas se dio en empresas de comerciales e industriales.

#### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

El **destino de los bienes que se exportan** son el MERCOSUR (en especial Brasil) y la Comunidad Económica Europea. Los productos que exportan estas empresas son cereales (en especial trigo, girasol y cebada).

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por productos químicos (agroquímicos y fertilizantes). También se importan desde Alemania y otros países europeos, China y Sudáfrica.

#### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones:*

Los exportadores manifestaron que los aranceles y las barreras sanitarias, técnicas o ambientales son los obstáculos para sus exportaciones.

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su capacidad exportadora, los empresarios señalaron principalmente las fuertes retenciones y la conjunción de una fuerte inestabilidad con constantes cambios en las reglas.

Al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, hicieron referencia a la devaluación y pesificación, pidiendo planes de incentivo para las PyMEs que deseen exportar.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, el 57% respondió sobre la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea, y el 82% de los encuestados respondió con respecto al MERCOSUR.

En el primer caso, de los que respondieron, el 63% opina que son buenos o muy buenos y en el MERCOSUR esta proporción se eleva al 81%.

#### *Perfil tecnológico*

Un 60% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 12 años, solo el 33% de las empresas están por encima del promedio.

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 21% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, los cuales son en su mayoría importadores de insumos para fabricación de bienes de consumo.

#### *Financiamiento de las empresas*

Los empresarios dijeron financiarse en promedio un 92% con fondos propios ante la falta de crédito ya sea de los bancos como de los proveedores, y el resto en mayor medida con giro en descubierto sobre la cuenta corriente. El 97% de los encuestados utiliza bancos para sus actividades habituales, que en su mayoría son de carácter público.

El 90% de los empresarios consultados dijo tener dificultades para acceder al crédito, con una percepción de la tasa de interés muy alta. Dos empresarios dijeron haber utilizado en alguna oportunidad financiamiento proveniente del mercado de capitales (Obligaciones Negociables).

#### **Consejo Productivo del Nor-Oeste**

Se encuestaron en total 28 empresas, 8 en Chacabuco, 6 en Junin, 9 en Lincoln y 5 en Rojas.

#### *Comentarios generales*

El principal problema mencionado por los encuestados es la falta de crédito y financiamiento en general. A muchos de los que tomaron créditos ahora les es difícil poder pagarlos. De esta manera, se han acortado los plazos de las transacciones: ni los proveedores les financian las compras ni ellos venden a plazos a sus clientes.

Varios de los encuestados mencionaron que les gustaría exportar, pero que no conocen cómo hacerlo ni tienen información de instituciones que puedan asesorarlos.

#### *Perfil institucional de la empresa*

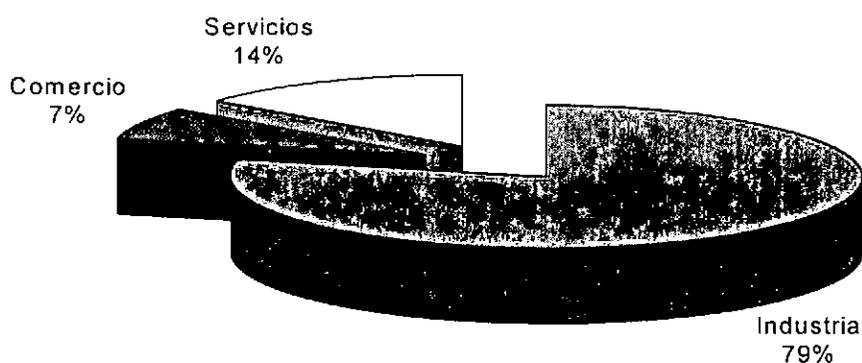
Ninguno de los empresarios consultados poseen participación de capitales extranjeros en su empresa, es decir que el 100% de las empresas pertenecientes a está corredor son de capital netamente nacional.

Otro dato que resulta importante destacar es que el 100% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento.

#### *Perfil productivo*

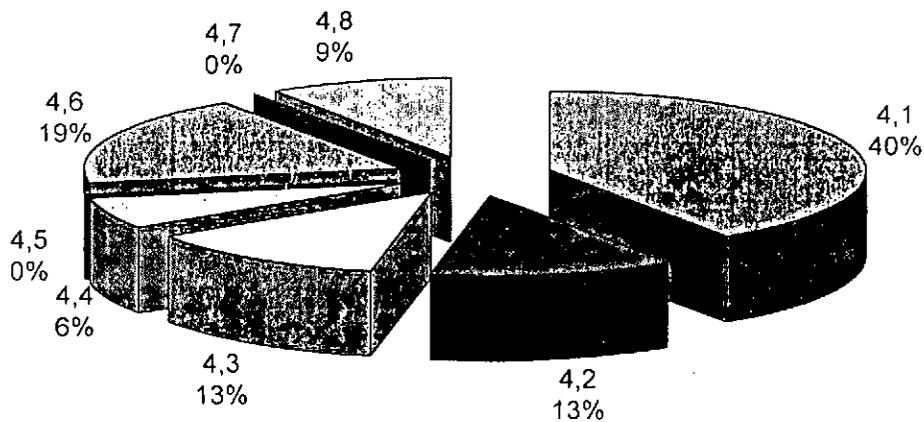
Un 79% de las empresas encuestadas se ubican en el sector industrial, 7% en el comercio y el 14% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes participando con el 40%, luego se encuentran la producción de insumos para otras industrias y fabricación de bienes de capital (13%).

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

El segundo sector por orden de participación es el de comercialización de bienes no producidos por la empresa participando con el 19% de la actividad dentro de este corredor y finalmente, el sector servicios con el 15%.

Es importante destacar que estos totales difieren de los del punto anterior ya que las empresas que realizan más de una actividad son contadas por cada una de ellas.

### *Situación ocupacional*

Las empresas encuestadas tienen en promedio 12.8 empleados en el establecimiento y 15.3 si contabilizamos todas las personas que trabajan para el establecimiento.

Dentro del grupo de empresas, tomando el total de personas que trabajan para el establecimiento, hay 15 empresas con menos de 10 trabajadores, 4 empresas tienen entre 10 y 50 trabajadores y 2 más de 50.

Con respecto a las variaciones en el número de empleados, sólo cuatro empresas tuvieron que reducir su personal mientras que en el resto el mismo se mantuvo constante o incluso aumentó. Si observamos las empresas que redujeron personal, ninguna ha reducido su personal en función de la adquisición de nuevos equipos que permitieron realizar el mismo trabajo con un número menor de empleados.

### *Estructura de costos de producción*

De las 28 empresas encuestadas, sólo el 3.6% utilizan insumos importados. El resto de sus costos de producción están compuestos por insumos de origen nacional, sueldos y cargas sociales como así también servicios.

### *Comercialización de los productos*

Se observa que las ventas están concentradas principalmente en el resto del país (40%), el segundo lugar lo ocupa la ciudad (34%) y luego se ubica la región con el 25%. En promedio, las ventas totales de este corredor tuvieron un aumento del 25% y el mismo ha sido proporcional en cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

Otro hecho que es importante destacar es que el 18% de las empresas pertenecientes a este Corredor Productivo exportan.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el principal país de destino de los bienes que se exportan por este corredor es Chile, seguido por Uruguay, Bolivia y Brasil.

### *Perfil tecnológico*

Un 75% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de casi 12 años. Con respecto a la

utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 18% de los encuestados manifestó haberlos utilizado.

#### *Financiamiento de las empresas*

Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como altas o muy altas las tasas de interés relevantes para sus empresas, lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

## **Análisis de las empresas por sector de actividad**

En esta sección se desagregaron las empresas encuestadas según grandes sectores de actividad: industria, comercio o servicios.

### **Perfil productivo**

Casi el 60% del conjunto de las empresas encuestadas son muy pequeñas (menos de 5 empleados). No se aprecian diferencias sustanciales entre las empresas industriales, las de producción de servicios y las empresas de comercio. Estas últimas son marginalmente más pequeñas el 65,9% tienen menos de 5 empleados mientras que en el caso de las empresas industriales y de producción de servicios sólo el 60,7% y 60,6% de las mismas, respectivamente, tienen este tamaño.

En cuanto a las empresas medianas (entre 25 y 50 empleados), en el sector de producción de servicios un 12,1% de las firmas pertenecen a este grupo, superando a todos los otros sectores. En el sector industrial hay un 4,7% de las firmas que son mayores de 50 empleados, mientras que en el resto de los sectores hay una proporción más baja de empresas de gran tamaño.

En más del 55% de los sectores el empleo asalariado se ha reducido en el último año. El sector que más vio caer sus niveles de empleo fue el sector de comercio. La caída en los niveles de consumo redujeron las ventas en general (como se señala más adelante), pero en el sector comercio el efecto sobre el empleo es mayor pues aquí la inestabilidad y precariedad del empleo es mucho mayor que en el resto de los sectores.

En el sector comercio más del 27,3% de las firmas redujo sus plantas de personal en más del 50% mientras que un 54,5% redujo el número de puestos de trabajo entre 1% y 50%. Entre las firmas productoras de bienes más del 76,4% redujo el empleo, mientras que entre las empresas de producción de servicios un 58,8% lo hizo.

### **Perfil de comercialización**

Más del 70% de las empresas de todos los sectores productivos tienen como uno de los destinos más importantes de su producción a la misma ciudad en la cual está ubicados. Por otra parte, la inserción regional de la actividad productiva es más importante entre las empresas de comercio pues un 71,1% de las mismas dirige parte de sus ventas hacia su región de pertenencia, mientras sólo un 64% de las firmas industriales y un 61% de las firmas de servicios lo hacen.

En cuanto a la inserción nacional de la producción de las distintas firmas relevadas, un 34,2% de las empresas de servicios tienen clientes en el resto del país mientras el 31,5% de las firmas industriales vende su producción a nivel nacional. Las empresas del sector comercio tienen, por el contrario, una baja inserción nacional: sólo el 8,9% de las firmas señaló que ofrecía sus servicios a nivel del conjunto del país.

Un dato significativo es que las empresas de servicios son las que declaran tener una mayor inserción internacional. Un 13,2% de las mismas tienen como destino de su producción el resto del mundo. Este resultado está determinado por la fuerte actividad exportadora que tienen los silos y acopiadores de granos y cereales.

El resto de los sectores (industrial y comercio) tienen una baja inserción internacional (9,3% y 2,2%, respectivamente). Entre las empresas comerciales que tienen al resto del mundo entre los destinos de sus ventas se encuentran básicamente las empresas de venta de agroquímicos que luego de la devaluación quedaron en buena posición competitiva.

En el último año, la caída de las ventas de las empresas ha sido generalizada. Un 76,8% de las firmas productoras de servicios declaran reducciones las mismas, mientras que un 73,8% de las firmas industriales y un 66,7% de las empresas de comercio señalan el mismo desempeño. Sólo el 5,4% de las firmas industriales reconoció haber tenido un incremento importante (superior al 50% en sus ventas); en el sector de servicios un 11,5% mostró la misma variación, mientras que en el sector comercio un 7,1% vio crecer sus ventas en esa proporción.

Cuando se analiza con detenimiento la evolución de las ventas por sector y destino se observan ciertos rasgos característicos. Por un lado, las ventas al resto del mundo crecieron fuertemente en todas las empresas industriales relevadas que declararon ofrecer a mercados externos. En el caso de las firmas del sector servicios dos tercios de las mismas incrementaron su inserción internacional (básicamente, los acopiadores de granos). Sin embargo, cuando se observan las ventas en el país, la región y la ciudad se percibe una caída importante que crece a medida que se analizan mercados más alejados de la firma. Esto ocurre en todos los sectores aunque con efectos más fuertes en el caso de las empresas proveedoras de servicios.

### **Perfil tecnológico**

Entre las empresas relevadas, las empresas de servicios son las que más han invertido en nuevas tecnología y equipo. Un 80% de las firmas de este sector declararon haber

comprado nuevas máquinas en los últimos años. Por el contrario, sólo el 57,1% de las empresas del sector comercio han adquirido nueva maquinaria en ese tiempo.

Entre las empresas del sector industrial esa proporción sube a 65,2%. En general, las empresas declararon no haber reducido su personal por causas tecnológicas. Sólo el 4,5% de las firmas industriales dice haber tenido que disminuir el número empleados por la utilización de maquinarias más capital intensivas. En el caso de las empresas de servicios y comercio, ninguna señaló ese evento.

El stock de equipos y maquinarias se ha actualizado en el conjunto de las empresas pero una parte importante de esa inversión se realizó hace ya tiempo. Sólo el 19% de las firmas del sector industrial señalaron tener equipos de capital con una edad media menor a 5 años. En el caso del sector servicios y el sector comercio el 31,4% y 30%, respectivamente de las firmas están en igual situación.

Poco más de un cuarto de las firmas industriales (26,6%) tienen un stock de capital con antigüedad de entre 5 y 10 años. Es decir, que sólo el 45,6% de las empresas tienen equipos adquiridos en el marco del proceso de apertura de los noventa. En el caso de las firmas del sector servicios y comercio sólo el 14,3% y 25%, respectivamente, tienen un stock de capital con una edad media de entre 5 y 10 años. En conjunto, más del 45% del stock de capital (54,4% en el caso del sector industrial) tiene una edad superior a 10 años en promedio. Es más, más del 11% de las firmas de la industria y los servicios tiene un stock de activos y equipos con edad media superior a los 30 años.

### **Perfil de financiamiento**

En cuanto a la utilización de fuentes de financiamiento para la actividad productiva, se observa una utilización considerablemente superior por parte de las empresas del sector comercio del giro en descubierto. Este sistema de financiamiento es utilizado por un 20% de las empresas del sector, mientras que sólo el 6,8% de las firmas industriales lo utiliza.

El hecho de que esta forma de financiamiento sea tan utilizada por el sector comercio es una muestra de las dificultades de acceder al crédito productivo por otros canales, pues el financiamiento en descubierto es muy costoso. Un 17% del financiamiento de las firmas del sector comercio es obtenido a través de este canal. En el caso de las firmas industriales, quienes utilizan esa financiación acceden al 12% de sus necesidades de fondos.

Casi el 88% de las firmas del sector comercio considera que las tasas de interés por el crédito son muy elevadas, lo cual concuerda con el 60,1% y 61,3% de las firmas del sector industrial y servicios, respectivamente, que consideran lo mismo. Esto puede estar explicado

por el uso más común del financiamiento bancario (a través del giro en cuenta corriente) por parte de las empresas del sector comercio.

El crédito bancario regular no es utilizado prácticamente por ninguna de las empresas relevadas. Sólo el 3,1% de las firmas industriales dicen estar utilizando alguna línea de crédito con un banco comercial, mientras sólo el 2% de las firmas comerciales lo utiliza.

En cuanto al crédito provisto por los bancos del sector público un 15,8% de las firmas relevadas pertenecientes al sector servicios señalaron estar utilizando alguna de sus líneas crediticias. Entre las firmas industriales el 8% señaló estar haciendo uso del crédito de la banca pública. Las firmas del sector comercio no señalan estar usando a la banca estatal para financiar sus operaciones.

La gran mayoría de las empresas opera en el sistema bancario a través de dos entidades. Entre las empresas del sector industrial y las del sector comercio un 80% de las firmas usan sólo dos bancos. Entre las firmas del sector servicios un 64% de las empresas usan dos bancos. Más del 10% de las firmas utiliza más de 2 bancos.

## ***Análisis de las empresas exportadoras***

### **Distribución geográfica de las empresas exportadoras**

Las empresas exportadoras se concentran en un pequeño conjunto de corredores productivos. A diferencia del conjunto de empresas que no venden al exterior, las empresas con ventas al exterior se concentran fundamentalmente en dos corredores productivos: el corredor productivo "TOAR", que concentra el 35,3% de todas las empresas exportadoras de la muestra y el corredor productivo "Consejo Productivo del Noroeste" (29,4%).

En ambos corredores productivos, los exportadores tienen una importancia significativa en el conjunto de empresas. En el caso del corredor TOAR, las empresas exportadoras representan el 21,4% de las empresas mientras que en el Consejo Productivo del Nor-oeste el 21,7% de las empresas encuestadas exportan al menos parte de su producción. En el resto de los corredores productivos de la provincia menos del 7% de las empresas tienen algún tipo de inserción exportadora.

### **Perfil productivo**

Las firmas exportadoras de la provincia de Buenos Aires concentran su producción en un reducido conjunto de actividades. Las exportaciones de las empresas relevadas se concentran en los sectores de producción de bienes de consumo (29,4% de las empresas), de insumos (35,3%) y de bienes de capital (35,3%). Esto no agota el total de empresas exportadoras, pues hay algunas que exportan en varios rubros de actividad a la vez. En efecto, un 11,8% de las firmas exporta productos no producidos por la misma firma y un 17,6% proveen servicios de acopio de cereales.

Un dato llamativo tiene que ver con la participación de las empresas en los distintos sectores de actividad. Del conjunto de empresas encuestadas que pertenecían a las actividades de producción de bienes de capital un 46,2% exportaban parte de sus producción. En segundo lugar se encuentran las empresas del sector de producción de bienes de consumo, de las cuales el 16,7% de las firmas son exportadoras. Esto es un dato significativo pues las políticas orientadas a la competitividad de la producción nacional debieran tener en mente el hecho de que los sectores menos tradicionales de la actividad exportadora (como la producción de bienes de capital) son los que aparecen por sí mismos con un elevado potencial exportador pues una proporción importante de las firmas tiene actualmente ventas en el exterior del país. Las empresas exportadoras en estos corredores productivos se concentran en la producción de bienes de capital ligados a la actividad agropecuaria

(secadoras de granos y carreteles para la rotación de pasturas, por ejemplo) así como la actividad metalmecánica (fabricación de matrices y moldes de hierro, acero y aluminio).

### **Comercialización de los productos**

Las firmas exportadoras han visto incrementados sus niveles de ventas significativamente en el último año. En promedio, el incremento para el conjunto de las firmas que exportan la suba ha sido superior al 63%. A modo de contraste, el conjunto de las firmas encuestadas que no tienen actividad exportadora vieron reducidas sus ventas en promedio un 21%.

Las empresas del corredor productivo del Sud-este fueron las que en promedio vieron subir más fuertemente sus ventas al exterior. En este corredor se concentran las actividades más favorecidas por la devaluación del peso: las actividades vinculadas a la explotación de recursos naturales renovables (acopiadoras de granos, fabricantes de productos agrícolas, etc.).

Por otra parte, las empresas de los dos corredores productivos más importantes en relación con las exportaciones (los corredores TOAR y Nor-Oeste) también mostraron incrementos importantes en sus ventas. Las producciones de las empresas exportadoras de estos corredores se caracterizan por ser fuertemente competitivas con las importaciones, por lo que el proceso de reactivación que se está produciendo es muy significativo. No sólo las empresas de estos sectores están desplazando con éxito a la producción importada sino que a su vez su capacidad de competir internacionalmente se ha visto fuertemente reforzada.

### **Situación ocupacional**

Los efectos de la devaluación sobre la actividad productora de las empresas exportadoras y consecuentemente sobre su empleo de fuerza de trabajo son muy claros. Mientras para el conjunto de las empresas que no exportan en los últimos doce meses el nivel de empleo cayó fuertemente en más del 77% de las firmas, en el caso de las empresas exportadoras el empleo ha aumentado significativamente en todos los casos. El 40% de las firmas que venden en el exterior parte de su producción incrementaron su empleo de fuerza de trabajo hasta un 20%, mientras que el resto de las firmas incrementaron sus plantas de personal en porcentajes aun mayores.

## **Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente**

Brasil es el país de origen de la mayor parte de los insumos importados por las empresas exportadoras relevadas. De ese país estas empresas exportadoras adquieren sus insumos más importantes (aluminio y acero; agroquímicos, herbicidas y fertilizantes).

Los productos exportados se dirigen, asimismo, a Brasil. En la gran mayoría de los casos (50%) las empresas exportadoras tienen a ese país como destino de parte de su producción. Del conjunto de destinos señalados por los productores para colocar sus productos en el exterior, Brasil representa el 30%. En algunos casos, Brasil es el único destino de los productos pero en ciertos rubros (como miel, silos y volcadores hidráulicos) a ese destino se incorporan otros países (Chile, Paraguay, Uruguay, Alemania y otras naciones de Europa). Los países de América Latina, sin incluir a Brasil, representan en su conjunto más del 46% de los destinos nombrados mientras que las ventas a Europa representan algo más del 15% de los destinos. El NAFTA es destino de sólo el 8% de las empresas exportadoras.

## **Obstáculos para la expansión de las exportaciones**

A diferencia de las empresas que no exportan, los exportadores no se quejan de la falta de apoyo estatal para la promoción de su actividad. Mientras el 29% de los no exportadores señala esa falta como un problema a la hora de encarar una actividad de exportación, ningún productor que ya se encuentre exportando cree que esa carencia lo esté perjudicando. Sí señalan, sin embargo, que la burocracia estatal limita sus posibilidades de expandir sus ventas al exterior. Un 44% de las firmas exportadoras se quejó de que de alguna manera la intervención estatal dificulta su tarea.

Por otra parte, la incertidumbre en relación con las políticas públicas y la situación económica general fueron señaladas por las empresas exportadoras como un problema central; las firmas no exportadoras no lo ven como una problema clave en relación con sus dificultades para vender sus productos en el exterior.

Los impuestos y la falta de crédito fueron dos ítems señalados repetidamente como limitantes de la actividad de las empresas exportadoras, pero no fueron referidos como los principales problemas que enfrentan.

En relación a las políticas públicas que las empresas exportadores consideran que las benefician en su capacidad competitiva, la principal ha sido la devaluación. El 85% de las firmas señaló que la devaluación del peso argentino benefició su capacidad de competir en los mercados internacionales. En el caso de las empresas que aún no exportan, un 21% del

total señala que la devaluación fue beneficiosa en términos de mejorar su capacidad futura de exportar.

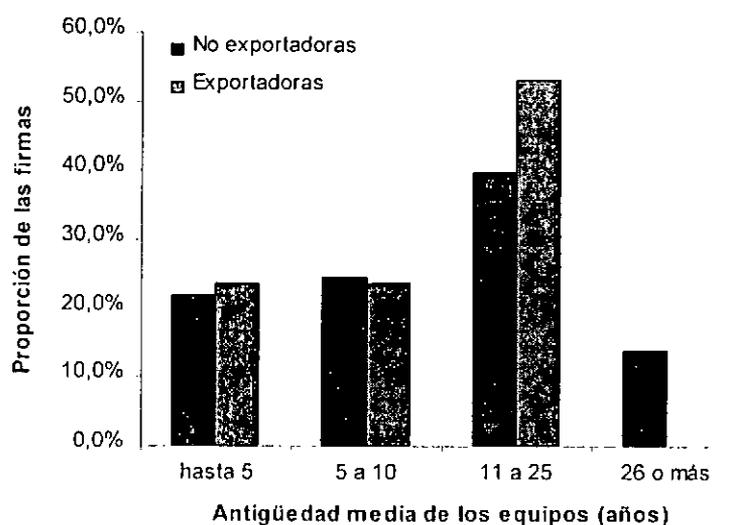
Por otra parte, mientras que las empresas exportadoras no perciben como relevantes otro tipo de políticas públicas (pues ni el mayor acceso al crédito, la reducción en la burocracia estatal o la rebaja de impuestos aparece como una política favorecida de manera generalizada), las empresas que no exportan ponen el énfasis en la rebaja de impuestos como la política que redundaría en una mejora en su capacidad de exportación (42% de las empresas). En segundo lugar de importancia se encuentra la necesidad de apoyo estatal (26%).

### **Perfil tecnológico**

Las empresas exportadoras mostraron un ritmo de inversión en nueva tecnología superior al del conjunto de las empresas que orientan su producción al mercado interno. En efecto, el 82,4% de las firmas venden al menos parte de su producción al exterior adquirieron nuevos equipos de capital. Por el contrario, entre las firmas que no exportan y sólo venden su producción localmente, sólo el 65,5% adquirió nuevas maquinarias.

Por otra parte, de acuerdo con las empresas, la incorporación de bienes de capital no tuvo efectos importantes sobre el empleo de fuerza de trabajo. Menos del 5% de las empresas no exportadoras y ninguna de las empresas exportadoras, señalaron que su planta de personal se hubiera visto reducida por efecto de la incorporación de nuevos equipos. Esto marca que, en principio, la tecnología de producción incorporada en los nuevos equipos es similar en ambos conjuntos de empresas en cuanto a la intensidad en la utilización de fuerza de trabajo. Por otra parte, señala que en contra de lo que suele entenderse, el cambio técnico no ha sido un factor explicativo determinante en la evolución del empleo asalariado.

No se observa que el grado de antigüedad de los bienes de capital sea muy diferente en el caso de exportadores y no exportadores.



Entre los primeros, casi el 24% de las firmas tienen un stock de maquinaria con menos de 5 años de antigüedad, mientras que entre las empresas no exportadoras el 22% tiene maquinarias de esa antigüedad. En el otro extremo, el 53,6% de las empresas que no exportan su producción tienen equipos con una antigüedad superior a 10 años, mientras que en el caso de las exportadoras casi el 53% tienen equipos con una antigüedad media superior a los 10 años.

Por último, en lo que se refiere a las decisiones de incorporación de nueva tecnología y equipos las firmas exportadoras son importantes demandantes del asesoramiento que ofrecen las diferentes agencias públicas tales como el INTA y el INTI. El 41,2% de las firmas exportadoras encuestadas señaló haber utilizado los servicios de algún organismo estatal para conseguir información y asesoramiento sobre el uso e incorporación de tecnología; por contrapartida, sólo el 21,1% de las firmas no exportadoras lo hizo.

## Financiamiento de las empresas

La gran mayoría de las firmas exportadoras (94%) considera, al igual que las empresas no exportadoras (90%), que enfrentan serias restricciones para el acceso a los fondos que necesitan para el crecimiento de sus actividades. Esto se expresa en que la mayor parte de la actividad de las firmas exportadoras se financia con fondos propios, conseguidos a partir de la venta de su producción. Casi el 18% de las firmas exportadoras relevadas señalaron que más del 80% de su financiación proviene de recursos generados por la propia empresa, mientras que sólo un 11,8 % utilizó, por ejemplo, el giro en descubierto en los bancos. Ninguna de las empresas exportadoras utiliza alguna línea de crédito negociada con los bancos comerciales, lo cual da cuenta de la crisis en la cual se encuentra el sistema

crediticio en general, pues ni aún las empresas más rentables del momento (como son las que desarrollan actividades exportadoras) pueden obtener financiamiento. Por otra parte, ninguna de las firmas exportadoras estudiadas ha utilizado medios alternativos de financiamiento (tales como emisión de obligaciones negociables o acciones en el mercado de valores).

Prácticamente todas las firmas exportadoras coinciden en señalar que las tasas de interés que exige el sistema financiero para otorgar créditos es alta o muy alta. Estas respuestas reproducen las que tienen los empresarios en actividades no exportadoras.

## ***Una mirada a la principal especialización de los corredores productivos***

Como se observa, tanto desde el análisis de los datos agregados como desde los resultados de la Encuesta, la especialización que parece haber adoptado la provincia de Buenos Aires, dentro de la cual los corredores productivos no son una excepción, es la industrial agroalimentaria.

Todo nos hace pensar que teoría de las ventajas comparativas funciona en condiciones de laboratorio optimas: sin protección, sin crédito, sin creación de nuevos recursos, sin activos específicos. La Argentina se adapta al libro de texto de economía estática. Sin embargo aquí vamos a afinar el lápiz, indagar si hay industrias alimentarias que a pesar de estas reglas del juego liberales en materia de inserción comercial, logran perfilar por tozudez de la realidad una especialización "ligeramente" más dinámica, nos preguntamos si solamente es la disponibilidad de recursos naturales es la que determina nuestra especialización, o bien, para ganar ventajas comparativas hoy aparecen otros determinantes que se agregan a nuestra "madre naturaleza" tal como la concentración, las escalas o estrategias de diversificación de procesos/diferenciación de productos que permiten hoy ampliar la gama de productos exportados. Nos preguntamos también si emergen nuevas ramas competitivas con menores grados de concentración y capaces de ampliar la gama de productos.

La dinámica reciente de los corredores productivos analizados se inscribe en un proceso más general de fuerte **expansión en el sector agroalimentario**, explicado por el importante cambio en la especialización de los 90.

Nosotros adoptamos un enfoque diferente, aunque complementario. Mientras la competitividad explica la dinámica, nosotros nos centramos en la estructura. No negamos ese impulso fundamental de la economía sino que nos situamos en otro nivel de análisis, el de las estructuras de especialización de un país. Este tipo de análisis es convencionalmente tratado en los análisis de las 'ventajas comparativas', que en su versión neoclásica, sostiene que los países exportan aquellos bienes intensivos en los recursos (tierra, trabajo, capital) en los que tienen abundancia relativa. Nos apartamos de esa lectura, estática y a-histórica. En nuestro caso remitimos a los padres de la economía clásica, en primer lugar a Ricardo - que inventó la noción de ventaja comparativa -. El sostenía que hay ciertos sectores en los cuales es mejor especializarse pero por otras razones que la abundancia de tierra o trabajo. Su explicación se basaba no solo en las diferencias de calidad de la tierra o sino en factores como la medida en que una sociedad se desarrolla tecnológicamente. Si vamos un poco más atrás, llegamos a 1776 cuando Smith planteo la

cuestión de una manera diferente. Además de reconocer la existencia de mercados imperfectos, sostuvo que la especialización de cada país esta determinada por las economías de escala internas o externas a la empresa y por el tamaño del mercado. Esto nos permite inferir que la especialización de un país, esta fuertemente determinada por aspectos tales como el cambio técnico, la escala de producción, la concentración, la diferenciación de productos...es decir en cierto periodo las ventajas absolutas pesan más que las comparativas.

A fin de analizar la especialización de nuestra economía, nosotros utilizamos el indicador las Ventajas Comparativas Reveladas (VCR)<sup>5</sup>. Este es un indicador que se construye para cada rama, relacionando la participación relativa del país en el mercado mundial de cada rama con su participación en el comercio mundial total. El valor de este indicador toma valores mayores que uno para aquellos sectores más competitivos que el promedio, y menores a uno para los menos competitivos. Teniendo en cuenta la dificultad para conseguir datos de las exportaciones mundiales por sector, comparamos la participación de las exportaciones argentinas con respecto a la participación de las exportaciones de EEUU, país que por su peso en la producción y el comercio mundial es un punto de referencia a la hora de analizar las especializaciones comparadas.

De acuerdo con Chudnovsky y Porta<sup>6</sup>, a partir de la utilización de indicadores de ventajas comparadas "deja de tener sentido hablar de la pérdida o del incremento de la competitividad de una economía en su conjunto. Lo que sí puede suceder es que se produzca un cambio en la estructura de ventajas comparativas tal que sectores que antes eran competitivos dejen de serlo."

Así, las VRC de la Argentina en el sector *i* fue calculada de la siguiente forma:

$$VCR^i_{Arg} = (X^i_{Arg} / X^{tot.}_{Arg}) / (X^i_{EEUU} / X^{tot.}_{EEUU})$$

$$VCR^i_{Arg} = (X^i_{Arg} / X^{tot.}_{Arg}) / (X^i_{EEUU} / X^{tot.}_{EEUU})$$

En alguna medida el indicador de VCR revela las ventajas comparativas de un país para un bien, esto es, el costo de producir dicho bien en relación al costo de producirlo fuera del país. Sin embargo, contra la teoría de las "ventajas comparativas" neoclásica, su variación no solo esta asociada a la reasignación de recursos entre sectores sino también a la creación de nuevos recursos o bien al aprovechamiento de economías de escala. Es mas, es importante remarcar que estas ventajas se "revelan" estadísticamente y no

<sup>5</sup> Balassa, (1965)

<sup>6</sup> Daniel Chudnovsky y Fernando Porta (1990) *La competitividad internacional, principales cuestiones conceptuales y metodológicas*, CENIT, Documento de Trabajo N°3.

necesariamente están asociadas a factores de costos. Estas pueden estar asociadas a la política comercial o a estrategias de diferenciación de las empresas.

El indicador se calculó para cada sector CIU a cuatro dígitos del capítulo de industrias manufactureras (sección D, desde el capítulo 15 al 36<sup>7</sup>). Se consideraron todos los años desde 1989 hasta 2000 inclusive. Para evitar la volatilidad propia de las exportaciones ocasionada por la variabilidad de los precios se calcularon promedios entre tres años consecutivos (1989-1991, 1992-1994, 1995-1997, 1998-2000), por lo tanto cuando se habla de nivel se considera el nivel promedio del período en cuestión.

### Estructura de las ventajas comparativas reveladas de la Argentina

En términos generales vemos que como anticipamos en la introducción, nuestra especialización es claramente basada en recursos naturales y sesgada hacia las actividades agroalimentarias. más de la mitad de las ramas con ventajas comparativas reveladas son alimentarias. Esta especialización se profundiza dentro del ranking de los 10 primeras ramas, pasando de 1989-91 a 1999-2000 de 6 a 7 posiciones y de 11 a 12 dentro de los 20 primeros lugares. Pero más allá de esta variación resulta interesante analizar qué sectores dentro de la industria agroalimentaria ganaron estos puestos, cuales consolidaron sus posiciones y en fin si hay casos de pérdidas de ventajas comparativas reveladas.

**Cuadro 1.a. Ventajas comparativas reveladas 1989-1991. Primeras 10 ramas.**

Posición	Detalle	VCR 1989-1991
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	42.5
1911	Curtido y adobo de cueros	21.5
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias para uso estructural	20.2
1520	Elaboración de productos lácteos	11.1
1542	Elaboración de azúcar	10.4
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra	7.8
1511	Producción procesamiento y conservación de carne y productos cárnico	6.1
1552	Elaboración de vinos	5.8
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	4.9
2710	Industrias básicas de hierro y acero	4.7

Fuente: elaboración propia a partir de INTAL

<sup>7</sup> El capítulo 37 "Reciclamiento" que esta dentro de la sección D, fue excluido por razones obvias.

**Cuadro 1.b. Ventajas comparativas reveladas 1998-2000. Primeras 10 ramas.**

Posición	Detalle	VCR 1998-2000
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	45.8
1911	Curtido y adobo de cueros	24.2
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias para uso estructural	18.9
1520	Elaboración de productos lácteos	13.7
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	10.8
1542	Elaboración de azúcar	8.5
1552	Elaboración de vinos	8.0
1553	Elaboración de bebidas malteadas y de malta	7.5
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra	7.5
1543	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería	5.7

Fuente: elaboración propia a partir de INTAL

Del estudio de indicador a lo largo de la década del noventa surge una taxonomía de los sectores de acuerdo al nivel y a la evolución de las ventajas comparadas en el tiempo. De tal forma podemos hablar de sectores que en los que la situación competitiva no se modificó (mantuvieron sus niveles iniciales relativamente más altos o bajos que el resto). Y sectores en los que se registró una variación importante en los valores del indicador. En este grupo destacamos el rol de aquellas actividades que ganaron competitividad transformando la estructura de ventajas relativas (Gráfico 1).

Para el ranking del promedio de los últimos tres años analizados podemos ver tres tipos de evoluciones.

En primer lugar, la continuidad en la especialización: Los cuatro primeros puestos son conservados por las mismas ramas que al comienzo de la década, esto significa que la persistencia de la especialización es importante. Es de destacar que esta persistencia no necesariamente implica un comportamiento pasivo por parte de las empresas, sino la profundización de una trayectoria evolutiva en la cual las empresas tuvieron que mejorar sus posición competitiva para poder mantener su puesto. Este es el caso de los aceites y en menor medida de los productos lácteos. En este sentido, el complejo oleaginoso ha mejorado sus ventajas comparativas reveladas respecto a EEUU, país que si bien sigue siendo el principal productor mundial hoy ve amenazada su participación en el comercio mundial en la gran parte de los productos del complejo por Argentina y Brasil. Esto va mucho más allá de la disponibilidad de recursos naturales, que solo son el punto de partida<sup>8</sup>. Una importante coordinación entre todas las etapas verticales, la existencia de fuertes complementariedades entre las tecnologías utilizadas en cada actividad, una mejora de la

<sup>8</sup> Obstchatko, E. (1997), *Articulación productiva a partir de los recursos naturales: el caso del complejo oleaginoso argentino*, CEPAL, Documento de Trabajo 74.

eficiencia portuaria y una política comercial que privilegió durante las tres últimas décadas a las etapas industriales explica esta performance. A su vez, vemos que en sectores como el lácteo, que muestran un importante aumento durante el período fuertemente ligados al proceso de integración del MERCOSUR y las nuevas inversiones de empresas multinacionales<sup>9</sup>.

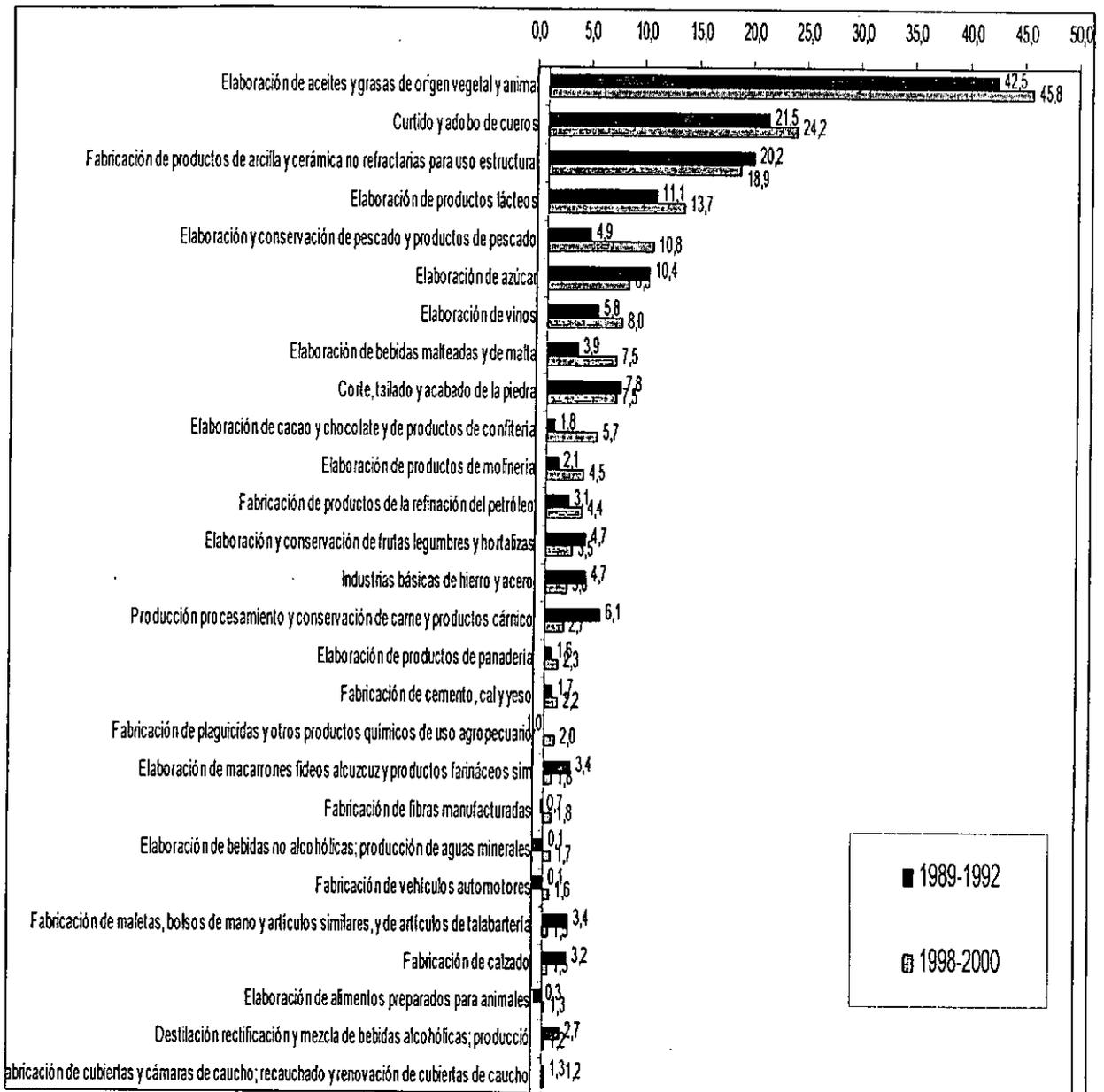
En segundo lugar, casos de des-especialización: algunas ramas desaparecieron del ranking de las 10 primeras, como ser la de frigoríficos de carnes, incapaces de desarrollar escala o coordinar sus cadenas. El caso de las carnes es particularmente llamativo, dada la importancia que tuvo este sector en nuestra inserción de principios de siglo. Los limitantes son institucionales y se encuentran asociados a la ausencia de una cadena coordinada que asegure una oferta en cantidad, el status sanitario necesario y una adecuada estrategia unificada promoción como para ampliar el volumen exportado. La informalidad y la multiplicidad de intermediarios (mercado central, matarifes, superposición de certificaciones) elevan los costos de transacción e impiden incrementar el valor agregado en la cadena.

En tercer lugar, la nueva especialización en ramas agroalimentarias que antes habían tenido una participación secundaria en la estructura de comercio. Para ello, el gráfico 1, complementa el análisis en la medida que puede apreciarse tanto el nivel de las VCR al inicio del período analizado como las variaciones registradas. Se destacan algunas actividades por haber incrementado considerablemente las ventajas comparativas. Entre ellas se encuentran: la Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado que escaló en el ranking desde un noveno a un quinto puesto, Elaboración de bebidas malteadas y de malta, básicamente elaboración de cervezas y la Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería que incrementó sus ventajas comparativas reveladas en más de un 200%. Este último caso es destacable. La rama de chocolates y golosinas responden a la estrategia de diferenciación e internacionalización de grandes grupos locales en respuesta a la mayor rivalidad local resultante de la instalación durante los 90 de filiales de empresas extranjeras en Argentina<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Ver un análisis de la Inversión Extranjera Directa en el Informe Económico del IMA N°10.

**Gráfico 1: Ventajas comparativas reveladas 1989-1991/1998-2000**



Fuente: elaboración propia a partir de información de INTAL

Como puede apreciarse, la especialización de la industria manufacturera está fuertemente sesgada hacia las industrias agroalimentarias. El complejo oleaginoso sin lugar a dudas es la estrella de nuestra especialización. Sin embargo, si bien hay una persistencia de especialización agroalimentaria durante los años 90, se han manifestado ciertos cambios cualitativos a su interior: una mejora *aun incipiente* en las ventajas comparativas reveladas vis-à-vis EEUU de industrias vinculadas al mercado interno que no se caracterizaron históricamente por una inserción como proveedores de materias primas dentro de la división

internacional de la producción. En efecto no es correcto hablar de la especialización en *la* industria agroalimentaria, sino de *las* industrias agroalimentarias. Este aspecto se profundizara en la próxima sección.

### **Las configuraciones sectoriales de las IAA en Argentina**

Para analizar el tipo de especialización de las Industrias Agroalimentarias Argentinas (IAA), introduciremos una grilla de análisis de las configuraciones de las distintas ramas. Esto es necesario porque – como dijimos- las IAA son comúnmente presentadas como un conjunto más o menos homogéneo de actividades, tecnológicamente estables. Sin embargo, estas se caracterizan por una alta heterogeneidad tanto al nivel de la rama como de la empresa. Al nivel de las empresas, hay distintos tamaños, distintas edades, diferentes competencias organizacionales y tecnológicas, diferentes estrategias, en fin diferentes trayectorias que las modernas teorías de la empresa han señalado. Nosotros sin embargo nos centraremos en la heterogeneidad a nivel de la rama buscando centrar nuestra atención en las estructuras de mercado y la naturaleza de los principales productos analizados. No es lo mismo especializarse en ramas intensivas en escala en donde la ampliación de las capacidades de producción constituye la mejor estrategia en un contexto de fuerte rivalidad oligopolistas que en ramas en las cuales la ampliación de la gama de productos permite o bien entrar en nuevos nichos de mercado o bien defenderse de la entrada de nuevos rivales ajenos al mercado. La disponibilidad de recursos naturales pasa a un segundo plano en el contexto de la rivalidad oligopolista.

### **Una tipología de las Industrias Agroalimentarias a partir de las hipótesis de la Organización Industrial**

Las actividades industriales pueden clasificarse de diferentes maneras. Una de ellas es el tipo de proceso productivo (continuo o discontinuo), según el tipo de fuente de cambio tecnológico (a partir de la ciencia, de los proveedores, etc...), a partir del tipo de encadenamiento (cadenas largas, cortas, etc...). Sin lugar a dudas que el análisis de cadenas es el más adecuado para el estudio de la especialización de Argentina<sup>11</sup>. Sin embargo, nuestro análisis se centra solo en la concentración y en el tipo de competencia en los mercados "aguas abajo". Para ello, adoptamos un criterio planteado por Martins y Price (2000) que toma en cuenta la configuración del mercado (fragmentado, concentrado) y la dinámica de la competencia (o rivalidad) que los caracteriza ( por precio, cantidad,

diferenciación de productos). En un análisis posterior se profundizaran las dimensiones de encadenamientos verticales “aguas arriba” de las cadenas, de donde provienen sin lugar a dudas las fuentes fundamentales de la competitividad sistémica.

Es posible luego clasificar las ramas según el tipo de bien producido<sup>12</sup> (diferenciado o indiferenciado) y por el grado de concentración (fragmentado, concentrado).

A fin de construir esta tipología, tomamos como referencia dos tipos de indicadores:

- Información cualitativa sobre el tipo de competencia en cada sector. Para ello utilizamos la encuesta tecnológica realizada por el INDEC en 1997. Esta abarca a 367 empresas alimentarias argentinas. Se procedió a calcular un índice de intensidad de la diferenciación de producto en cada rama considerada. Este índice es un porcentaje de las empresas que respondieron tener como objetivo de la innovación el de ampliar la gama de productos durante el periodo 1992-1996. En la medida que estos nuevos productos surjan del mismo proceso productivo, esta diferenciación puede asociarse al desarrollo de economías de alcance que sustituyen a las convencionales economías de escala.
- Un índice de concentración de Hirschman-Herfindalh (IHH) que cumple todos los requisitos necesarios para medir la dispersión en el tamaño de las empresas existentes en un sector. Cuanto más cerca de 1 se encuentre la estructura de mercado es más concentrada (si  $IHH=1$  es el caso de monopolio).

Es así que identificamos cuatro tipos de ramas (cuadro 2):

- Ramas fragmentadas en las cuales los bienes son indiferenciados, configuración que caracteriza a la producción de commodities agrícolas, pero también a ciertas actividades de primera transformación de dichos commodities en las cuales las escalas no son importantes. Aquí la competencia es fundamentalmente vía precio y la oferta es altamente atomizada. Este es el caso de la cadena de la carne o la molienda tradicional.
- Ramas que también producen bienes indiferenciados pero que debido la inversión de importantes plantas de transformación o en infraestructura de almacenamiento y transporte, generen economías de escala en la producción o en la logística. En este caso la competencia es fundamentalmente por cantidades (o más precisamente por ampliación de las capacidades de producción). En la medida que existan barreras a la salida, explicadas por altos costos hundidos, esto puede dar lugar a rentas a las empresas instaladas. Este es el caso del complejo oleaginoso donde la competencia

---

<sup>11</sup> Para una presentación sintética de los principales enfoques implícitos en los análisis de cadenas ver, P. Lavarello (2002), “Cadenas Agroalimentarias y tecnología”, *Informe IEFE*, nro. 120

durante los 90 se baso en la escala y no en la ampliación de la gama (bebidas alcohólicas excepto vino).

- Ramas en las que existe una fuerte fragmentación pero donde los bienes producidos no son homogéneos sino que diferenciados. Aquí la competencia es vía la ampliación de la gama de productos, en búsqueda de cuasi-rentas de la diferenciación.
- En fin, ramas en las que también existe diferenciación pero que debido a los altos costos fijos en I+D, publicidad o a una competencia organizacional de la empresa de producir una gama mayor de productos a un costo medio decreciente, la concentración es alta. Es decir, podemos ver que la presencia de indivisibilidades asociadas a la propiedad de un activo intangible es consistente con diferenciaciones horizontales y economías de alcance (ampliación de la gama de productos). Este tipo de configuración es característica de industrias de mayor intensidad tecnológica que la agroalimentaria, sin embargo puede que existan casos en las IAA tomando como referencia el sector y no la industria en su conjunto.

**Cuadro 2. Tipología de Industrias agroalimentarias argentinas**

Ramas	Configuraciones	% Empresas por rama con diferenciación (1)	Indice Concentración Hirschman-Herfindahl
Chazinados		0,0%	0,07
Preparación de arroz	Fragmentado sin Diferenciación (FsD)	7,1%	0,04
Molienda de trigo		0,0%	0,03
Frigorífico		12,8%	0,02
Frutas y Legumbres		20,0%	0,07
Pastas	Fragmentado con Diferenciación (FcD)	16,7%	0,06
Vino		40,0%	0,04
Agua mineral y soda		16,1%	0,03
Panificación		36,6%	0,01
Alimentos para animales	Concentrado sin Diferenciación (CsD)	0,0%	0,37
Moliendas de otros cereales		14,3%	0,31
Aceites y subproductos		8,3%	0,18
Bebidas alcohólicas		8,3%	0,14
Gaseosas		50,0% (2)	0,48
Cerveza		23,5%	0,38
Molienda Húmeda de Maiz		28,6%	0,27
Jugos de frutas y otras bebidas.	Concentrado con Diferenciación	23,1%	0,21
Cacao y golosinas		20,0%	0,13
Te, Mate, Café		16,7%	0,12
Leche y productos lácteos		20,0%	0,11
Galletitas		30,0%	0,11
<b>Mediana</b>		<b>16,0%</b>	<b>0,09</b>

(1) Este indicador se construye sobre la respuesta cualitativa de las empresas a las encuestas tecnológicas INDEC (1997)

<sup>12</sup> Este análisis se basa fundamentalmente en P. Lavarello (2002) "Investissement Direct Etranger et configuration des branches agroalimentaires en Argentine". Trabajo preparado en el marco del proyecto OECD "Competitiveness in ABC".

(2) Dado que esta rama se caracteriza por una baja concentración económica (0,06) pero una dominación de formas cuasi-integradas de control por las grandes marcas, tomamos la concentración en función de la marca.

*Fuente* : A partir de Encuesta sobre el comportamiento Tecnológico de la industria manufacturera (INDEC, 1997)

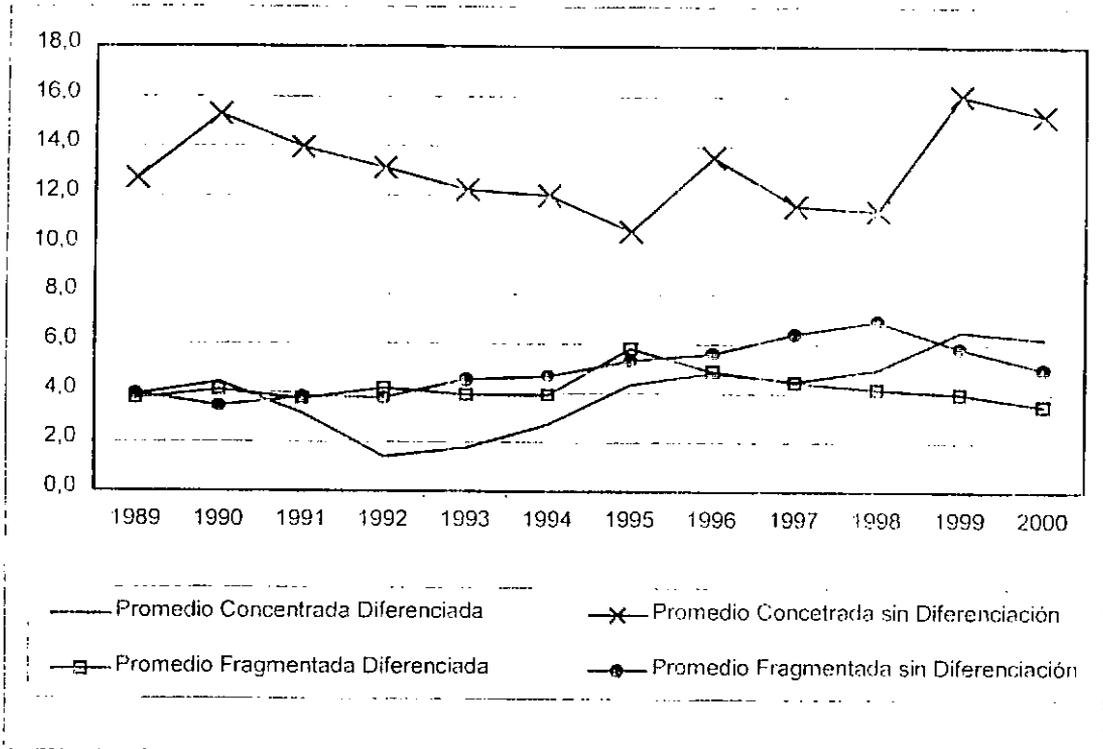
## **Una aplicación de la tipología a la especialización**

A la luz de la tipología presentada, en esta sección indagaremos en que medida existe una persistencia de la especialización de principios de los 90 o si se produjeron cambios cualitativos en el tipo de ramas que explican nuestra inserción internacional como productores de alimentos. Es importante remarcar que nuestro análisis parte de las condiciones locales de la competencia: la estructura de mercado analizada corresponde al mercado domestico y no al mercado internacional. Esto significa que su poder de mercado esta medido en términos de las ventas en el mercado domestico. Por otra parte, la estrategia de diferenciación local solo puede generalizarse a una estrategia de diferenciación a nivel internacional en un sentido especulativo y potencial: El hecho que una rama haya ampliado su gama de productos no significa que exporte los nuevos productos. Las estadísticas de comercio disponibles no nos permiten una mayor desagregación de los productos para distinguir por ejemplo entre un queso diferenciados o un queso en rama "commodities". Luego, las conclusiones de esta sección tienen relevancia en términos de escenarios de internacionalización posibles y no de situaciones reales.

En el gráfico 2 podemos observar que efectivamente la especialización en las ramas concentradas sin diferenciación persistió durante los 90. Sin embargo, emergen las ramas concentradas diferenciadas como un nuevo tipo de especialización de la Argentina, en las cuales la rama láctea es las más significativa. Si bien no podemos discriminar a nivel de productos, es importante notar que estas ramas se caracterizan por la especialización en ciertos productos tales como la leche en polvo aunque bienes más diferenciados como los quesos hoy comienzan a tener cierta importancia en las ventajas comparativas reveladas de nuestro país. Aquí las escalas parecen ser importantes, y ciertas empresas multinacionales delinean una estrategia global en la cual la Argentina se especializa en ciertas líneas de productos aprovechando un importante desarrollo de proveedores de gran tamaño relativo, con modalidades de gobernación bilaterales y donde los mejores niveles de calidad de la materia prima se combinan con ventajas absolutas de costos.

La lectura del cuadro nos permite plantear ciertas hipótesis especulativas. Las industrias fragmentadas diferenciadas, logran mejorar su especialización hacia mediados de los años 90, al finalizar la década pierden gradualmente dinamismo retornando a su situación original. El largo periodo de recesión de los 90 debilita uno de los determinantes de desarrollo el mercado interno, con las ventajas naturales que este significa para los nuevos productos

donde los aprendizajes industrial-cliente son fundamentales. En fin, las industrias indiferenciadas y fragmentadas tampoco muestran una tendencia a la especialización internacional.



### Consideraciones finales

Podemos en fin concluir, que claramente la especialización de nuestro país luego de más de dos décadas de ajuste regresivo es agroalimentaria. Esta especialización persiste, fundamentalmente en aceites y subproductos oleaginosos, dada la disponibilidad de recursos naturales pero también dada una configuración de la rama particular donde las economías de escala en el transporte y el primer procesamiento nos colocan en una situación de dominación en los flujos internacionales de commodities. Hoy dada la ubicuidad de la materia prima, las escalas son los activos estratégicos de estas ramas. Surgen también nuevas ramas como las de golosinas y las lácteas. Estas combinan acceso a materias primas a bajo costo (en el caso de la leche) economías de escala en la primer transformación con importantes procesos de diferenciación de productos. Sin embargo, la estructura de mercado resultante es concentrada y la competencia se centra en la defensa de segmentos de mercado frente a la rivalidad de las grandes cadenas. En fin ciertos casos aislados como los vinos no llegan a compensar la débil especialización en industrias donde la facilidad de entrada y salida a través de la introducción de nuevos productos permita

ampliar la gama de productos a partir de los cuales la Argentina se inserta en el comercio mundial.

Esta profundización de la especialización en recursos naturales no solo esta asociada a la apertura, y al ajuste a las dotaciones factoriales tal como predicen los enfoques tradicionales de comercio. Esto se explica también por aspectos dinámicos, donde la conjunción de elementos institucionales, organizacionales y tecnológicos se retroalimentan en un sendero evolutivo de expansión.

- Entre los elementos tecnológicos cabe mencionar la incorporación de modernos paquetes de semillas y agroquímicos que aumentaron sensiblemente los rendimientos y redujeron los costos. A nivel de los procesos, la aun incipiente introducción de la siembra directa simplifico los costos de manejo e hicieron más sustentables los cultivos. La incorporación de tecnología extranjera comercializada por empresas multinacionales y la capacidad de aprendizaje local se combinaron en una verdadera revolución tecnológica en las actividades agrícolas.
- A nivel organizacional, la generalización de la agricultura de contrato y la externalización de las actividades de siembra, fumigación, riego, etc. así como la importante interacción tecnológica entre proveedores de maquinaria e insumos reforzó el dinamismo de la tecnología. A su vez, la expansión simultanea de la capacidad de molienda de las aceiteras y la capacidad de las industrias lácteas generaron las articulaciones (aun débiles en materia de generación de tecnología) hacia abajo en la cadena de valor.
- A nivel institucional, la rapidez con la cual se liberaron las semillas transgénicas por la Comisión Nacional de Biotecnología fue un factor fundamental en el crecimiento de las actividades agroalimentarias. Cabe también mencionar que la estrecha colaboración entre la infraestructura local de Ciencia y tecnología (INTA, INTI) y los agentes difusores de las nuevas tecnologías (APRESSID, ASAGIR, Multinacionales de semillas y agroquímicos) conformaron las economías de red necesarias para dicha expansión.

Esta era la situación de la actividad hacia fines del 2001. Una tecnología en la mejor practica internacional, una capacidad de difusión de la misma sin correlatos internacionales. Una dependencia de insumos importados. Todo ello entro para quedarse.

En diciembre de 2001, la devaluación y la pesificación asimétrica favoreció significativamente a las actividades agroalimentarias. Esto tuvo fuertes implicancias en los corredores productivos analizados en donde las actividades de base agrícola concentran en la mayoría de los casos el 40% de la actividad. El nuevo régimen macroeconómico profundiza la especialización en agroalimentos a través de una importante transferencia de recursos de los servicios financieros y de transportes al mencionado sector.

La devaluación mejoro los ingresos en relación a los costos financieros, dado que la pesificación de la deuda bancaria genero una transferencia de recursos hacia el sector. Asimismo la reducción en los costos de estructura y de transporte mejoraron los márgenes brutos y netos de las actividades agropecuarias. En el caso especial de los tambos, este cambio fue más gradual, teniendo en cuenta la estructura oligoposónica de la industria láctea que descargo los costos financieros en una reducción de precios pagados al productor. Aspecto que se revierte gradualmente desde los últimos meses. En síntesis, la devaluación implico una profundización de la especialización de los 90 y hoy se manifiesta en una expansión aun mayor de la producción (campana 2002-2003).

A nivel industrial, solo las actividades que transforman estas materias primas se encuentran favorecidas por el actual esquema. Este es el caso de las aceiteras y en menor medida la molienda de cereales. La industria láctea, que comandó a partir de sistemas de incentivos bilaterales y de contratos la reconversión de los tambos también manifestó una fuerte expansión. El resto de las actividades industriales fueron afectadas muy débilmente, en un tímido proceso de sustitución de importaciones (textil, vidrio, maquinarias pequeñas.).

Sin embargo, la importancia de los commodities y el bajo eslabonamiento que este tipo de actividad tiene hacia el resto de las actividades productivas, se revela como una profundización de la heterogeneidad estructural al interior de los corredores analizados. Mientras que las actividades agropecuarias reproducen sus altos coeficientes de exportaciones y su crecimiento, el derrame hacia el resto de las actividades industriales es muy bajo.

Este breve ejercicio de inferencia empírica nos permite plantear nuevos interrogantes: si no hay otros recursos estratégicos diferentes a las 'ventajas naturales' que permitan una inserción sostenible en el tiempo de nuestro país en el comercio mundial- tales como el acceso al financiamiento para el desarrollo de escala, el fortalecimiento de los saberes artesanales de los obreros, la valorización de los saberes acumulados de los ingenieros, el desarrollo de redes "aguas abajo" tales como "marcas colectivas o nacionales", redes "aguas arriba" tales como institutos de genética animal y/o vegetal, etc. Las escalas y las diferenciaciones de productos sin este tipo de enraizamientos en un sistema nacional de innovación son fácilmente reversibles, conduciendo a procesos de despespecialización tales como las carnes.

## ***Recomendaciones de Política***

La determinación de las políticas tendientes a mejorar la competitividad de la Provincia en cuanto a la penetración de sus exportaciones chocan contra una limitación severa para su puesta en práctica. Por razones obvias, las principales políticas que permiten mejorar la competitividad son de órbita nacional, razón por la que la Provincia sólo podría realizar algunas acciones sustitutas que estén a su alcance y que reemplacen a aquellas.

Adicionalmente, esas medidas pueden quedar condicionadas por la posible violación de las normas de la Organización Mundial de Comercio a las que adhiere el país y que la Provincia no puede eludir.

Aún con estas limitaciones nos proponemos enumerar aquí las políticas posibles para instrumentar por la Provincia y que mejoren su inserción externa. También analizaremos algunas políticas que si bien son de carácter nacional, beneficiarían a la Provincia de Buenos Aires y al conjunto de las provincias.

### **Principios de observación a nivel nacional**

- Mejorar la productividad global de la economía. Cruzada educadora.

Ampliar la capacidad del capital humano fomentando la educación en general y la técnica en particular. Capacitando la mano de obra se logra una mayor velocidad de adaptación a futuros shocks tecnológicos, con un mayor aprovechamiento de los saltos en productividad.

- Incentivar el ahorro interno privado y público

En diversos trabajos académicos se ha verificado que uno de los principales determinantes del insuficiente crecimiento del ahorro interno es el incremento del gasto en bienes durables. Medidas que tiendan a reducir este componente de la demanda agregada, podrían determinar una mayor tasa de ahorro que financie el crecimiento de la inversión sin la necesidad de recurrir a niveles crecientes de ahorro externo. Del mismo modo cuando este último está negado o se obtiene a tasas muy altas.

Este es un tema crítico porque a pesar del impresionante cambio estructural ocurrido, las cifras muestran la estabilidad en el nivel de ahorro del país entre 1980-99.

- Modificar la estructura de las exportaciones a través de una mayor diversificación en productos, empresas exportadoras y países de destino.

Sin desestimar las restricciones que puedan imponer las ventajas comparativas estáticas a la intención de una profunda diversificación del sector exportable (ni tampoco de aquellas derivadas de las economías de escala asociadas a la especialización), el impulso exportador debería generar incentivos para la exportación de productos no tradicionales (que posean ventajas comparativas dinámicas), privilegiando los destinos aún no explotados comercialmente. Desde la teoría de la composición óptima de cartera se remarca la necesidad de diversificar para reducir riesgos que, en el caso de las actuales exportaciones argentinas, podrían estar dados por una nueva caída del precio de los commodities, devaluaciones del principal socio comercial (Brasil) y problemas productivos o financieros de los escasos grupos económicos exportadores locales. Conjuntamente al cambio en la estructura de las ventas externas, el nuevo esquema exportador tendría que impulsarse a través de medidas que tiendan a incrementar la competitividad del sector transable.

- Privilegiar la inversión externa en bienes transables.

En la línea del objetivo anterior, serían desde nuestro punto de vista ampliamente recomendables políticas que tiendan a orientar las inversiones (especialmente las extranjeras) hacia el sector transable. Si la inversión planeada es rentable pero en un sector que no genera divisas, a nivel agregado puede generar una incertidumbre creciente acerca de la capacidad de repago (de la deuda en dólares contraída para las inversiones) de la economía en su conjunto.

- Eliminar la contraciclicidad de las exportaciones.

A diferencia de lo que sucede en la mayoría de los países desarrollados, en Argentina las características estructurales de nuestras exportaciones determinan que cuando el producto crece por encima de su tendencia, las exportaciones caen por debajo de la suya. Este comportamiento está determinado por la estructura de las exportaciones, sea por los bienes primarios que forman parte de la canasta de consumo, sea porque muchas manufacturas (en especial las MOA) se venden al exterior como saldo de lo que no se vendió en el país. Resulta entonces indispensable modificar la composición de las exportaciones para evitar que los productos primarios o manufacturas de origen agropecuario mantengan la elevada participación que actualmente tienen en las ventas externas argentinas.

- Cambiar el signo (hasta ahora negativo) de la relación entre el ciclo de las exportaciones y el del empleo.

No solamente nuestro país es uno de los pocos en los cuales el comportamiento cíclico de las exportaciones va en sentido contrario al del resto de la economía, sino que también es un extraño caso donde las exportaciones y el empleo tienen una relación cíclica negativa (y mucho más fuerte desde la convertibilidad). Si la intención es desarrollar la economía en un

mundo globalizado, generando empleo en un esquema de crecimiento basado en las exportaciones, no solamente habrá que "revisar" qué productos se exportan sino también cuál es la composición factorial de los mismos.

## **Políticas de alcance provincial y nacional**

El conjunto de las políticas tendientes a mejorar la competitividad de las exportaciones puede dividirse en dos grandes grupos: las macroeconómicas y las microeconómicas.

### **Políticas macroeconómicas**

Dentro de las políticas macroeconómicas encontramos a la política fiscal, comercial, laboral y cambiaria.

#### *Políticas fiscales de impulso a la competitividad*

Cuanto menores sean los precios de los productos destinados a satisfacer la demanda externa, mayor es el volumen de los mismos que se vende al exterior. En esta situación, la política fiscal resulta relevante como reductora de costos de exportación. Con la política fiscal se pueden agrupar dos tipos de beneficios para los exportadores tendientes a mejorarles la competitividad:

- Reintegros
- Exenciones

En el primer caso, los reintegros suelen aplicarse sobre los aranceles a la importación cuando los insumos utilizados en la producción de bienes exportados provienen del exterior y a impuestos internos pagados por la compra de bienes durante el proceso productivo. Así el exportador tiene el derecho a que se le reintegre una parte o el total de los aranceles provenientes de la importación de insumos para la producción o a generar crédito fiscal, lo que abarata los costos de los bienes exportados posicionándolos en una mejor condición respecto a la competencia externa.

Otro caso posible para utilizar como política fiscal es el otorgamiento de subsidios fiscales transitorios para nuevos mercados y para nuevos productos, hecho que podría favorecer la diversificación de mercados y productos.

En cuanto a la exención, implica liberar al exportador del pago de un impuesto como consecuencia de mejorarle los costos para favorecer su penetración en los mercados externos.

Una medida de exención es la reducción de los aportes patronales a los sectores productores de bienes transables.

Nuestra postura defiende la idea de focalizar la medida únicamente en el sector productor de transables, respaldando tal afirmación en tres pilares fundamentales: las restricciones fiscales, la difusa relación existente entre reducción de aportes y generación de empleo y la necesidad de un cambio en las rentabilidades relativas para guiar las inversiones hacia el sector beneficiado por la reforma (el exportador).

Con respecto a las restricciones fiscales, mientras que una reducción generalizada podría incrementar el déficit fiscal en una cuantía importante, una reducción selectiva que alcance solamente al sector transable tendría un costo fiscal significativamente menor.

Luego, analizando los efectos de la caída en el costo laboral a comienzos de los '80 (producto de la reducción de aportes) sobre la tasa de desocupación, se encuentra que, lejos de solucionar el problema de empleo, la reducción de aportes coincidió con la duplicación de la tasa de desocupación. Si bien no pueden extraerse conclusiones robustas de esta escasa evidencia empírica, tampoco pareciera existir alguna más contundente que fundamente lo contrario.

Finalmente, si la reducción en los aportes es generalizada, el incremento en la rentabilidad de los distintos sectores no es homogéneo. Dado que las empresas exportadoras poseen actualmente una estructura tecnológica que determina una menor utilización de trabajo por cada unidad de producto que el resto de la economía, la caída uniforme de aportes en todos los sectores reduce más significativamente el costo en el sector no transable, determinando un efecto inverso al deseado, pues los inversores al ver más rentable al sector no transable, reasignan su capital hacia este sector, debilitando (e inclusive anulando) el crecimiento de las exportaciones.

#### *Políticas sobre atracción de inversiones*

La política de atracción de inversiones debe centrarse en aquellas actividades productoras de bienes transables.

Por su capacidad de generar (o ahorrar) divisas suficientes para el repago de las deudas contraídas por la economía, en plazos menores que la inversión en el sector no transable. Imaginemos que toda la inversión fuera en no transables (ej. hipermercados) el efecto negativo sobre la cuenta corriente sería inmediato por la remisión de utilidades y los mayores insumos importados, mientras que el supuesto efecto positivo por la baja en los costos que generan estas inversiones tardan en manifestarse.

Continuando con las reformas necesarias para incrementar la competitividad de las firmas exportadoras, planteamos la posibilidad de la creación de un esquema federal de incentivos a la radicación de inversiones en el sector transable, consensuado entre las provincias, siguiendo criterios económicos, sociales y ambientales, a los efectos de evitar posteriores guerras tributarias que distorsionen los resultados de las políticas emprendidas.

### *Eliminación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos*

En el caso de la Provincia de Buenos Aires es de particular atención el Impuesto sobre los Ingresos Brutos. Esto es así por cuanto se trata de un impuesto absolutamente distorsivo que genera dificultades en la competitividad externa.

Por su naturaleza, este impuesto grava en cascada y acumulativamente las ventas de todas las etapas del proceso productivo. Esto, por un lado, incentiva a las empresas a reducir la presión tributaria por medio de un comportamiento hacia una integración económica vertical que modifica los precios finales de los bienes y servicios, y por otro, dificulta el conocimiento de su incidencia sobre los costos de producción debido a que ésta depende del número de etapas anteriores en el proceso productivo del bien que se trate.

La imposibilidad para reconocer la incidencia del impuesto en el costo de los productos genera que no exista forma de compensar al exportador respecto de la pérdida de competitividad en sus productos.

La integración vertical también genera un efecto perverso sobre la competitividad de las PyMES respecto a los conglomerados verticales. Al mismo tiempo la imposición en cascada genera el incentivo a importar por parte de los comerciantes minoristas (fundamentalmente hipermercados) con el objeto de evitar una fase de comercialización. Esto da al impuesto sobre los ingresos brutos el carácter de pro importador.

Lo anterior redundará en una pérdida de competitividad que genera un sesgo antiexportador que, por reglas del comercio exterior, no puede ser revertido mediante reembolsos del impuesto.

Sobre estos problemas se fundamenta un análisis para evaluar su sustitución por otro tipo de impuestos que reduzcan dichos efectos no deseados. Para ello se cuenta con varias alternativas, en los extremos nos encontramos, por una parte, con un IVA Provincial y por otra, con un Impuesto a las Ventas Minoristas.

### *IVA subnacional*

La primera se caracteriza por la eliminación total del IIB siendo este reemplazado por un IVA a nivel provincial que mantenga la misma base imponible que el IVA nacional y que respete el principio de destino con un pago diferido, para así poder permitir diferentes alícuotas en las diferentes provincias.

Las ventajas de esta alternativa se producen porque, al estructurarse sobre un impuesto que ya existe (el IVA nacional) permite aprovechar las economías de escala en la recaudación, reducir los costos administrativos y de transacción, y porque, al no distorsionar, no grava la inversión ni los insumos para la producción de ésta.

Desde el punto de vista de las exportaciones este impuesto sería de muy fácil devolución, con lo que no se generarían distorsiones que perjudiquen la competitividad.

### *Impuesto a las ventas minoristas*

La otra alternativa extrema viene dada por Impuesto a las Ventas Minoristas (impuesto monoetápico) que, una vez eximidos los demás sectores, grave solamente al comercio minorista produciendo como puntos positivos una eliminación de las distorsiones y una reducción de la presión sobre el ahorro. Sin embargo, esta alternativa trae aparejada la imposibilidad de mantener el presupuesto equilibrado si se aplican alícuotas razonables, la imposibilidad de gravar insumos intermedios, bienes intangibles, comercio electrónico y el incentivo al "turismo tributario"<sup>13</sup> entre jurisdicciones vecinas.

Algunas simulaciones realizadas sobre el reemplazo de este impuesto por otro al consumo final arrojan resultados relevantes para mejorar la competitividad de los diferentes sectores productivos y consecuentemente sobre el sector exportador.<sup>14</sup> Los resultados más interesantes señalan que el aumento de competitividad será mayor cuanto mayor sea la reducción en la alícuota del impuesto a los ingresos brutos, cuanto mayores sean las transacciones intermedias involucradas en la producción del bien exportable y cuanto mayor sea el peso de los insumos en el valor del bien para los casos de procesos productivos con una gran cantidad de etapas intermedias.

Un aspecto central a analizar sobre las políticas fiscales tendientes a mejorar la competitividad de los exportadores es el riesgo de incurrir en guerras de subsidios entre provincias de modo de lograr la radicación de una actividad productiva sobre la base de su

---

<sup>13</sup> Es la movilidad de las actividades productivas entre jurisdicciones derivado de las diferencias impositivas existentes entre estas últimas.

traslado desde otra provincia.

Del mismo modo en que con las políticas de integración comercial entre países se negocia el alcance de las políticas de incentivos a la inversión que serán permitidas entre ellos, en el caso de las provincias es necesaria una coordinación similar para evitar que en pos de una mayor competitividad se generen guerras fiscales que resultan juegos de suma cero o negativa.

#### *Modificaciones al Impuesto al Valor Agregado (IVA)*

En este mismo ámbito de reformas o reformulaciones de los esquemas tributarios o de algunos impuestos, se encuadra esta propuesta para incentivar las exportaciones con modificaciones en el IVA.

La propuesta plantea un sistema de devoluciones y descuentos instantáneos de dicho impuesto, evitando la acumulación del crédito fiscal de los productores. El nuevo esquema implicaría una devolución inmediata con un sistema de recaudación federal en el que cada gobernador manejará su recaudación a través de la modificación de la ley de coparticipación. Este nuevo sistema trata de evitar el perjuicio ocasionado sobre los productores domésticos cuando éstos no reciben en tiempo las devoluciones que les corresponden por la compra de insumos para la producción.

Las dificultades para efectivizar los créditos fiscales por IVA con las que tropiezan los exportadores implica un aumento en los costos de financiamiento que es completamente injustificado, encontrando que el único motivo para este sobre-costos es la burocracia y las necesidades de financiamiento del sector público.

#### **Políticas comerciales para mejorar la competitividad**

Por políticas comerciales, habitualmente se entiende fijar aranceles y subsidios a las exportaciones. Aquí lo analizamos en un sentido más amplio, centrándonos en la posibilidad de establecer nuevos acuerdos con otros países y fortalecer los acuerdos ya alcanzados.

Si se analiza el desempeño del sector externo argentino y bonaerense desde la entrada en vigencia del Mercosur se comprende fácilmente lo importante que en términos de comercio exterior ha resultado este proceso.

En el actual contexto son varias las posibilidades que el estado nacional tiene para

---

<sup>14</sup> Ver Cetrángolo, Oscar D. "Reducción de contribuciones patronales y reforma de los impuestos provinciales sobre los ingresos brutos. Apuntes para la estimación de su impacto sobre la competitividad de la empresa". Instituto para el Desarrollo Industrial. 1994.

promover distintas formas de inserción en el comercio internacional de bienes.

El siguiente cuadro muestra un mapa de las distintas alternativas para la política comercial e integración para Argentina en el mediano plazo. Asumimos primeramente una gran opción estratégica que es seguir o no con el Mercosur y luego, a partir de allí, distintas alternativas. La gran diferencia entre las dos columnas radica en que las negociaciones con terceros países o las rebajas arancelarias serían decididas individualmente por Argentina o como conjunto dentro de Mercosur.

### Alternativas de política comercial e integración

SIN MERCOSUR	VÍA MERCOSUR
Apertura multilateral no discriminatoria	Acuerdos 4 + 1 (EE.UU., Sudáfrica, Venezuela, México, etc.)
Asociación bilateral con EE.UU.	Mercosur + U.E.
ALCA	Mercosur + ALCA

De las seis alternativas presentadas cinco de ellas llevarían directamente a un mayor comercio con los EE.UU. pero claramente las características de ese comercio serían distintas. En otras palabras, el mecanismo de adhesión no es neutral en los resultados finales. Para autores ortodoxos una apertura multilateral generalizada sería la mejor opción mientras que para otros una integración con EE.UU. requiere negociar desde el Mercosur. Para otros un acuerdo bilateral con EE.UU., en cambio, sería más relevante si se realiza a partir del abandono del Mercosur.

La realización de un tratado bilateral con los EE.UU. o una eventual incorporación individual al Nafta tiene una primera consecuencia, que es la de disminuir drásticamente el espacio de negociación del país más pequeño que desea integrarse. El escenario de un país que en forma individual busca acordar con el país más importante de la economía internacional implicará que las posibilidades de maximizar la atención de sus intereses particulares respecto al proceso de incorporación serán escasas por la gran asimetría existente. En general los autores que han propuesto esta alternativa postulan que los países deben

cumplir previamente requisitos de estabilidad macroeconómica y consistencia de sus políticas.

Los acuerdos comerciales tienen la ventaja, sobre las políticas de apertura unilateral, de poder tener en cuenta los sectores con mayores dificultades frente a la apertura, la posibilidad de establecer cronogramas que eviten el shock en sectores industriales sensibles y de este modo se potencian las ventajas de la integración.

Es claro que la decisión de avanzar en la integración regional y en acuerdos comerciales con terceros países no es una política que esté al alcance de la Provincia de Buenos Aires. Sin embargo, la Provincia debiera asumir un rol mucho más destacado en las negociaciones que lleva adelante el gobierno nacional. Esto es así porque necesidades particulares de Buenos Aires podrían no ser tenidas en cuenta en las negociaciones a nivel nacional, y ello puede acarrear consecuencias no deseables para sus industrias.

Un ejemplo cercano y concreto de esta necesidad quedó de manifiesto durante 1999, cuando distintos estados brasileños ponían a disposición de inversores extra Mercosur una serie de subsidios fiscales con el objeto de atraer hacia ellos la radicación de empresas. Esta situación impactó en la actividad industrial de la Provincia pero se carecía de instrumentos adecuados para imposibilitar esas prácticas.

### **Política Cambiaria para el incentivo exportador**

A los efectos de alentar la inversión en el sector exportador las políticas nacionales o provinciales deben garantizar cierta estabilidad en cuanto a la política cambiaria, ya que la incertidumbre respecto al valor de la moneda genera un efecto perverso sobre la inversión.

El riesgo de modificación del tipo de cambio genera efectos contrapuestos sobre los exportadores: en el caso de existir expectativas de devaluación se desalienta a los pequeños empresarios exportadores a recurrir al endeudamiento externo como fuente de fondeo de la inversión, pero por otro lado se alienta la posibilidad de exportar, pues una depreciación aumentaría en moneda local el valor de las exportaciones y se endeudarían en moneda local. Sin embargo una apreciación genera para el sector los efectos contrarios, por lo tanto se desalentaría la exportación.

De esta forma una volatilidad excesiva de la política cambiaria, generaría incentivos que llevan a que los empresarios no inviertan, no innoven y se autoexcluyan de las ventajas de la incorporación de nuevas tecnologías ahorradoras de costos. Toda esta situación, posiciona al sector exportador en situación desventajosa respecto a sus competidores externos.

### **Políticas laborales para el crecimiento exportador**

Del trabajo surge que los aumentos de la competitividad obtenidos por el mecanismo de reducción de los obreros ocupados respecto del Valor Bruto de Producción, no garantizan el aumento de la inserción exportadora.

Es muy difícil pensar que en el actual contexto de salarios en dólares en el mundo, el país o la Provincia puedan salir a competir en la franja de países con salarios bajos, antes bien, podemos pensar que es más probable competir en la franja media de salarios ligados a mayores niveles de calificación.

Lo que se requiere es una política de capacitación y formación de recursos enfocada como un bien público a proveer por el Estado.

Para aumentar la competitividad de los exportadores por el lado de los costos se pueden aplicar políticas diferenciales para el sector exportador en el ámbito del mercado laboral. Se pueden aplicar regímenes laborales diferenciales para las distintas ramas de actividad exportadora, poniendo énfasis en los sectores considerados estratégicamente claves para la inserción internacional.

Las modalidades de trabajo temporario y contratos no son actualmente las más adecuadas para los exportadores.

La posibilidad de facilitar la negociación salarial por ejemplo, permitirá al exportador ajustarse rápidamente a los cambios en la demanda externa de sus productos vía precios cada vez que la compra de estos productos presente descensos. En tal situación el costo de ajuste se efectúa vía precio y resulta menos costoso que el que podría resultar de un ajuste por el lado de las cantidades, que generaría desempleo.

En este sentido se deben profundizar los avances a partir de la firma del Pacto Fiscal II. Con este acuerdo, varias provincias requirieron la presentación de certificados de baja de cargas patronales a la DGI, lo cual reduciría los costos laborales en sectores exportadores y contribuiría a aumentar la competitividad en el mercado externo.

### **Políticas microeconómicas**

A nivel microeconómico, las políticas pueden dividirse en dos grandes grupos según que las mismas se encuentren o no relacionadas con el financiamiento de la producción o la inversión en el sector exportador. En las páginas siguientes enunciaremos las medidas que a nuestro entender deben implementarse para promocionar la venta externa de productos

domésticos. Algunas de estas medidas ya se han puesto en práctica, aunque con algunas deficiencias corregibles.

#### *Políticas de asistencia financiera para la competitividad*

El acceso al crédito es una de las dificultades más importantes que enfrenta el empresariado argentino y, particularmente, el sector exportador que no tiene forma de acceder al mercado internacional sobre todo después del quiebre estructural que significó la salida de la convertibilidad.

Las medidas importantes en relación al financiamiento incluye algunas tales como:

- Otorgamiento de créditos para la inversión.
- Subsidios directos a sectores con grandes desventajas respecto a la competencia externa.
- Asignación preferencial del crédito a las PyMES.
- Provisión de garantías en la obtención de crédito. Sea este de carácter doméstico o externo.
- Coordinación y agrupamiento de pequeñas empresas para la obtención de préstamos en el mercado externo. Facilitando el accionar de instituciones cuya principal función esté orientada a proveer apoyo a las PyMES presentándose como garantes de empresas exportadoras tomadoras de crédito para la inversión.
- Financiamiento de la compra de activos fijos, o bienes de capital ahorradores de costos.
- Financiamiento o respaldo a los seguros de preembarque y postembarque.

#### **Políticas Complementarias para favorecer la competitividad**

##### *Asistencia legal*

Cuando el sector exportador se encuentra integrado por pequeñas empresas, a éstas les resulta costoso acceder a información o asesoramiento en materia legal.

Si dicho costo es enfrentado directamente por la firma, ésta lo trasladará directamente al precio del producto y perderá competitividad respecto a sus rivales externos. Adicionalmente, para una empresa pequeña el costo de usar estos servicios, en proporción de sus gastos totales, puede ser muy elevado y tener fuerte incidencia sobre el precio final del producto, haciéndole perder competitividad.

Por ello es importante crear o favorecer la creación de instituciones orientadas particularmente a brindar asesoramiento legal gratuito a empresas dedicadas a la exportación. Estas instituciones deben ser de respuesta rápida y aptas para evacuar dudas legales en materia de comercio internacional, de manera que las pequeñas empresas exportadoras que se enfrenten con algún problema legal, o que quieran insertarse en algún mercado regional específico, cuenten con un marco de apoyo legal asociado a temas de comercio internacional.

### *Asistencia tecnológica*

Las medidas informativas y de asesoramiento a las empresas del sector deben extenderse hacia el campo de la tecnología. Particularmente se debe destacar que dado que toda mejora tecnológica se traduce en una reducción en los costos de producción y un aumento de la competitividad, es importante la creación de programas estatales que provean de información tecnológica útil para el sector exportador.

A continuación mencionamos algunas actividades, o planes que el estado nacional o provincial deben implementar con el objetivo de hacer al sector exportador más rentable y eficiente vía la incorporación de innovaciones tecnológicas. Dichas medidas incluyen:

- Estudios de simulación e implementación de nuevas tecnologías de producción.
- Programas de investigación sobre la sustitución de insumos en bienes exportables y análisis de la calidad de nuevos productos similares a los que se exportan.
- Facilitar la incorporación de tecnologías ahorradoras de costos y capacitación sobre el uso de las mismas.
- Diseñar una política de fomento a la calidad bajo patrones internacionales para la competencia en calidad y no sólo en precios. También beneficiaría a los consumidores locales.
- Implementación de programas pilotos para la prueba de nuevos procesos productivos ahorradores de costos.
- Asistencia técnica a las empresas exportadoras en lo referente a pruebas sobre materiales, defectos comunes en la producción e innovaciones recientes en el mercado.
- Asistencia y asesoramiento en el control de calidad de los productos locales comparados con los ofrecidos por otros países.
- Creación de convenios con entidades universitarias destinadas a la investigación y el desarrollo en las principales ramas de la actividad exportadora.

- Subvención de proyectos de investigación para la sustitución de insumos en la producción de diferentes sectores.

### *Asistencia en la Gestión*

Dado que las firmas pequeñas enfrentan elevados costos de organización, que se trasladan a precios, dentro de las políticas para mejorar la capacidad competitiva de las empresas exportadoras, se aconseja la creación de organismos o programas específicos que brinden apoyo y monitoreen el desempeño de las empresas en forma comparativa con sus competidoras externas.

Para tal fin, se deben destinar a dichos programas recursos financieros y humanos capacitados en el diseño de indicadores de eficiencia, de rentabilidad y de evaluación de gestión empresarial; capaces de detectar en forma inmediata toda anomalía empresarial que le implique a la firma la pérdida potencial de algún mercado externo.

En estos casos las firmas exportadoras se verían beneficiadas con la disponibilidad gratuita de asesores financieros y de gestión que alientan la inserción y la rentabilidad de las mismas en el mercado externo.

Las políticas destinadas a la provisión de información deben relacionarse con la creación de programas o entidades que investiguen sobre regiones o nichos de mercado aun no explotados. En este caso, cualquier programa destinado a tal fin debe incluir actividades como las que se especifican a continuación:

- Análisis de las tendencias en cada sector exportador.
- Investigación sobre nuevos mercados.
- Asesoramiento especializado por áreas geográficas.
- Determinación de áreas más o menos expuestas a la competencia externa.
- Identificación de mercados no explotados.
- Especificación de regiones de fácil y difícil inserción.
- Estructura de los diferentes mercados regionales para cada sector exportador.
- Características de las demandas en diferentes mercados.

### **Políticas de tipo operativas**

Las políticas de tipo operativas deben proveer de asesoramiento a las PyMES en lo referente al planeamiento estratégico. El mismo debe abarcar campos relacionados con la inserción en el mercado externo y la formación del personal, sea éste específico del proceso productivo o integrante del plantel de asesoramiento de la empresa.

Dado que muchas empresas exportadoras son de tamaño mediano o chico, no disponen de recursos financieros que puedan destinar para cubrir costos de contratación temporal de profesionales aptos para la planificación de la estrategia comercial, por ello el estado, sea nacional o provincial debería garantizar la creación de instituciones que provean directamente y en forma gratuita este tipo de servicios. Concretamente se debe brindar asesoramiento en los siguientes aspectos:

- Fijación de objetivos y metas para diferentes horizontes temporales.
- Calendarización de actividades y planificación de funciones para distintos sectores de la empresa.
- Organización de los procesos productivos.
- Relevamiento frecuente de las metas comerciales y de la estrategia publicitaria.
- Monitoreo de la gestión.
- Encuestas a los clientes para focalizar la oferta de producto conforme a las necesidades y exigencias de la demanda externa.
- Procesamiento y difusión de esta información en toda la empresa.

En términos de la capacitación, los programas estatales deben incluir actividades como las siguientes:

- Cursos de capacitación, y perfeccionamiento a trabajadores de planta y a gerentes.
- Cursos de actualización sobre mejoras productivas cuantitativas y cualitativas.
- Formación de mano de obra en sectores específicos, principalmente para el caso de productos exportados intensivos en mano de obra no calificada.
- Subsidios para la capacitación externa del personal de planta productiva y de la sección estratégica.
- Creación de programas de capacitación mediante convenios con las Universidades.

### *Asistencia estratégica*

Uno de los problemas más importantes que enfrentan las pequeñas empresas para exportar de manera sostenida se debe a los costos de comercialización, demasiado elevados para su escala. Para intentar dar una solución efectiva a esa situación, planteamos como oportuna la creación de consorcios de exportación coordinados por entes ad-hoc. Estos consorcios tendrán como objetivo esencial el desarrollar y aceitar el circuito exportador especialmente de las pequeñas empresas, financiando ferias, realizando contactos y presentaciones y asesorando acerca de los tiempos y procedimientos necesarios para encarar una estrategia exportadora.

### *Asistencia en marketing*

Para incentivar la compra de productos domésticos es importante que los mismos sean conocidos en el mercado externo. En este caso, las políticas de marketing deben hacer que los productos nacionales sean conocidos por su calidad y su precio en el mercado externo.

Para aprovechar economías de escala, se debe brindar la posibilidad de acceso a publicidad y marketing al conjunto de empresas pequeñas exportadoras de una determinada rama de actividad.

La marca "Producto Argentino" debe ser reconocida en el resto del mundo. Estas políticas de incentivos a las exportaciones de un sector pueden también implementarse en el ámbito provincial. Así las provincias deberían crear centros con personal capacitado que actúe de intermediario entre las firmas y el mercado promocionando y publicitando los productos regionales.

Dentro de este tipo de asistencia se deben dar servicios gratuitos de packaging, de manera de reducir los costos de las ventas de bienes.

Otra posibilidad consiste en crear instituciones que actúen como agrupadoras y coordinadoras de pequeñas empresas de una misma actividad exportadora de manera que las mismas funcionen como una asociación y aprovechen las economías de escala derivadas del empaquetamiento conjunto de productos. Incluso esta unión de pequeñas empresas se podría extender o implementar en diferentes ramas de actividad.

Resumiendo, las políticas deberían incluir las siguientes medidas:

- Análisis de las estrategias de marketing de la competencia externa.

- Diseminación de la información y resultados encontrados abarcando todos los sectores exportadores del país. La difusión de esta información puede realizarse sin costos aprovechando la existencia de Internet.
- Publicidad de los productos nacionales mediante la creación gratuita para las empresas de páginas web.
- Coordinación y agrupamiento de las empresas para la creación de una entidad común de empaquetamiento que aproveche las economías de escala para un mismo sector o para diferentes tipos de productos exportados.

O/F. 3111  
I 24<sup>e</sup>  
II

43907

## CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Estructura económica y perfil comercial de los distintos corredores productivos bonaerenses. Un análisis espacial de las ventajas comparativas y competitivas de la Provincia de Buenos Aires.



Cuarto informe

20 DE DICIEMBRE DE 2002

4

**AUTOR DEL ESTUDIO:**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES Y  
ECONOMICOS (IEFE)**

# Tabla de contenidos

<b>EXPORTACIONES Y CRECIMIENTO .....</b>	<b>6</b>
<b>¿QUÉ EXPORTAN LOS CORREDORES PRODUCTIVOS DE LA PROVINCIA? .....</b>	<b>8</b>
CONSORCIO INTERMUNICIPAL DE DESARROLLO (CIDERE) .....	8
CONSEJO DE DESARROLLO DEL NOR-OESTE (CODENOBA) .....	8
CORREDOR PRODUCTIVO DEL ATLÁNTICO (COPROA) .....	9
CORREDOR PRODUCTIVO BUENOS AIRES .....	10
CONSEJO PRODUCTIVO DEL NOR-ESTE (COPORONE) .....	11
TANDIL, OLAVARRÍA, AZUL, RAUCH (TOAR) .....	11
ZONA DE CRECIMIENTO COMÚN .....	12
CONSORCIO DEL CORREDOR PRODUCTIVO DEL SUD-ESTE .....	13
CONSEJO PRODUCTIVO DE DESARROLLO REGIONAL CUENCA DEL SALADO .....	14
CONSEJO PRODUCTIVO DEL NOR-OESTE (COPRONOBA) .....	14
CONSEJO PRODUCTIVO DEL SALADO (COPROSAL) .....	15
MUNICIPIOS AL MERCOSUR .....	16
<b>ANÁLISIS DE LA ENCUESTA. PRINCIPALES RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
INTRODUCCIÓN .....	18
ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA .....	19
<i>Perfil institucional de la empresa</i> .....	19
<i>Perfil productivo</i> .....	20
<i>Situación ocupacional</i> .....	21
<i>Estructura de costos de producción</i> .....	22
<i>Comercialización de los productos</i> .....	22
<i>Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente</i> .....	23
<i>Obstáculos para la expansión de las exportaciones</i> .....	24
<i>Perfil tecnológico</i> .....	24
<i>Financiamiento de las empresas</i> .....	25
ANÁLISIS POR CORREDOR PRODUCTIVO .....	26
<i>Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste</i> .....	26
Comentarios generales .....	26
Perfil institucional de las empresas .....	27
Perfil productivo .....	27
Situación ocupacional .....	28
Estructura de costos de producción .....	29
Comercialización de los productos .....	29
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente .....	29
Perfil tecnológico .....	29
Financiamiento de las empresas .....	30
<i>Consejo Productivo del Nor-Este</i> .....	30
Comentarios generales .....	30
Perfil institucional de la empresa .....	31
Perfil productivo .....	31
Situación ocupacional .....	32
Estructura de costos de producción .....	33
Comercialización de los productos .....	33
Obstáculos para la expansión de las exportaciones .....	33
Perfil tecnológico .....	34
Financiamiento de las empresas .....	34
<i>TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)</i> .....	34
Comentarios generales .....	34
Perfil institucional de la empresa .....	35
Perfil productivo .....	35
Situación ocupacional .....	36
Estructura de costos de producción .....	37

Comercialización de los productos.....	37
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	38
Obstáculos para la expansión de las exportaciones:.....	38
Perfil tecnológico.....	38
Financiamiento de las empresas.....	39
<i>Zona de Crecimiento Común</i> .....	39
Comentarios generales.....	39
Perfil institucional de las empresas.....	40
Perfil productivo.....	40
Situación ocupacional.....	41
Estructura de costos de producción.....	42
Comercialización de los productos.....	42
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	42
Obstáculos para la expansión de las exportaciones.....	42
Perfil tecnológico.....	43
Financiamiento de las empresas.....	43
<i>Corredor Productivo Buenos Aires (COPROBA)</i> .....	43
Comentarios generales.....	44
Perfil institucional de las empresas.....	45
Perfil productivo.....	45
Situación ocupacional.....	46
Estructura de costos de producción.....	47
Comercialización de los productos.....	47
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	47
Perfil tecnológico.....	47
Financiamiento de las empresas.....	47
<i>Corredor Prod. del Sud-Este</i> .....	47
Comentarios generales.....	48
Perfil institucional de las empresas.....	48
Perfil productivo.....	48
Situación ocupacional.....	50
Estructura de costos de producción.....	50
Comercialización de los productos.....	50
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	51
Obstáculos para la expansión de las exportaciones:.....	51
Perfil tecnológico.....	52
Financiamiento de las empresas.....	52
<i>Consejo Productivo del Nor-Oeste</i> .....	52
Comentarios generales.....	52
Perfil institucional de la empresa.....	53
Perfil productivo.....	53
Situación ocupacional.....	55
Estructura de costos de producción.....	55
Comercialización de los productos.....	55
Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente.....	55
Perfil tecnológico.....	55
Financiamiento de las empresas.....	56
<b>ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL PRODUCTIVO</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL DE COMERCIALIZACIÓN</b> .....	<b>57</b>
<b>PERFIL TECNOLÓGICO</b> .....	<b>58</b>
<b>PERFIL DE FINANCIAMIENTO</b> .....	<b>59</b>
<b>ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS</b> .....	<b>61</b>
<b>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS</b> .....	<b>61</b>
<b>PERFIL PRODUCTIVO</b> .....	<b>61</b>
<b>COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS</b> .....	<b>62</b>
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL</b> .....	<b>62</b>
<b>ORIGEN Y DESTINO DE LOS BIENES QUE SE COMERCIALIZAN INTERNACIONALMENTE</b> .....	<b>63</b>
<b>OBSTÁCULOS PARA LA EXPANSIÓN DE LAS EXPORTACIONES</b> .....	<b>63</b>
<b>PERFIL TECNOLÓGICO</b> .....	<b>64</b>
<b>FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS</b> .....	<b>65</b>
<b>UNA MIRADA A LA PRINCIPAL ESPECIALIZACIÓN DE LOS CORREDORES PRODUCTIVOS</b> .....	<b>67</b>

ESTRUCTURA DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS DE LA ARGENTINA .....	69
LAS CONFIGURACIONES SECTORIALES DE LAS IAA EN ARGENTINA .....	73
UNA TIPOLOGÍA DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS A PARTIR DE LAS HIPÓTESIS DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL .....	73
UNA APLICACIÓN DE LA TIPOLOGÍA A LA ESPECIALIZACIÓN .....	76
CONSIDERACIONES FINALES.....	77
<b>RECOMENDACIONES DE POLÍTICA .....</b>	<b>80</b>
PRINCIPIOS DE OBSERVACIÓN A NIVEL NACIONAL.....	80
POLÍTICAS DE ALCANCE PROVINCIAL Y NACIONAL.....	82
<i>Políticas macroeconómicas</i> .....	82
Políticas fiscales de impulso a la competitividad .....	82
Políticas sobre atracción de inversiones .....	83
Eliminación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.....	84
IVA subnacional.....	85
Impuesto a las ventas minoristas .....	85
Modificaciones al Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	86
<i>Políticas comerciales para mejorar la competitividad</i> .....	86
<i>Política Cambiaria para el incentivo exportador</i> .....	88
<i>Políticas laborales para el crecimiento exportador</i> .....	89
<i>Políticas microeconómicas</i> .....	89
Políticas de asistencia financiera para la competitividad.....	90
<i>Políticas Complementarias para favorecer la competitividad</i> .....	90
Asistencia legal.....	90
Asistencia tecnológica .....	91
Asistencia en la Gestión .....	92
<i>Políticas de tipo operativas</i> .....	93
Asistencia estratégica .....	94
Asistencia en marketing .....	94

## ***Exportaciones y crecimiento<sup>1</sup>***

En el actual contexto internacional, el logro de una creciente competitividad y una inserción más dinámica en los mercados mundiales se ha convertido en condición indispensable para el crecimiento sostenido.

Se destacan varias condiciones para lograr una transformación productiva dinamizadora del crecimiento. Primero, el cambio de precios relativos favorable para la producción de rubros exportables y para el equilibrio del sector externo. Segundo, una dotación de factores productivos que esté en condiciones de responder a la demanda de productores de los rubros exportables y sustituidores eficientes de importaciones. Muchos de estos factores provienen de mercados que actualmente son imperfectos, incompletos o inexistentes. Por eso se requiere una política de apoyo público activa y eficaz para que la apertura se traduzca en un crecimiento autosostenido, que incluye el perfeccionamiento o creación de los mercados e instituciones necesarios para la mejora persistente de la productividad.

Se pueden distinguir por lo menos tres canales a través de los cuales las exportaciones pueden contribuir a incrementar el ritmo de crecimiento económico de un país.

Una primera vía es el rol que cumplen los ingresos procedentes de las exportaciones en cuanto a generar divisas, pues éstas, a su vez, permiten adquirir las importaciones que todo país requiere para alimentar su expansión económica.

Por otra parte, es importante aminorar las fluctuaciones del suministro de divisas, a fin de evitar las repercusiones que pueden tener los ciclos de los mercados internacionales de bienes sobre el nivel de actividad interna. En ese sentido, a las tradicionales políticas destinadas a diversificar la canasta de bienes exportados y de mercados de destino se ha sumado en los últimos años un conjunto de instrumentos que buscan disminuir las oscilaciones abruptas, como los fondos de estabilización para productos que representan un alto porcentaje de los ingresos de exportación, y el incipiente desarrollo de mercados futuros.

La segunda vía de influencia de las exportaciones en el desarrollo es la que opera a través de los llamados eslabonamientos. En trabajo pionero, Hirschman (1978) identificó los eslabonamientos productivos hacia atrás y hacia adelante. Los primeros se refieren a la posibilidad de que el desarrollo de determinada actividad induzca a la aparición o ampliación de proveedores locales de insumos y bienes de capital para dicha actividad (por ejemplo, el desarrollo de la exportación de frutas en conserva puede estimular la expansión de la

---

<sup>1</sup> Las ideas básicas de este apartado fueron tomadas de Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial, CEPAL, 1995.

fabricación de envases, o la instalación de una planta automotriz puede significar el desarrollo de una industria de autopartes). Los segundos, en cambio, aluden a la posibilidad de avanzar en los grados de elaboración o de incorporación de valor agregado a partir de una línea de producción existente (por ejemplo, la elaboración de celulosa a partir de la disponibilidad de recursos forestales).

La tercera vía a través de la cual las exportaciones pueden influir sobre el ritmo de crecimiento está asociada a su mayor contacto con la economía internacional, y a las exigencias de competitividad que tienen las actividades exportadoras.

En síntesis, hay numerosas razones que hacen aconsejables que un país aumente sus exportaciones. Estas representan, en general, la principal fuente de generación de divisas, que son esenciales para financiar las importaciones. A través de sus eslabonamientos, las exportaciones pueden contribuir también a activar recursos materiales y humanos disponibles pero insuficientemente utilizados por falta de demanda. Por otra parte, es probable que los recursos obtengan un mayor rendimiento productivo al utilizarse en actividades exportadoras, pues se puede usar más intensamente la capacidad instalada, hay mayor posibilidad de aprovechar las economías de escala (particularmente cuando se trata de países pequeños), y el acceso expedito a los insumos importados y la competencia externa induce una mayor eficiencia y una introducción más rápida de innovaciones en la producción de bienes y servicios exportables.

De esta manera, un primer paso para avanzar en este sentido es realizar un diagnóstico de cuáles son las actividades de se exportan en nuestra región de interés, los corredores productivos de la provincia de Buenos Aires.

## ***¿Qué exportan los corredores productivos de la provincia?***

### **Consortio Intermunicipal de Desarrollo (CIDERE)**

Dentro del mismo se observa que aproximadamente el 48,5% de sus exportaciones son realizadas por la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	48.50%
Productos minerales no metálicos	14.60%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	11.07%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	10.10%
Metálica básica y productos de metal	6.20%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.07%
Industria de la madera y aserraderos	2.23%
Otras industrias manufactureras	1.13%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	1.10%

En segundo lugar se puede mencionar al sector de productos minerales no metálicos participando con el 14% y en tercer lugar a las ramas de textiles, prendas de vestir y cuero y de maquinaria y equipo aportando el 10% de las exportaciones cada una.

De los cuatro municipios el único que presenta un perfil exportador diferente es Benito Juárez, ya que el 50% de sus exportaciones se concentran en productos minerales no metálicos, mientras que el 40% lo hace en productos textiles.

Dados los datos disponibles y tomadas en conjunto, el resto de las ramas no tiene un peso relativo significativo en las exportaciones de origen industrial dentro de este Corredor Productivo.

### **Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste (CODENOBA)**

Estos municipios presentan un perfil exportador un poco más diversificado que el anterior ya que la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco aporta el 40% mientras que el sector de maquinaria y equipo el 25% de las exportaciones totales de este Consorcio.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	39.07%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	25.22%
Metálica básica y productos de metal	10.06%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	8.42%
Industria de la madera y aserraderos	4.57%
Productos minerales no metálicos	2.70%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	2.52%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	1.59%
Otras industrias manufactureras	0.89%

Con un menor orden de importancia se encuentran las ramas de metálica básica y productos del metal y la de fabricación de papel participando con el 10% y el 8% de las exportaciones respectivamente.

### **Corredor Productivo del Atlántico (COPROA)**

En este caso, el valor de las exportaciones realizadas por la rama de alimentos, bebidas y tabaco alcanza la cantidad de \$ 85.362.429, lo que representa el 40% de las exportaciones de este Consorcio Productivo.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	39.70%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	19.90%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	12.89%
Industria de la madera y aserraderos	9.37%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	5.68%
Metálica básica y productos de metal	5.26%
Productos minerales no metálicos	3.62%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	2.05%
Otras industrias manufactureras	1.53%

El resto de las exportaciones se reparte entre las otras ocho ramas destacándose la de maquinaria y equipo (20% aprox.) y la de madera y aserraderos como la del papel, editoriales e imprentas con el 10% cada una.

### **Corredor Productivo Buenos Aires**

Las exportaciones de este corredor están altamente concentradas en la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que es allí donde las exportaciones alcanzan un valor de \$ 2.471.638 lo que representa el 65% en la tasa.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	65.78%
Metálica básica y productos de metal	12.39%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	10.98%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	4.25%
Industria de la madera y aserraderos	3.65%

Del resto de las ramas se ve que la de maquinaria y equipo participa con el 12,4% mientras que la de metálica básica y productos del metal lo hace con el 10%, repartiéndose el 12,6%

restante entre las otras ramas no teniendo precisión sobre como se reparte el mismo por falta de datos.

### **Consejo Productivo del Nor-Este (COPORONE)**

Comenzando por orden de importancia, en primer lugar se encuentra la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco con el 28% de las exportaciones, luego maquinaria y equipo con el 20%, en tercer lugar estarían los productos textiles, prendas de vestir y cuero con el 15% de todo lo exportado, y finalmente las ramas de productos químicos, derivados del petróleo, carbón, caucho y plástico; y metálica básica ambas participando con el 10% aproximadamente.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	28.69%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	19.70%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	14.70%
Metálica básica y productos de metal	10.68%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	9.50%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.58%
Industria de la madera y aserraderos	4.98%
Productos minerales no metálicos	3.42%
Otras industrias manufactureras	2.75%

### **Tandil, Olavarría, Azul, Rauch (TOAR)**

En este caso se observa que es el primero que no tiene a la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco en el primer lugar ya que mientras ésta participa del 25% de las exportaciones totales, el sector de productos minerales no metálicos aporta casi el 35% convirtiéndose así en el número uno en orden de importancia.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Productos minerales no metálicos	34.00%
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	24.02%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	15.14%
Metálica básica y productos de metal	9.36%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	6.60%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	4.98%
Industria de la madera y aserraderos	4.66%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	0.84%
Otras industrias manufactureras	0.40%

El tercer lugar lo ocupa maquinaria y equipo con el 15%, y luego se encuentra metálica básica con el 10%. Finalmente, se encuentra un grupo de tres sectores (fabricación de papel, editoriales e imprentas; productos textiles, prendas de vestir y cuero; industria de la madera y aserraderos) aportando entre un 6% y un 4% al total de las exportaciones.

### **Zona de Crecimiento Común**

Se observa, como en la mayoría de los casos, que el 40% de sus exportaciones son realizadas por la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco.

Hay tres sectores que se pueden destacar, el primero sería el de productos textiles, prendas de vestir y cuero; el segundo el de maquinaria, equipo, vehículos y automotores aportando cada uno aproximadamente el 15% y finalmente el sector de fabricación de papel, editoriales e imprentas en tercer lugar, con casi un 7% de las exportaciones de este Consorcio.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	42.95%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	16.28%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	13.22%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	6.73%
Productos minerales no metálicos	4.32%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	3.65%
Industria de la madera y aserraderos	3.33%
Metálica básica y productos de metal	3.31%

Del resto de las ramas productivas, ninguna supera la barrera del 4,4% en la participación del total de las exportaciones realizadas por este Consorcio.

### **Consorcio del Corredor Productivo del Sud-Este**

Su perfil exportador no difiere mucho de lo que se viene observando hasta este punto ya que el sector que reviste mayor importancia es el de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco aportando algo más del 35% de todo lo exportado, en segundo lugar se encuentra maquinaria y equipo con el 15% y en tercer lugar los productos textiles con el 10% aproximadamente.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	36.02%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	15.26%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	9.63%
Metálica básica y productos de metal	8.84%
Industria de la madera y aserraderos	6.11%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	5.86%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	4.02%
Productos minerales no metálicos	2.36%
Otras industrias manufactureras	1.99%

Finalmente, se puede decir que el restante 40% se reparte entre los otros seis sectores destacándose las ramas de metálica básica y productos de metal; industria de la madera y aserraderos; fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos; y fabricación de papel, editoriales e imprentas.

### **Consejo Productivo de Desarrollo Regional Cuenca del Salado**

Dentro del mismo se puede destacar que el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco participa del 35% de las exportaciones totales, mientras que, tanto la rama de productos textiles como la de maquinaria y equipo lo hacen con el 12%.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	36.00%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	12.67%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	12.39%
Metálica básica y productos de metal	8.35%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	5.12%
Industria de la madera y aserraderos	4.05%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	3.45%
Otras industrias manufactureras	3.15%
Productos minerales no metálicos	2.33%

En un segundo bloque se encontrarían las ramas de metálica básica y productos de metal; fabricación de papel, editoriales e imprentas; industria de la madera y aserraderos con un rango en su aporte relativo que va del 8% al 4%. Se observa además que el resto de las ramas tomadas individualmente, no tiene un peso relativo significativo en las exportaciones de origen industrial.

### **Consejo Productivo del Nor-Oeste (COPRONOBA)**

En el mismo se observa que las exportaciones están concentradas básicamente en el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que las mismas alcanzan un valor de \$ 70.543.660, lo que representa una participación 62 puntos porcentuales de todo lo exportado.

Rama Industrial	Significación
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	62.71%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	11.94%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	6.50%
Metálica básica y productos de metal	4.92%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	3.74%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	3.12%
Productos minerales no metálicos	2.69%
Otras industrias manufactureras	2.33%
Industria de la madera y aserraderos	2.05%

Otras ramas que se pueden destacar son la de maquinaria, equipo vehículos y automotores y la de fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos, participando con un 12% y un 6,5% cada una respectivamente.

El restante 19,5% se reparte entre el resto de los sectores productivos de un modo equilibrado, destacándose el caso de la industria de metales elaborados, con casi un 5% del total.

### **Consejo Productivo del Salado (COPROSAL)**

Nuevamente se puede destacar a la rama de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco ya que aporta el 40% del total exportado.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	42.86%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	5.89%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	3.17%
Metálica básica y productos de metal	3.42%
Industria de la madera y aserraderos	2.56%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	1.25%
Productos minerales no metálicos	0.75%

El restante 60% se reparte entre los otros ocho sectores aunque en este caso no se puede realizar un detalle de su distribución debido a que dentro del mismo no hay datos disponibles como consecuencia del secreto estadístico.

### **Municipios al Mercosur**

El conjunto de jurisdicciones presenta una gran concentración de exportaciones ya que sólo el sector de elaboración de alimentos, bebidas y tabaco acumula casi el 60% de las mismas.

<b>Rama Industrial</b>	<b>Significación</b>
Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco	58.57%
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	12.00%
Fabricación de papel, editoriales e imprentas	8.02%
Petróleo, químicos, caucho y plástico	4.78%
Maquinaria, equipo, vehículos, automotores, etc.	4.46%
Productos minerales no metálicos	2.44%
Metálica básica y productos de metal	2.38%
Otras industrias manufactureras	1.55%
Industria de la madera y aserraderos	1.02%

En segundo lugar de importancia se encuentran los productos textiles prendas de vestir y cuero con una participación del 12% mientras que en tercer lugar se encontraría la fabricación de papel, editoriales e imprentas con el 8%.

Otros dos sectores para destacar son los de fabricación de productos químicos, productos derivados del petróleo, carbón, caucho y plásticos; y maquinaria, equipo, vehículos y automotores ya que en conjunto aportan un 10% aproximadamente.

El 10% restante es exportado por los otros sectores aunque ninguno tomado individualmente realiza un aporte significativo.

Como **consideraciones finales** se puede destacar que la mayor parte de la Provincia, y los corredores productivos no constituyen excepción, tiene su principal fuente de exportación industrial en la rama de alimentos. En segundo lugar, se observa fuerte presencia dentro de las exportaciones de la industria de químicos y derivados de petróleo.

## ***Análisis de la encuesta en los corredores productivos.***

La Encuesta plantea identificar, mediante el estudio de empresas representativas desagregadas por diferentes sectores y corredores productivos, los sectores que exportan, características de los bienes exportados, necesidades para el incremento de su actividad y otros elementos determinantes de la competitividad de la región estudiada.

Este procedimiento permitirá recabar información que el Indec no actualiza desde hace mucho tiempo, pero que para los fines de este trabajo redundará en una mejor identificación de herramientas para alcanzar mayores estándares de competitividad.

Este relevamiento se torna más importante por las dificultades de acceder a información inmediata tras la devaluación, habida cuenta que la información oficial que permita un análisis sistemático de tal situación demorará en estar disponible.

### **Introducción**

De los 12 corredores productivos identificados, sólo 7 enviaron alguna información referente a las empresas radicadas en cada uno de ellos. Los mismos fueron:

1. Corredor productivo del Sudeste (sólo Bahía Blanca y Coronel Dorrego)
2. Consejo Productivo del Nor-Oeste (COPRONOBA) (Rojas, Gral. Arenales, Gral. Pinto, Lincoln, Chacabuco y Junín)
3. Consejo Intermunicipal de Desarrollo (CIDERE) (sólo Benito Juárez)
4. Zona de Crecimiento Común (Saladillo, 25 de Mayo, Gral. Alvear, Lobos, Roque Pérez y Bolívar).
5. Corredor productivo Buenos aires (COPROBA) (sólo de Gral. Villegas)
6. Consejo Productivo del Nor-Este (sólo de Baradero, Campana, San Nicolás y Zárate)
7. TOAR (Tandil, Olavarría, Azul , Rauch)

Debido a que la información suministrada fue sólo parcial, paralelamente a la información que enviaron los responsables de los corredores (o bien desde la intendencia de los municipios), se trabajó con una base de empresas (más de 6000) que consultaron o utilizaron algún servicio del IDEB durante 1998/99 y que se encontraban en los municipios en cuestión.

Dado que los restantes corredores productivos no mandaron al momento de realizarse el trabajo de campo información concerniente a las empresas en su región, ni tampoco

facilitaron ningún contacto, se decidió dejarlos fuera de la muestra y focalizarse en los municipios que sí lo hicieron.

#### Muestra seleccionada

Corredor Productivo	Empresas encuestadas
Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste	31
Corredor Productivo Buenos Aires	15
Corredor Prod. Del Sud-Este	57
Consejo Productivo del Nor-Este	48
TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)	34
Zona de Crecimiento Común	32
Consejo Productivo del Nor-Oeste	28
<b>Total de Encuestas</b>	<b>245</b>

Se analizarán los principales resultados de la encuesta según diferentes criterios:

- 1- Análisis general de los resultados
- 2- Análisis por Corredor Productivo
- 3- Análisis por sector de actividad
- 4- Desagregando las empresas según que estas exporten o no exporten

#### **Análisis general de la encuesta**

Se analizarán diferentes aspectos de las empresas encuestadas: el perfil institucional, el perfil productivo, la situación ocupacional, la estructura de costos de producción, la evolución de la comercialización de los productos, el origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente, los obstáculos para la expansión de las exportaciones, el perfil tecnológico y las formas de financiamiento de las empresas.

#### **Perfil institucional de la empresa**

Sólo dos de los empresarios consultados tienen participación de capitales extranjeros, es decir que el 99% del universo de la encuesta está compuesto por empresas de capital netamente nacional.

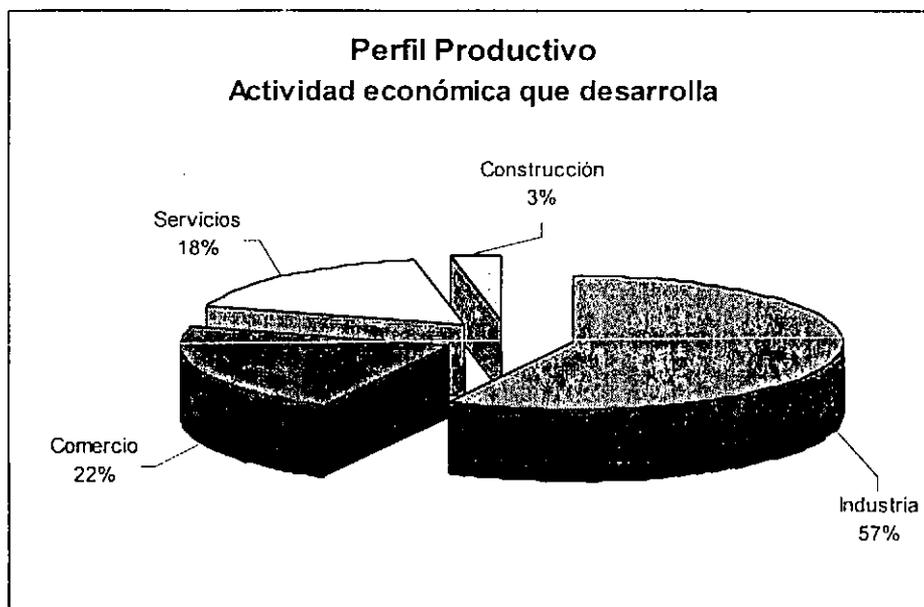
En los 2 casos de empresas con participación de capital del exterior, se trata de sucursales de empresas mayoritariamente extranjeras, dado que la participación de capital extranjero fue estimada por los encuestados en un 80% y un 99%.

El 89% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 11% posee una o más sucursales. El promedio de sucursales es de 8, no obstante, si se excluye un caso de una empresa de comercialización de electrodomésticos que cuenta con 120 sucursales, dicho promedio desciende a 4, y se observa que en general, la mayoría de las empresas tienen una sola sucursal.

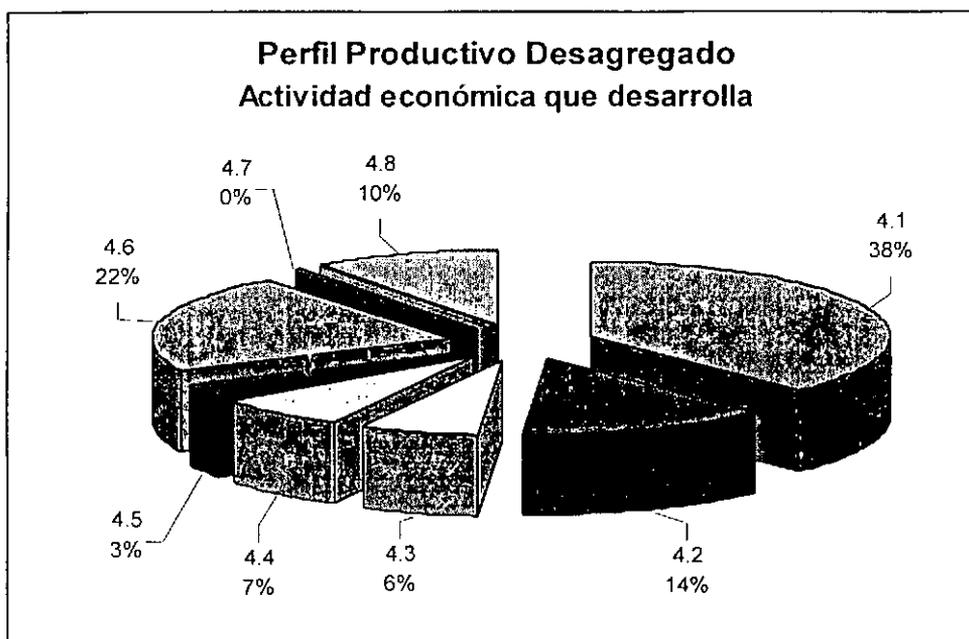
El 98% de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires, porcentaje que disminuye al 85% si restringimos el universo a aquellas que tienen sucursales (15% tienen casas matrices fuera de la Provincia).

### **Perfil productivo**

Un 57% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 22% al comercio, 18% presta algún servicio y 3% son empresas de construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras empresas.



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

**Situación ocupacional**

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 11 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 12 si consideramos a todas las personas que trabajan en el mismo.

Sin embargo, a pesar del promedio de 11 empleados por establecimiento, sólo un 27% del total de empresas tienen más de 10 (14% tienen entre 10 y 20 empleados, 9% entre 21 y 50 empleados, 2% entre 51 y 100 y 2% tienen más de 100 empleados).

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue una disminución del orden del 15%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por fuertes reducciones en empresas chicas, en general de menos de 10 empleados, quienes expulsaron en promedio al 50% de los mismos. Por su parte, en las empresas grandes las variaciones en

el número de empleados es muy dispar (algunas aumentaron y otras disminuyeron su dotación de personal).

No se observan correlaciones entre variación en el empleo y sector de actividad, ni con otras variables analizadas (por ej. si la empresa utilizó o no algún servicio de asesoramiento tecnológico, de gestión, etc.).

### **Estructura de costos de producción**

De las 245 empresas encuestadas, 80 (33%) utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 35% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que fabrican bienes de consumo (41% de las que usan insumos importados) o que comercializan bienes no producidos por ellas (34%). También es importante la importación en el costo de las que fabrican insumos para otras industrias (21%), de las empresas de servicios (19%) y de la reparación de equipos (13%). Las industrias más fuertemente atadas a insumos del exterior son en general las vinculadas con el acero y los productos químicos. También es recurrente la importación de repuestos para maquinarias, productos del plástico y el papel, *toner* e insumos para imprentas y en algunos casos, maderas (especialmente roble de Brasil).

### **Comercialización de los productos**

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 19 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 8% del universo de la encuesta. La mayoría son empresas que exportan cereales o productos del metal y de fundición. En casi todos los casos, el resto de sus ventas no se circunscribe al ámbito local sino que se destina al resto del país, más allá de la región inmediata.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local, en mayor medida a la ciudad (74%) y a la región (64%), mientras que un 28% de las empresas dijeron vender en el resto del país<sup>2</sup>.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables o han aumentado, no registrándose ninguna caída. Al estar este grupo fuertemente superpuesto con las que venden al resto del país, se observa que la variación promedio de ventas en las empresas que participan del mercado

---

<sup>2</sup> Nótese que la suma de los porcentajes da más del 100% en función de que generalmente las empresas venden en más de un lugar geográfico predeterminado.

nacional es positiva (17%). No obstante, en las empresas más orientadas al mercado regional y local, la variación promedio fue negativa: disminuyó un 19% en el caso de que venden a la ciudad y un 11% entre aquellas que lo hacen hacia la región.

La principal caída en las ventas se dio en empresas industriales, seguidas por las comerciales. Las industrias con mayor repercusión negativa fueron las de metales básicos y productos del metal seguidas por las de madera y aserraderos, en particular, las vinculadas a la construcción (aberturas de aluminio, rejas, mezcladoras, piletas) las de fabricación de productos químicos, y las de alimentos y bebidas y textiles. También se registraron caídas en los servicios.

Los aumentos de ventas más significativos se produjeron en las industrias de alimentos y bebidas, en la metalurgia y la fabricación de maquinaria, equipos y automotores (sobre todo asociadas al agro tales como implementos agrícolas, repuestos para maquinarias agrícolas, etc.) y en menor medida en textiles y químicas (agroquímicas especialmente).

### **Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente**

Se observa que el principal país de **destino de los bienes que se exportan** es Brasil, seguido por los países limítrofes. Al primero se destinan fundamentalmente metales básicos y productos de metal (matrices, quemadores y productos de la fundición). También es muy importante la exportación de cereales, con Brasil y los países limítrofes también como principales destinos. Se exportan cereales y miel a países de la Unión Europea y secadores de granos, extractores y silos a Uruguay, Paraguay, Bolivia y Chile.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es también el principal origen de las mismas, compuestas por productos químicos (especialmente agroquímicos, fertilizantes, etc.), metales (acero, aluminio y zinc), herramientas, repuestos, equipos y materiales, papel y madera (roble). También se importan golosinas y algunos equipos electrónicos y computadoras.

Los agroquímicos y fertilizantes también se importan en gran medida desde Alemania y otros países europeos, Brasil y Estados Unidos. De Estados Unidos se importan asimismo equipos, envases y golosinas. Otros países de origen de importaciones son Japón, China, Sudáfrica, Malasia, Taiwan y México.

### **Obstáculos para la expansión de las exportaciones:**

El 85% de los exportadores manifestaron que los aranceles son el principal obstáculo para sus exportaciones, un 20% mencionó también las barreras sanitarias, técnicas o ambientales, otros hicieron referencia a las prohibiciones y las reglamentaciones sobre prácticas comerciales desleales y unos pocos señalaron las cuotas y las preferencias a terceros países.

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su capacidad exportadora, los empresarios señalaron principalmente las cargas impositivas y fuertes retenciones, la falta de crédito, la excesiva burocracia y la falta de información por parte del gobierno, el default, la conjunción de una fuerte inestabilidad con constantes cambios en las reglas y una ausencia de políticas claras (en particular de la política exterior) y su conllevada falta de credibilidad en el país. Algunos señalaron también la convertibilidad y la falta de transparencia de los mercados, mientras que otros hicieron referencia a la intervención del Estado y al límite de ingreso de divisas.

Por el contrario, al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, la mayoría hizo referencia a la devaluación y pesificación, mientras que muchos reclamaron también subsidios, créditos para las PyMEs y líneas de crédito en general, reducción de impuestos, simplificación de los trámites y disminución de la burocracia. En todos estos puntos, hay gran coincidencia entre los empresarios (las respuestas son notablemente similares).

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea. Sin embargo, el 44% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur: un 29% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno, un 8% que es muy bueno y otro 8% que es malo. Del total de respuestas positivas, esto significa que el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es bueno, el resto se reparte entre los extremos de los que creen que es malo o muy bueno.

### **Perfil tecnológico**

Un 58% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de 15 años.

Muy pocos empresarios (sólo 7) dijeron haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 22% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, y en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

### **Financiamiento de las empresas**

Ninguno de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, en general manifestaron tener dificultades para acceder a éste; por otra parte, la mayor parte (sobre todo de los comerciantes) afirmó que no tiene interés ni intenciones de comprometerse con créditos, de modo que su desconfianza en el sistema e incertidumbre hacen que prefiera no tomarlos ni aún si los tuviera disponibles.

Este tema se reafirma cuando se pregunta acerca de las alternativas de financiamiento que utilizan:

- el 78% dijo financiarse totalmente con fondos propios,
- un 10% hace uso de giro en descubierto sobre cuentas corrientes,
- un 8% ha obtenido líneas de crédito de entidades públicas,
- 2% dijeron utilizar descuento de documentos,
- 2% utiliza facturas u otros valores, y
- 2% manifestó haber empleado líneas específicas propias de los bancos comerciales.

La percepción de los empresarios con respecto a la tasa de interés es que es muy alta (55%) o alta (27%), mientras que curiosamente un empresario dijo que era baja y otro que era muy baja. El resto no respondió a la pregunta. De igual modo, sólo dos empresarios dijeron haber utilizado financiamiento proveniente del mercado de capitales.

Con respecto a los bancos, es significativa la cantidad de encuestados que dijeron haber dejado de utilizar servicios bancarios o emplear los mínimos indispensables para su funcionamiento. El 20% no tiene cuentas de ningún tipo en ningún banco. Los demás usan dos bancos en promedio, un 16% usan igual proporción de públicos y privados, un 43% usa más públicos que privados, y el resto usa más bancos privados que públicos.

## **Análisis por Corredor Productivo**

### **Consejo de Desarrollo del Nor-Oeste**

Se encuestaron en total 31 empresas, 9 en Bragado, 6 en Nueve de Julio, 8 en Pehuajó y 8 en Trenque Lauquen.

#### *Comentarios generales*

En la región se encuentran muchas empresas vinculadas a la producción agropecuaria (venta y reparación de implementos agrícolas, acopiadores de cereales, silos, etc.), la cual manifiestan los encuestados que ha mejorado considerablemente luego de la devaluación. También mencionaron como muy positiva la pesificación de las deudas que tenían los productores agropecuarios... "el campo pudo pagar sus deudas y se esta capitalizando"...

Sin embargo, no todos los proveedores del agro están mejorando su situación, los comerciantes de productos agroquímicos (herbicidas, fertilizantes, etc.) manifiestan que mientras compran sus productos (a los laboratorios) en dólares, los tienen que vender en pesos, por lo cual los márgenes de ganancia han disminuido fuertemente y muchos productores prefieren comprar directamente en los laboratorios.

Los encuestados mencionan a las inundaciones como el gran problema del campo... "la situación acá es el agua, el 30% de los campos están inundados."...

Un segundo grupo de empresas también mejoraron su situación a partir de la devaluación por hacerse competitivos sus productos (fabrica de aberturas, maquinaria pequeña, fabricas de ropa, etc.). Se generó aquí para determinados productos el conocido proceso de sustitución de importaciones.

Finalmente, un tercer grupo que dedica sus actividades hacia el sector interno no logra mejorar hasta el momento la demanda de sus productos (fabricas de helados, de galletitas, panaderías, elaboración de mosaicos, etc.).

Uno de los grandes problemas enunciados por todas las empresas es la falta de acceso al crédito... "yo vendo al contado o a plazos no mayores de 30 días"... "tampoco hay crédito de los proveedores"... "no hay crédito para las Pymes"...

Otro problema mencionado fue la falta de ayuda necesaria por parte del Estado (provincial o municipal) para mejorar su producción y/o poder exportar

### *Perfil institucional de las empresas*

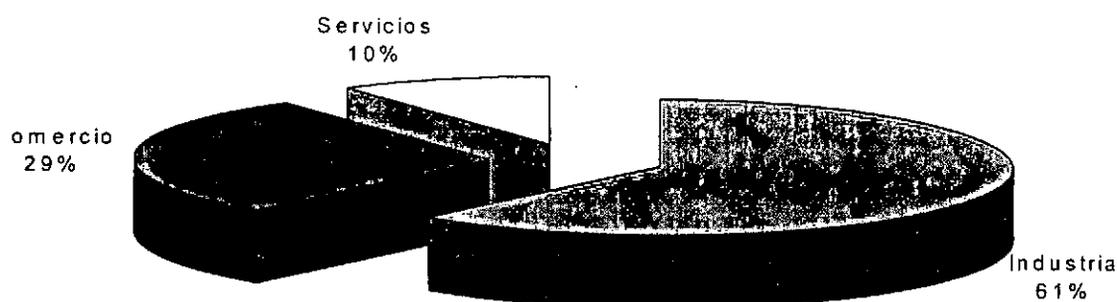
El análisis del **perfil institucional** de las empresas consultadas muestra que ninguna tiene participación de capital extranjero, es decir que el 100% de las empresas encuestadas de la región son de capital nacional. A su vez, la totalidad de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

El 77% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 23% restante tiene sucursales (10% posee una y 13% más de una sucursal). Teniendo en cuenta sólo las empresas que tienen sucursales, el promedio de sucursales es de 2,14.

### *Perfil productivo*

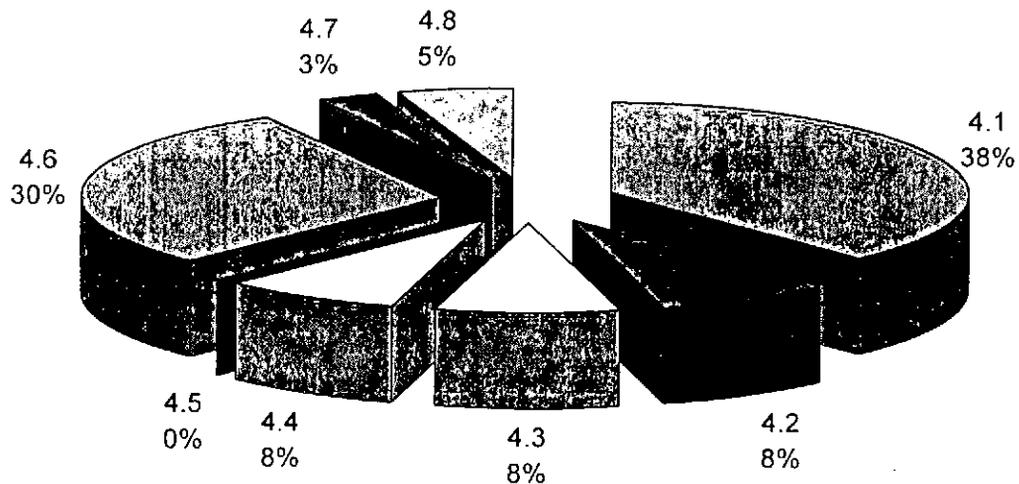
Un 61% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 29% al comercio y el 10% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras industrias, fabricación de bienes de capital y reparación de equipos. Otro sector para destacar es el de comercialización de bienes no producidos por la empresa que participa con el 30% de la actividad dentro de este corredor.

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

### *Situación ocupacional*

La **situación ocupacional** en las empresas encuestadas muestra que tienen en promedio 20.3 empleados por establecimiento, elevándose levemente a 21.5 personas si incluimos a aquellas personas no asalariadas que también trabajan para el establecimiento (principalmente familiares).

Se observa que el 61% de las empresas tienen menos de 10 empleados, el 29% entre 11 y 50 y el 10% restante tiene más de 100 trabajadores empleados.

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue del 3.7%.

### *Estructura de costos de producción*

Respecto de los **costos de producción**, 9 de las empresas encuestadas (30%) utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 18.6% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que fabrican productos de metálica básica y maquinaria y equipo.

### *Comercialización de los productos*

El análisis del *destino geográfico* de las ventas muestra que estas están concentradas principalmente en la ciudad y en la región. En promedio las ventas totales de este corredor (teniendo en cuenta los distintos sectores en forma agregada) tuvieron una caída del 16%, la cual ha sido proporcional para cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

Sólo 2 de las empresas entrevistadas exportan (un silo y empresa de prendas de vestir), lo cual representa sólo el 6% del total de empresas del Corredor Productivo.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el principal país de destino de los bienes que se exportan por este corredor es Chile, seguido por Paraguay. Al primero se destinan fundamentalmente metales básicos y productos de metal (Silos) y al segundo, prendas de vestir.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por repuestos, policarbonato, telas, acero, tinta, tonner, vegetales, químicos y películas. También se importan en gran medida desde Alemania e Italia productos para la fumigación.

### *Perfil tecnológico*

Un 42% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de casi 9 años. Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 35% de los encuestados manifestó haberlos utilizado. Sin embargo, en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

### *Financiamiento de las empresas*

El tema del **financiamiento de las empresas** aparece como uno de los problemas principales a resolver. Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como altas o muy altas las tasas de interés relevantes para sus empresas, lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

### **Consejo Productivo del Nor-Este**

Se encuestaron en total 48 empresas, 15 en San Nicolás, 8 en Baradero, 15 en Campana y 10 en Zárate.

### *Comentarios generales*

Si bien esta región representa casi el 40% del total de producción industrial de los corredores productivos, su situación parece empeorar con el paso del tiempo<sup>3</sup>. Se trata en su mayoría de empresas de bienes y servicios vinculadas a la demanda del sector interno: fabricas de muebles, de pastas, de soda y agua, imprentas, de ropa, de productos de tornería, de lonas y piletas, de cortinas metálicas, helados, de envases de hojalata, servicios de reparación de electrodomésticos, de bobinado de pequeños motores, reparación de muebles, hoteles, etc. También es importante la producción metalmecánica y actividades relacionadas: fabricas de insumos de acero, de bienes de tornería y herrería, tubos y repuestos de acero para maquinaria, etc.

La gran mayoría de las empresas encuestadas manifestaron que se está trabajando menos (o bien disminuyeron personal o bien el tiempo de trabajo), principalmente por la escasez de demanda por parte del público. Muchos de los encuestados mencionaron que redujeron los márgenes de ganancia para poder vender y en varios casos que dejaron de pagar impuestos para poder continuar su actividad. Algunos trabajan sólo contra pedido, pero no se trata del "just in time" japonés (que busca trabajar sin stocks) sino que tienen actividad en forma intermitente.

En forma similar a lo encontrado en otras regiones, se observa que los proveedores no financian las compras, por lo cual ya no pueden vender a plazos largos a sus clientes. En general, se compra y vende "al contado". La mayoría utiliza bancos sólo para la cuenta corriente o para descontar cheques, prefieren no endeudarse debido a que los intereses bancarios son muy altos (se manejan con fondos propios).

---

<sup>3</sup> Hay que tener en cuenta que en esta región se hallan grandes empresas (como SIDERCA) que no fueron encuestadas pero representan una parte muy importante del total producido. En el presente trabajo se encuestaron principalmente PYMES.

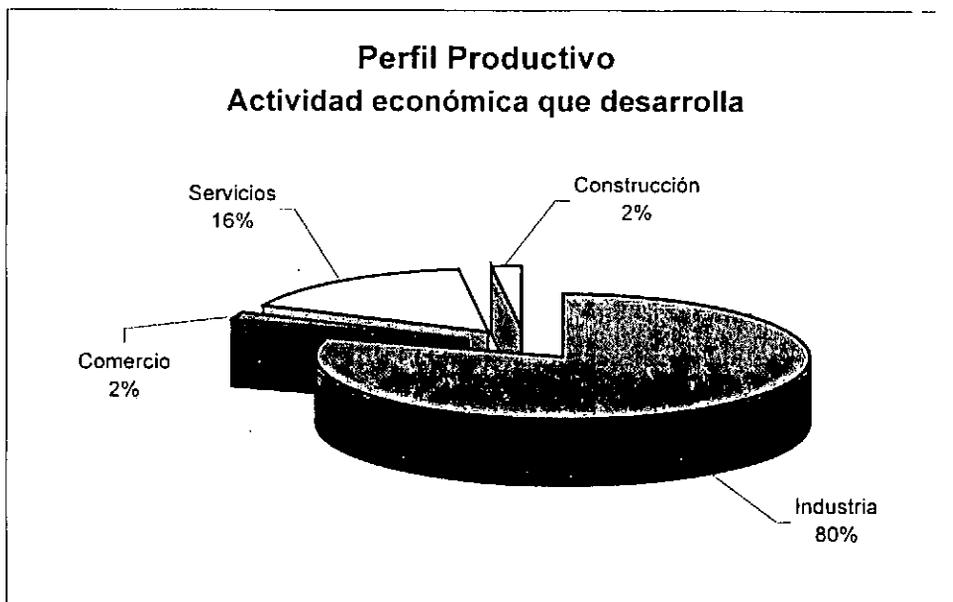
### *Perfil institucional de la empresa*

Sobre una muestra tomada en 4 partidos integrantes del Consejo Productivo del Nor-Este la totalidad de las empresas integrantes fueron de capital netamente nacional.

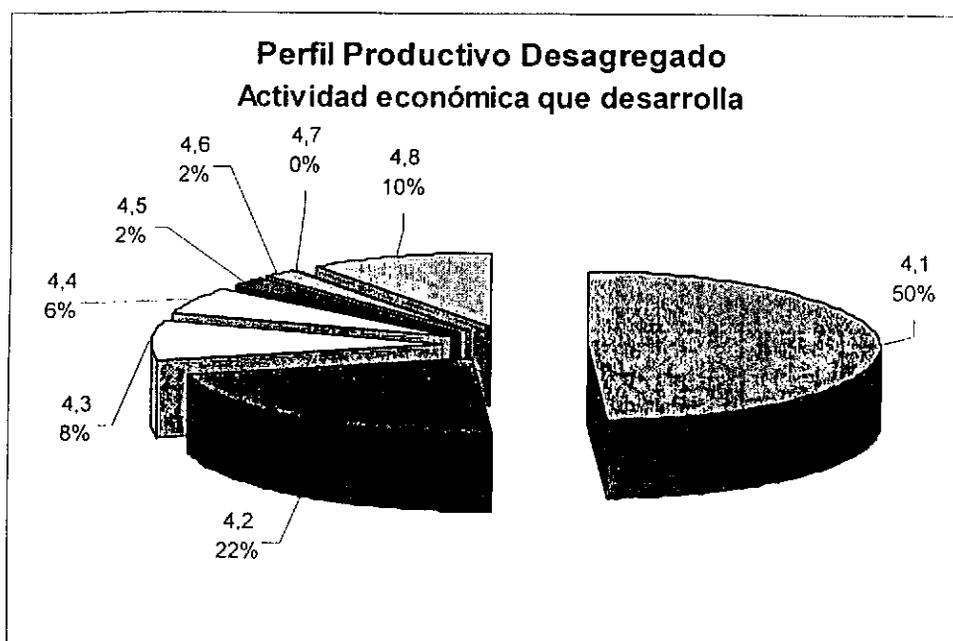
El 96% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que sólo el 4% posee una o más sucursales, teniendo estas en su totalidad la casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

### *Perfil productivo*

Un 80% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 16% presta algún servicio, 2% son comercios, y 2% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes, así como la producción de insumos para otras empresas, sumando entre ambas el 77% del totalidad de la muestra, según el siguiente gráfico:



#### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

#### *Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 4 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 6 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento (se incluyen propietarios, familiares y otros no asalariados).

El 92% del total de empresas tienen menos de 10 empleados y el resto no supera en ningún caso la cantidad de 20 empleados.

Un 67% de las empresas no variaron su personal en este último año, mientras que el 31% lo disminuyó. La variación promedio del número de empleados fue una disminución del orden del 38% entre aquellas empresas que modificaron la cantidad de empleados.

Las empresas que disminuyeron su personal son en su mayoría del sector industrial (en especial las de metales básicos y productos del metal) y en menor medida de servicios (sobre todo las empresas dedicadas a reparaciones).

### *Estructura de costos de producción*

De las 48 empresas encuestadas, el 15% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 36% de los insumos totales. Se trata de empresas del sector industrial que fabrican bienes de consumo (71% de las que usan insumos importados) o que fabrican insumos para otras industrias (29%).

### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que la totalidad de las empresas comercializa sus productos en el país. En el 92% de los casos se da que las ventas se circunscriben al ámbito local en una cantidad del 50% o más del total de ellas.

El promedio de caída de las ventas fue de un 40%, ya que en el 73% de las empresas cayeron las ventas, mientras que en el 19% no variaron en el último año. La principal caída en las ventas se dio en las empresas industriales. Las industrias con mayor repercusión negativa fueron las de metales básicos y productos del metal seguidas por las de madera y las de alimentos y bebidas. También se registraron caídas en los servicios, sobre todo en hotelería.

Los aumentos de ventas se produjeron en las industrias de bienes de consumo, aunque estos no fueron tan significativos como en el caso de las caídas ya que su promedio fue de una suba del 20%, siendo en algunos casos estacional y en otros acotada por la falta de financiación que evidencian las empresas ya sea tanto con proveedores como con los bancos.

### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones*

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea. Solo respondió un 23% con respecto al Mercosur: un 8% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno, y otro 15% que es malo. Del total de respuestas positivas surge que el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es malo, el resto cree que es bueno. El desconocimiento mayoritario sobre las políticas comerciales se relaciona con la ausencia de empresarios que exporten sus productos, en cuanto a aquellos que tienen expectativas futuras, estos se ven acotados por la falta de crédito.

### *Perfil tecnológico*

Un 67% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. A pesar de ello la antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 22 años, siendo el 38% de las empresas superior al promedio (entre 25 y 50 años).

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología, sino que se debió al aumento en los costos (sobre todo de la materia prima) sumado a la disminución en las ventas.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 13% de los encuestados manifestó haberlos utilizado. Esto nos hace inferir, junto con el promedio de antigüedad de los equipos más importantes, el bajo dinamismo de la estructura empresarial del Corredor si consideramos que esta interacción entre la empresa y el sistema científico-tecnológico se ha tornado crucial en los últimos años en Argentina para incrementar los niveles de competitividad hacia adentro de la firma.

### *Financiamiento de las empresas*

Ninguno de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, el 90% manifestó tener dificultades (motivado por la cantidad de requisitos pedidos y las altas tasas de interés actuales) y el resto afirmó no tener interés de comprometerse con créditos manejándose con fondos propios (realiza sus operaciones hasta cuando se lo permite el movimiento de ingresos-egresos). Esto se traduce en la falta de utilización de bancos en el desarrollo de sus operaciones (el 44% dijo no utilizarlos en forma habitual) que se suma a la falta de crédito de los proveedores. En los casos de empresas que se manejan habitualmente con los bancos, sólo lo hacen con 1 o 2 y en su mayoría Públicos.

### **TOAR (Tandil-Olavarría-Azul-Rauch)**

Se encuestaron en total 34 empresas, 9 en Azul, 15 en Olavarría y 10 en Tandil.

### *Comentarios generales*

Dentro de las empresas encuestadas se encuentran varias dedicadas a la producción de matrices de acero, aluminio y hierro, fundiciones para otras empresas, productos metálicos varios, materiales para la construcción, fabricas de elementos para el campo, fabricas de aberturas, acopio de cereales, pequeñas empresas de venta de productos alimenticios y veterinarios, y servicios varios (seguros, mantenimiento industrial).

El principal problema mencionado por los encuestados es la falta de crédito y financiamiento en general. De esta manera, se han acortado los plazos de las transacciones: ni los proveedores les financian las compras ni ellos venden a plazos a sus clientes. En general, se compra y vende "al contado", aunque se pierdan ventas prefieren este sistema a pedir prestado debido a que los intereses bancarios son muy altos.

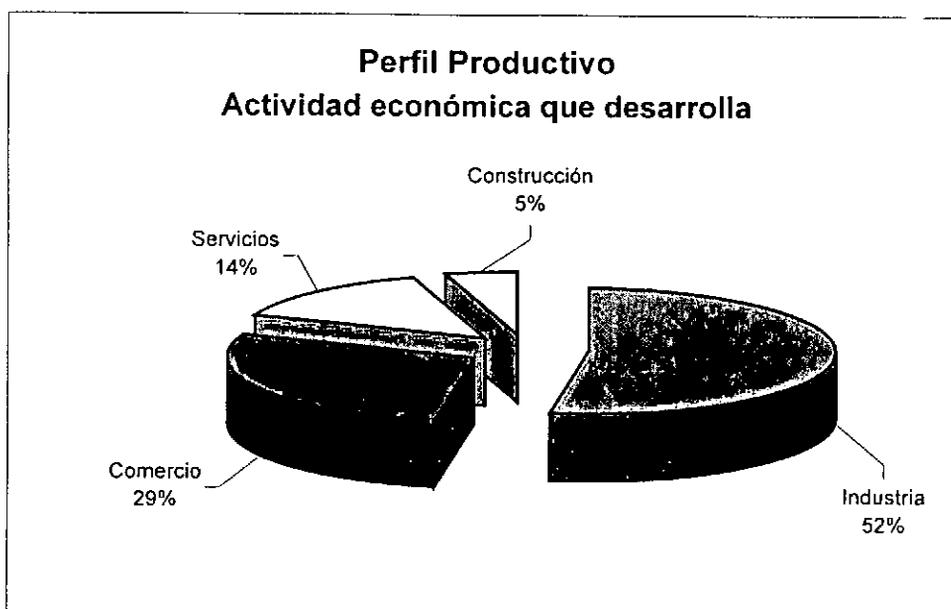
Muchos de los encuestados mencionaron que les gustaría exportar, pero que no conocen cómo hacerlo ni tienen información de instituciones que puedan asesorarlos. Varios trabajan sólo contra pedido, dado que tienen actividad sólo en forma intermitente.

### *Perfil institucional de la empresa*

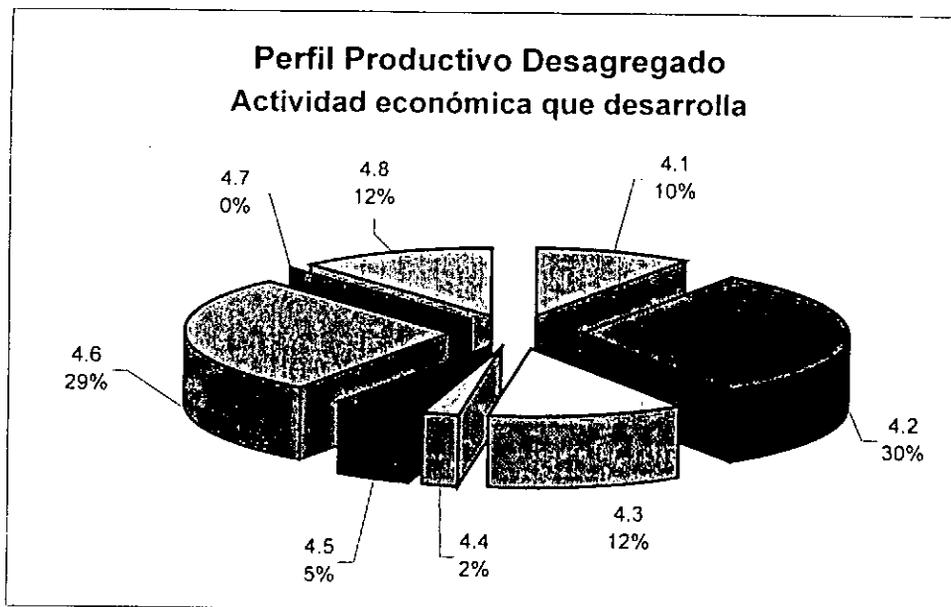
Sólo uno de los empresarios consultados tiene participación de capitales extranjeros, de manera que el 99% restante de las empresas son totalmente de capital nacional. El 91% de las empresas tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos y el 88% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 12% posee una o más sucursales. Entre las que sí tienen sucursales, su promedio de es de 8, no obstante se observa que en el 50% de los casos las empresas tienen una sola sucursal.

### *Perfil productivo*

Un 52% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 29% al comercio, 14% presta algún servicio y 5% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de insumos para otras empresas aparece entre las actividades más importantes, así como la comercialización de bienes no producidos por la empresa, siendo en conjunto el 59% de las actividades, según el siguiente gráfico:



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

*Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 12 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 15 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento. Sin embargo si retiramos del cálculo una empresa que cuenta con 220 empleados vemos que el promedio baja a 6 y 8 respectivamente.

En esta muestra se da que el 74% de las empresas están por debajo del promedio e incluso un 21% no cuenta con empleados, ya que sólo trabajan los propietarios y/o familiares; el resto de las empresas varían entre 8 y 33 empleados con un promedio de 19, exceptuando a la empresa que cuenta con 220 empleados.

La variación promedio del número de empleados en todas las empresas fue una disminución del orden del 26%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por fuertes reducciones

en empresas chicas, en general de menos de 6 empleados, quienes expulsaron en promedio al 67% de los mismo. Por su parte, en las empresas más grandes no hubo expulsión de empleados y hubo aumento en el 50% de ellas.

#### *Estructura de costos de producción*

Del total de empresas encuestadas 41% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 33% de los insumos totales de dichas empresas. Principalmente se trata de empresas que fabrican insumos para otras industrias (40%), de servicios (15%), de fabricación de bienes de consumo (15%) y de comercialización de bienes no producidos por la empresa (15%).

Las industrias más fuertemente atadas a insumos del exterior son en general las vinculadas con el acero, con el papel y las maderas (importando especialmente roble de Brasil).

#### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que 7 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 21% del total de la encuesta del corredor. La mayoría son empresas que exportan cereales, matrices de acero y de fundición. En todos los casos, el resto de sus ventas no se circunscribe al ámbito local sino que se destina al resto del país, más allá de la región inmediata.

Si consideramos el total de empresas, el 71% de ellas destina la mayor cantidad de sus ventas a la ciudad y la región, mientras que un 24% de las empresas dijeron vender la mayor cantidad en el resto del país y el resto en el exterior.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables en un 29% de los casos, han aumentado en otro 29% (en el orden del 100% y 200%), registrándose caídas leves en el 42% (del 5% al 20%).

En cuanto a las empresas más orientadas al mercado regional y local, en el 54% de los casos las ventas disminuyeron, en el 33% permanecieron constantes y en un 13% aumentaron, por lo que la variación promedio fue negativa en un 35%.

La principal caída en las ventas se dio en empresas industriales, seguidas por las comerciales. Las industrias con mayor repercusión negativa fueron las de hierro, las de madera y las de aberturas de aluminio.

Los aumentos de ventas más significativos se produjeron en la industria de fundición para otras empresas.

#### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el único país de **destino de los bienes que se exportan** es Brasil. Se destinan fundamentalmente cereales y productos de metal (matrices, quemadores y productos de la fundición). También es muy importante la exportación de cereales, con Brasil y los países limítrofes también como principales destinos.

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por metales (acero, aluminio y zinc) y madera (roble). Otros países de los cuales se importan insumos (en especial papel y fertilizantes) son España, Bélgica, Alemania, Italia, Polonia, Ucrania , Rusia, EEUU, Japón y China.

#### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones:*

Los exportadores manifestaron que la falta de credibilidad, confiabilidad y estabilidad monetaria junto con el default son el principal obstáculo para sus exportaciones. Además no están de acuerdo con las retenciones, el reintegro del iva y la burocracia en la cadena de exportación.

Al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, la mayoría hizo referencia a la devaluación y pesificación, mientras reclamaban líneas de crédito para la exportación.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, la mayoría desconocía la incidencia del Nafta, ALCA, acuerdos con los países asiáticos, y con la Unión Europea. Solo el 35% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur aunque la respuesta fue en todos los casos positiva ya que un 67% del total opina que el acuerdo es bueno y el 33% que es muy bueno.

#### *Perfil tecnológico*

Un 59% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década, lo que se ve reflejado en la antigüedad promedio de los equipos más importantes la cual es de 12 años.

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 12% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, y en general, se observó un desconocimiento de las instituciones y de los servicios que ofrecen, o de las vías para acceder a estos.

#### *Financiamiento de las empresas*

Sólo el 12% de los empresarios consultados dijo gozar de fácil acceso al crédito, en general manifestaron tener dificultades para acceder a éste, lo que se ve reflejado en que la mayor fuente de financiamiento de todas las empresas son los fondos propios ante las altas tasas de interés y los engorrosos requisitos para poder obtener créditos.

El 85% de las empresas utilizan bancos en sus actividades habituales, en su mayoría con uno o dos bancos (77%), repartidos en forma similar entre privados y públicos.

#### **Zona de Crecimiento Común**

Se encuestaron en total 32 empresas, 8 en Bolívar, 9 en Lobos, 9 en Saladillo y 6 en Veinticinco de mayo.

#### *Comentarios generales*

Se trata en su mayoría de empresas de bienes y servicios vinculadas a la demanda del sector interno: fabricas de muebles, de galletitas y pastas, de dulces y conservas, chacinados y productos de granja, de soda y jugos, de ropa, apicultores y productos para la apicultura, productos de tornería, de lonas y piletas, helados, marroquinería, etc.

La gran mayoría de las empresas encuestadas manifestaron que se está trabajando poco, y en varios casos que dejaron de pagar impuestos para poder continuar su actividad (varios trabajan a puertas cerradas).

En muchos casos se destaca que tienen maquinaria (capacidad productiva) para producir más, pero no lo hacen o bien por falta de financiamiento o bien por falta de demanda.

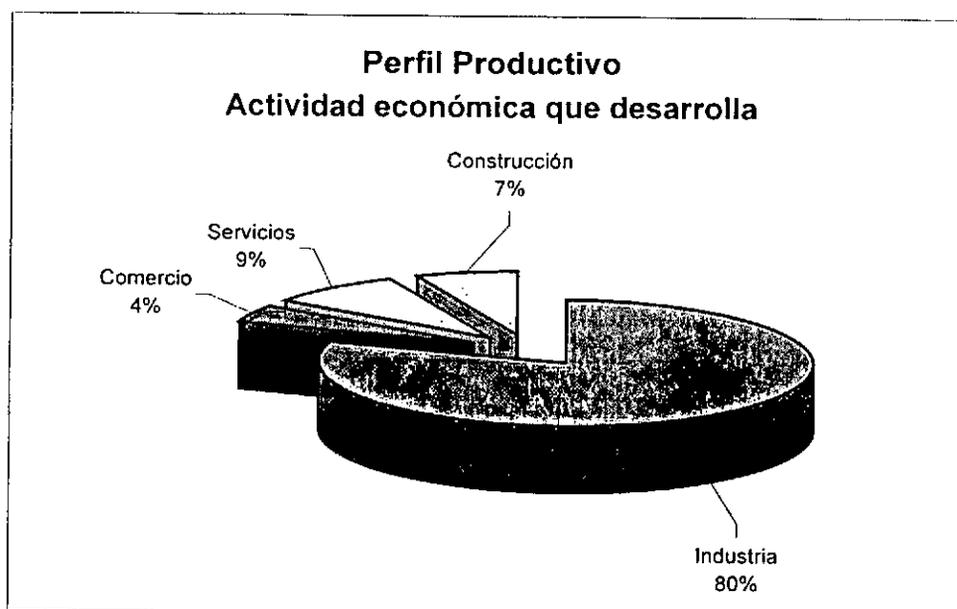
Sólo en algunos casos puntuales se observa una mejora en la producción (apicultores, fábrica de implementos para la apicultura, fábrica de ropa de bebé). En el caso de los apicultores, la totalidad de la producción se destina a la exportación, aunque las exportaciones las realizan intermediarios (lo mismo ocurre en el caso de varios acopiadores de cereales).

### *Perfil institucional de las empresas*

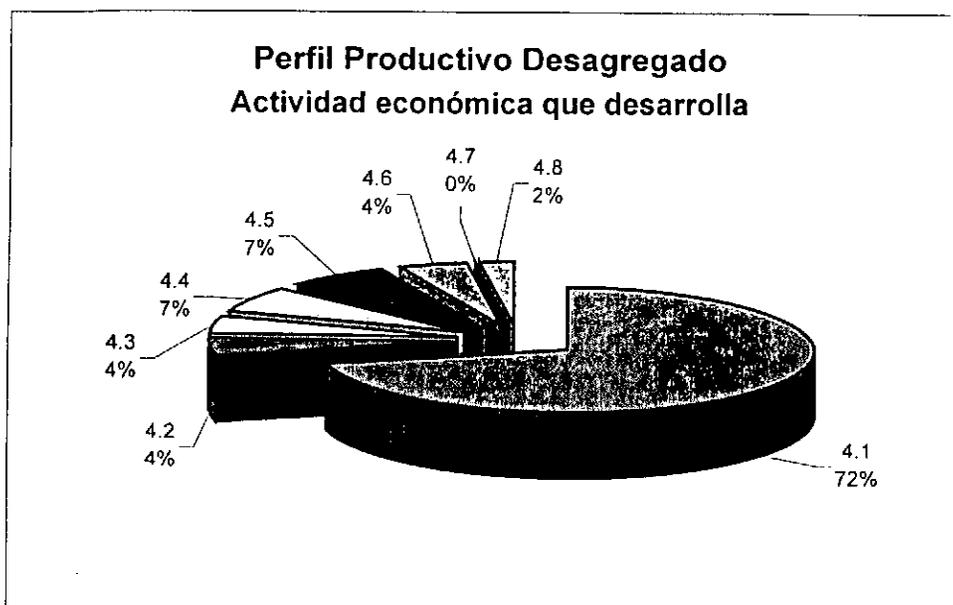
La muestra tomada sobre los 4 partidos de la Zona de Crecimiento Común está compuesta por empresas de capital netamente nacional. El 94% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 6% posee una o más sucursales, teniendo estas su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

### *Perfil productivo*

Un 80% de las empresas encuestadas se ubican en el sector industrial, 4% en el comercio, 9% presta algún servicio y 7% son empresas del sector de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece como la actividad más importante, representando el 72% del total, según el siguiente gráfico:



**Referencias:**

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios



*Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 6 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 7 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento (se incluyen propietarios, familiares y otros no asalariados). Sólo un 19% del total de empresas tienen más de 10 empleados (en su totalidad dentro del límite de los 35 empleados).

En este corredor no hubo empresas que crearan nuevos puestos de trabajo. El 72% de las empresas mantuvo a sus empleados en este último año y un 28% de las empresas redujo personal (en un promedio del 44%). Esta reducción de personal se explica por la reducción en las empresas de menos de 10 empleados. Las empresas con más de 10 empleados mantuvieron su personal.

El 33% de los empresarios reconoció que la compra de nuevos equipos contribuyó a la reducción del personal que se sumó a una disminución de sus ventas en el mismo periodo del 40%.

### *Estructura de costos de producción*

Del total de empresas encuestadas, el 13% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 45% de los insumos totales. Se trata de empresas que comercializan sus productos en su mayor porcentaje fuera del ámbito local, ya sea en la región (45%) como en el resto del país (30%).

### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 1 de las empresas entrevistadas exporta sus productos (miel y sus derivados). El resto de las ventas de esta empresa no se circunscribe al ámbito local sino que se destina a toda la región.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local (un 84% en la ciudad y la región distribuidos en forma similar entre ambas), mientras que solamente un 13% de las empresas dijeron vender en el resto del país<sup>4</sup>.

Observando la variación de las **ventas en el último año** vemos que el 75% de las empresas ha tenido una disminución en promedio del 44%, mientras que el 16% a aumentado sus ventas en un promedio del 23%. Las empresas que vieron disminuir más sus ventas fueron las que se comercializan en el ámbito local y regional.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

**Los destinos de la exportación** son los países integrantes del Nafta (EE.UU. y Canadá) y países de la Comunidad Económica Europea (Alemania e Italia). Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas.

### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones*

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su posibilidad de exportar, los empresarios señalaron principalmente las cargas impositivas y fuertes retenciones, la falta de crédito y la falta de información por parte del gobierno.

Las políticas que piden los empresarios al gobierno son la baja de los impuestos y créditos a las Pymes junto a un asesoramiento mediante cursos e información sobre las reales posibilidades y destinos de la exportación de sus productos.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, el 87% desconocía la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea, mientras que de las respuestas positivas sobre el conocimiento de estos acuerdos comerciales, el 50% opinó que eran positivos y el 50% negativos. Sin embargo, el 41% de los encuestados respondió con respecto al Mercosur: un 28% del total de empresarios opina que el acuerdo es bueno y otro 13% que es malo. Del total de respuestas positivas el 64% de los que tienen una opinión formada sobre el Mercosur cree que el acuerdo es bueno.

#### *Perfil tecnológico*

Un 72% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 16 años, con el 62% de las empresas por debajo de dicho promedio.

El 10% de los empresarios dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 38% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, observándose en el resto un desconocimiento de las instituciones que se relaciona con el pedido de asesoramiento e información que los empresarios realizan.

#### *Financiamiento de las empresas*

La totalidad de los empresarios manifestó tener dificultades para acceder al crédito. En su gran mayoría se maneja con sus propios fondos vendiendo y comprando al contado, sin utilizar ningún tipo de financiación. Aquellos empresarios que han solicitado créditos se les está haciendo muy difícil pagarlos ya que el destino de ellos fue la compra de maquinaria que están utilizando a su mínima capacidad. En el 44% de los casos utilizan en forma habitual sólo un banco, el cual en general es público.

#### **Corredor Productivo Buenos Aires (COPROBA)**

Se encuestaron solamente 15 empresas, todas en General Villegas, dado que no se obtuvo información sobre empresas relevadas en Florentino Ameghino.

### *Comentarios generales*

La región se caracteriza por la producción agropecuaria y actividades vinculadas a este sector. De acuerdo con lo manifestado por el Director de Producción de Villegas el corredor no está funcionando. De todos modos, la zona está experimentando una reactivación importante, ya hay muchos productores y exportadores de novillos (cuyo precio se ha disparado, además de haberse ampliado el cupo de los cortes Hilton y haberse beneficiado por la campaña de vacunación anti-aftosa que también les abrió más puertas). El auge también se explica por el hecho de que dichos productores tenían importantes deudas en dólares que han sido pesificadas. Por esto, y a pesar de las inundaciones, el efecto positivo se evidencia especialmente en las actividades cerealeras, cría e invernada. Quizás haya algunas dificultades en la cuenca lechera / tampera (actividad importante en la zona, donde se encuentra una importante planta de Sancor y otras fábricas cooperativas de lácteos, así como industrias aceiteras). Con respecto a la actividad ganadera, se produce carne orgánica y también se están explorando otros nichos comerciales estimulados por al suba de los precios.

En definitiva, salvo por las inundaciones (que no afectan tanto a Villegas -zona intermedanosa- sino más bien a América, Carlos Tejedor o Trenque Lauquen que son zonas más bajas), el campo está pasando por un momento exitoso ("se ven en el pueblo muchos autos 0Km doble cabina", "hay también un furor de alquiler de campos"...). Esta situación ha ampliado la brecha entre productores y asalariados (docentes, empleados públicos, etc.) con respecto a su situación socio-económica.

Las autoridades entrevistadas manifestaron que *"desde el Municipio se llevan adelante políticas a apoyo a las PyMes y de reconversión laboral de la abundante mano de obra desplazada del campo por la incorporación de tecnología a las actividades agropecuarias"*. Además, *"en medio de esta situación económicamente favorable, el Municipio subió la tasa ABL y no tuvo problemas para recaudar, ya que encontró una respuesta favorable de los productores"*.

Sin embargo, los empresarios consultados no comparten esa visión, ya que su principal reclamo fue la falta de apoyo a las PyMes, principalmente en lo referido a los créditos. Asimismo, también se destaca el hecho de que se han acortado los plazos de pago: les venden los insumos "casi de contado", por lo cual ya no pueden vender a plazos largos a sus clientes. Dado que los intereses bancarios son muy altos prefieren no endeudarse

### *Perfil institucional de las empresas*

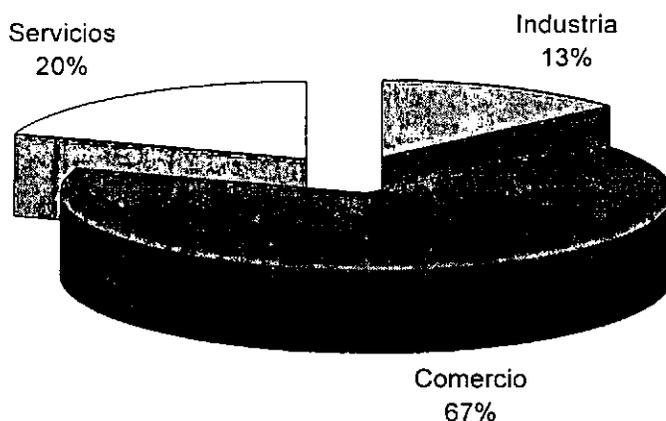
Ninguno de los empresarios consultados poseen participación de capitales extranjeros en su empresa, es decir que el 100% de las empresas pertenecientes a este corredor son de capital netamente nacional, así como también el 100% tiene su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

El 93% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 6% posee dos sucursales.

### *Perfil productivo*

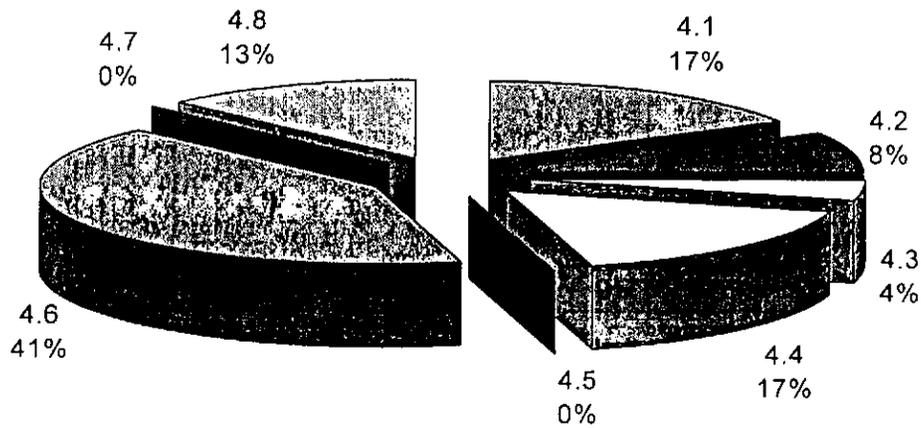
Un 13% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial, 67% al comercio y el 20% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo vemos que el 41% se dedican a alguna actividad comercial, el 30% presta algún servicio y dentro de la producción industrial encontramos que la misma se divide de la siguiente manera: producción de bienes de consumo (17%), fabricación de insumos para otras industrias (8%), fabricación de bienes de capital (4%). Es importante destacar que estos totales difieren de los del punto anterior ya que las empresas que realizan más de una actividad son contadas por cada una de ellas.

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

### *Situación ocupacional*

Las empresas encuestadas tienen en promedio 5.6 empleados en el establecimiento, que se eleva a 7.3 personas si consideramos al total de personas que trabajan para el establecimiento. Dentro del grupo de empresas, tomando el total de personas que trabajan para el establecimiento, hay 12 empresas con menos de 10 trabajadores y 3 empresas que tienen entre 10 y 50 trabajadores.

### *Estructura de costos de producción*

De las 15 empresas encuestadas, 73% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 23% de los insumos totales. El resto de sus costos, dado que principalmente se trata de comercios, está compuesto por mercaderías, fletes, salarios y servicios.

### *Comercialización de los productos*

Se observa que las ventas están concentradas principalmente en la región, en promedio las ventas tuvieron una caída del 6% y la misma ha sido proporcional en cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Ninguna de las empresas encuestadas **exporta**. Con respecto a las **importaciones**, Brasil y Estados Unidos son los principales países de origen de las mismas, compuestas por productos químicos (Vitaminas y aminoácidos), repuestos y neumáticos. El resto de los productos proviene de Europa y Paraguay (rulemanes, accesorios de fumigación).

### *Perfil tecnológico*

Un 50% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de 12 años. Respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 33% de los encuestados manifestó haberlos utilizado.

### *Financiamiento de las empresas*

Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como alta o muy alta las tasas de interés relevantes para sus empresas lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

### **Corredor Prod. del Sud-Este**

Se encuestaron en total 57 empresas, 41 en Bahía Blanca, 9 en Coronel Dorrego y 7 en Coronel Pringles.

Según información de los municipios involucrados el corredor ya no existe más (hay una comisión liquidadora integrada por autoridades de Bahía Blanca y Coronel Rosales, entre otros).

#### *Comentarios generales*

Las empresas de la región presentan problemas similares a los encontrados en otros corredores: falta de acceso al crédito (a tasas viables) u otras formas de financiamiento, poca ayuda a las PyMes en general, licuación de su capital de trabajo (deben comprar al contado a los proveedores y vender a cuenta para no perder los clientes), escasez de demanda por parte de la gente, etc..

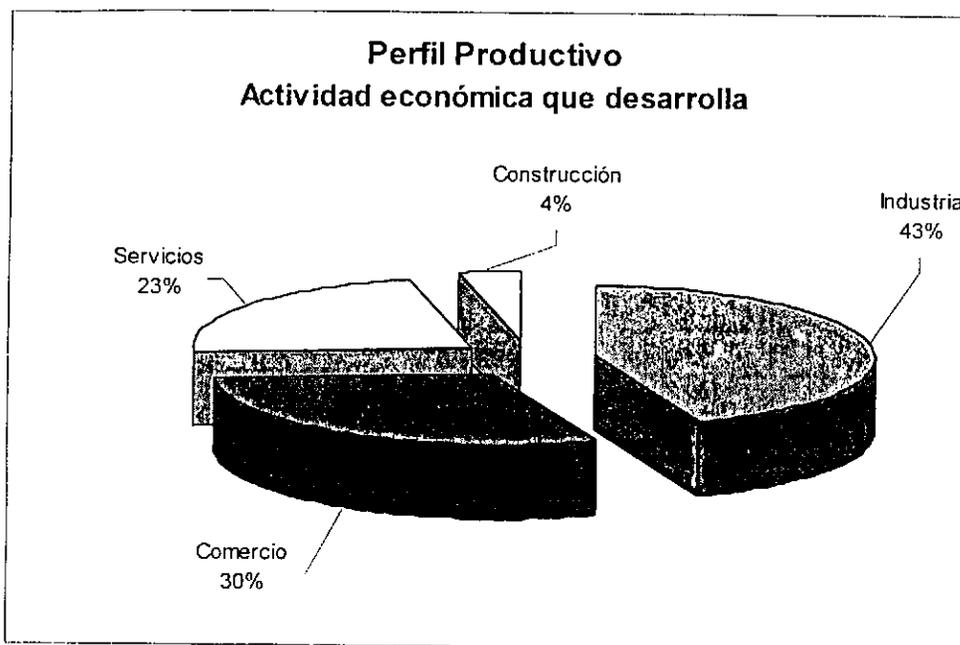
#### *Perfil institucional de las empresas*

Sólo uno de los empresarios consultados tienen participación de capitales extranjeros, es decir que el 98% del universo de la encuesta está compuesto por empresas de capital netamente nacional. Salvo la empresa antes mencionada, todas tienen su casa matriz en la Provincia de Buenos Aires.

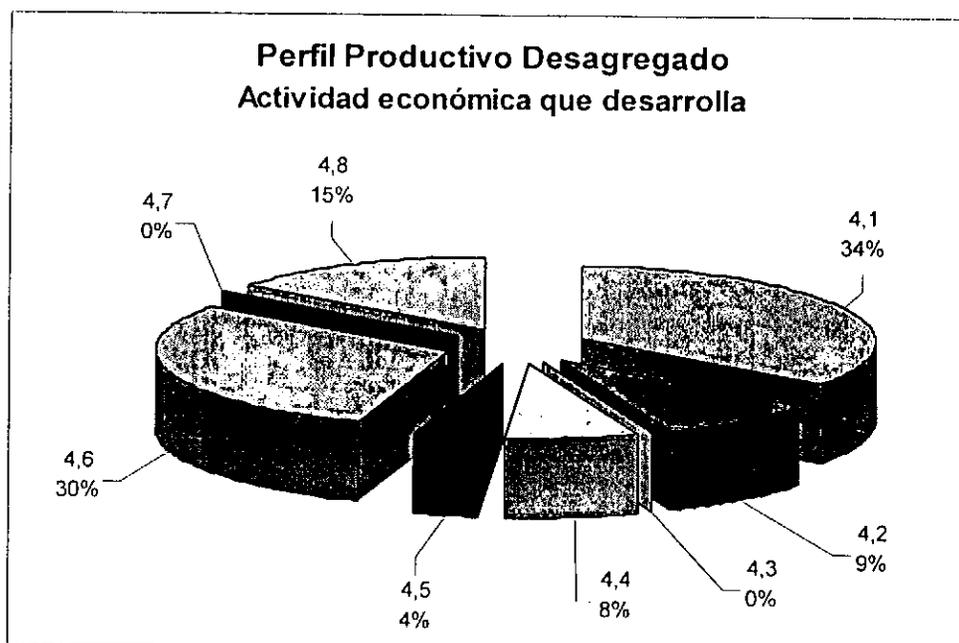
El 82% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento, mientras que el 18% posee una o más sucursales. El promedio de sucursales es de 2 excluyendo a la empresa de comercialización de electrodomésticos que cuenta con 120 sucursales.

#### *Perfil productivo*

Un 43% de las empresas encuestadas se dedican al sector industrial, 30% al comercio, 23% presta algún servicio y 4% son empresas de la construcción.



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo junto a la comercialización de bienes no producidos por la empresa suman el 64% del total, según el siguiente gráfico:



#### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas

#### 4.8 Prestación de otros servicios

##### *Situación ocupacional*

Se observa que las empresas encuestadas tienen en promedio 8 empleados por establecimiento, promedio que se eleva a 10 si consideramos a todas las personas que trabajan en el establecimiento.

Sin embargo, a pesar del promedio de 8 empleados por establecimiento, sólo un 19% del total de empresas supera el promedio (12% tienen entre 8 y 20 empleados y 12% entre 21 y 70 empleados).

Con respecto a la variación del número de empleados el 65% de las empresas dijo haberse mantenido estable en el último año, mientras que el 25% aumentó su dotación y el 11% la redujo. La variación promedio del número de empleados en el total de empresas fue una disminución del orden del 14%. Esta reducción de personal se explica sobre todo por las reducciones en empresas chicas de menos de 8 empleados, quienes expulsaron en promedio al 30% de los mismos. Por su parte, en las empresas con más de 8 empleados las variaciones en el número de empleados da como promedio un aumento del 6%, resultante de una similar cantidad de empresas que no variaron o lo hicieron positiva o negativamente.

Las variaciones positivas se dan en un 50% en empresas de fabricación de bienes de consumo, mientras que el 60% de las negativas se da en empresas que comercializan bienes no producidos por ellas.

##### *Estructura de costos de producción*

De las 57 empresas encuestadas, el 60% utilizan insumos importados. En promedio, los mismos constituyen un 42% de los insumos totales. Principalmente se trata de empresas que comercializan bienes no producidos por ellas (47%) o fabrican bienes de consumo (38% de las que usan insumos importados). La industria más fuertemente atada a insumos del exterior es la vinculada al papel ya que utiliza en promedio un 72% de insumos importados sobre el total. También es recurrente la importación de repuestos para maquinarias y herramientas.

##### *Comercialización de los productos*

El análisis del **destino de las ventas** muestra que sólo 3 de las empresas entrevistadas exportan, esto constituye el 5% del universo de la encuesta. La totalidad de las empresas

exportan la mayor parte de su producción (60% del total) distribuyéndose el resto en forma similar entre la ciudad, la región y el resto del país.

Si consideramos el total de empresas, la mayoría de ellas destina sus ventas a un mercado más local, ya que entre la ciudad y la región el 85% de las empresas destinan el 50% o más de sus productos.

La **variación de las ventas en el último año** muestra que entre las empresas que exportan, las ventas han permanecido estables o han aumentado, no registrándose ninguna caída. En las empresas más orientadas al mercado regional y local el promedio de variación de las ventas es de un 20% negativo (el 68% tuvo una disminución en las ventas, el 18% aumentó y el 14% se mantuvo constante). La principal caída en las ventas se dio en empresas de comerciales e industriales.

#### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

El **destino de los bienes que se exportan** son el MERCOSUR (en especial Brasil) y la Comunidad Económica Europea. Los productos que exportan estas empresas son cereales (en especial trigo, girasol y cebada).

Con respecto a las **importaciones**, Brasil es el principal origen de las mismas, compuestas por productos químicos (agroquímicos y fertilizantes). También se importan desde Alemania y otros países europeos, China y Sudáfrica.

#### *Obstáculos para la expansión de las exportaciones:*

Los exportadores manifestaron que los aranceles y las barreras sanitarias, técnicas o ambientales son los obstáculos para sus exportaciones.

Al ser consultados sobre las políticas públicas que perjudican su capacidad exportadora, los empresarios señalaron principalmente las fuertes retenciones y la conjunción de una fuerte inestabilidad con constantes cambios en las reglas.

Al preguntárseles sobre las políticas beneficiosas para sus exportaciones, hicieron referencia a la devaluación y pesificación, pidiendo planes de incentivo para las PyMEs que deseen exportar.

Consultados sobre su percepción de las políticas comerciales con otros países, el 57% respondió sobre la incidencia del Nafta, del ALCA, de los acuerdos con los países asiáticos y con la Unión Europea, y el 82% de los encuestados respondió con respecto al MERCOSUR.

En el primer caso, de los que respondieron, el 63% opina que son buenos o muy buenos y en el MERCOSUR esta proporción se eleva al 81%.

#### *Perfil tecnológico*

Un 60% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos más importantes es de 12 años, solo el 33% de las empresas están por encima del promedio.

Ningún empresario dijo haber reducido su personal en los últimos años en función de la adquisición de nueva tecnología.

Con respecto a la utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, sólo un 21% de los encuestados manifestó haberlos utilizado, los cuales son en su mayoría importadores de insumos para fabricación de bienes de consumo.

#### *Financiamiento de las empresas*

Los empresarios dijeron financiarse en promedio un 92% con fondos propios ante la falta de crédito ya sea de los bancos como de los proveedores, y el resto en mayor medida con giro en descubierto sobre la cuenta corriente. El 97% de los encuestados utiliza bancos para sus actividades habituales, que en su mayoría son de carácter público.

El 90% de los empresarios consultados dijo tener dificultades para acceder al crédito, con una percepción de la tasa de interés muy alta. Dos empresarios dijeron haber utilizado en alguna oportunidad financiamiento proveniente del mercado de capitales (Obligaciones Negociables).

#### **Consejo Productivo del Nor-Oeste**

Se encuestaron en total 28 empresas, 8 en Chacabuco, 6 en Junin, 9 en Lincoln y 5 en Rojas.

#### *Comentarios generales*

El principal problema mencionado por los encuestados es la falta de crédito y financiamiento en general. A muchos de los que tomaron créditos ahora les es difícil poder pagarlos. De esta manera, se han acortado los plazos de las transacciones: ni los proveedores les financian las compras ni ellos venden a plazos a sus clientes.

Varios de los encuestados mencionaron que les gustaría exportar, pero que no conocen cómo hacerlo ni tienen información de instituciones que puedan asesorarlos.

#### *Perfil institucional de la empresa*

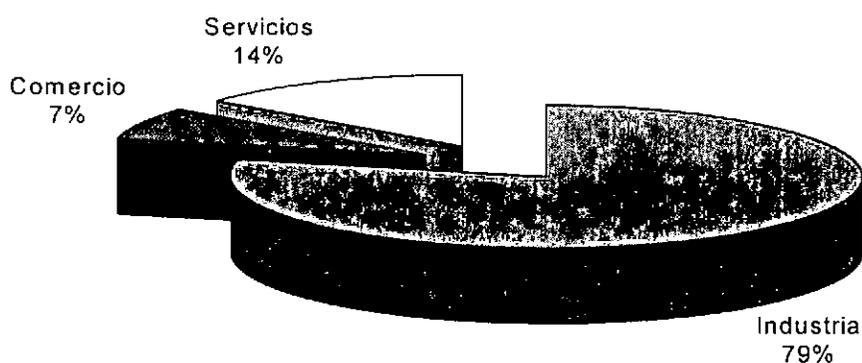
Ninguno de los empresarios consultados poseen participación de capitales extranjeros en su empresa, es decir que el 100% de las empresas pertenecientes a está corredor son de capital netamente nacional.

Otro dato que resulta importante destacar es que el 100% de las empresas encuestadas no tienen sucursales sino un único establecimiento.

#### *Perfil productivo*

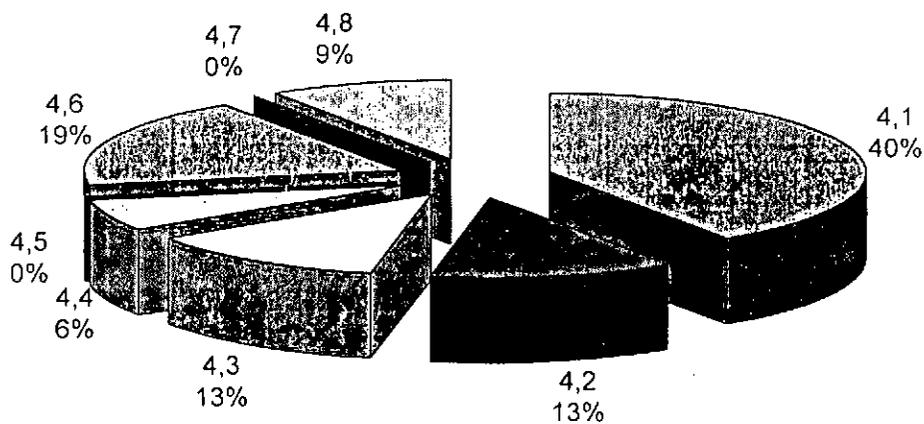
Un 79% de las empresas encuestadas se ubican en el sector industrial, 7% en el comercio y el 14% presta algún servicio.

#### **Sector económico de las empresas encuestadas**



Si desagregamos aún más las empresas según su perfil productivo encontramos que la producción de bienes de consumo aparece entre las actividades más importantes participando con el 40%, luego se encuentran la producción de insumos para otras industrias y fabricación de bienes de capital (13%).

## Perfil productivo desagregado por sector de actividad



### Referencias:

- 4.1 Fabricación de bienes de consumo
- 4.2 Fabricación de insumos para otras industrias
- 4.3 Fabricación de bienes de capital
- 4.4 Reparación de equipos
- 4.5 Construcción
- 4.6 Comercialización de bienes no producidos por la empresa
- 4.7 Generación y distribución de electricidad, agua o gas
- 4.8 Prestación de otros servicios

El segundo sector por orden de participación es el de comercialización de bienes no producidos por la empresa participando con el 19% de la actividad dentro de este corredor y finalmente, el sector servicios con el 15%.

Es importante destacar que estos totales difieren de los del punto anterior ya que las empresas que realizan más de una actividad son contadas por cada una de ellas.

### *Situación ocupacional*

Las empresas encuestadas tienen en promedio 12.8 empleados en el establecimiento y 15.3 si contabilizamos todas las personas que trabajan para el establecimiento.

Dentro del grupo de empresas, tomando el total de personas que trabajan para el establecimiento, hay 15 empresas con menos de 10 trabajadores, 4 empresas tienen entre 10 y 50 trabajadores y 2 más de 50.

Con respecto a las variaciones en el número de empleados, sólo cuatro empresas tuvieron que reducir su personal mientras que en el resto el mismo se mantuvo constante o incluso aumentó. Si observamos las empresas que redujeron personal, ninguna ha reducido su personal en función de la adquisición de nuevos equipos que permitieron realizar el mismo trabajo con un número menor de empleados.

### *Estructura de costos de producción*

De las 28 empresas encuestadas, sólo el 3.6% utilizan insumos importados. El resto de sus costos de producción están compuestos por insumos de origen nacional, sueldos y cargas sociales como así también servicios.

### *Comercialización de los productos*

Se observa que las ventas están concentradas principalmente en el resto del país (40%), el segundo lugar lo ocupa la ciudad (34%) y luego se ubica la región con el 25%. En promedio, las ventas totales de este corredor tuvieron un aumento del 25% y el mismo ha sido proporcional en cada uno de los destinos geográficos de las ventas.

Otro hecho que es importante destacar es que el 18% de las empresas pertenecientes a este Corredor Productivo exportan.

### *Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente*

Se observa que el principal país de destino de los bienes que se exportan por este corredor es Chile, seguido por Uruguay, Bolivia y Brasil.

### *Perfil tecnológico*

Un 75% de los empresarios consultados dijo haber incorporado nuevos equipos en la última década. La antigüedad promedio de los equipos es de casi 12 años. Con respecto a la

utilización de servicios de las instituciones que brindan información y ayuda para la adquisición de tecnología, un 18% de los encuestados manifestó haberlos utilizado.

#### *Financiamiento de las empresas*

Por lo general todas las empresas tienen dificultad en el acceso a crédito, percibiendo como altas o muy altas las tasas de interés relevantes para sus empresas, lo que las lleva a financiarse casi en su totalidad con fondos propios.

## **Análisis de las empresas por sector de actividad**

En esta sección se desagregaron las empresas encuestadas según grandes sectores de actividad: industria, comercio o servicios.

### **Perfil productivo**

Casi el 60% del conjunto de las empresas encuestadas son muy pequeñas (menos de 5 empleados). No se aprecian diferencias sustanciales entre las empresas industriales, las de producción de servicios y las empresas de comercio. Estas últimas son marginalmente más pequeñas el 65,9% tienen menos de 5 empleados mientras que en el caso de las empresas industriales y de producción de servicios sólo el 60,7% y 60,6% de las mismas, respectivamente, tienen este tamaño.

En cuanto a las empresas medianas (entre 25 y 50 empleados), en el sector de producción de servicios un 12,1% de las firmas pertenecen a este grupo, superando a todos los otros sectores. En el sector industrial hay un 4,7% de las firmas que son mayores de 50 empleados, mientras que en el resto de los sectores hay una proporción más baja de empresas de gran tamaño.

En más del 55% de los sectores el empleo asalariado se ha reducido en el último año. El sector que más vio caer sus niveles de empleo fue el sector de comercio. La caída en los niveles de consumo redujeron las ventas en general (como se señala más adelante), pero en el sector comercio el efecto sobre el empleo es mayor pues aquí la inestabilidad y precariedad del empleo es mucho mayor que en el resto de los sectores.

En el sector comercio más del 27,3% de las firmas redujo sus plantas de personal en más del 50% mientras que un 54,5% redujo el número de puestos de trabajo entre 1% y 50%. Entre las firmas productoras de bienes más del 76,4% redujo el empleo, mientras que entre las empresas de producción de servicios un 58,8% lo hizo.

### **Perfil de comercialización**

Más del 70% de las empresas de todos los sectores productivos tienen como uno de los destinos más importantes de su producción a la misma ciudad en la cual está ubicados. Por otra parte, la inserción regional de la actividad productiva es más importante entre las empresas de comercio pues un 71,1% de las mismas dirige parte de sus ventas hacia su región de pertenencia, mientras sólo un 64% de las firmas industriales y un 61% de las firmas de servicios lo hacen.

En cuanto a la inserción nacional de la producción de las distintas firmas relevadas, un 34,2% de las empresas de servicios tienen clientes en el resto del país mientras el 31,5% de las firmas industriales vende su producción a nivel nacional. Las empresas del sector comercio tienen, por el contrario, una baja inserción nacional: sólo el 8,9% de las firmas señaló que ofrecía sus servicios a nivel del conjunto del país.

Un dato significativo es que las empresas de servicios son las que declaran tener una mayor inserción internacional. Un 13,2% de las mismas tienen como destino de su producción el resto del mundo. Este resultado está determinado por la fuerte actividad exportadora que tienen los silos y acopiadores de granos y cereales.

El resto de los sectores (industrial y comercio) tienen una baja inserción internacional (9,3% y 2,2%, respectivamente). Entre las empresas comerciales que tienen al resto del mundo entre los destinos de sus ventas se encuentran básicamente las empresas de venta de agroquímicos que luego de la devaluación quedaron en buena posición competitiva.

En el último año, la caída de las ventas de las empresas ha sido generalizada. Un 76,8% de las firmas productoras de servicios declaran reducciones las mismas, mientras que un 73,8% de las firmas industriales y un 66,7% de las empresas de comercio señalan el mismo desempeño. Sólo el 5,4% de las firmas industriales reconoció haber tenido un incremento importante (superior al 50% en sus ventas); en el sector de servicios un 11,5% mostró la misma variación, mientras que en el sector comercio un 7,1% vio crecer sus ventas en esa proporción.

Cuando se analiza con detenimiento la evolución de las ventas por sector y destino se observan ciertos rasgos característicos. Por un lado, las ventas al resto del mundo crecieron fuertemente en todas las empresas industriales relevadas que declararon ofrecer a mercados externos. En el caso de las firmas del sector servicios dos tercios de las mismas incrementaron su inserción internacional (básicamente, los acopiadores de granos). Sin embargo, cuando se observan las ventas en el país, la región y la ciudad se percibe una caída importante que crece a medida que se analizan mercados más alejados de la firma. Esto ocurre en todos los sectores aunque con efectos más fuertes en el caso de las empresas proveedoras de servicios.

### **Perfil tecnológico**

Entre las empresas relevadas, las empresas de servicios son las que más han invertido en nuevas tecnología y equipo. Un 80% de las firmas de este sector declararon haber

comprado nuevas máquinas en los últimos años. Por el contrario, sólo el 57,1% de las empresas del sector comercio han adquirido nueva maquinaria en ese tiempo.

Entre las empresas del sector industrial esa proporción sube a 65,2%. En general, las empresas declararon no haber reducido su personal por causas tecnológicas. Sólo el 4,5% de las firmas industriales dice haber tenido que disminuir el número empleados por la utilización de maquinarias más capital intensivas. En el caso de las empresas de servicios y comercio, ninguna señaló ese evento.

El stock de equipos y maquinarias se ha actualizado en el conjunto de las empresas pero una parte importante de esa inversión se realizó hace ya tiempo. Sólo el 19% de las firmas del sector industrial señalaron tener equipos de capital con una edad media menor a 5 años. En el caso del sector servicios y el sector comercio el 31,4% y 30%, respectivamente de las firmas están en igual situación.

Poco más de un cuarto de las firmas industriales (26,6%) tienen un stock de capital con antigüedad de entre 5 y 10 años. Es decir, que sólo el 45,6% de las empresas tienen equipos adquiridos en el marco del proceso de apertura de los noventa. En el caso de las firmas del sector servicios y comercio sólo el 14,3% y 25%, respectivamente, tienen un stock de capital con una edad media de entre 5 y 10 años. En conjunto, más del 45% del stock de capital (54,4% en el caso del sector industrial) tiene una edad superior a 10 años en promedio. Es más, más del 11% de las firmas de la industria y los servicios tiene un stock de activos y equipos con edad media superior a los 30 años.

### **Perfil de financiamiento**

En cuanto a la utilización de fuentes de financiamiento para la actividad productiva, se observa una utilización considerablemente superior por parte de las empresas del sector comercio del giro en descubierto. Este sistema de financiamiento es utilizado por un 20% de las empresas del sector, mientras que sólo el 6,8% de las firmas industriales lo utiliza.

El hecho de que esta forma de financiamiento sea tan utilizada por el sector comercio es una muestra de las dificultades de acceder al crédito productivo por otros canales, pues el financiamiento en descubierto es muy costoso. Un 17% del financiamiento de las firmas del sector comercio es obtenido a través de este canal. En el caso de las firmas industriales, quienes utilizan esa financiación acceden al 12% de sus necesidades de fondos.

Casi el 88% de las firmas del sector comercio considera que las tasas de interés por el crédito son muy elevadas, lo cual concuerda con el 60,1% y 61,3% de las firmas del sector industrial y servicios, respectivamente, que consideran lo mismo. Esto puede estar explicado

por el uso más común del financiamiento bancario (a través del giro en cuenta corriente) por parte de las empresas del sector comercio.

El crédito bancario regular no es utilizado prácticamente por ninguna de las empresas relevadas. Sólo el 3,1% de las firmas industriales dicen estar utilizando alguna línea de crédito con un banco comercial, mientras sólo el 2% de las firmas comerciales lo utiliza.

En cuanto al crédito provisto por los bancos del sector público un 15,8% de las firmas relevadas pertenecientes al sector servicios señalaron estar utilizando alguna de sus líneas crediticias. Entre las firmas industriales el 8% señaló estar haciendo uso del crédito de la banca pública. Las firmas del sector comercio no señalan estar usando a la banca estatal para financiar sus operaciones.

La gran mayoría de las empresas opera en el sistema bancario a través de dos entidades. Entre las empresas del sector industrial y las del sector comercio un 80% de las firmas usan sólo dos bancos. Entre las firmas del sector servicios un 64% de las empresas usan dos bancos. Más del 10% de las firmas utiliza más de 2 bancos.

## ***Análisis de las empresas exportadoras***

### **Distribución geográfica de las empresas exportadoras**

Las empresas exportadoras se concentran en un pequeño conjunto de corredores productivos. A diferencia del conjunto de empresas que no venden al exterior, las empresas con ventas al exterior se concentran fundamentalmente en dos corredores productivos: el corredor productivo "TOAR", que concentra el 35,3% de todas las empresas exportadoras de la muestra y el corredor productivo "Consejo Productivo del Noroeste" (29,4%).

En ambos corredores productivos, los exportadores tienen una importancia significativa en el conjunto de empresas. En el caso del corredor TOAR, las empresas exportadoras representan el 21,4% de las empresas mientras que en el Consejo Productivo del Nor-oeste el 21,7% de las empresas encuestadas exportan al menos parte de su producción. En el resto de los corredores productivos de la provincia menos del 7% de las empresas tienen algún tipo de inserción exportadora.

### **Perfil productivo**

Las firmas exportadoras de la provincia de Buenos Aires concentran su producción en un reducido conjunto de actividades. Las exportaciones de las empresas relevadas se concentran en los sectores de producción de bienes de consumo (29,4% de las empresas), de insumos (35,3%) y de bienes de capital (35,3%). Esto no agota el total de empresas exportadoras, pues hay algunas que exportan en varios rubros de actividad a la vez. En efecto, un 11,8% de las firmas exporta productos no producidos por la misma firma y un 17,6% proveen servicios de acopio de cereales.

Un dato llamativo tiene que ver con la participación de las empresas en los distintos sectores de actividad. Del conjunto de empresas encuestadas que pertenecían a las actividades de producción de bienes de capital un 46,2% exportaban parte de sus producción. En segundo lugar se encuentran las empresas del sector de producción de bienes de consumo, de las cuales el 16,7% de las firmas son exportadoras. Esto es un dato significativo pues las políticas orientadas a la competitividad de la producción nacional debieran tener en mente el hecho de que los sectores menos tradicionales de la actividad exportadora (como la producción de bienes de capital) son los que aparecen por si mismos con un elevado potencial exportador pues una proporción importante de las firmas tiene actualmente ventas en el exterior del país. Las empresas exportadoras en estos corredores productivos se concentran en la producción de bienes de capital ligados a la actividad agropecuaria

(secadoras de granos y carreteles para la rotación de pasturas, por ejemplo) así como la actividad metalmecánica (fabricación de matrices y moldes de hierro, acero y aluminio).

### **Comercialización de los productos**

Las firmas exportadoras han visto incrementados sus niveles de ventas significativamente en el último año. En promedio, el incremento para el conjunto de las firmas que exportan la suba ha sido superior al 63%. A modo de contraste, el conjunto de las firmas encuestadas que no tienen actividad exportadora vieron reducidas sus ventas en promedio un 21%.

Las empresas del corredor productivo del Sud-este fueron las que en promedio vieron subir más fuertemente sus ventas al exterior. En este corredor se concentran las actividades más favorecidas por la devaluación del peso: las actividades vinculadas a la explotación de recursos naturales renovables (acopiadoras de granos, fabricantes de productos agrícolas, etc.).

Por otra parte, las empresas de los dos corredores productivos más importantes en relación con las exportaciones (los corredores TOAR y Nor-Oeste) también mostraron incrementos importantes en sus ventas. Las producciones de las empresas exportadoras de estos corredores se caracterizan por ser fuertemente competitivas con las importaciones, por lo que el proceso de reactivación que se está produciendo es muy significativo. No sólo las empresas de estos sectores están desplazando con éxito a la producción importada sino que a su vez su capacidad de competir internacionalmente se ha visto fuertemente reforzada.

### **Situación ocupacional**

Los efectos de la devaluación sobre la actividad productora de las empresas exportadoras y consecuentemente sobre su empleo de fuerza de trabajo son muy claros. Mientras para el conjunto de las empresas que no exportan en los últimos doce meses el nivel de empleo cayó fuertemente en más del 77% de las firmas, en el caso de las empresas exportadoras el empleo ha aumentado significativamente en todos los casos. El 40% de las firmas que venden en el exterior parte de su producción incrementaron su empleo de fuerza de trabajo hasta un 20%, mientras que el resto de las firmas incrementaron sus plantas de personal en porcentajes aun mayores.

## **Origen y destino de los bienes que se comercializan internacionalmente**

Brasil es el país de origen de la mayor parte de los insumos importados por las empresas exportadoras relevadas. De ese país estas empresas exportadoras adquieren sus insumos más importantes (aluminio y acero; agroquímicos, herbicidas y fertilizantes).

Los productos exportados se dirigen, asimismo, a Brasil. En la gran mayoría de los casos (50%) las empresas exportadoras tienen a ese país como destino de parte de su producción. Del conjunto de destinos señalados por los productores para colocar sus productos en el exterior, Brasil representa el 30%. En algunos casos, Brasil es el único destino de los productos pero en ciertos rubros (como miel, silos y volcadores hidráulicos) a ese destino se incorporan otros países (Chile, Paraguay, Uruguay, Alemania y otras naciones de Europa). Los países de América Latina, sin incluir a Brasil, representan en su conjunto más del 46% de los destinos nombrados mientras que las ventas a Europa representan algo más del 15% de los destinos. El NAFTA es destino de sólo el 8% de las empresas exportadoras.

## **Obstáculos para la expansión de las exportaciones**

A diferencia de las empresas que no exportan, los exportadores no se quejan de la falta de apoyo estatal para la promoción de su actividad. Mientras el 29% de los no exportadores señala esa falta como un problema a la hora de encarar una actividad de exportación, ningún productor que ya se encuentre exportando cree que esa carencia lo esté perjudicando. Sí señalan, sin embargo, que la burocracia estatal limita sus posibilidades de expandir sus ventas al exterior. Un 44% de las firmas exportadoras se quejó de que de alguna manera la intervención estatal dificulta su tarea.

Por otra parte, la incertidumbre en relación con las políticas públicas y la situación económica general fueron señaladas por las empresas exportadoras como un problema central; las firmas no exportadoras no lo ven como una problema clave en relación con sus dificultades para vender sus productos en el exterior.

Los impuestos y la falta de crédito fueron dos ítems señalados repetidamente como limitantes de la actividad de las empresas exportadoras, pero no fueron referidos como los principales problemas que enfrentan.

En relación a las políticas públicas que las empresas exportadores consideran que las benefician en su capacidad competitiva, la principal ha sido la devaluación. El 85% de las firmas señaló que la devaluación del peso argentino benefició su capacidad de competir en los mercados internacionales. En el caso de las empresas que aún no exportan, un 21% del

total señala que la devaluación fue beneficiosa en términos de mejorar su capacidad futura de exportar.

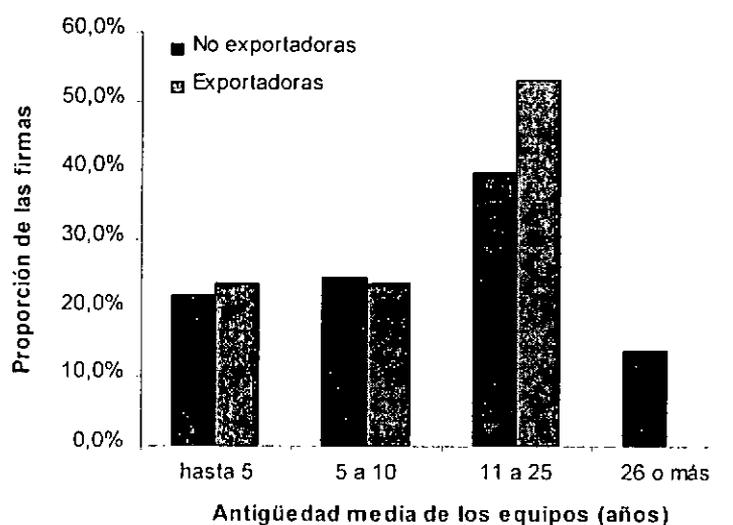
Por otra parte, mientras que las empresas exportadoras no perciben como relevantes otro tipo de políticas públicas (pues ni el mayor acceso al crédito, la reducción en la burocracia estatal o la rebaja de impuestos aparece como una política favorecida de manera generalizada), las empresas que no exportan ponen el énfasis en la rebaja de impuestos como la política que redundaría en una mejora en su capacidad de exportación (42% de las empresas). En segundo lugar de importancia se encuentra la necesidad de apoyo estatal (26%).

### **Perfil tecnológico**

Las empresas exportadoras mostraron un ritmo de inversión en nueva tecnología superior al del conjunto de las empresas que orientan su producción al mercado interno. En efecto, el 82,4% de las firmas venden al menos parte de su producción al exterior adquirieron nuevos equipos de capital. Por el contrario, entre las firmas que no exportan y sólo venden su producción localmente, sólo el 65,5% adquirió nuevas maquinarias.

Por otra parte, de acuerdo con las empresas, la incorporación de bienes de capital no tuvo efectos importantes sobre el empleo de fuerza de trabajo. Menos del 5% de las empresas no exportadoras y ninguna de las empresas exportadoras, señalaron que su planta de personal se hubiera visto reducida por efecto de la incorporación de nuevos equipos. Esto marca que, en principio, la tecnología de producción incorporada en los nuevos equipos es similar en ambos conjuntos de empresas en cuanto a la intensidad en la utilización de fuerza de trabajo. Por otra parte, señala que en contra de lo que suele entenderse, el cambio técnico no ha sido un factor explicativo determinante en la evolución del empleo asalariado.

No se observa que el grado de antigüedad de los bienes de capital sea muy diferente en el caso de exportadores y no exportadores.



Entre los primeros, casi el 24% de las firmas tienen un stock de maquinaria con menos de 5 años de antigüedad, mientras que entre las empresas no exportadoras el 22% tiene maquinarias de esa antigüedad. En el otro extremo, el 53,6% de las empresas que no exportan su producción tienen equipos con una antigüedad superior a 10 años, mientras que en el caso de las exportadoras casi el 53% tienen equipos con una antigüedad media superior a los 10 años.

Por último, en lo que se refiere a las decisiones de incorporación de nueva tecnología y equipos las firmas exportadoras son importantes demandantes del asesoramiento que ofrecen las diferentes agencias públicas tales como el INTA y el INTI. El 41,2% de las firmas exportadoras encuestadas señaló haber utilizado los servicios de algún organismo estatal para conseguir información y asesoramiento sobre el uso e incorporación de tecnología; por contrapartida, sólo el 21,1% de las firmas no exportadoras lo hizo.

## Financiamiento de las empresas

La gran mayoría de las firmas exportadoras (94%) considera, al igual que las empresas no exportadoras (90%), que enfrentan serias restricciones para el acceso a los fondos que necesitan para el crecimiento de sus actividades. Esto se expresa en que la mayor parte de la actividad de las firmas exportadoras se financia con fondos propios, conseguidos a partir de la venta de su producción. Casi el 18% de las firmas exportadoras relevadas señalaron que más del 80% de su financiación proviene de recursos generados por la propia empresa, mientras que sólo un 11,8 % utilizó, por ejemplo, el giro en descubierto en los bancos. Ninguna de las empresas exportadoras utiliza alguna línea de crédito negociada con los bancos comerciales, lo cual da cuenta de la crisis en la cual se encuentra el sistema

crediticio en general, pues ni aún las empresas más rentables del momento (como son las que desarrollan actividades exportadoras) pueden obtener financiamiento. Por otra parte, ninguna de las firmas exportadoras estudiadas ha utilizado medios alternativos de financiamiento (tales como emisión de obligaciones negociables o acciones en el mercado de valores).

Prácticamente todas las firmas exportadoras coinciden en señalar que las tasas de interés que exige el sistema financiero para otorgar créditos es alta o muy alta. Estas respuestas reproducen las que tienen los empresarios en actividades no exportadoras.

## ***Una mirada a la principal especialización de los corredores productivos***

Como se observa, tanto desde el análisis de los datos agregados como desde los resultados de la Encuesta, la especialización que parece haber adoptado la provincia de Buenos Aires, dentro de la cual los corredores productivos no son una excepción, es la industrial agroalimentaria.

Todo nos hace pensar que teoría de las ventajas comparativas funciona en condiciones de laboratorio optimas: sin protección, sin crédito, sin creación de nuevos recursos, sin activos específicos. La Argentina se adapta al libro de texto de economía estática. Sin embargo aquí vamos a afinar el lápiz, indagar si hay industrias alimentarias que a pesar de estas reglas del juego liberales en materia de inserción comercial, logran perfilar por tozudez de la realidad una especialización "ligeramente" más dinámica, nos preguntamos si solamente es la disponibilidad de recursos naturales es la que determina nuestra especialización, o bien, para ganar ventajas comparativas hoy aparecen otros determinantes que se agregan a nuestra "madre naturaleza" tal como la concentración, las escalas o estrategias de diversificación de procesos/diferenciación de productos que permiten hoy ampliar la gama de productos exportados. Nos preguntamos también si emergen nuevas ramas competitivas con menores grados de concentración y capaces de ampliar la gama de productos.

La dinámica reciente de los corredores productivos analizados se inscribe en un proceso más general de fuerte **expansión en el sector agroalimentario**, explicado por el importante cambio en la especialización de los 90.

Nosotros adoptamos un enfoque diferente, aunque complementario. Mientras la competitividad explica la dinámica, nosotros nos centramos en la estructura. No negamos ese impulso fundamental de la economía sino que nos situamos en otro nivel de análisis, el de las estructuras de especialización de un país. Este tipo de análisis es convencionalmente tratado en los análisis de las 'ventajas comparativas', que en su versión neoclásica, sostiene que los países exportan aquellos bienes intensivos en los recursos (tierra, trabajo, capital) en los que tienen abundancia relativa. Nos apartamos de esa lectura, estática y a-histórica. En nuestro caso remitimos a los padres de la economía clásica, en primer lugar a Ricardo - que inventó la noción de ventaja comparativa -. El sostenía que hay ciertos sectores en los cuales es mejor especializarse pero por otras razones que la abundancia de tierra o trabajo. Su explicación se basaba no solo en las diferencias de calidad de la tierra o sino en factores como la medida en que una sociedad se desarrolla tecnológicamente. Si vamos un poco más atrás, llegamos a 1776 cuando Smith planteo la

cuestión de una manera diferente. Además de reconocer la existencia de mercados imperfectos, sostuvo que la especialización de cada país esta determinada por las economías de escala internas o externas a la empresa y por el tamaño del mercado. Esto nos permite inferir que la especialización de un país, esta fuertemente determinada por aspectos tales como el cambio técnico, la escala de producción, la concentración, la diferenciación de productos...es decir en cierto periodo las ventajas absolutas pesan más que las comparativas.

A fin de analizar la especialización de nuestra economía, nosotros utilizamos el indicador las Ventajas Comparativas Reveladas (VCR)<sup>5</sup>. Este es un indicador que se construye para cada rama, relacionando la participación relativa del país en el mercado mundial de cada rama con su participación en el comercio mundial total. El valor de este indicador toma valores mayores que uno para aquellos sectores más competitivos que el promedio, y menores a uno para los menos competitivos. Teniendo en cuenta la dificultad para conseguir datos de las exportaciones mundiales por sector, comparamos la participación de las exportaciones argentinas con respecto a la participación de las exportaciones de EEUU, país que por su peso en la producción y el comercio mundial es un punto de referencia a la hora de analizar las especializaciones comparadas.

De acuerdo con Chudnovsky y Porta<sup>6</sup>, a partir de la utilización de indicadores de ventajas comparadas "deja de tener sentido hablar de la pérdida o del incremento de la competitividad de una economía en su conjunto. Lo que sí puede suceder es que se produzca un cambio en la estructura de ventajas comparativas tal que sectores que antes eran competitivos dejen de serlo."

Así, las VRC de la Argentina en el sector *i* fue calculada de la siguiente forma:

$$VCR^i_{Arg} = (X^i_{Arg} / X^{tot.}_{Arg}) / (X^i_{EEUU} / X^{tot.}_{EEUU})$$

$$VCR^i_{Arg} = (X^i_{Arg} / X^{tot.}_{Arg}) / (X^i_{EEUU} / X^{tot.}_{EEUU})$$

En alguna medida el indicador de VCR revela las ventajas comparativas de un país para un bien, esto es, el costo de producir dicho bien en relación al costo de producirlo fuera del país. Sin embargo, contra la teoría de las "ventajas comparativas" neoclásica, su variación no solo esta asociada a la reasignación de recursos entre sectores sino también a la creación de nuevos recursos o bien al aprovechamiento de economías de escala. Es mas, es importante remarcar que estas ventajas se "revelan" estadísticamente y no

<sup>5</sup> Balassa, (1965)

<sup>6</sup> Daniel Chudnovsky y Fernando Porta (1990) *La competitividad internacional, principales cuestiones conceptuales y metodológicas*, CENIT, Documento de Trabajo N°3.

necesariamente están asociadas a factores de costos. Estas pueden estar asociadas a la política comercial o a estrategias de diferenciación de las empresas.

El indicador se calculó para cada sector CIU a cuatro dígitos del capítulo de industrias manufactureras (sección D, desde el capítulo 15 al 36<sup>7</sup>). Se consideraron todos los años desde 1989 hasta 2000 inclusive. Para evitar la volatilidad propia de las exportaciones ocasionada por la variabilidad de los precios se calcularon promedios entre tres años consecutivos (1989-1991, 1992-1994, 1995-1997, 1998-2000), por lo tanto cuando se habla de nivel se considera el nivel promedio del período en cuestión.

### Estructura de las ventajas comparativas reveladas de la Argentina

En términos generales vemos que como anticipamos en la introducción, nuestra especialización es claramente basada en recursos naturales y sesgada hacia las actividades agroalimentarias. más de la mitad de las ramas con ventajas comparativas reveladas son alimentarias. Esta especialización se profundiza dentro del ranking de los 10 primeras ramas, pasando de 1989-91 a 1999-2000 de 6 a 7 posiciones y de 11 a 12 dentro de los 20 primeros lugares. Pero más allá de esta variación resulta interesante analizar qué sectores dentro de la industria agroalimentaria ganaron estos puestos, cuales consolidaron sus posiciones y en fin si hay casos de pérdidas de ventajas comparativas reveladas.

**Cuadro 1.a. Ventajas comparativas reveladas 1989-1991. Primeras 10 ramas.**

Posición	Detalle	VCR 1989-1991
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	42.5
1911	Curtido y adobo de cueros	21.5
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias para uso estructural	20.2
1520	Elaboración de productos lácteos	11.1
1542	Elaboración de azúcar	10.4
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra	7.8
1511	Producción procesamiento y conservación de carne y productos cárnico	6.1
1552	Elaboración de vinos	5.8
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	4.9
2710	Industrias básicas de hierro y acero	4.7

Fuente: elaboración propia a partir de INTAL

<sup>7</sup> El capítulo 37 "Reciclamiento" que esta dentro de la sección D, fue excluido por razones obvias.

**Cuadro 1.b. Ventajas comparativas reveladas 1998-2000. Primeras 10 ramas.**

Posición	Detalle	VCR 1998-2000
1514	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	45.8
1911	Curtido y adobo de cueros	24.2
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias para uso estructural	18.9
1520	Elaboración de productos lácteos	13.7
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	10.8
1542	Elaboración de azúcar	8.5
1552	Elaboración de vinos	8.0
1553	Elaboración de bebidas malteadas y de malta	7.5
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra	7.5
1543	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería	5.7

Fuente: elaboración propia a partir de INTAL

Del estudio de indicador a lo largo de la década del noventa surge una taxonomía de los sectores de acuerdo al nivel y a la evolución de las ventajas comparadas en el tiempo. De tal forma podemos hablar de sectores que en los que la situación competitiva no se modificó (mantuvieron sus niveles iniciales relativamente más altos o bajos que el resto). Y sectores en los que se registró una variación importante en los valores del indicador. En este grupo destacamos el rol de aquellas actividades que ganaron competitividad transformando la estructura de ventajas relativas (Gráfico 1).

Para el ranking del promedio de los últimos tres años analizados podemos ver tres tipos de evoluciones.

En primer lugar, la continuidad en la especialización: Los cuatro primeros puestos son conservados por las mismas ramas que al comienzo de la década, esto significa que la persistencia de la especialización es importante. Es de destacar que esta persistencia no necesariamente implica un comportamiento pasivo por parte de las empresas, sino la profundización de una trayectoria evolutiva en la cual las empresas tuvieron que mejorar sus posición competitiva para poder mantener su puesto. Este es el caso de los aceites y en menor medida de los productos lácteos. En este sentido, el complejo oleaginoso ha mejorado sus ventajas comparativas reveladas respecto a EEUU, país que si bien sigue siendo el principal productor mundial hoy ve amenazada su participación en el comercio mundial en la gran parte de los productos del complejo por Argentina y Brasil. Esto va mucho más allá de la disponibilidad de recursos naturales, que solo son el punto de partida<sup>8</sup>. Una importante coordinación entre todas las etapas verticales, la existencia de fuertes complementariedades entre las tecnologías utilizadas en cada actividad, una mejora de la

<sup>8</sup> Obstchatko, E. (1997), *Articulación productiva a partir de los recursos naturales: el caso del complejo oleaginoso argentino*, CEPAL, Documento de Trabajo 74.

eficiencia portuaria y una política comercial que privilegió durante las tres últimas décadas a las etapas industriales explica esta performance. A su vez, vemos que en sectores como el lácteo, que muestran un importante aumento durante el período fuertemente ligados al proceso de integración del MERCOSUR y las nuevas inversiones de empresas multinacionales<sup>9</sup>.

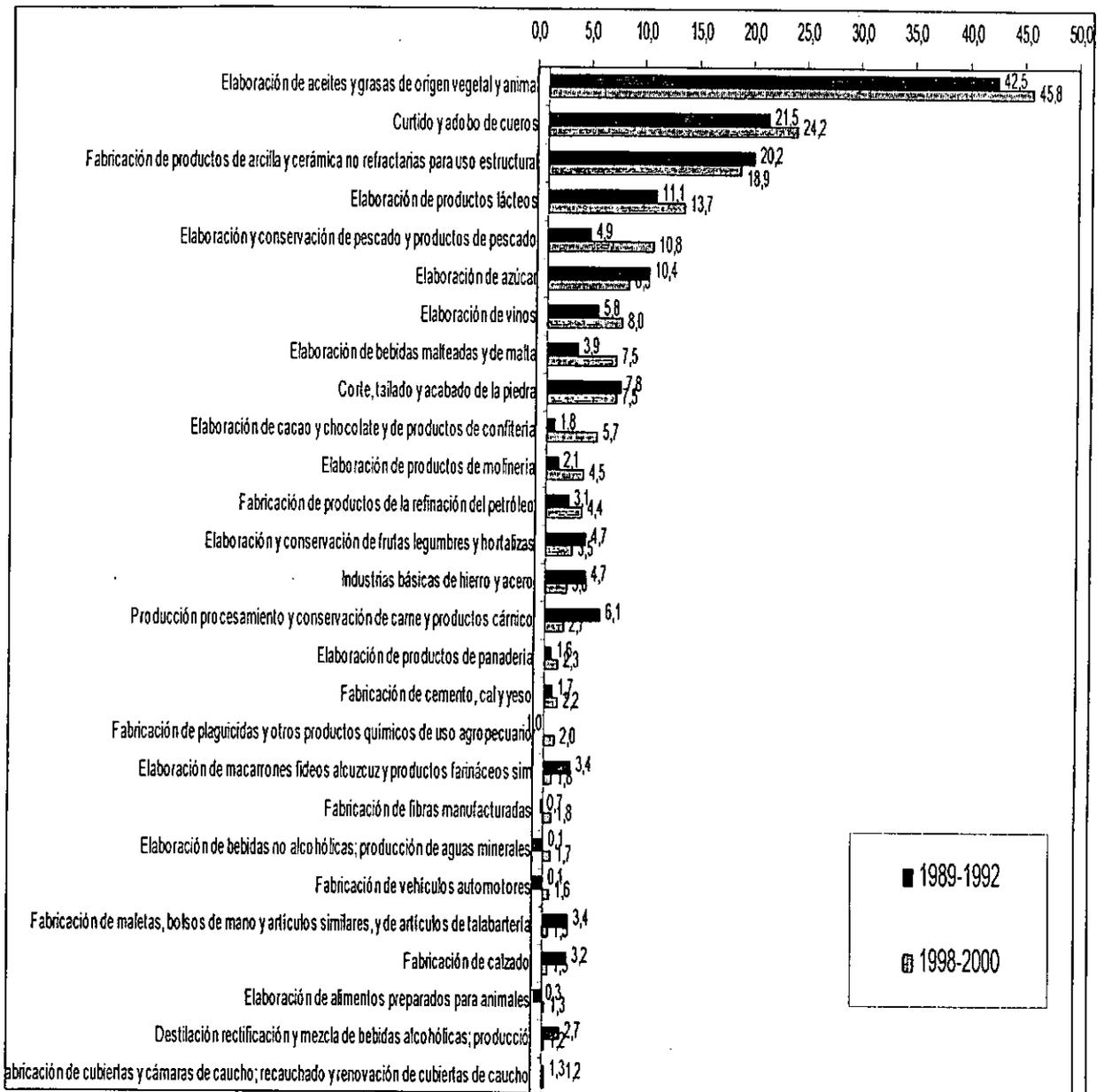
En segundo lugar, casos de des-especialización: algunas ramas desaparecieron del ranking de las 10 primeras, como ser la de frigoríficos de carnes, incapaces de desarrollar escala o coordinar sus cadenas. El caso de las carnes es particularmente llamativo, dada la importancia que tuvo este sector en nuestra inserción de principios de siglo. Los limitantes son institucionales y se encuentran asociados a la ausencia de una cadena coordinada que asegure una oferta en cantidad, el status sanitario necesario y una adecuada estrategia unificada promoción como para ampliar el volumen exportado. La informalidad y la multiplicidad de intermediarios (mercado central, matarifes, superposición de certificaciones) elevan los costos de transacción e impiden incrementar el valor agregado en la cadena.

En tercer lugar, la nueva especialización en ramas agroalimentarias que antes habían tenido una participación secundaria en la estructura de comercio. Para ello, el gráfico 1, complementa el análisis en la medida que puede apreciarse tanto el nivel de las VCR al inicio del período analizado como las variaciones registradas. Se destacan algunas actividades por haber incrementado considerablemente las ventajas comparativas. Entre ellas se encuentran: la Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado que escaló en el ranking desde un noveno a un quinto puesto, Elaboración de bebidas malteadas y de malta, básicamente elaboración de cervezas y la Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería que incrementó sus ventajas comparativas reveladas en más de un 200%. Este último caso es destacable. La rama de chocolates y golosinas responden a la estrategia de diferenciación e internacionalización de grandes grupos locales en respuesta a la mayor rivalidad local resultante de la instalación durante los 90 de filiales de empresas extranjeras en Argentina<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Ver un análisis de la Inversión Extranjera Directa en el Informe Económico del IMA N°10.

**Gráfico 1: Ventajas comparativas reveladas 1989-1991/1998-2000**



Fuente: elaboración propia a partir de información de INTAL

Como puede apreciarse, la especialización de la industria manufacturera está fuertemente sesgada hacia las industrias agroalimentarias. El complejo oleaginoso sin lugar a dudas es la estrella de nuestra especialización. Sin embargo, si bien hay una persistencia de especialización agroalimentaria durante los años 90, se han manifestado ciertos cambios cualitativos a su interior: una mejora *aun incipiente* en las ventajas comparativas reveladas vis-à-vis EEUU de industrias vinculadas al mercado interno que no se caracterizaron históricamente por una inserción como proveedores de materias primas dentro de la división

internacional de la producción. En efecto no es correcto hablar de la especialización en *la* industria agroalimentaria, sino de *las* industrias agroalimentarias. Este aspecto se profundizara en la próxima sección.

### **Las configuraciones sectoriales de las IAA en Argentina**

Para analizar el tipo de especialización de las Industrias Agroalimentarias Argentinas (IAA), introduciremos una grilla de análisis de las configuraciones de las distintas ramas. Esto es necesario porque – como dijimos- las IAA son comúnmente presentadas como un conjunto más o menos homogéneo de actividades, tecnológicamente estables. Sin embargo, estas se caracterizan por una alta heterogeneidad tanto al nivel de la rama como de la empresa. Al nivel de las empresas, hay distintos tamaños, distintas edades, diferentes competencias organizacionales y tecnológicas, diferentes estrategias, en fin diferentes trayectorias que las modernas teorías de la empresa han señalado. Nosotros sin embargo nos centraremos en la heterogeneidad a nivel de la rama buscando centrar nuestra atención en las estructuras de mercado y la naturaleza de los principales productos analizados. No es lo mismo especializarse en ramas intensivas en escala en donde la ampliación de las capacidades de producción constituye la mejor estrategia en un contexto de fuerte rivalidad oligopolistas que en ramas en las cuales la ampliación de la gama de productos permite o bien entrar en nuevos nichos de mercado o bien defenderse de la entrada de nuevos rivales ajenos al mercado. La disponibilidad de recursos naturales pasa a un segundo plano en el contexto de la rivalidad oligopolista.

### **Una tipología de las Industrias Agroalimentarias a partir de las hipótesis de la Organización Industrial**

Las actividades industriales pueden clasificarse de diferentes maneras. Una de ellas es el tipo de proceso productivo (continuo o discontinuo), según el tipo de fuente de cambio tecnológico (a partir de la ciencia, de los proveedores, etc...), a partir del tipo de encadenamiento (cadenas largas, cortas, etc...). Sin lugar a dudas que el análisis de cadenas es el más adecuado para el estudio de la especialización de Argentina<sup>11</sup>. Sin embargo, nuestro análisis se centra solo en la concentración y en el tipo de competencia en los mercados "aguas abajo". Para ello, adoptamos un criterio planteado por Martins y Price (2000) que toma en cuenta la configuración del mercado (fragmentado, concentrado) y la dinámica de la competencia (o rivalidad) que los caracteriza ( por precio, cantidad,

diferenciación de productos). En un análisis posterior se profundizaran las dimensiones de encadenamientos verticales “aguas arriba” de las cadenas, de donde provienen sin lugar a dudas las fuentes fundamentales de la competitividad sistémica.

Es posible luego clasificar las ramas según el tipo de bien producido<sup>12</sup> (diferenciado o indiferenciado) y por el grado de concentración (fragmentado, concentrado).

A fin de construir esta tipología, tomamos como referencia dos tipos de indicadores:

- Información cualitativa sobre el tipo de competencia en cada sector. Para ello utilizamos la encuesta tecnológica realizada por el INDEC en 1997. Esta abarca a 367 empresas alimentarias argentinas. Se procedió a calcular un índice de intensidad de la diferenciación de producto en cada rama considerada. Este índice es un porcentaje de las empresas que respondieron tener como objetivo de la innovación el de ampliar la gama de productos durante el periodo 1992-1996. En la medida que estos nuevos productos surjan del mismo proceso productivo, esta diferenciación puede asociarse al desarrollo de economías de alcance que sustituyen a las convencionales economías de escala.
- Un índice de concentración de Hirschman-Herfindalh (IHH) que cumple todos los requisitos necesarios para medir la dispersión en el tamaño de las empresas existentes en un sector. Cuanto más cerca de 1 se encuentre la estructura de mercado es más concentrada (si IHH=1 es el caso de monopolio).

Es así que identificamos cuatro tipos de ramas (cuadro 2):

- Ramas fragmentadas en las cuales los bienes son indiferenciados, configuración que caracteriza a la producción de commodities agrícolas, pero también a ciertas actividades de primera transformación de dichos commodities en las cuales las escalas no son importantes. Aquí la competencia es fundamentalmente vía precio y la oferta es altamente atomizada. Este es el caso de la cadena de la carne o la molienda tradicional.
- Ramas que también producen bienes indiferenciados pero que debido la inversión de importantes plantas de transformación o en infraestructura de almacenamiento y transporte, generen economías de escala en la producción o en la logística. En este caso la competencia es fundamentalmente por cantidades (o más precisamente por ampliación de las capacidades de producción). En la medida que existan barreras a la salida, explicadas por altos costos hundidos, esto puede dar lugar a rentas a las empresas instaladas. Este es el caso del complejo oleaginoso donde la competencia

---

<sup>11</sup> Para una presentación sintética de los principales enfoques implícitos en los análisis de cadenas ver, P. Lavarello (2002), “Cadenas Agroalimentarias y tecnología”, *Informe IEFE*, nro. 120

durante los 90 se baso en la escala y no en la ampliación de la gama (bebidas alcohólicas excepto vino).

- Ramas en las que existe una fuerte fragmentación pero donde los bienes producidos no son homogéneos sino que diferenciados. Aquí la competencia es vía la ampliación de la gama de productos, en búsqueda de cuasi-rentas de la diferenciación.
- En fin, ramas en las que también existe diferenciación pero que debido a los altos costos fijos en I+D, publicidad o a una competencia organizacional de la empresa de producir una gama mayor de productos a un costo medio decreciente, la concentración es alta. Es decir, podemos ver que la presencia de indivisibilidades asociadas a la propiedad de un activo intangible es consistente con diferenciaciones horizontales y economías de alcance (ampliación de la gama de productos). Este tipo de configuración es característica de industrias de mayor intensidad tecnológica que la agroalimentaria, sin embargo puede que existan casos en las IAA tomando como referencia el sector y no la industria en su conjunto.

**Cuadro 2. Tipología de Industrias agroalimentarias argentinas**

Ramas	Configuraciones	% Empresas por rama con diferenciación (1)	Indice Concentración Hirschman-Herfindahl
Chazinados		0,0%	0,07
Preparación de arroz	Fragmentado sin Diferenciación (FsD)	7,1%	0,04
Molienda de trigo		0,0%	0,03
Frigorífico		12,8%	0,02
Frutas y Legumbres		20,0%	0,07
Pastas	Fragmentado con Diferenciación (FcD)	16,7%	0,06
Vino		40,0%	0,04
Agua mineral y soda		16,1%	0,03
Panificación		36,6%	0,01
Alimentos para animales	Concentrado sin Diferenciación (CsD)	0,0%	0,37
Moliendas de otros cereales		14,3%	0,31
Aceites y subproductos		8,3%	0,18
Bebidas alcohólicas		8,3%	0,14
Gaseosas		50,0% (2)	0,48
Cerveza		23,5%	0,38
Molienda Húmeda de Maiz		28,6%	0,27
Jugos de frutas y otras bebidas.	Concentrado con Diferenciación	23,1%	0,21
Cacao y golosinas		20,0%	0,13
Te, Mate, Café		16,7%	0,12
Leche y productos lácteos		20,0%	0,11
Galletitas		30,0%	0,11
<b>Mediana</b>		<b>16,0%</b>	<b>0,09</b>

(1) Este indicador se construye sobre la respuesta cualitativa de las empresas a las encuestas tecnológicas INDEC (1997)

<sup>12</sup> Este análisis se basa fundamentalmente en P. Lavarello (2002) "Investissement Direct Etranger et configuration des branches agroalimentaires en Argentine". Trabajo preparado en el marco del proyecto OECD "Competitiveness in ABC".

(2) Dado que esta rama se caracteriza por una baja concentración económica (0,06) pero una dominación de formas cuasi-integradas de control por las grandes marcas, tomamos la concentración en función de la marca.

*Fuente* : A partir de Encuesta sobre el comportamiento Tecnológico de la industria manufacturera (INDEC, 1997)

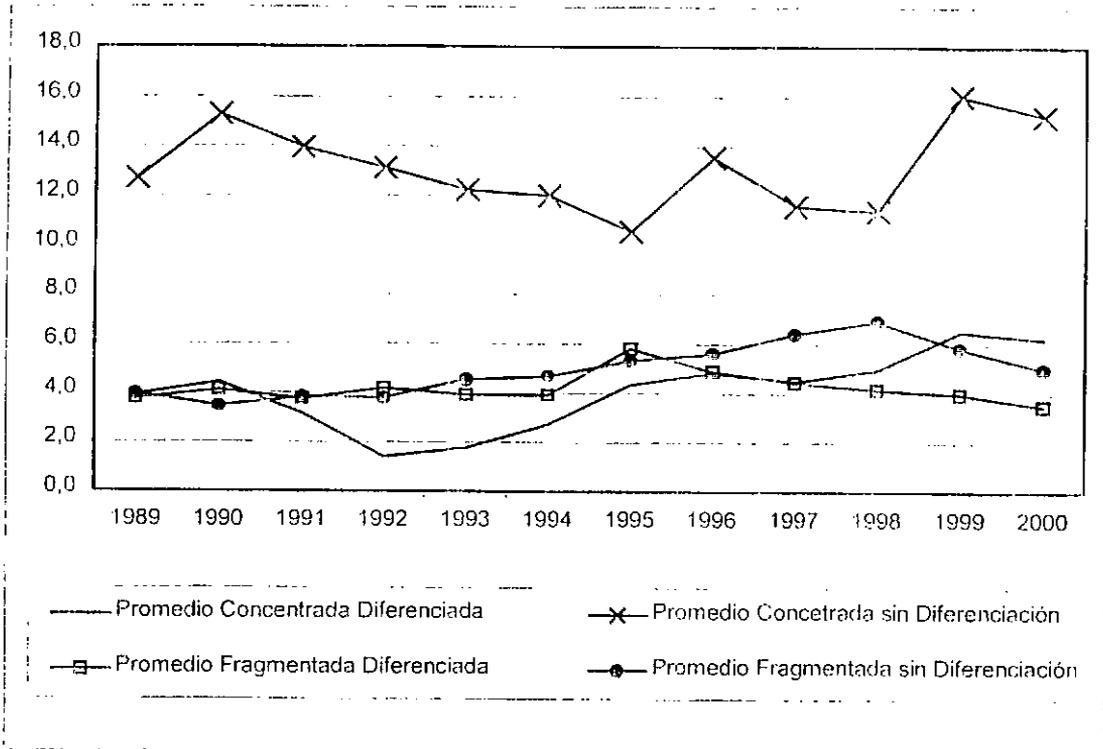
## **Una aplicación de la tipología a la especialización**

A la luz de la tipología presentada, en esta sección indagaremos en que medida existe una persistencia de la especialización de principios de los 90 o si se produjeron cambios cualitativos en el tipo de ramas que explican nuestra inserción internacional como productores de alimentos. Es importante remarcar que nuestro análisis parte de las condiciones locales de la competencia: la estructura de mercado analizada corresponde al mercado domestico y no al mercado internacional. Esto significa que su poder de mercado esta medido en términos de las ventas en el mercado domestico. Por otra parte, la estrategia de diferenciación local solo puede generalizarse a una estrategia de diferenciación a nivel internacional en un sentido especulativo y potencial: El hecho que una rama haya ampliado su gama de productos no significa que exporte los nuevos productos. Las estadísticas de comercio disponibles no nos permiten una mayor desagregación de los productos para distinguir por ejemplo entre un queso diferenciados o un queso en rama "commodities". Luego, las conclusiones de esta sección tienen relevancia en términos de escenarios de internacionalización posibles y no de situaciones reales.

En el gráfico 2 podemos observar que efectivamente la especialización en las ramas concentradas sin diferenciación persistió durante los 90. Sin embargo, emergen las ramas concentradas diferenciadas como un nuevo tipo de especialización de la Argentina, en las cuales la rama láctea es las más significativa. Si bien no podemos discriminar a nivel de productos, es importante notar que estas ramas se caracterizan por la especialización en ciertos productos tales como la leche en polvo aunque bienes más diferenciados como los quesos hoy comienzan a tener cierta importancia en las ventajas comparativas reveladas de nuestro país. Aquí las escalas parecen ser importantes, y ciertas empresas multinacionales delinean una estrategia global en la cual la Argentina se especializa en ciertas líneas de productos aprovechando un importante desarrollo de proveedores de gran tamaño relativo, con modalidades de gobernación bilaterales y donde los mejores niveles de calidad de la materia prima se combinan con ventajas absolutas de costos.

La lectura del cuadro nos permite plantear ciertas hipótesis especulativas. Las industrias fragmentadas diferenciadas, logran mejorar su especialización hacia mediados de los años 90, al finalizar la década pierden gradualmente dinamismo retornando a su situación original. El largo periodo de recesión de los 90 debilita uno de los determinantes de desarrollo el mercado interno, con las ventajas naturales que este significa para los nuevos productos

donde los aprendizajes industrial-cliente son fundamentales. En fin, las industrias indiferenciadas y fragmentadas tampoco muestran una tendencia a la especialización internacional.



### Consideraciones finales

Podemos en fin concluir, que claramente la especialización de nuestro país luego de más de dos décadas de ajuste regresivo es agroalimentaria. Esta especialización persiste, fundamentalmente en aceites y subproductos oleaginosos, dada la disponibilidad de recursos naturales pero también dada una configuración de la rama particular donde las economías de escala en el transporte y el primer procesamiento nos colocan en una situación de dominación en los flujos internacionales de commodities. Hoy dada la ubicuidad de la materia prima, las escalas son los activos estratégicos de estas ramas. Surgen también nuevas ramas como las de golosinas y las lácteas. Estas combinan acceso a materias primas a bajo costo (en el caso de la leche) economías de escala en la primer transformación con importantes procesos de diferenciación de productos. Sin embargo, la estructura de mercado resultante es concentrada y la competencia se centra en la defensa de segmentos de mercado frente a la rivalidad de las grandes cadenas. En fin ciertos casos aislados como los vinos no llegan a compensar la débil especialización en industrias donde la facilidad de entrada y salida a través de la introducción de nuevos productos permita

ampliar la gama de productos a partir de los cuales la Argentina se inserta en el comercio mundial.

Esta profundización de la especialización en recursos naturales no solo esta asociada a la apertura, y al ajuste a las dotaciones factoriales tal como predicen los enfoques tradicionales de comercio. Esto se explica también por aspectos dinámicos, donde la conjunción de elementos institucionales, organizacionales y tecnológicos se retroalimentan en un sendero evolutivo de expansión.

- Entre los elementos tecnológicos cabe mencionar la incorporación de modernos paquetes de semillas y agroquímicos que aumentaron sensiblemente los rendimientos y redujeron los costos. A nivel de los procesos, la aun incipiente introducción de la siembra directa simplifico los costos de manejo e hicieron más sustentables los cultivos. La incorporación de tecnología extranjera comercializada por empresas multinacionales y la capacidad de aprendizaje local se combinaron en una verdadera revolución tecnológica en las actividades agrícolas.
- A nivel organizacional, la generalización de la agricultura de contrato y la externalización de las actividades de siembra, fumigación, riego, etc. así como la importante interacción tecnológica entre proveedores de maquinaria e insumos reforzó el dinamismo de la tecnología. A su vez, la expansión simultanea de la capacidad de molienda de las aceiteras y la capacidad de las industrias lácteas generaron las articulaciones (aun débiles en materia de generación de tecnología) hacia abajo en la cadena de valor.
- A nivel institucional, la rapidez con la cual se liberaron las semillas transgénicas por la Comisión Nacional de Biotecnología fue un factor fundamental en el crecimiento de las actividades agroalimentarias. Cabe también mencionar que la estrecha colaboración entre la infraestructura local de Ciencia y tecnología (INTA, INTI) y los agentes difusores de las nuevas tecnologías (APRESSID, ASAGIR, Multinacionales de semillas y agroquímicos) conformaron las economías de red necesarias para dicha expansión.

Esta era la situación de la actividad hacia fines del 2001. Una tecnología en la mejor practica internacional, una capacidad de difusión de la misma sin correlatos internacionales. Una dependencia de insumos importados. Todo ello entro para quedarse.

En diciembre de 2001, la devaluación y la pesificación asimétrica favoreció significativamente a las actividades agroalimentarias. Esto tuvo fuertes implicancias en los corredores productivos analizados en donde las actividades de base agrícola concentran en la mayoría de los casos el 40% de la actividad. El nuevo régimen macroeconómico profundiza la especialización en agroalimentos a través de una importante transferencia de recursos de los servicios financieros y de transportes al mencionado sector.

La devaluación mejoro los ingresos en relación a los costos financieros, dado que la pesificación de la deuda bancaria genero una transferencia de recursos hacia el sector. Asimismo la reducción en los costos de estructura y de transporte mejoraron los márgenes brutos y netos de las actividades agropecuarias. En el caso especial de los tambos, este cambio fue más gradual, teniendo en cuenta la estructura oligoposónica de la industria láctea que descargo los costos financieros en una reducción de precios pagados al productor. Aspecto que se revierte gradualmente desde los últimos meses. En síntesis, la devaluación implico una profundización de la especialización de los 90 y hoy se manifiesta en una expansión aun mayor de la producción (campana 2002-2003).

A nivel industrial, solo las actividades que transforman estas materias primas se encuentran favorecidas por el actual esquema. Este es el caso de las aceiteras y en menor medida la molienda de cereales. La industria láctea, que comandó a partir de sistemas de incentivos bilaterales y de contratos la reconversión de los tambos también manifestó una fuerte expansión. El resto de las actividades industriales fueron afectadas muy débilmente, en un tímido proceso de sustitución de importaciones (textil, vidrio, maquinarias pequeñas.).

Sin embargo, la importancia de los commodities y el bajo eslabonamiento que este tipo de actividad tiene hacia el resto de las actividades productivas, se revela como una profundización de la heterogeneidad estructural al interior de los corredores analizados. Mientras que las actividades agropecuarias reproducen sus altos coeficientes de exportaciones y su crecimiento, el derrame hacia el resto de las actividades industriales es muy bajo.

Este breve ejercicio de inferencia empírica nos permite plantear nuevos interrogantes: si no hay otros recursos estratégicos diferentes a las 'ventajas naturales' que permitan una inserción sostenible en el tiempo de nuestro país en el comercio mundial- tales como el acceso al financiamiento para el desarrollo de escala, el fortalecimiento de los saberes artesanales de los obreros, la valorización de los saberes acumulados de los ingenieros, el desarrollo de redes "aguas abajo" tales como "marcas colectivas o nacionales", redes "aguas arriba" tales como institutos de genética animal y/o vegetal, etc. Las escalas y las diferenciaciones de productos sin este tipo de enraizamientos en un sistema nacional de innovación son fácilmente reversibles, conduciendo a procesos de despespecialización tales como las carnes.

## ***Recomendaciones de Política***

La determinación de las políticas tendientes a mejorar la competitividad de la Provincia en cuanto a la penetración de sus exportaciones chocan contra una limitación severa para su puesta en práctica. Por razones obvias, las principales políticas que permiten mejorar la competitividad son de órbita nacional, razón por la que la Provincia sólo podría realizar algunas acciones sustitutas que estén a su alcance y que reemplacen a aquellas.

Adicionalmente, esas medidas pueden quedar condicionadas por la posible violación de las normas de la Organización Mundial de Comercio a las que adhiere el país y que la Provincia no puede eludir.

Aún con estas limitaciones nos proponemos enumerar aquí las políticas posibles para instrumentar por la Provincia y que mejoren su inserción externa. También analizaremos algunas políticas que si bien son de carácter nacional, beneficiarían a la Provincia de Buenos Aires y al conjunto de las provincias.

### **Principios de observación a nivel nacional**

- Mejorar la productividad global de la economía. Cruzada educadora.

Ampliar la capacidad del capital humano fomentando la educación en general y la técnica en particular. Capacitando la mano de obra se logra una mayor velocidad de adaptación a futuros shocks tecnológicos, con un mayor aprovechamiento de los saltos en productividad.

- Incentivar el ahorro interno privado y público

En diversos trabajos académicos se ha verificado que uno de los principales determinantes del insuficiente crecimiento del ahorro interno es el incremento del gasto en bienes durables. Medidas que tiendan a reducir este componente de la demanda agregada, podrían determinar una mayor tasa de ahorro que financie el crecimiento de la inversión sin la necesidad de recurrir a niveles crecientes de ahorro externo. Del mismo modo cuando este último está negado o se obtiene a tasas muy altas.

Este es un tema crítico porque a pesar del impresionante cambio estructural ocurrido, las cifras muestran la estabilidad en el nivel de ahorro del país entre 1980-99.

- Modificar la estructura de las exportaciones a través de una mayor diversificación en productos, empresas exportadoras y países de destino.

Sin desestimar las restricciones que puedan imponer las ventajas comparativas estáticas a la intención de una profunda diversificación del sector exportable (ni tampoco de aquellas derivadas de las economías de escala asociadas a la especialización), el impulso exportador debería generar incentivos para la exportación de productos no tradicionales (que posean ventajas comparativas dinámicas), privilegiando los destinos aún no explotados comercialmente. Desde la teoría de la composición óptima de cartera se remarca la necesidad de diversificar para reducir riesgos que, en el caso de las actuales exportaciones argentinas, podrían estar dados por una nueva caída del precio de los commodities, devaluaciones del principal socio comercial (Brasil) y problemas productivos o financieros de los escasos grupos económicos exportadores locales. Conjuntamente al cambio en la estructura de las ventas externas, el nuevo esquema exportador tendría que impulsarse a través de medidas que tiendan a incrementar la competitividad del sector transable.

- Privilegiar la inversión externa en bienes transables.

En la línea del objetivo anterior, serían desde nuestro punto de vista ampliamente recomendables políticas que tiendan a orientar las inversiones (especialmente las extranjeras) hacia el sector transable. Si la inversión planeada es rentable pero en un sector que no genera divisas, a nivel agregado puede generar una incertidumbre creciente acerca de la capacidad de repago (de la deuda en dólares contraída para las inversiones) de la economía en su conjunto.

- Eliminar la contraciclicidad de las exportaciones.

A diferencia de lo que sucede en la mayoría de los países desarrollados, en Argentina las características estructurales de nuestras exportaciones determinan que cuando el producto crece por encima de su tendencia, las exportaciones caen por debajo de la suya. Este comportamiento está determinado por la estructura de las exportaciones, sea por los bienes primarios que forman parte de la canasta de consumo, sea porque muchas manufacturas (en especial las MOA) se venden al exterior como saldo de lo que no se vendió en el país. Resulta entonces indispensable modificar la composición de las exportaciones para evitar que los productos primarios o manufacturas de origen agropecuario mantengan la elevada participación que actualmente tienen en las ventas externas argentinas.

- Cambiar el signo (hasta ahora negativo) de la relación entre el ciclo de las exportaciones y el del empleo.

No solamente nuestro país es uno de los pocos en los cuales el comportamiento cíclico de las exportaciones va en sentido contrario al del resto de la economía, sino que también es un extraño caso donde las exportaciones y el empleo tienen una relación cíclica negativa (y mucho más fuerte desde la convertibilidad). Si la intención es desarrollar la economía en un

mundo globalizado, generando empleo en un esquema de crecimiento basado en las exportaciones, no solamente habrá que "revisar" qué productos se exportan sino también cuál es la composición factorial de los mismos.

## **Políticas de alcance provincial y nacional**

El conjunto de las políticas tendientes a mejorar la competitividad de las exportaciones puede dividirse en dos grandes grupos: las macroeconómicas y las microeconómicas.

### **Políticas macroeconómicas**

Dentro de las políticas macroeconómicas encontramos a la política fiscal, comercial, laboral y cambiaria.

#### *Políticas fiscales de impulso a la competitividad*

Cuanto menores sean los precios de los productos destinados a satisfacer la demanda externa, mayor es el volumen de los mismos que se vende al exterior. En esta situación, la política fiscal resulta relevante como reductora de costos de exportación. Con la política fiscal se pueden agrupar dos tipos de beneficios para los exportadores tendientes a mejorarles la competitividad:

- Reintegros
- Exenciones

En el primer caso, los reintegros suelen aplicarse sobre los aranceles a la importación cuando los insumos utilizados en la producción de bienes exportados provienen del exterior y a impuestos internos pagados por la compra de bienes durante el proceso productivo. Así el exportador tiene el derecho a que se le reintegre una parte o el total de los aranceles provenientes de la importación de insumos para la producción o a generar crédito fiscal, lo que abarata los costos de los bienes exportados posicionándolos en una mejor condición respecto a la competencia externa.

Otro caso posible para utilizar como política fiscal es el otorgamiento de subsidios fiscales transitorios para nuevos mercados y para nuevos productos, hecho que podría favorecer la diversificación de mercados y productos.

En cuanto a la exención, implica liberar al exportador del pago de un impuesto como consecuencia de mejorarle los costos para favorecer su penetración en los mercados externos.

Una medida de exención es la reducción de los aportes patronales a los sectores productores de bienes transables.

Nuestra postura defiende la idea de focalizar la medida únicamente en el sector productor de transables, respaldando tal afirmación en tres pilares fundamentales: las restricciones fiscales, la difusa relación existente entre reducción de aportes y generación de empleo y la necesidad de un cambio en las rentabilidades relativas para guiar las inversiones hacia el sector beneficiado por la reforma (el exportador).

Con respecto a las restricciones fiscales, mientras que una reducción generalizada podría incrementar el déficit fiscal en una cuantía importante, una reducción selectiva que alcance solamente al sector transable tendría un costo fiscal significativamente menor.

Luego, analizando los efectos de la caída en el costo laboral a comienzos de los '80 (producto de la reducción de aportes) sobre la tasa de desocupación, se encuentra que, lejos de solucionar el problema de empleo, la reducción de aportes coincidió con la duplicación de la tasa de desocupación. Si bien no pueden extraerse conclusiones robustas de esta escasa evidencia empírica, tampoco pareciera existir alguna más contundente que fundamente lo contrario.

Finalmente, si la reducción en los aportes es generalizada, el incremento en la rentabilidad de los distintos sectores no es homogéneo. Dado que las empresas exportadoras poseen actualmente una estructura tecnológica que determina una menor utilización de trabajo por cada unidad de producto que el resto de la economía, la caída uniforme de aportes en todos los sectores reduce más significativamente el costo en el sector no transable, determinando un efecto inverso al deseado, pues los inversores al ver más rentable al sector no transable, reasignan su capital hacia este sector, debilitando (e inclusive anulando) el crecimiento de las exportaciones.

#### *Políticas sobre atracción de inversiones*

La política de atracción de inversiones debe centrarse en aquellas actividades productoras de bienes transables.

Por su capacidad de generar (o ahorrar) divisas suficientes para el repago de las deudas contraídas por la economía, en plazos menores que la inversión en el sector no transable. Imaginemos que toda la inversión fuera en no transables (ej. hipermercados) el efecto negativo sobre la cuenta corriente sería inmediato por la remisión de utilidades y los mayores insumos importados, mientras que el supuesto efecto positivo por la baja en los costos que generan estas inversiones tardan en manifestarse.

Continuando con las reformas necesarias para incrementar la competitividad de las firmas exportadoras, planteamos la posibilidad de la creación de un esquema federal de incentivos a la radicación de inversiones en el sector transable, consensuado entre las provincias, siguiendo criterios económicos, sociales y ambientales, a los efectos de evitar posteriores guerras tributarias que distorsionen los resultados de las políticas emprendidas.

### *Eliminación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos*

En el caso de la Provincia de Buenos Aires es de particular atención el Impuesto sobre los Ingresos Brutos. Esto es así por cuanto se trata de un impuesto absolutamente distorsivo que genera dificultades en la competitividad externa.

Por su naturaleza, este impuesto grava en cascada y acumulativamente las ventas de todas las etapas del proceso productivo. Esto, por un lado, incentiva a las empresas a reducir la presión tributaria por medio de un comportamiento hacia una integración económica vertical que modifica los precios finales de los bienes y servicios, y por otro, dificulta el conocimiento de su incidencia sobre los costos de producción debido a que ésta depende del número de etapas anteriores en el proceso productivo del bien que se trate.

La imposibilidad para reconocer la incidencia del impuesto en el costo de los productos genera que no exista forma de compensar al exportador respecto de la pérdida de competitividad en sus productos.

La integración vertical también genera un efecto perverso sobre la competitividad de las PyMES respecto a los conglomerados verticales. Al mismo tiempo la imposición en cascada genera el incentivo a importar por parte de los comerciantes minoristas (fundamentalmente hipermercados) con el objeto de evitar una fase de comercialización. Esto da al impuesto sobre los ingresos brutos el carácter de pro importador.

Lo anterior redundará en una pérdida de competitividad que genera un sesgo antiexportador que, por reglas del comercio exterior, no puede ser revertido mediante reembolsos del impuesto.

Sobre estos problemas se fundamenta un análisis para evaluar su sustitución por otro tipo de impuestos que reduzcan dichos efectos no deseados. Para ello se cuenta con varias alternativas, en los extremos nos encontramos, por una parte, con un IVA Provincial y por otra, con un Impuesto a las Ventas Minoristas.

### *IVA subnacional*

La primera se caracteriza por la eliminación total del IIB siendo este reemplazado por un IVA a nivel provincial que mantenga la misma base imponible que el IVA nacional y que respete el principio de destino con un pago diferido, para así poder permitir diferentes alícuotas en las diferentes provincias.

Las ventajas de esta alternativa se producen porque, al estructurarse sobre un impuesto que ya existe (el IVA nacional) permite aprovechar las economías de escala en la recaudación, reducir los costos administrativos y de transacción, y porque, al no distorsionar, no grava la inversión ni los insumos para la producción de ésta.

Desde el punto de vista de las exportaciones este impuesto sería de muy fácil devolución, con lo que no se generarían distorsiones que perjudiquen la competitividad.

### *Impuesto a las ventas minoristas*

La otra alternativa extrema viene dada por Impuesto a las Ventas Minoristas (impuesto monoetápico) que, una vez eximidos los demás sectores, grave solamente al comercio minorista produciendo como puntos positivos una eliminación de las distorsiones y una reducción de la presión sobre el ahorro. Sin embargo, esta alternativa trae aparejada la imposibilidad de mantener el presupuesto equilibrado si se aplican alícuotas razonables, la imposibilidad de gravar insumos intermedios, bienes intangibles, comercio electrónico y el incentivo al "turismo tributario"<sup>13</sup> entre jurisdicciones vecinas.

Algunas simulaciones realizadas sobre el reemplazo de este impuesto por otro al consumo final arrojan resultados relevantes para mejorar la competitividad de los diferentes sectores productivos y consecuentemente sobre el sector exportador.<sup>14</sup> Los resultados más interesantes señalan que el aumento de competitividad será mayor cuanto mayor sea la reducción en la alícuota del impuesto a los ingresos brutos, cuanto mayores sean las transacciones intermedias involucradas en la producción del bien exportable y cuanto mayor sea el peso de los insumos en el valor del bien para los casos de procesos productivos con una gran cantidad de etapas intermedias.

Un aspecto central a analizar sobre las políticas fiscales tendientes a mejorar la competitividad de los exportadores es el riesgo de incurrir en guerras de subsidios entre provincias de modo de lograr la radicación de una actividad productiva sobre la base de su

---

<sup>13</sup> Es la movilidad de las actividades productivas entre jurisdicciones derivado de las diferencias impositivas existentes entre estas últimas.

traslado desde otra provincia.

Del mismo modo en que con las políticas de integración comercial entre países se negocia el alcance de las políticas de incentivos a la inversión que serán permitidas entre ellos, en el caso de las provincias es necesaria una coordinación similar para evitar que en pos de una mayor competitividad se generen guerras fiscales que resultan juegos de suma cero o negativa.

#### *Modificaciones al Impuesto al Valor Agregado (IVA)*

En este mismo ámbito de reformas o reformulaciones de los esquemas tributarios o de algunos impuestos, se encuadra esta propuesta para incentivar las exportaciones con modificaciones en el IVA.

La propuesta plantea un sistema de devoluciones y descuentos instantáneos de dicho impuesto, evitando la acumulación del crédito fiscal de los productores. El nuevo esquema implicaría una devolución inmediata con un sistema de recaudación federal en el que cada gobernador manejará su recaudación a través de la modificación de la ley de coparticipación. Este nuevo sistema trata de evitar el perjuicio ocasionado sobre los productores domésticos cuando éstos no reciben en tiempo las devoluciones que les corresponden por la compra de insumos para la producción.

Las dificultades para efectivizar los créditos fiscales por IVA con las que tropiezan los exportadores implica un aumento en los costos de financiamiento que es completamente injustificado, encontrando que el único motivo para este sobre-costos es la burocracia y las necesidades de financiamiento del sector público.

#### **Políticas comerciales para mejorar la competitividad**

Por políticas comerciales, habitualmente se entiende fijar aranceles y subsidios a las exportaciones. Aquí lo analizamos en un sentido más amplio, centrándonos en la posibilidad de establecer nuevos acuerdos con otros países y fortalecer los acuerdos ya alcanzados.

Si se analiza el desempeño del sector externo argentino y bonaerense desde la entrada en vigencia del Mercosur se comprende fácilmente lo importante que en términos de comercio exterior ha resultado este proceso.

En el actual contexto son varias las posibilidades que el estado nacional tiene para

---

<sup>14</sup> Ver Cetrángolo, Oscar D. "Reducción de contribuciones patronales y reforma de los impuestos provinciales sobre los ingresos brutos. Apuntes para la estimación de su impacto sobre la competitividad de la empresa". Instituto para el Desarrollo Industrial. 1994.

promover distintas formas de inserción en el comercio internacional de bienes.

El siguiente cuadro muestra un mapa de las distintas alternativas para la política comercial e integración para Argentina en el mediano plazo. Asumimos primeramente una gran opción estratégica que es seguir o no con el Mercosur y luego, a partir de allí, distintas alternativas. La gran diferencia entre las dos columnas radica en que las negociaciones con terceros países o las rebajas arancelarias serían decididas individualmente por Argentina o como conjunto dentro de Mercosur.

### Alternativas de política comercial e integración

SIN MERCOSUR	VÍA MERCOSUR
Apertura multilateral no discriminatoria	Acuerdos 4 + 1 (EE.UU., Sudáfrica, Venezuela, México, etc.)
Asociación bilateral con EE.UU.	Mercosur + U.E.
ALCA	Mercosur + ALCA

De las seis alternativas presentadas cinco de ellas llevarían directamente a un mayor comercio con los EE.UU. pero claramente las características de ese comercio serían distintas. En otras palabras, el mecanismo de adhesión no es neutral en los resultados finales. Para autores ortodoxos una apertura multilateral generalizada sería la mejor opción mientras que para otros una integración con EE.UU. requiere negociar desde el Mercosur. Para otros un acuerdo bilateral con EE.UU., en cambio, sería más relevante si se realiza a partir del abandono del Mercosur.

La realización de un tratado bilateral con los EE.UU. o una eventual incorporación individual al Nafta tiene una primera consecuencia, que es la de disminuir drásticamente el espacio de negociación del país más pequeño que desea integrarse. El escenario de un país que en forma individual busca acordar con el país más importante de la economía internacional implicará que las posibilidades de maximizar la atención de sus intereses particulares respecto al proceso de incorporación serán escasas por la gran asimetría existente. En general los autores que han propuesto esta alternativa postulan que los países deben

cumplir previamente requisitos de estabilidad macroeconómica y consistencia de sus políticas.

Los acuerdos comerciales tienen la ventaja, sobre las políticas de apertura unilateral, de poder tener en cuenta los sectores con mayores dificultades frente a la apertura, la posibilidad de establecer cronogramas que eviten el shock en sectores industriales sensibles y de este modo se potencian las ventajas de la integración.

Es claro que la decisión de avanzar en la integración regional y en acuerdos comerciales con terceros países no es una política que esté al alcance de la Provincia de Buenos Aires. Sin embargo, la Provincia debiera asumir un rol mucho más destacado en las negociaciones que lleva adelante el gobierno nacional. Esto es así porque necesidades particulares de Buenos Aires podrían no ser tenidas en cuenta en las negociaciones a nivel nacional, y ello puede acarrear consecuencias no deseables para sus industrias.

Un ejemplo cercano y concreto de esta necesidad quedó de manifiesto durante 1999, cuando distintos estados brasileños ponían a disposición de inversores extra Mercosur una serie de subsidios fiscales con el objeto de atraer hacia ellos la radicación de empresas. Esta situación impactó en la actividad industrial de la Provincia pero se carecía de instrumentos adecuados para imposibilitar esas prácticas.

### **Política Cambiaria para el incentivo exportador**

A los efectos de alentar la inversión en el sector exportador las políticas nacionales o provinciales deben garantizar cierta estabilidad en cuanto a la política cambiaria, ya que la incertidumbre respecto al valor de la moneda genera un efecto perverso sobre la inversión.

El riesgo de modificación del tipo de cambio genera efectos contrapuestos sobre los exportadores: en el caso de existir expectativas de devaluación se desalienta a los pequeños empresarios exportadores a recurrir al endeudamiento externo como fuente de fondeo de la inversión, pero por otro lado se alienta la posibilidad de exportar, pues una depreciación aumentaría en moneda local el valor de las exportaciones y se endeudarían en moneda local. Sin embargo una apreciación genera para el sector los efectos contrarios, por lo tanto se desalentaría la exportación.

De esta forma una volatilidad excesiva de la política cambiaria, generaría incentivos que llevan a que los empresarios no inviertan, no innoven y se autoexcluyan de las ventajas de la incorporación de nuevas tecnologías ahorradoras de costos. Toda esta situación, posiciona al sector exportador en situación desventajosa respecto a sus competidores externos.

### **Políticas laborales para el crecimiento exportador**

Del trabajo surge que los aumentos de la competitividad obtenidos por el mecanismo de reducción de los obreros ocupados respecto del Valor Bruto de Producción, no garantizan el aumento de la inserción exportadora.

Es muy difícil pensar que en el actual contexto de salarios en dólares en el mundo, el país o la Provincia puedan salir a competir en la franja de países con salarios bajos, antes bien, podemos pensar que es más probable competir en la franja media de salarios ligados a mayores niveles de calificación.

Lo que se requiere es una política de capacitación y formación de recursos enfocada como un bien público a proveer por el Estado.

Para aumentar la competitividad de los exportadores por el lado de los costos se pueden aplicar políticas diferenciales para el sector exportador en el ámbito del mercado laboral. Se pueden aplicar regímenes laborales diferenciales para las distintas ramas de actividad exportadora, poniendo énfasis en los sectores considerados estratégicamente claves para la inserción internacional.

Las modalidades de trabajo temporario y contratos no son actualmente las más adecuadas para los exportadores.

La posibilidad de facilitar la negociación salarial por ejemplo, permitirá al exportador ajustarse rápidamente a los cambios en la demanda externa de sus productos vía precios cada vez que la compra de estos productos presente descensos. En tal situación el costo de ajuste se efectúa vía precio y resulta menos costoso que el que podría resultar de un ajuste por el lado de las cantidades, que generaría desempleo.

En este sentido se deben profundizar los avances a partir de la firma del Pacto Fiscal II. Con este acuerdo, varias provincias requirieron la presentación de certificados de baja de cargas patronales a la DGI, lo cual reduciría los costos laborales en sectores exportadores y contribuiría a aumentar la competitividad en el mercado externo.

### **Políticas microeconómicas**

A nivel microeconómico, las políticas pueden dividirse en dos grandes grupos según que las mismas se encuentren o no relacionadas con el financiamiento de la producción o la inversión en el sector exportador. En las páginas siguientes enunciaremos las medidas que a nuestro entender deben implementarse para promocionar la venta externa de productos

domésticos. Algunas de estas medidas ya se han puesto en práctica, aunque con algunas deficiencias corregibles.

#### *Políticas de asistencia financiera para la competitividad*

El acceso al crédito es una de las dificultades más importantes que enfrenta el empresariado argentino y, particularmente, el sector exportador que no tiene forma de acceder al mercado internacional sobre todo después del quiebre estructural que significó la salida de la convertibilidad.

Las medidas importantes en relación al financiamiento incluye algunas tales como:

- Otorgamiento de créditos para la inversión.
- Subsidios directos a sectores con grandes desventajas respecto a la competencia externa.
- Asignación preferencial del crédito a las PyMES.
- Provisión de garantías en la obtención de crédito. Sea este de carácter doméstico o externo.
- Coordinación y agrupamiento de pequeñas empresas para la obtención de préstamos en el mercado externo. Facilitando el accionar de instituciones cuya principal función esté orientada a proveer apoyo a las PyMES presentándose como garantes de empresas exportadoras tomadoras de crédito para la inversión.
- Financiamiento de la compra de activos fijos, o bienes de capital ahorradores de costos.
- Financiamiento o respaldo a los seguros de preembarque y postembarque.

#### **Políticas Complementarias para favorecer la competitividad**

##### *Asistencia legal*

Cuando el sector exportador se encuentra integrado por pequeñas empresas, a éstas les resulta costoso acceder a información o asesoramiento en materia legal.

Si dicho costo es enfrentado directamente por la firma, ésta lo trasladará directamente al precio del producto y perderá competitividad respecto a sus rivales externos. Adicionalmente, para una empresa pequeña el costo de usar estos servicios, en proporción de sus gastos totales, puede ser muy elevado y tener fuerte incidencia sobre el precio final del producto, haciéndole perder competitividad.

Por ello es importante crear o favorecer la creación de instituciones orientadas particularmente a brindar asesoramiento legal gratuito a empresas dedicadas a la exportación. Estas instituciones deben ser de respuesta rápida y aptas para evacuar dudas legales en materia de comercio internacional, de manera que las pequeñas empresas exportadoras que se enfrenten con algún problema legal, o que quieran insertarse en algún mercado regional específico, cuenten con un marco de apoyo legal asociado a temas de comercio internacional.

#### *Asistencia tecnológica*

Las medidas informativas y de asesoramiento a las empresas del sector deben extenderse hacia el campo de la tecnología. Particularmente se debe destacar que dado que toda mejora tecnológica se traduce en una reducción en los costos de producción y un aumento de la competitividad, es importante la creación de programas estatales que provean de información tecnológica útil para el sector exportador.

A continuación mencionamos algunas actividades, o planes que el estado nacional o provincial deben implementar con el objetivo de hacer al sector exportador más rentable y eficiente vía la incorporación de innovaciones tecnológicas. Dichas medidas incluyen:

- Estudios de simulación e implementación de nuevas tecnologías de producción.
- Programas de investigación sobre la sustitución de insumos en bienes exportables y análisis de la calidad de nuevos productos similares a los que se exportan.
- Facilitar la incorporación de tecnologías ahorradoras de costos y capacitación sobre el uso de las mismas.
- Diseñar una política de fomento a la calidad bajo patrones internacionales para la competencia en calidad y no sólo en precios. También beneficiaría a los consumidores locales.
- Implementación de programas pilotos para la prueba de nuevos procesos productivos ahorradores de costos.
- Asistencia técnica a las empresas exportadoras en lo referente a pruebas sobre materiales, defectos comunes en la producción e innovaciones recientes en el mercado.
- Asistencia y asesoramiento en el control de calidad de los productos locales comparados con los ofrecidos por otros países.
- Creación de convenios con entidades universitarias destinadas a la investigación y el desarrollo en las principales ramas de la actividad exportadora.

- Subvención de proyectos de investigación para la sustitución de insumos en la producción de diferentes sectores.

### *Asistencia en la Gestión*

Dado que las firmas pequeñas enfrentan elevados costos de organización, que se trasladan a precios, dentro de las políticas para mejorar la capacidad competitiva de las empresas exportadoras, se aconseja la creación de organismos o programas específicos que brinden apoyo y monitoreen el desempeño de las empresas en forma comparativa con sus competidoras externas.

Para tal fin, se deben destinar a dichos programas recursos financieros y humanos capacitados en el diseño de indicadores de eficiencia, de rentabilidad y de evaluación de gestión empresarial; capaces de detectar en forma inmediata toda anomalía empresarial que le implique a la firma la pérdida potencial de algún mercado externo.

En estos casos las firmas exportadoras se verían beneficiadas con la disponibilidad gratuita de asesores financieros y de gestión que alientan la inserción y la rentabilidad de las mismas en el mercado externo.

Las políticas destinadas a la provisión de información deben relacionarse con la creación de programas o entidades que investiguen sobre regiones o nichos de mercado aun no explotados. En este caso, cualquier programa destinado a tal fin debe incluir actividades como las que se especifican a continuación:

- Análisis de las tendencias en cada sector exportador.
- Investigación sobre nuevos mercados.
- Asesoramiento especializado por áreas geográficas.
- Determinación de áreas más o menos expuestas a la competencia externa.
- Identificación de mercados no explotados.
- Especificación de regiones de fácil y difícil inserción.
- Estructura de los diferentes mercados regionales para cada sector exportador.
- Características de las demandas en diferentes mercados.

### **Políticas de tipo operativas**

Las políticas de tipo operativas deben proveer de asesoramiento a las PyMES en lo referente al planeamiento estratégico. El mismo debe abarcar campos relacionados con la inserción en el mercado externo y la formación del personal, sea éste específico del proceso productivo o integrante del plantel de asesoramiento de la empresa.

Dado que muchas empresas exportadoras son de tamaño mediano o chico, no disponen de recursos financieros que puedan destinar para cubrir costos de contratación temporal de profesionales aptos para la planificación de la estrategia comercial, por ello el estado, sea nacional o provincial debería garantizar la creación de instituciones que provean directamente y en forma gratuita este tipo de servicios. Concretamente se debe brindar asesoramiento en los siguientes aspectos:

- Fijación de objetivos y metas para diferentes horizontes temporales.
- Calendarización de actividades y planificación de funciones para distintos sectores de la empresa.
- Organización de los procesos productivos.
- Relevamiento frecuente de las metas comerciales y de la estrategia publicitaria.
- Monitoreo de la gestión.
- Encuestas a los clientes para focalizar la oferta de producto conforme a las necesidades y exigencias de la demanda externa.
- Procesamiento y difusión de esta información en toda la empresa.

En términos de la capacitación, los programas estatales deben incluir actividades como las siguientes:

- Cursos de capacitación, y perfeccionamiento a trabajadores de planta y a gerentes.
- Cursos de actualización sobre mejoras productivas cuantitativas y cualitativas.
- Formación de mano de obra en sectores específicos, principalmente para el caso de productos exportados intensivos en mano de obra no calificada.
- Subsidios para la capacitación externa del personal de planta productiva y de la sección estratégica.
- Creación de programas de capacitación mediante convenios con las Universidades.

### *Asistencia estratégica*

Uno de los problemas más importantes que enfrentan las pequeñas empresas para exportar de manera sostenida se debe a los costos de comercialización, demasiado elevados para su escala. Para intentar dar una solución efectiva a esa situación, planteamos como oportuna la creación de consorcios de exportación coordinados por entes ad-hoc. Estos consorcios tendrán como objetivo esencial el desarrollar y aceitar el circuito exportador especialmente de las pequeñas empresas, financiando ferias, realizando contactos y presentaciones y asesorando acerca de los tiempos y procedimientos necesarios para encarar una estrategia exportadora.

### *Asistencia en marketing*

Para incentivar la compra de productos domésticos es importante que los mismos sean conocidos en el mercado externo. En este caso, las políticas de marketing deben hacer que los productos nacionales sean conocidos por su calidad y su precio en el mercado externo.

Para aprovechar economías de escala, se debe brindar la posibilidad de acceso a publicidad y marketing al conjunto de empresas pequeñas exportadoras de una determinada rama de actividad.

La marca "Producto Argentino" debe ser reconocida en el resto del mundo. Estas políticas de incentivos a las exportaciones de un sector pueden también implementarse en el ámbito provincial. Así las provincias deberían crear centros con personal capacitado que actúe de intermediario entre las firmas y el mercado promocionando y publicitando los productos regionales.

Dentro de este tipo de asistencia se deben dar servicios gratuitos de packaging, de manera de reducir los costos de las ventas de bienes.

Otra posibilidad consiste en crear instituciones que actúen como agrupadoras y coordinadoras de pequeñas empresas de una misma actividad exportadora de manera que las mismas funcionen como una asociación y aprovechen las economías de escala derivadas del empaquetamiento conjunto de productos. Incluso esta unión de pequeñas empresas se podría extender o implementar en diferentes ramas de actividad.

Resumiendo, las políticas deberían incluir las siguientes medidas:

- Análisis de las estrategias de marketing de la competencia externa.

- Diseminación de la información y resultados encontrados abarcando todos los sectores exportadores del país. La difusión de esta información puede realizarse sin costos aprovechando la existencia de Internet.
- Publicidad de los productos nacionales mediante la creación gratuita para las empresas de páginas web.
- Coordinación y agrupamiento de las empresas para la creación de una entidad común de empaquetamiento que aproveche las economías de escala para un mismo sector o para diferentes tipos de productos exportados.