

INFORME ECONÓMICO



LINEAMIENTOS PARA UNA ESTRATEGIA EXPORTADORA (Segunda Parte)

Continuando el Trabajo iniciado en el Informe Económico del mes de enero, se han terminado de definir los Lineamientos para un Plan de Exportaciones. En el trabajo inicial se habían señalado los principales lineamientos que debería cumplir un Plan de Exportaciones, se habían definido sus objetivos y se habían señalado las principales dificultades que enfrentaban las mismas para poder servir al objetivo de desarrollo económico.

Para concluir ese trabajo, en esta segunda y última parte, se completó el mismo, profundizando las causas por las que se producen dichas dificultades y definiendo las líneas de acción, para revertir y superar las mismas y mejorar las oportunidades de crecimiento de todo el país.

Si bien este Plan no llega en todos los puntos a definir las acciones definitivas a llevarse adelante, lo que implicaría desarrollar todo un plan de gobierno que excede las posibilidades de AIERA, sienta las bases de una propuesta para el Gobierno, y hace un aporte positivo para el debate en tiempos de campaña electoral, de manera que los partidos políticos que estén interesados en esta cuestión, tan necesaria para el crecimiento económico continuo de la Argentina, puedan desarrollar una propuesta a partir de estos lineamientos y diagnóstico.

En especial, estos Lineamientos para una Estrategia Exportadora deja definidos las ideas centrales para que la Argentina pueda llevar adelante un proceso de diversificación y valorización de sus ventas externas, de captación de nuevos mercados y de lanzamiento de nuevas empresas, sobre todo de las PyME, al comercio exterior.

Esperamos que el mismo resulte útil para estos tiempos especiales que estamos viviendo, en que se necesita pensar lo que está ocurriendo en el mundo y en nuestro país y llevar adelante un plan de acción que permita mejorar las posibilidades de crecimiento de nuestra economía, diversifique su funcionamiento, la haga más competitiva y permita el surgimiento de nuevas empresas en todo el territorio, que generen más y mejores empleos para sus habitantes y mejoren las perspectivas y las condiciones de vida de su población.

A - Causas de los problemas que afectan las exportaciones argentinas:

1- Las exportaciones argentinas se encuentran concentradas en muy pocas partidas arancelarias :

- El sistema económico continúa exportando mayoritariamente productos primarios o derivados de los mismos con poco valor agregado
- No se dispone de un núcleo de empresas pujantes y competitivas que salga a vender nuevos productos argentinos al exterior
- Faltan programas de estímulo para la exportación de sectores económicos no tradicionales
- No hay suficiente trabajo de inteligencia comercial que apunte a descubrir oportunidades de nuevos productos para el país
- Es muy limitada la asistencia comercial para exportar productos con mayor valor agregado a los tradicionales
- El sistema de derechos de exportación y reintegros vigente atenta contra la expansión del universo de productos exportados
- La información estadística que se procesa y difunde regularmente no permite la detección de este problema ni estimula su análisis y búsqueda de soluciones

2- las exportaciones industriales argentinas, las de mayor valor agregado, representan sólo el 31% del total.

- Falta desarrollar un núcleo de empresas argentinas dispuesto a salir a conquistar mercados y vender productos con más valor agregado al mercado mundial
- El tamaño del mercado local atenta contra el desarrollo de economías de escala suficientes para que una gran parte de nuestros productos sean competitivos en el mercado mundial
- No hay una cultura exportadora arraigada en buena parte de los gerentes y directivos de las empresas industriales
- La estructura de Derechos de exportación, reintegros y devolución de impuestos internos, se convierte en una carga financiera para las empresas que quieren exportar productos industriales
- Se necesita desarrollar una estrategia exportadora y programas específicos para agregar VA a las exportaciones
- El apoyo crediticio es insuficiente para financiar nuevas exportaciones industriales
- La información estadística que se procesa y difunde regularmente no permite detectar el bajo rendimiento de las exportaciones MOI y el elevado déficit comercial que se genera en este sector

3- La participación de las PyME en el universo de empresas exportadoras continúa siendo muy reducido.

- La mayor parte de las PyME trabajan para el mercado interno y al abrigo de él
- No hay una gerencia empresarial PyME habituada a comerciar sus productos en el exterior
- La exportación muchas veces es vista por las PyME como una alternativa temporal a la caída del mercado interno
- Las estructuras productivas de buena parte de las PyME no son suficientemente competitivas en términos internacionales
- No hay planes de estímulo efectivos para lanzar nuevas PyME exportadoras
- No hay apoyo crediticio ni financiero efectivo para lanzar los proyectos de exportación de las PyME
- Falta concentrar la inteligencia comercial sobre las PyME

- No se dispone de un sistema de información que de cuenta del desempeño de las PyME en la exportación

4- La mayor parte de las exportaciones argentinas están concentradas en sus mercados tradicionales de destino.

- La mayor parte de la producción industrial del país pertenece a grupos transnacionales que usan las filiales locales como parte de una estrategia mundial que sólo abastece los mercados regionales.
- Los mercados a los que más fácilmente se accede y en los que se es más competitivo, son los del área Aladi. Faltan nuevos donde poder volcar la producción.
- La orientación de la mayor parte de los empresarios exportadores argentinos sigue atada a vías y mercados tradicionales
- El trabajo de la captura de nuevos mercados no es un objetivo formal central para las embajadas argentinas
- No hay programas de estímulo efectivos para conquistar nuevos mercados

5- Actualmente, la mayor parte de las exportaciones se encuentra concentrada en la zona central del país, principalmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

- La mayor parte de la exportación de las provincias continúa atada a las producciones primarias tradicionales
- En las provincias habitualmente no se dispone de polos exportadores que transmitan su dinámica al resto de las empresas
- En las administraciones provinciales generalmente no se dispone de recursos humanos necesarios para lanzar efectivos programas de exportación
- En parte del interior no se cuenta con un adecuado sistema de transporte para sacar la producción de las provincias de un modo eficiente y competitivo
- Falta un plan general para promocionar las exportaciones provinciales
- No se dispone de un adecuado sistema de inteligencia comercial de las provincias o de la nación
- La información estadística que se procesa y difunde regularmente no da cuenta del estado del comercio exterior de las provincias

6- Se necesitan integrar, agilizar y transparentar los sistemas de administración de comercio exterior de manera de dar un servicio más simple, rápido y efectivo a los operadores y usuarios

- Los trámites y procedimientos necesarios para lanzar un proyecto exportador son largos, complejos y difíciles de entender para quienes se lanzan por primera vez al comercio exterior
- El sistema de información y explicación de trámites es complejo y difícil de acceder
- Los tiempos que insumen los trámites de comercio exterior son largos y complejos, y terminan representando un costo adicional para las empresas
- El sistema de información de comercio exterior debe ser más profundo, completo y permitir el análisis objetivo de la situación para brindar cifras concretas para el análisis de la marcha del país en este sentido

B - Lineamientos para superar los problemas que afectan a las exportaciones argentinas:

1- Las exportaciones argentinas se encuentran concentradas en muy pocas partidas arancelarias :

- Se deben implementar programas específicos de promoción comercial de nuevos productos de mayor valor agregado
- Se necesita lanzar un programa efectivo de financiamiento a las exportaciones que abarque las diferentes etapas de todo el ciclo de la exportación
- Se debe modificar la estructura de reintegros y eliminar los derechos de exportación para promover las exportaciones de mayor valor agregado
- También se debe implementar un sistema de devolución de impuestos efectivo, rápido y ágil que éstos no representen un costo financiero para las empresas
- Se debe hacer una fuerte tarea de análisis, capacitación y desarrollo de sectores económicos con potencial exportador
- Se deben instrumentar programas de estímulo de exportaciones de nuevos productos, que se haga vigente una vez que se concrete la efectiva exportación
- Se debe presentar información más desagregada, a nivel de capítulos y partidas, que permita evaluar el desempeño del país en todo el universo de productos y no sólo de los principales rubros

2- las exportaciones industriales argentinas, las de mayor valor agregado, representan sólo el 31% del total.

- Es importante continuar trabajando en la línea actual de apertura de mercados alternativos con potencial de demandar productos industriales argentinos
- Se necesita desarrollar un programa de identificación de sectores con potencial exportador y promover la competitividad de cadenas productivas. Juntamente se debe efectuar una selección y asistencia a industrias con potencial exportador
- Debe implementarse un programa nacional de Certificación de Calidad que eleve el nivel de los procesos industriales argentinos
- Es necesario realizar acuerdos con universidades y centros de investigación para implementar programas de aplicación de ciencia y tecnología que vuelquen conocimiento a la producción nacional
- Se necesita implementar un fuerte Programa de Financiamiento a las exportaciones industriales que abarque a todo el proyecto de exportación, el seguro de crédito, el financiamiento pre-embarque post-embarque
- Deben eliminarse los derechos de exportación a las industrias y elevarse el nivel de reintegros de impuestos internos, así como reducir fuertemente los plazos de cobro del IVA
- Es importante promover programas de formación, capacitación y calificación de mano de obra industrial en los diferentes niveles educativos
- Deben implementarse programas de promoción de exportación de productos con alto contenido de mano de obra calificada, a instrumentarse una vez concretada la efectiva exportación
- Se debe presentar un nuevo modelo de difusión de la información estadística de comercio exterior para poder monitorear permanente la situación de las exportaciones industriales y su balanza comercial en cada capítulo del sistema arancelario

3- La participación de las PyME en el universo de empresas exportadoras continúa siendo muy reducido.

- Es importante Identificar y promover grupos de potenciales PyME exportadoras en los diferentes sectores económicos que se quiera impulsar
- Deben llevarse adelante fuertes programas de capacitación en exportación, desarrollo de Planes de Negocios y cómo realizar la Primera Exportación para gerencias y altos directivos de las PyME
- Se deben llevar adelante programas de certificación de calidad y de aplicación de tecnología especialmente para PyME
- Es necesario lanzar una mesa de atención a la PyME exportadora
- Es necesario reducir y simplificar los procedimientos administrativos que deben cumplir las PyME que se lanzan a operar en comercio exterior
- Se necesita instrumentar programas de simplificación aduanera y administrativa de exportaciones de bajo monto para promover el lanzamiento de nuevas exportaciones y de nuevas PyME exportadoras
- Se necesita lanzar un portal del Exportador PyME con toda la información útil y necesaria que necesitan las empresas que operan en comercio exterior
- Se necesita lanzar un programa efectivo de apoyo financiero a las PyME a tasas razonables y competitivas internacionalmente, que cubra todas las instancias del proceso de exportación
- Las embajadas argentinas en el exterior deben comenzar a tomar a las PyME como sus principales clientes, instrumentando planes de promoción e información especiales para ellas
- Es necesario implementar un sistema de Información que de cuenta del desempeño exportador de las PyME. Minimamente debería mostrar cuántas PyME exportan, cuánto exportan, qué exportan, a qué países y en qué provincias se encuentran ubicadas

4- La mayor parte de las exportaciones argentinas están concentradas en sus mercados tradicionales de destino.

- Las embajadas argentinas y la cancillería deben acordar e instrumentar planes de mediano y largo plazo para cada destino y definir objetivos de exportación anual. En especial, se debe medir la evolución de las PyME en cada uno.
- Es importante continuar trabajando en la línea actual de apertura de mercados alternativos con potencial de demandar productos argentinos, como las prometedoras negociaciones encaminadas desde el Mercosur con otros países y bloques económicos
- Debe ponerse en marcha un plan nacional de promoción de nuevos mercados para las exportaciones y organizarse un trabajo en conjunto con las diferentes cámaras sectoriales para acordar líneas de acción y objetivos para cada uno
- Se necesita implementar programas de incentivos para la exportación a nuevos mercados, efectivizados una vez concretada la venta externa.

5- La mayor parte de las exportaciones se encuentra concentrada en la zona central del país, principalmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

- Se necesita llevar adelante un plan de desarrollo exportador para que todas las provincias argentinas puedan aprovechar las demandas del mercado mundial con metas y objetivos de exportación y conquista de mercados para el mediano y largo plazo

- Deben identificarse y promoverse grupos de empresas en cada provincia con potencial exportador que pueda transferir su dinámica organizacional y productiva al resto de las empresas provinciales
- Se debe promover un plan nacional de fortalecimiento en materia de comercio exterior para formar y desarrollar estructuras, habilidades y competencias en los equipos de promoción de comercio exterior de las provincias
- Se debe convocar a las principales áreas del Estado y a los órganos más reconocidos en materia de transporte para evaluar el estado del Transporte en todas las regiones del país y evaluar las necesidades de inversión, con vistas al transporte de la producción argentina hacia el exterior, para los diferentes medios (aéreo, marítima, fluvial, ferroviario y automotor, y sus conexiones) aprovechando los programas actualmente vigentes desde el Ministerio de Planificación Federal.
- Las embajadas argentinas en el exterior, en acuerdo con la cancillería y las provincias, deben definir un programa con metas anuales y de mediano y largo plazo para la promoción de las exportación de las provincias
- La información estadística mensual debe disponer de un espacio específico para evaluar la evolución de la situación de las provincias

6- Se necesitan integrar, agilizar y transparentar los sistemas de administración de comercio exterior de manera de dar un servicio más simple, rápido y efectivo a los operadores y usuarios sin limitar sus actividades

- Se necesita reunir en un solo portal, simple, amigable y entendible para el operador comercial, toda la información operatoria, legal, estadística, arancelaria e impositiva que se necesita disponer para operar regularmente en comercio exterior
- Se debe tener como objetivo, poner a disposición de los usuarios en un portal, de un modo claro y entendible, toda la información necesaria para poder realizar una primer exportación a quien nunca hubiera participado de ese proceso.
- Se necesita lanzar una mesa de atención al cliente operador de comercio exterior, virtual y presencial, con presencia regional y nacional
- Deben modernizarse los sistemas de administración aduanera que permitan operar más ágilmente a los operadores comerciales
- Debe concretarse la implementación del Sistema de Origen digital que permita operar más fácilmente en comercio exterior y obtener información on line de la evolución y marcha del mismo
- Se necesita planificar y llevar adelante la reforma del sistema de información estadística de Comercio Exterior que permita brindar información regular, completa y suficiente de la evolución del comercio exterior del país

INTERCAMBIO COMERCIAL ARGENTINO: PRIMER BIMESTRE DE 2009

El resultado de la balanza comercial argentina en los primeros dos meses del año fue de 2.249 millones de dólares, un 4% menor al registrado en el mismo periodo de 2008. Este resultado, fue producto de haberse producido una fuerte retracción del comercio exterior, que implicó una caída de las exportaciones de 11.026 a 7.671 millones de dólares, y una caída de las importaciones de 8.686 a 5.422 millones de dólares. A pesar de dicha contracción general, el saldo de la balanza comercial mantuvo el mismo signo del año pasado entre compras y ventas externas.

Saldo de la Balanza Comercial			
Rubro	2008	2009	Var. %
Exportaciones	11.026	7.671	-30%
Importaciones	8.686	5.422	-38%
Saldo	2.340	2.249	-4%

Fuente: INDEC – Primer bimestre de cada año, en Millones de u\$s

En el caso de las exportaciones, analizando los valores exportados por grandes rubros, se advierte que los productos primarios cayeron un 51%, las Manufacturas de Origen Agropecuario un 19%, las Manufacturas industriales 22% y las exportaciones de combustibles 38%.

Exportaciones Argentinas por Rubros			
Rubro	2008	2009	Var. %
Productos Primarios	2.793	1.358	-51%
MOA	3.840	3.107	-19%
MOI	2.946	2.302	-22%
Combustibles	1.448	904	-38%
Total	11.027	7.671	-30%

Fuente: INDEC – Primer bimestre de cada año, en Millones de u\$s

Al analizar la composición de las exportaciones se advierte que un 18% fueron productos primarios, un 40% manufacturas de origen agropecuario, 30% manufacturas de origen industrial y 12% combustibles.

Exportaciones Argentinas

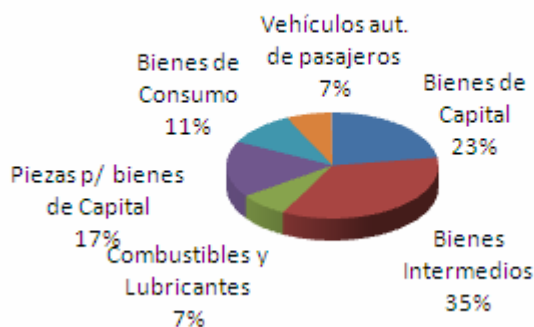


En el caso de las importaciones analizadas por Uso Económico, se advierte que los bienes de capital cayeron un 47% en el primer bimestre, los bienes intermedios un 39%, las piezas para bienes de Capital un 32%, los bienes de consumo un 23% y los vehículos automotores un 50%. Por su parte, los combustibles crecieron un 13%.

Importaciones Argentinas por Uso Económico			
Rubro	2008	2009	Var. %
Bienes de Capital	2.293	1.223	-47%
Bienes Intermedios	3.144	1.907	-39%
Combustibles y Lubricantes	229	258	13%
Piezas p/ bienes de Capital	1.425	969	-32%
Bienes de Consumo	974	747	-23%
Vehículos aut. de pasajeros	606	301	-50%
Resto	15	16	7%
Total	8.686	5.421	-38%

Fuente: INDEC – Primer bimestre de cada año, en Millones de u\$s

Importaciones por Rubros



Al analizar el destino de las exportaciones, se advierte que en el primer bimestre del año el 21% de las mismas se ha dirigido al MERCOSUR, 19% a la UE, 10% al Nafta, 9% a China, 10% a Chile, 7% al Resto de ALADI, 2% al Magreb y Egipto y 4% a Medio Oriente, entre los principales destinos de exportación.

En el caso del destino de los valores exportados por rubro, surge que en el caso de los productos primarios, sin valor agregado, 21% se exportan a la UE, 20% a China, 24% al Mercosur, 8% a Medio Oriente y 2% a Magreb y Egipto. En el caso de las manufacturas agropecuarias, en el primer bimestre, 33% se exportó a la UE, 10% a China, 7% al Resto de Aladi, 8% al Mercosur, 3% a Magreb y Egipto, 5% al Nafta, 7% a Asean y 5% a Chile. Respecto de los combustibles, 18% se exportó al Mercosur, 26% al Nafta, 27% a Chile y 4% a China.

En el caso de las manufacturas de origen industrial, en el primer bimestre, 38% se envió al Mercosur, 13% al Nafta, 15% a Chile, 12% al Resto de Aladi, y 7% a la UE. Así, los envíos a toda el área de Aladi implica el 65% de las exportaciones industriales.

Exportaciones por Destino										
Zona	Prod. Prim.	%	MOA	%	MOI	%	Comb.	%	Total	%
Mercosur	327	24%	236	8%	873	38%	167	18%	1.603	21%
Chile	40	3%	150	5%	341	15%	248	27%	779	10%
Resto de Aladi	72	5%	208	7%	278	12%	3	0%	561	7%
NAFTA	58	4%	169	5%	289	13%	237	26%	753	10%
U.E.	284	21%	1.028	33%	162	7%	5	1%	1.479	19%
ASEAN	17	1%	232	7%	25	1%	0	0%	274	4%
China	271	20%	325	10%	28	1%	33	4%	657	9%
Corea	1	0%	32	1%	1	0%	0	0%	34	0%
Japón	2	0%	15	0%	16	1%	0	0%	33	0%
India	2	0%	146	5%	6	0%	0	0%	154	2%
Medio Oriente	110	8%	150	5%	75	3%	0	0%	335	4%
MAGREB y Egipto	27	2%	108	3%	24	1%	0	0%	159	2%
Resto del Mundo	147	11%	308	10%	186	8%	211	23%	852	11%
Total	1.358	100%	3.107	100%	2.304	100%	904	100%	7.673	100%

Fuente: INDEC - Primer bimestre de 2009. Millones de u\$s

Exportaciones a cada destino de cada Rubro:

Al analizar lo que se exporta a cada mercado, encontramos que en el caso del MERCOSUR, 54% son MOI, 10% son combustibles, 20% son productos primarios y 15% son MOA. En el caso del Nafta, 38% son MOI, 31% son combustibles, 22% son MOA y 8% son productos primarios. A la Unión Europea se exporta 19% de bienes primarios, 70% de manufacturas agropecuarias y 11% de MOI. En el caso del Resto del Mundo, 36% son MOA, 22% son MOI, 17% son productos primarios y 25% son combustibles.

Exportaciones por Destino de cada Rubro											
Zona	Prod. Prim.	%	MOA	%	MOI	%	Comb.	%	Total	%	
Mercosur	327	20%	236	15%	873	54%	167	10%	1.603	100%	
Chile	40	5%	150	19%	341	44%	248	32%	779	100%	
Resto de Aladi	72	13%	208	37%	278	50%	3	1%	561	100%	
NAFTA	58	8%	169	22%	289	38%	237	31%	753	100%	
U.E.	284	19%	1.028	70%	162	11%	5	0%	1.479	100%	
ASEAN	17	6%	232	85%	25	9%	0	0%	274	100%	
China	271	41%	325	49%	28	4%	33	5%	657	100%	
Corea	1	3%	32	94%	1	3%	0	0%	34	100%	
Japón	2	6%	15	45%	16	48%	0	0%	33	100%	
India	2	1%	146	95%	6	4%	0	0%	154	100%	
Medio Oriente	110	33%	150	45%	75	22%	0	0%	335	100%	
MAGREB y Egipto	27	17%	108	68%	24	15%	0	0%	159	100%	
Resto del Mundo	147	17%	308	36%	186	22%	211	25%	852	100%	
Total	1.358	18%	3.107	40%	2.304	30%	904	12%	7.673	100%	

Fuente: INDEC - Primer bimestre de 2009. Millones de u\$s

Análisis de las Importaciones:

Si se evalúan las importaciones por origen de procedencia en el primer bimestre del año, se advierte que el 35% del total proviene del MERCOSUR, 16% de la UE, 16% del Nafta, 12% de China y 10% del Resto del mundo.

Importaciones por Destino														
Zona	Bs. Cap.	%	Bs. Inter.	%	Combs.	%	Pzs. b. Cap	%	Bs. Cons.	%	Vehic.	%	Total	%
Mercosur	271	22%	688	36%	94	36%	233	24%	182	24%	201	67%	1.669	31%
Chile	4	0%	69	4%	0	0%	5	1%	18	2%	0	0%	96	2%
Resto de Aladi	1	0%	17	1%	37	14%	1	0%	30	4%	0	0%	86	2%
NAFTA	331	27%	311	16%	44	17%	137	14%	100	13%	33	11%	956	18%
U.E.	272	22%	320	17%	8	3%	232	24%	124	17%	27	9%	983	18%
ASEAN	36	3%	40	2%	11	4%	47	5%	37	5%	0	0%	171	3%
China	188	15%	229	12%	0	0%	105	11%	196	26%	3	1%	721	13%
Corea	25	2%	31	2%	0	0%	55	6%	2	0%	18	6%	131	2%
Japón	31	3%	31	2%	0	0%	93	10%	13	2%	19	6%	187	3%
India	5	0%	39	2%	1	0%	8	1%	9	1%	0	0%	62	1%
Medio Oriente	4	0%	4	0%	0	0%	2	0%	0	0%	0	0%	10	0%
MAGREB y Egipt	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%	5	1%	0	0%	6	0%
Resto del Mundo	55	4%	129	7%	63	24%	51	5%	31	4%	0	0%	329	6%
Total	1.223	100%	1.909	100%	258	100%	969	100%	747	100%	301	100%	5.407	100%

Fuente: INDEC - Primer bimestre de 2009. Millones de u\$s

El trabajo precedente ha sido realizado por Santiago Solda, economista de AIERA

La **Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina (AIERA)** es una entidad civil sin fines de lucro creada en el año 1966, que agrupa a pequeñas y



medianas empresas nacionales, cámaras regionales y sectoriales y centros de industria y comercio. Su misión es brindar sustento y apoyo en el ámbito del comercio exterior, desarrollando una actividad dinámica en favor de las economías regionales y PyME de todo el país.

Como entidad gremial empresaria, AIERA despliega su acción institucional ante diversos organismos -Aduana, Cancillería, Ministerio de Economía, Banco Central-, con el objeto de mejorar las condiciones en que se desenvuelven las exportaciones y conseguir mejor acceso a los mercados. También integra el Consejo de Administración de la Fundación ExportAr; de la cual es miembro fundador, y forma parte del Consejo Consultivo Aduanero.

Desde el año 1966 AIERA representa los intereses de las PyME participando activamente en el ámbito del comercio exterior argentino. AIERA impulsa su proyecto empresario, convirtiéndose en su canal de participación a nivel institucional.