



marzo de 2006

El siguiente informe ha sido realizado a partir de los datos recabados en la Encuesta Estructural 2005 a PyME industriales entre agosto y octubre de 2005. Cantidad de respuestas: 1.203.

## ÍNDICE:

### Primera sección

*La inserción actual de las PyME industriales en el comercio internacional*

### Segunda sección

*Desempeño exportador y destino de las exportaciones*

### Tercera sección

*Políticas públicas para el incremento sostenido de las exportaciones*

### Cuarta sección

*Anexo: Principales resultados por región geográfica*

### Quinta sección

*Anexo: Nota Metodológica*

## RESUMEN EJECUTIVO

*En una primera e inmediata evaluación de los efectos de la devaluación sobre la actividad económica de las PyME, el Observatorio señaló en septiembre de 2002 su impacto benéfico. En aquella ocasión se mostraba que el proceso de reactivación observado no era simplemente transitorio sino un proceso sostenible que respondía previsiblemente al incentivo del cambio de precios relativos a favor de la producción nacional. Trascurridos cuatro años desde la devaluación es posible realizar una evaluación más completa sobre sus efectos. Este es el objetivo de este informe.*

*Antes que nada, hay que destacar que la devaluación de 2002 fue “exitosa” en el sentido de que el incremento del precio del dólar fue superior al incremento de los precios internos y, en consecuencia, el incentivo pecuniario a favor de la producción nacional ha sido real, y no una ilusión transitoria como en las frustrantes experiencias devaluatorias realizadas en los años ochenta.*

*Operativamente lo que se espera de una devaluación es que una parte de las importaciones sea sustituida por producción local al tiempo que aumentan las exportaciones. Las importaciones tienen que resultar más caras y las exportaciones más rentables.*

*Comencemos por la sustitución de importaciones. Uno de los datos que más sorprenden de las estadísticas relevadas por el Observatorio es que, a pesar de la devaluación exitosa, en la actualidad cerca del 40% de las PyME industriales manifiesta que las importaciones amenazan severamente sus ventas en el mercado interno. La devaluación favoreció efectivamente la sustitución de importaciones, pero para las PyME este proceso no parece sostenible en el tiempo, salvo en pocos sectores como edición e impresión, alimentos y bebidas y productos de minerales no metálicos. En sectores como calzado, textiles, confecciones y muebles la “severa amenaza” es percibida por al menos el 50% de las empresas. Para el 80% de los empresarios amenazados, el origen de dichas amenazas proviene de Brasil y China. En síntesis, algunos sectores que sustituyeron importaciones tras la devaluación ahora vuelven a enfrentar una fuerte competencia desde el exterior. Y los niveles de “severa amenaza” en la gran mayoría de los sectores son tan altos que no parecen ser fisiológicos, es decir, compatibles con una sana competencia industrial.*

*Con respecto a las exportaciones, podemos observar que la devaluación ha mejorado efectivamente la rentabilidad del negocio exportador y que, por esta razón, muchas PyME industriales han comenzado a exportar regularmente desde 2002. En el informe se destaca que la rentabilidad de las PyME exportadoras es casi el doble que la que registran las empresas orientadas exclusivamente al mercado interno. Sin embargo, analizando como un todo el sistema industrial de las PyME podemos constatar que las ventas al mercado interno han aumentado más que las exportaciones. Como consecuencia, la participación de las exportaciones en las ventas totales de las PyME industriales es similar o inferior a la registrada en los mejores años de la década pasada. En síntesis, la devaluación no ha permitido superar todavía el nivel de apertura exportadora de aproximadamente 10% registrado en 1996-97.*

*Esta situación de estancamiento en la apertura exportadora es una debilidad específica del sistema industrial de las PyME, ya que la apertura exportadora del conjunto de la industria argentina ha aumentado bastante desde la devaluación.*

*La conclusión de estas líneas es una “obviedad”, pero aún así conviene remarcarla y no olvidarla: la devaluación fue útil y necesaria, pero solamente con un tipo de cambio real competitivo y estable no alcanza para dotar de competitividad al sistema industrial de las PyME.*

*El gobierno está en lo correcto al enfatizar la importancia del Mecanismo de Adaptación Competitiva (MAC) con Brasil y al mostrar voluntad para sostener una política comercial adecuada en defensa la industria local. Sin embargo, es necesario también acelerar la disponibilidad de especiales incentivos crediticios y fiscales para el financiamiento de la inversión destinada a poner en marcha proyectos productivos en el sector de los bienes transables internacionalmente. Con un sistema bancario de escasa penetración estructural en el mundo industrial de las PyME, la Ley de desgravación impositiva de reinversión de utilidades de las PyME retenida en el Parlamento es urgentemente necesaria, pero aún así, es necesario destacar que el proyecto de ley tiene claras asimetrías desfavorables con los vigentes en otros países latinoamericanos como Chile, Brasil y México.*

**Vicente Donato**

### Síntesis de la primera sección

- *A pesar de la devaluación, casi el 40% de las PyME industriales manifiesta sufrir “severas amenazas” a sus ventas en el mercado interno. La “severa amenaza” proviene en el 80% de los casos de Brasil y China.*
- *A pesar de la devaluación, la apertura exportadora del sector de las PyME industriales está fija en niveles cercanos al 10%, similar o inferior al registrado en los mejores años de los noventa. Aumentaron las exportaciones, pero también y en una mayor medida, las ventas al mercado interno.*
- *La buena noticia es que se nota un incremento en la cantidad de PyME industriales que entraron al negocio exportador luego de la devaluación. El insuficiente incentivo de precios para exportar en los noventa era un problema real.*
- *Sin embargo, a pesar de estos nuevos ingresos, la cantidad de PyME industriales argentinas exportadoras es todavía muy baja.*

Pese a los niveles de exportaciones récord que se registraron el año pasado, la estructura industrial argentina todavía enfrenta grandes desafíos en cuanto refiere a su inserción internacional. El desempeño futuro de las PyME industriales es uno de los interrogantes.

El éxito de la devaluación, realizada en 2002 para cambiar los precios relativos a favor de la producción local, no impactó todavía de manera neta en el modelo de inserción internacional de las PyME industriales argentinas. En teoría, la devaluación de la moneda local hace más costosas las importaciones y, al mismo tiempo, favorece las exportaciones. ¿Que ocurrió en Argentina? Cuatro años parece un plazo razonable para realizar una primera evaluación.

## Importaciones

Si bien la devaluación permitió a las PyME industriales aumentar su producción y desplazar del mercado local algunas importaciones de bienes finales, este proceso de sustitución de las importaciones no parece del todo libre de problemas.

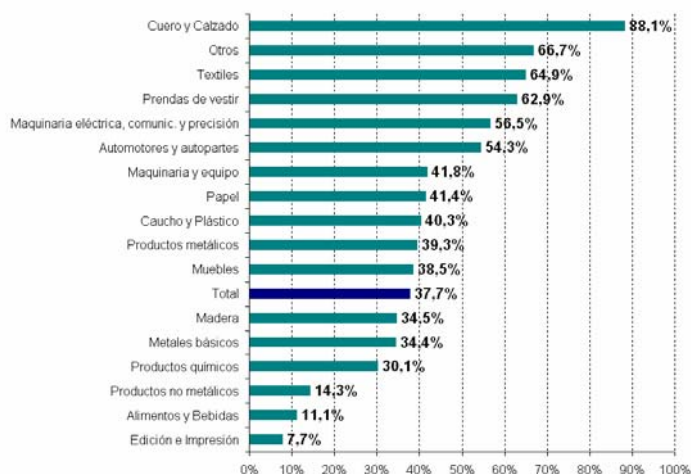
Como se observa en el Gráfico 1, el 38 % de las PyME considera que sus ventas al mercado interno se encuentran “severamente amenazadas” por las importaciones. Podría no parecer demasiado. Sin embargo, en el mismo gráfico se observa que en sectores como “Cuero y calzado”, el 88% de las empresas se sienten “severamente amenazadas” y en el sector “Prendas de vestir” y “Textiles”, entre el 63% y el 65% de las mismas. En sectores tecnológicamente más complejos como “Autopartes” y “Maquinaria eléctrica e instrumentos de comunicación y precisión”, la sensación de “severa amenaza” es sentida por más del 50% de las empresas.

En un mercado industrial sólido y dinámico lo razonable es que la sensación de “severa amenaza” pudiera ser sentida por el 10-15% de las empresas. En efecto, la amenaza de desaparición del 10-15% de las empresas, es totalmente fisiológico y estimulante para aumentar la eficiencia y competitividad del sistema industrial de las PyME. Sin embargo, en Argentina, observamos que sólo tres sectores industriales se encuentran en esta situación y que dos de ellos, “Productos de minerales no metálicos” y “Alimentos y bebidas”, gozan de barreras naturales muy amplias.

Por otra parte, la manifestación de “severa amenaza” de las ventas en el mercado interno expresada por los empresarios no es genérica. Como puede verse en el Gráfico 2, cerca del 80% de los empresarios identifica el origen de la amenaza en Brasil y China.

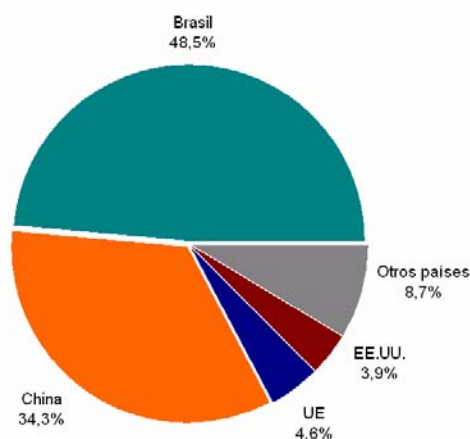
Con el objetivo de defender a las empresas de la amenaza brasileña el gobierno ha intentado varias medidas, coronadas ahora con la firma del mecanismo de “Adaptación competitiva, integración productiva y expansión equilibrada y dinámica del comercio”,

Gráfico 1 Porcentaje de empresas cuyas ventas al mercado interno se encuentra severamente amenazadas por las importaciones, por sector de actividad.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 2 País del cual provienen las importaciones que amenazan severamente las ventas de las PyME industriales en el mercado interno.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

popularmente conocido como “MAC”. El mecanismo es auspicioso y muestra la decisión del gobierno de no abandonar a las empresas. Sin embargo, en ausencia de cambios industriales más estructurales quedará completamente en pie el tema de la amenaza china y de los efectivos resultados de la aplicación de la “MAC”. Por otra parte, la juiciosa utilización de mecanismos de salvaguardas y *antidumping*, recomendados en algún estudio del Banco Mundial, nos parece que está lejos de poder resolver el problema estructural de competitividad de la industria argentina, único mecanismo sostenible para defender el mercado interno.

Para evaluar el impacto de la devaluación sobre la estructura industrial de las PyME, hay que observar también la evolución del proceso de sustitución de importaciones no sólo de bienes finales, sino también de insumos, partes y componentes.

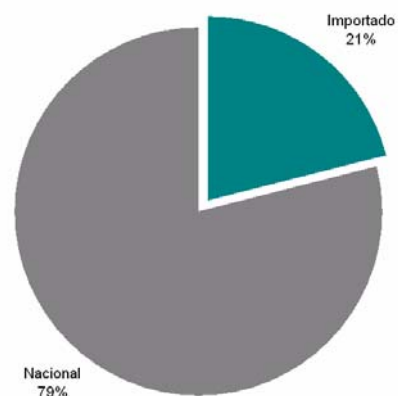
Varios comentarios se pueden realizar al respecto. En principio, hay que remarcar que la apertura importadora de las PyME es, aquí y en todo el mundo, menor que aquella de las grandes empresas. Esto significa que el coeficiente de importaciones de las PyME es estructuralmente pequeño y que, en consecuencia, no se pueden esperar vistosas disminuciones de este coeficiente como respuesta a la devaluación.

Por otra parte, hay que remarcar que la modernización tecnológica que llevaron adelante las empresas durante los años noventa, constituye en muchas ocasiones un importante limitante para la sustitución de insumos y componentes de la maquinaria adquirida por aquel entonces.

Así, varias razones sostienen la idea de la rigidez del coeficiente de apertura importadora de las PyME y, por lo tanto, no es sorprendente que el mismo no haya cambiado prácticamente desde la década pasada a pesar de la fuerte devaluación de la moneda local.

Como puede verse en el Gráfico 3, el 21% de los componentes, partes y piezas utilizadas por las PyME en la producción son importados. Los datos del Observatorio permiten afirmar que este porcentaje es muy similar al observado hacia 1996-1997.

Gráfico 3 Origen de los insumos y componentes utilizados por las PyME industriales en la producción



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

Si bien la rigidez a la baja de la apertura importadora de las PyME no puede ser considerado como un fracaso de la devaluación, es importante señalar los límites de este instrumento para quienes esperan que, automáticamente y por sí misma, la devaluación logre impactos benéficos sobre la integración productiva local.

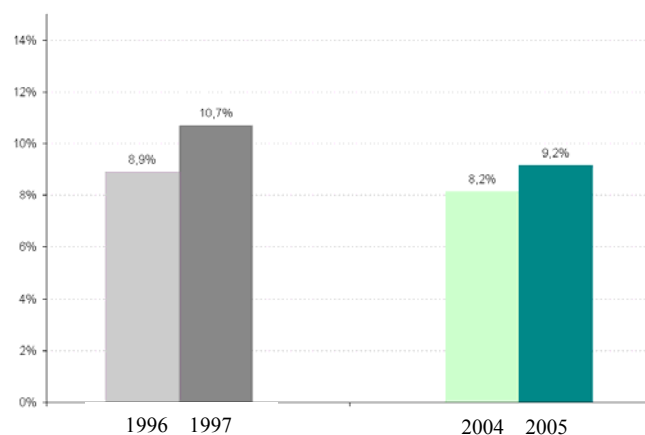
En síntesis, desde 2002 hasta hoy se ha recorrido con relativo éxito la etapa “fácil” de la sustitución de importaciones de bienes finales. La etapa “difícil”, ya comenzó, y se refiere a la posibilidad de sostener esta sustitución, y al mismo tiempo, avanzar en la sustitución de importaciones de insumos, partes y componentes productivos de mayor valor agregado y complejidad tecnológica.

### **Exportaciones**

Como se puede ver en el Gráfico 4, la exitosa devaluación de 2002 (exitosa en el sentido de que los precios internos aumentaron menos que el precio del dólar), aún después de un período de tiempo relativamente largo, no modificó la apertura exportadora de las PyME industriales argentinas. De hecho, incluso la misma se ha visto reducida respecto de aquella de la década pasada. Las exportaciones aumentaron, pero mucho más aumentaron las ventas al mercado interno. Como consecuencia, la participación de las exportaciones en las ventas totales de las PyME industriales representan en la actualidad aproximadamente el 9%.

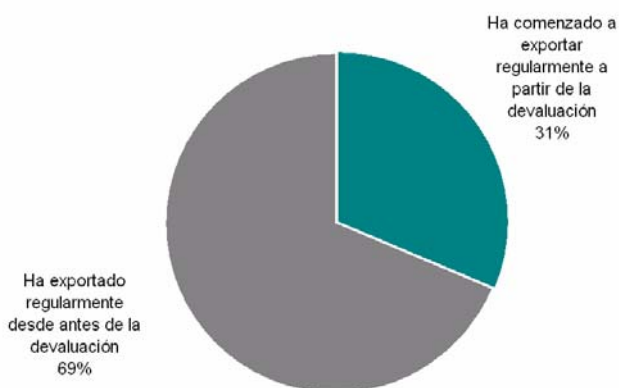
Datos más alentadores se obtienen si se observa (Gráfico 5) que casi la tercera parte de las PyME industriales que actualmente exportan, ha comenzado a hacerlo de forma regular a partir de la devaluación. Este es un número muy importante. Adicionalmente, dado que sólo el 6% de los actuales exportadores nacieron luego del 2002 (ver Gráfico 6), podemos concluir que el principal motivo por el cual observamos una positiva ampliación de la base exportadora argentina se debe a la mayor rentabilidad que actualmente arroja la actividad exportadora con respecto a la década pasada. Efectivamente, antes de la

**Gráfico 4** Apertura exportadora de las PyME industriales. Participación de las exportaciones en el total de las ventas, en porcentajes.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 1996 – 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 5** PyME industriales exportadoras, según el momento en que empezaron a exportar regularmente.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.



devaluación había un desincentivo de precio para abordar el negocio exportador.

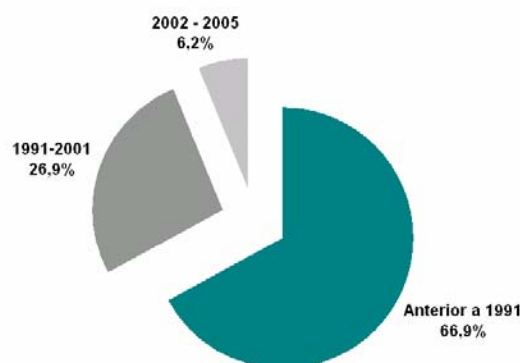
El aumento en el número de PyME industriales exportadoras constituye, sin duda, una buena noticia ya que las comparaciones internacionales realizadas por el Observatorio PyME en trabajos anteriores muestran que el principal déficit exportador argentino estaba constituido no tanto por el bajo nivel de apertura exportadora de las PyME industriales sino por el bajo número de estas empresas que exportan. En efecto, mientras que la diferencia de la participación de las exportaciones en las ventas de las PyME exportadoras italianas y argentinas es de sólo ocho puntos (26% contra 18%), la diferencia en el porcentaje de PyME industriales que regularmente exportan en Italia y Argentina es, por lo menos, tres veces mayor.

¿Cuáles son las características estructurales del señalado déficit industrial exportador de las PyME argentinas?

En el Gráfico 7 se compara la participación de las exportaciones en las ventas de pequeñas, medianas y grandes empresas industriales. Allí puede verse que mientras que el 88% y el 70% de las empresas pequeñas y medianas exporta menos del 10% de sus ventas, respectivamente, esto ocurre sólo en el 26% de las principales empresas industriales. Las diferencias aparecen rotundas y, como se ve en el mismo gráfico, aumentan a medida que disminuye el tamaño de las empresas industriales. Exactamente lo mismo ocurre si se observa (Ver Gráfico 8) cómo disminuye la participación de empresas exportadoras sobre el total a medida que descendemos en la escala de tamaño de las empresas. Una parte del déficit industrial exportador argentino se resuelve mediante una decidida orientación de las ventas al exterior de las empresas de tamaño más pequeño y de un mayor ingreso de este tipo de empresas a la actividad exportadora.

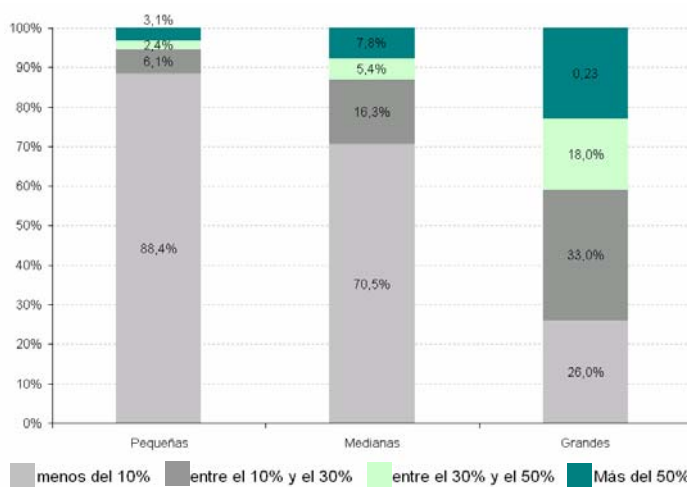
Otra parte del déficit exportador industrial se debe a los desequilibrios sectoriales y regionales: las tres cuartas partes de la base exportadora de las PyME industriales está constituida por empresas de los sectores de “Alimentos y bebidas”, “Metales comunes y

Gráfico 6 Año de inicio de actividades de las PyME exportadoras.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 7 Relevancia de las exportaciones en las ventas de PyME y Grandes empresas industriales. Porcentajes de empresas.

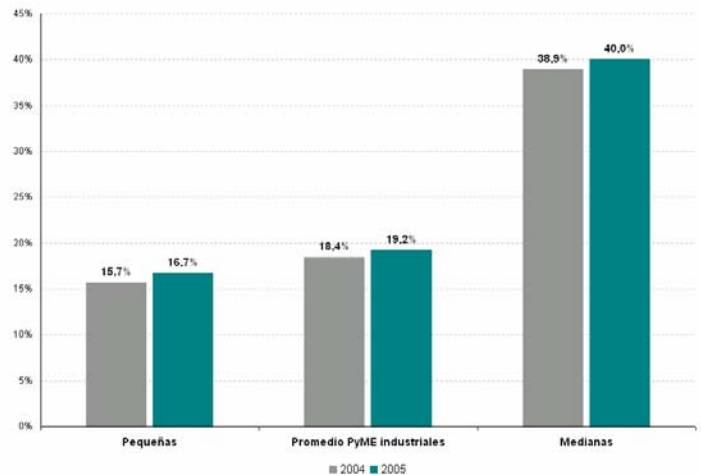


Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME. Cuarta Encuesta a Grandes Empresas Industriales, 2005. Centro de Estudios para la Producción, Secretaría de Industria.

productos de metal”, “Maquinaria y equipo” y “Aparatos eléctricos, electrónicos y de precisión”. Por otra parte, el 75% de las PyME industriales exportadoras residen en las regiones AMBA, Centro y Cuyo.

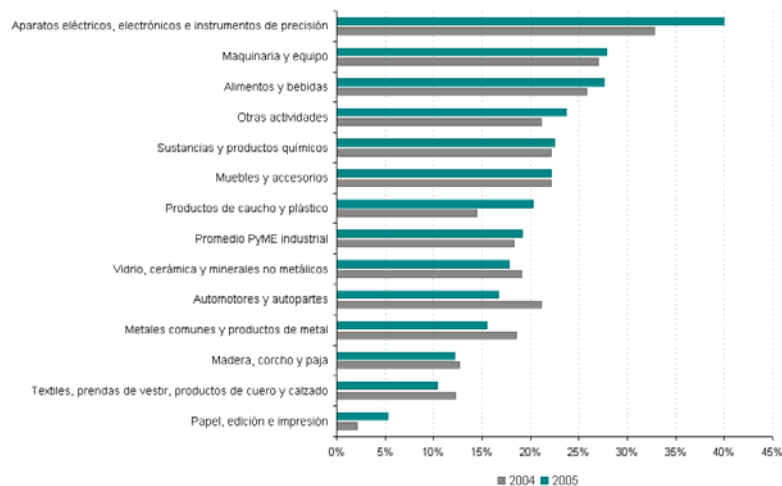
En el Gráfico 9 se observa que la proporción de PyME exportadoras en varios sectores es extremadamente baja, especialmente en “Papel, edición e impresión”, “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado”. En el Gráfico 10 se observa además la relativamente menor proporción de empresas exportadoras en el NOA, el Sur y el Centro. Sin embargo, mientras que en el NOA y el Sur el tema de la incidencia de los transportes es muy importante, en el Centro la baja participación relativa de las empresas exportadoras se debe a la mayor participación productiva de sectores ligados al mercado interno.

**Gráfico 8** Proporción de PyME exportadoras, según su dimensión. Años 2004 y 2005.



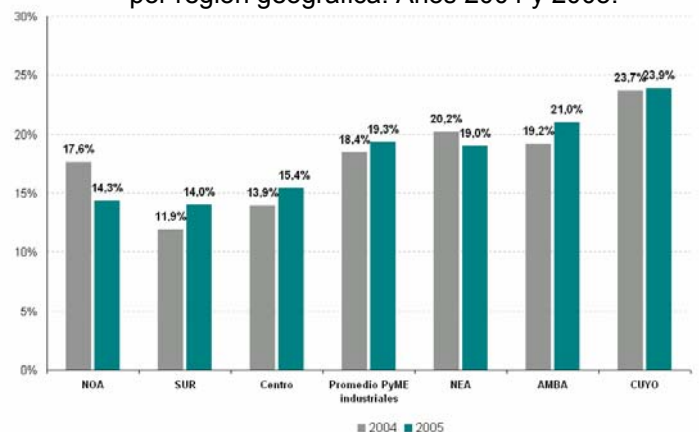
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 9** Proporción de PyME exportadoras, por sector de actividad. Años 2004 y 2005.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 10** Proporción de PyME exportadoras, por región geográfica. Años 2004 y 2005.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.



## Desempeño exportador y destino de las exportaciones

### Síntesis de la segunda sección

- Por primera vez desde la devaluación, las exportaciones crecieron a una tasa superior que las ventas dirigidas al mercado interno.
- Aunque en disminución desde los años noventa, el principal destino de las exportaciones de las PyME industriales sigue siendo América Latina.
- Sin embargo, se observan cambios importantes. Brasil disminuyó en más de un 50% su peso en el destino de las exportaciones de las PyME industriales argentinas (del 39% al 19,5%) y Chile aumentó su peso del 9% al 13%.
- Brasil es el principal competidor en terceros mercados. Chile, un desafío competitivo creciente.

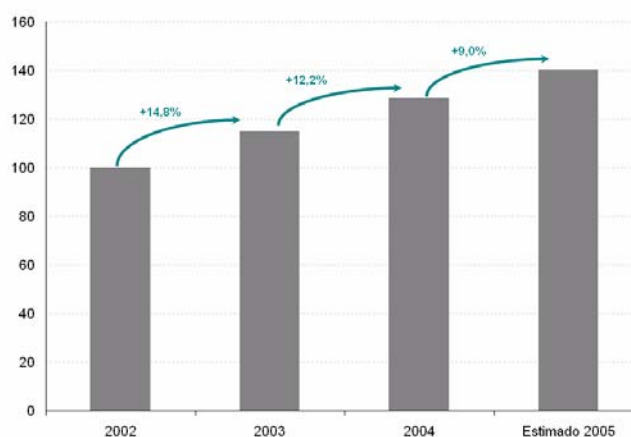
### Las exportaciones crecen ligeramente más que las ventas internas. Fuerte impulso de las manufacturas de origen industrial.

Las exportaciones de las PyME industriales continuaron expandiéndose en 2005 a tasas elevadas: con respecto a 2004, las exportaciones crecieron en el último año un 9,0%. Así, entre 2002 y 2005, las ventas al exterior se incrementaron aproximadamente un 40%.

Si bien el crecimiento del último año fue menor al de años anteriores, debe destacarse que por primera vez desde la crisis de 2001/2002 las ventas al exterior crecieron a una tasa superior a aquella de las ventas al mercado interno.

Todas las regiones geográficas han registrado importantes aumentos de las exportaciones de las PyME industriales, a excepción del NEA donde las ventas al exterior se redujeron en un 7,6%. En esta última región se advierten las dificultades para exportar por parte de las PyME de la cadena de madera y muebles de las provincias del Chaco, Formosa, Misiones y Corrientes. En cambio, las PyME de la región Centro registraron un sorprendente incremento de sus exportaciones en 2005. AMBA y Sur también tuvieron un desempeño por encima del promedio.

Gráfico 11 Evolución de las exportaciones de las PyME industriales. Base 2002=100.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2003 – 2005, Fundación Observatorio PyME.

Sectorialmente, se destaca el buen desempeño de las PyME de los sectores “Automotores y autopartes”, “Metales comunes y productos de metal”, “Productos de caucho y plástico” y “Alimentos y bebidas”. En cambio, las PyME de “Madera, corcho y paja”, “Muebles y accesorios” y “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado” vieron reducirse sus exportaciones. En cuanto respecta a la dimensión de las empresas, se observa que las medianas tuvieron un mejor desempeño que las pequeñas.

Finalmente, como puede observarse en el Gráfico 12, el incremento en las ventas al exterior se produjo tanto en manufacturas de origen agropecuario (MOA) como en aquellas de origen industrial (MOI), aunque en este último grupo el crecimiento fue mayor.

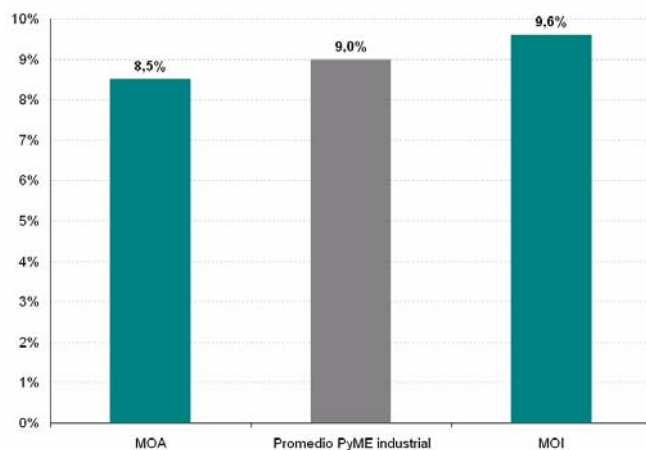
Dado que las manufacturas de origen industrial pueden expandirse más rápidamente en el corto plazo y en promedio comprenden actividades con salarios más elevados, este resultado es alentador. No obstante, todavía resta confirmar si este hecho responde a una tendencia de mediano plazo a exportar más productos industriales y continuar sustituyendo importaciones por parte de la economía argentina o si se trata solamente de un resultado circunstancial. Observar la evolución futura de estas variables será crucial para la dinámica de la balanza comercial industrial.

### **América Latina y el Caribe, principal mercado de exportación.**

América Latina y el Caribe continúa siendo el principal destino de las exportaciones de las PyME industriales argentinas: cerca del 56% de las exportaciones se dirigen hacia estos mercados.

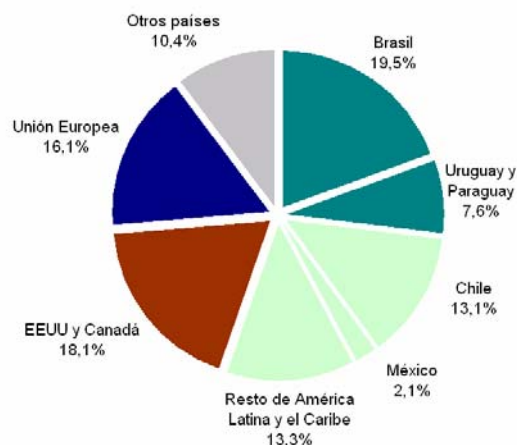
Si bien la importancia de esta región se ha reducido en los últimos 10 años, el principal cambio se ha registrado en la composición de este grupo de países. La participación de Brasil como destino de las exportaciones PyMI ha disminuido del 39% (año 1996) al 19,5% (año 2004) mientras que otros países han ganado importancia. Este es el caso, por

**Gráfico 12** Variación porcentual de las exportaciones en 2005 respecto a 2004, según origen de las manufacturas.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2003 – 2005, Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 13** Principales destinos de las exportaciones de las PyME industriales. Año 2004, en porcentajes.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

ejemplo, de Chile que en 1996 atraía el 9% de las exportaciones de las PyME industriales y que en 2004 significó el 13% de las ventas al exterior. De esta forma, Brasil pasó de representar hace una década la mitad de las ventas a América Latina y el Caribe, a sólo una tercera parte de las mismas en la actualidad.

En contraposición, en los últimos 10 años la Unión Europea y los Estados Unidos han adquirido mayor relevancia como destino de exportación de las PyME industriales.

Si se analizan los destinos de las exportaciones por región geográfica, se observa que Uruguay, Paraguay, Chile y resto de América Latina y el Caribe son muy importantes para las PyME del AMBA, el NOA y el Centro. En cambio, para las empresas de Cuyo y el NEA es importante el comercio con la Unión Europea y para las de Cuyo y Sur con los Estados Unidos y Canadá.

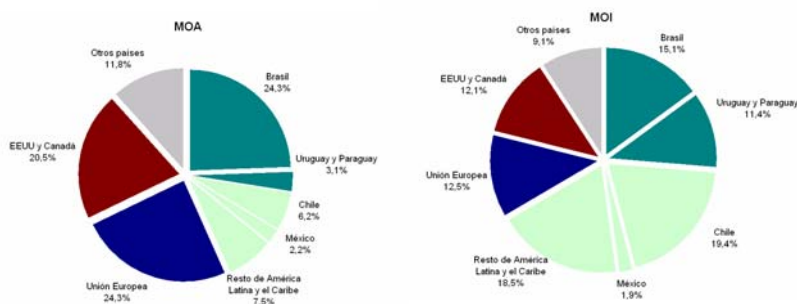
Asimismo, si se divide a las exportaciones según el origen de las manufacturas, se observa (Gráfico 14) que mientras que Brasil, la Unión Europea, los Estados Unidos y Canadá son los principales destinos de las manufacturas agropecuarias (MOA), Chile, Uruguay y Paraguay y el resto de América Latina y el Caribe son los principales mercados para las manufacturas de origen industrial (MOI).

**Brasil, principal socio comercial y principal competidor. Chile, un desafío creciente.**

En el apartado anterior, se mostró que Brasil es el principal destino de las exportaciones de las PyME industriales argentinas. Como puede apreciarse en el Gráfico 15, dicho país también constituye el principal competidor de las empresas en los mercados de destino. Las exportaciones de los sectores “Sustancias y productos químicos”, “Productos de caucho y plástico”, metalmecánica y maquinaria y equipo son los más afectados por la competencia brasileña.

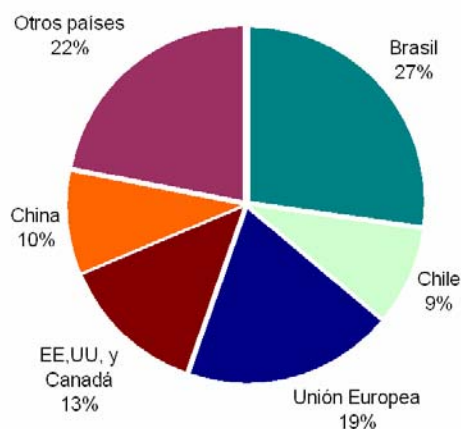
Por otro lado, Chile se ha convertido en un nuevo competidor de las exportaciones industriales de las PyME, especialmente con aquellas del sector “Alimentos y bebidas”.

**Gráfico 14** Principales destinos de las exportaciones de las PyME industriales según origen de las manufacturas. Año 2004, en porcentajes.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 15** Principal competidor en los mercados de destino de las exportaciones de las PyME industriales. Año 2004, en porcentajes.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Síntesis de la tercera sección**

- El principal motivo por el cual actualmente el 80% de las PyME industriales no logra entrar al mercado exportador, no es el tipo de cambio sino la “Insuficiente capacidad productiva / comercial para vender en el exterior”, seguido por la “Ausencia de demanda para los propios productos”. Es decir, se advierte la necesidad de una reconversión tecno-productiva.
- Entre los exportadores (20% del total), las demandas empresariales de políticas públicas para el incremento de las exportaciones sí están relacionadas con el mantenimiento de un tipo real de cambio competitivo (46% de las empresas).
- Sin embargo, el restante 54% de las PyME industriales exportadoras demanda también mejoras en las políticas públicas no sólo de precio (es decir, relacionadas con el tipo de cambio), sino mejoras en las políticas comerciales e imagen país, junto al incremento de la prefinanciación de exportaciones.
- En síntesis, parece que está claro para todos, exportadores y no exportadores, que el tipo de cambio por sí mismo no podrá generar una “revolución exportadora”.

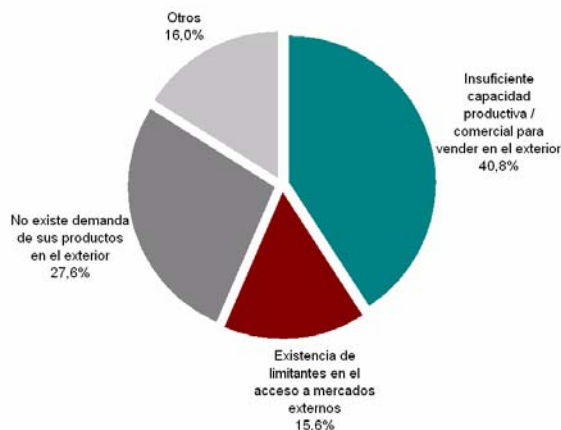
Tal como se ha resaltado en la primera sección, el incremento de la base exportadora argentina, es decir, el número de PyME industriales que ingresa al negocio exportador es uno de los principales desafíos. También hemos visto que la devaluación ha favorecido el ingreso de más empresas a la actividad pero que aún falta mucho camino por recorrer en este sentido.

Actualmente, ¿podría incrementarse el ingreso de nuevas empresas al negocio exportador sosteniendo una mayor rentabilidad de las mismas en este mercado? Observando el Gráfico 16 la respuesta parecería ser no.

En efecto, el 41% de las empresas refiere como principal impedimento para entrar de manera estable en el mercado internacional, la insuficiente capacidad productiva y comercial, que es lo mismo que decir insuficientes inversiones en capital físico y humano. Otro 28% refiere que no existe demanda de sus productos en el exterior.

El problema de estas empresas para ingresar al mercado de exportaciones no es de precios y rentabilidad, sino de reconversión tecno-productiva. Otro 16% de las empresas declara que el principal motivo por el cual no exportan actualmente son las barreras para-

**Gráfico 16** Principal motivo por el cual las PyME industriales no exportan regularmente.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

arancelarias (es decir, no de precios) en los mercados externos.

En síntesis, los impedimentos declarados por las empresas deberían constituir la principal orientación para la política pública que tiene por objetivo mejorar la inserción exportadora de las PyME industriales.

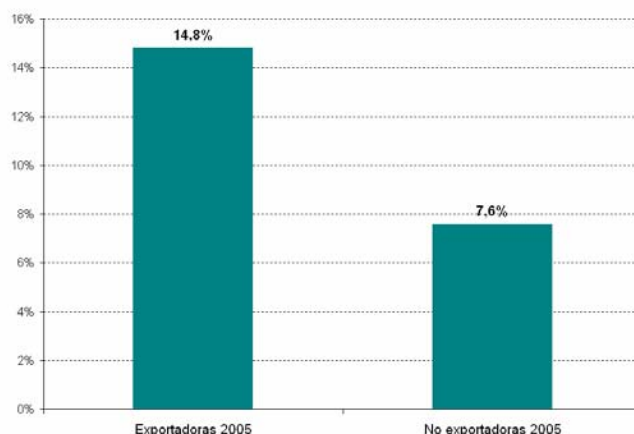
Los incentivos de precios y de rentabilidad pueden, en cambio, constituir un límite para la expansión de las exportaciones de las empresas que ya están de modo estable presentes en el mercado internacional. En los Gráficos 17, 18 y 19 vemos que las empresas PyME industriales exportadoras cuentan con una mayor rentabilidad, invierten más que sus colegas que se dedican de manera exclusiva al mercado interno, solicitan más crédito y reciben menos rechazos por parte de los bancos a dichas solicitudes.

¿Cuáles son las demandas de políticas públicas de estas empresas exportadoras para poder incrementar sostenidamente sus ventas externas? Observamos en el Gráfico 20 que el mantenimiento del tipo de cambio real competitivo y estable es un reclamo del 46% de las empresas. Un nivel previsiblemente alto. Sin embargo, el dato a resaltar es que el 54% restante reclama políticas públicas que van más allá de los simples precios y que naturalmente requieren un nivel de articulación interinstitucional mucho más sofisticado que la decisión coordinada del Banco Central y el Ministerio de Economía. El 38% de las empresas reclama mejoras en la política comercial y de “imagen país”, mientras que otro 12% una política de mejor acceso al prefinanciamiento de las exportaciones, tal como tienen desde siempre los países más exportadores.

De las respuestas de las empresas y del análisis efectuado se desprende que el mero incentivo automático de precios no será suficiente para producir un salto exportador en el sistema industrial de las PyME argentinas. Es necesario complementar los incentivos de mercado con una política pública inteligente y prudente, pero incisiva.

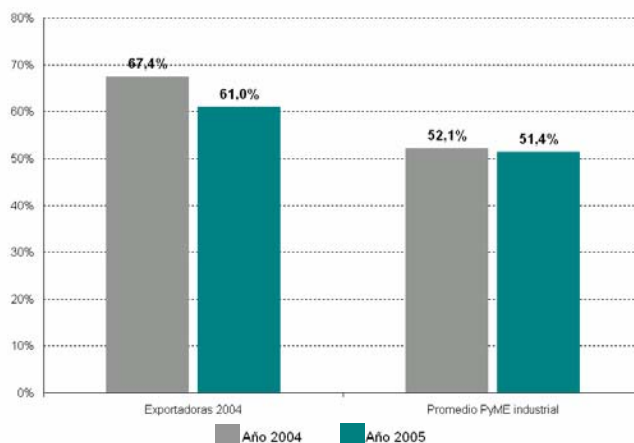
Ningún país ha logrado una inserción internacional provechosa sólo a través de un tipo de cambio real competitivo y estable. El

**Gráfico 17** Rentabilidad promedio de las PyME industriales según exportan o no.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 18** Proporción de PyME industriales inversoras según exportan o no. Años 2004 y 2005.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

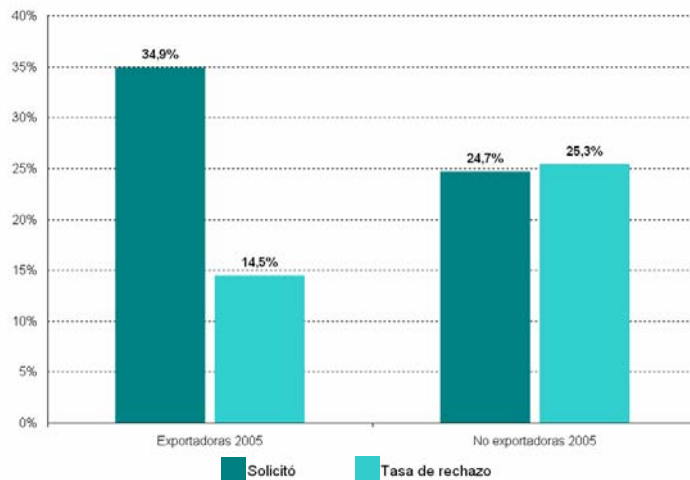


mismo representa una condición inicial que requiere del complemento de una serie de medidas estructurales que afecten la base y la apertura exportadora de las PyME industriales.

El mantenimiento del tipo de cambio real competitivo y la entrada en vigor de la “MAC” deben ser complementados con una política comercial más decidida, un mejor acceso al financiamiento de proyectos de inversión ligados en general al mercado de bienes transables y específicamente a las exportaciones. Incentivos adicionales y específicos que favorezcan la integración de producciones regionales en cadenas productivas que agreguen valor a los bienes a exportar y confieran indirectamente mayor estímulo al desarrollo local, también deberían ser parte del plan exportador.

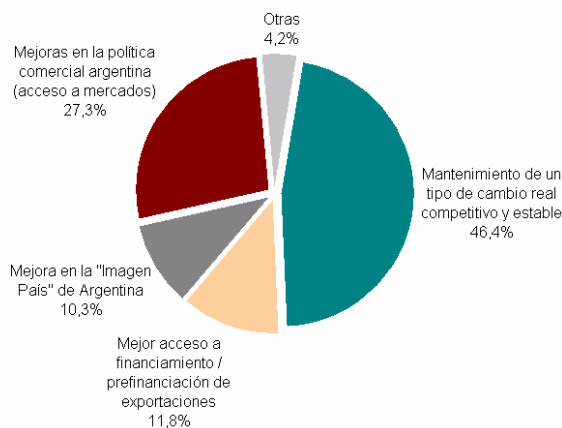
Resulta fundamental asimismo darle un especial impulso en el Congreso al proyecto de Ley de desgravación impositiva de reinversión de utilidades de las PyME de manera tal de sortear los mercados limitantes en la capacidad productiva tanto para el abastecimiento del mercado interno como el externo.

**Gráfico 19** Proporción de PyME industriales que han solicitado crédito bancario y tasa de rechazo según exportan o no. Año 2005.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.

**Gráfico 20** Demanda empresarial de política pública para el crecimiento sostenido de las exportaciones.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2005. Fundación Observatorio PyME.



## NOA



**Provincias:** Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 14,3%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: 36,4%

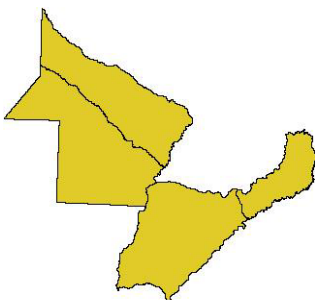
Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 4,7%

Variación de exportaciones: ..

Principal origen de las exportaciones manufactureras: industrial (MOI)

Principales destinos de las exportaciones: Resto de América Latina y Chile

## NEA



**Provincias:** Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 19,0%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: 44,4%

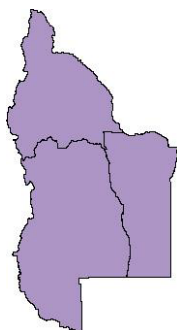
Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 21,6%

Variación de exportaciones: -7,6%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: agropecuario (MOA)

Principales destinos de las exportaciones: Unión Europea, Estados Unidos y Canadá

## Cuyo



**Provincias:** Mendoza, San Juan y San Luis.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 23,9%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: 27,7%

Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 20,9%

Variación de exportaciones: +8,2%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: agropecuario (MOA)

Principales destinos de las exportaciones: Unión Europea, Estados Unidos y Canadá

## Centro



**Provincias:** Buenos Aires (excepto partidos del Conurbano Bonaerense), Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 15,4%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: 43,9%

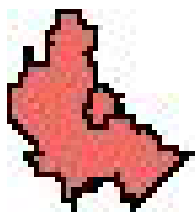
Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 4,2%

Variación de exportaciones: +17,6%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: industrial (MOI)

Principales destinos de las exportaciones: Resto de América Latina, Brasil y Chile

## AMBA



**Distritos:** Ciudad de Buenos Aires y partidos del Conurbano Bonaerense.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 21,0%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: 23,4%

Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 7,4%

Variación de exportaciones: +11,8%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: industrial (MOI)

Principales destinos de las exportaciones: Resto de América Latina y Chile

## Sur



**Provincias:** Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2005: 14,0%

Empresas que comenzaron a exportar tras la devaluación: ..

Apertura exportadora PyME (exportaciones / ventas totales): 7,2%

Variación de exportaciones: +12,8%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: agropecuario (MOA)

Principales destinos de las exportaciones: Brasil, Estados Unidos y Canadá.

## 1.- LA ENCUESTA ESTRUCTURAL

La Encuesta Estructural a PyME Industriales 2005 fue distribuida por encuestadores del Observatorio PyME y completada de forma autoadministrada durante los meses de agosto y octubre por 1.203 empresas pertenecientes a una muestra diseñada por el INDEC.

### *Universo de Estudio*

El universo de estudio de la Encuesta Estructural 2005 comprende las empresas de entre 10 y 200 ocupados cuya actividad económica principal corresponde a la industria manufacturera. Las distintas actividades fueron asignadas a su rama industrial según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), Revisión 3, que describe como industria manufacturera a las actividades 15 a 37.

### *Diseño Muestral*

Se realizó una Pos Estratificación por Región Geográfica, Rama de Actividad Económica (CIIU Revisión 3, agrupado a 2 dígitos) y Tramo de Ocupación. Los distintos estratos definidos para cada una de las variables de estratificación son los siguientes:

#### Región Geográfica:

- Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA): Ciudad Autónoma de Buenos Aires y partidos de GBA.
- Centro: los demás partidos de la Provincia de Buenos Aires, y las provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.
- Cuyo: las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis.
- Noreste (NEA): las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.
- Noroeste (NOA): las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.
- Sur: las provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

#### Rama de Actividad:

- CIIU 15: Manufactura de productos alimenticios y bebidas
- CIIU 16: Manufactura de productos de tabaco
- CIIU 17: Manufactura de productos textiles
- CIIU 18: Manufactura de prendas de vestir
- CIIU 19: Manufactura de productos de cuero; manufactura de equipajes; manufactura de calzado
- CIIU 20: Manufactura de madera y productos de madera
- CIIU 21: Manufactura de papel y productos de papel
- CIIU 22: Publicidad, imprenta y reproducción de medios
- CIIU 23: Manufactura de productos de petróleo refinado y fuentes nucleares
- CIIU 24: Manufactura de químico y productos químicos
- CIIU 25: Manufactura de caucho y productos de plástico
- CIIU 26: Manufactura de productos minerales no metálicos
- CIIU 27: Manufactura de metales básicos
- CIIU 28: Manufactura de productos metálicos (excluye maquinaria y equipo)
- CIIU 29: Manufactura de maquinaria y equipo
- CIIU 30: Manufactura de equipo de oficina, contabilidad y computación
- CIIU 31: Manufactura de maquinaria y aparatos eléctricos
- CIIU 32: Manufactura de equipos y aparatos de radio, televisión y comunicación
- CIIU 33: Manufactura de instrumentos médicos, ópticos y de precisión, y de relojes
- CIIU 34: Manufactura de vehículos de motor, *trailers* y *semitrailers* (incluye autopartes)
- CIIU 35: Manufactura de otros equipos de transporte
- CIIU 36: Manufactura de muebles. Otras actividades manufactureras no contempladas anteriormente.
- CIIU 37: Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos y no metálicos

Tramo de Ocupación:

- Tramo 1: de 10 a 14
- Tramo 2: de 15 a 24
- Tramo 3: de 25 a 34
- Tramo 4: de 35 a 49
- Tramo 5: de 50 a 74
- Tramo 6: de 75 a 99
- Tramo 7: de 100 a 200

**Descripción del Panel**

Las siguientes tablas ofrecen una descripción del tamaño de las empresas estudiadas (en cantidad de ocupados y monto de ventas anuales). Estos valores surgen de analizar los datos del panel sin utilizar las ponderaciones de la estratificación muestral.

Tabla 1: Total Ventas Año 2004

	Ventas (en miles de pesos)
El 50% presenta ventas menores a...	1.335
El 75% presenta ventas menores a...	3.804
Ventas promedio	3.768

Tabla 2: Ocupados Diciembre 2004

	Ocupados
El 50% de las empresas tiene menos de...	20
El 75% de las empresas tiene menos de...	37
Ocupados promedio	32