

01

Coyuntura Comercial

Una mirada al desempeño pymex

por Tomás Castagnino y Carlos Gaspar

1. Introducción y síntesis

Las cifras de comercio del año 2004 mostraron que, al sumar ventas por un valor cercano a los USD 34.500 millones, las exportaciones argentinas verificaron un récord histórico y se incrementaron un 17% respecto a las ventas realizadas durante el año 2003.

Aunque existe una cantidad de factores exógenos que contribuyen a explicar este buen desempeño (precios internacionales récord en los bienes agropecuarios y combustibles y la recuperación de las ventas industriales a Brasil por el alza de la demanda interna) un hecho que sin dudas ayuda a entender la suba de las ventas externas argentinas es la incorporación de un creciente número de firmas¹ al negocio de la exportación.

La cuestión tiene un significado nada trivial vinculado a, por lo menos, tres hechos:

- La mayor proporción del aumento corresponde a operaciones del segmento PYMEX².
- Este segmento denota una estructura de exportaciones distanciada sustancialmente de la estructura tradicional de exportaciones argentinas.
- Y, por último, este segmento también registra un patrón de destinos de sus exportaciones diferente al usualmente observado.

Si bien la oferta exportable de los agentes PYMEX es modesta en términos de valor, la importancia que tiene el segmento en materia de cantidad de firmas y diversificación de mercados y productos es importante. La ampliación de la base exportadora contribuye a la estabilidad de la trayectoria de exportaciones en el tiempo. La consolidación de su patrón de especialización, más extendido y de corte industrial, se constituye como un mecanismo de seguro contra los *shocks* exógenos a los que están expuestas las exportaciones argentinas tradicionales.

¹ Se considera como «firma exportadora» a aquellas que en el año realizaron exportaciones por un valor que supera los USD 2.500. Aquellas empresas que realizaron ventas por un valor menor a esta cifra fueron dejadas de lado porque se considera que, en general, este tipo de envíos reviste más un carácter de «muestra comercial» que de transacción o cierre de un negocio concreto.

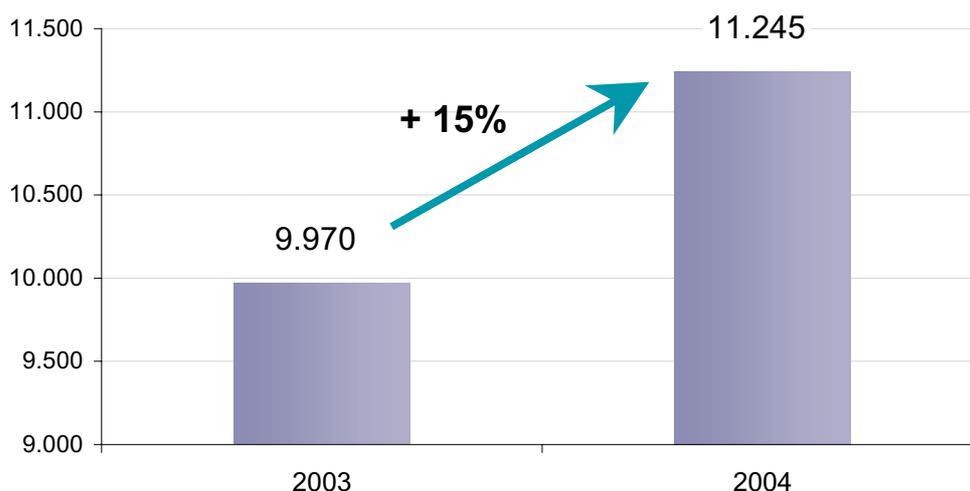
² Las PYMEX quedan definidas como la suma de las empresas Micro, Pequeñas y Medianas. Las Micro son aquellas firmas que registraron exportaciones anuales por más de USD 2.500 pero menos de USD 100 mil. A su vez, se cataloga de Pequeñas a aquellas que computaron ventas anuales al exterior de entre USD 100 mil y USD 1 millón. Asimismo, se considera Medianas a aquellas firmas cuyos envíos superaron en el año el millón de dólares, pero por debajo de los USD 5 millones. Por último, todas aquellas cuyas colocaciones externas superaron la cifra de USD 5 millones son consideradas Grandes.

2. Evolución de la base exportadora

Durante el 2004 se produjo un importante aumento de la base exportadora, esto es, de la cantidad de firmas que realizan ventas a los mercados externos en un año determinado. Si durante el 2003 unas 9.770 empresas registraron embarques hacia el exterior, durante el año pasado este número ascendió a más de 11.245 firmas. Así, en apenas un año, el universo total de empresas que realiza envíos hacia el exterior aumentó un 15%, lo que significó la inclusión de unas 1.475 más de lo que se registró durante el 2003 (Gráfico 1).

Gráfico 1

Evolución del número de firmas exportadoras argentinas



Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

La información incluida en el Cuadro 1 permite apreciar este fenómeno en forma más desagregada. Un hecho a destacar es que la amplia mayoría de las firmas que ingresaron en el 2004 a la base exportadora corresponden al segmento PYMEX con un incremento de 16% interanual (unas 1.446 empresas más).

A pesar de su modesta importancia relativa, el segmento que se mostró más dinámico en términos de la incorporación de nuevos participantes al comercio externo fue el segundo estrato de la escala: al sumar unas 568 firmas, las empresas Pequeñas se convirtieron en el conjunto más dinámico (+24% interanual) en términos de la incorporación de nuevos actores. En un escalón más abajo se ubicó el crecimiento de la cantidad de empresas de tamaño Micro y Mediano al incrementar su cantidad de participantes un 13% en ambos casos.

Cuadro 1

Evolución del número de firmas exportadoras argentinas

| Tamaño | Segmento (en USD) | Cantidad de firmas | | Variación | |
|--------------|-----------------------------|--------------------|---------------|--------------|------------|
| | | 2003 | 2004 | Absoluta | Porcentual |
| Micro | 2,5 mil a 100 mil | 6.129 | 6.903 | 774 | 13% |
| Pequeñas | 100 mil a 1 millón | 2.414 | 2.982 | 568 | 24% |
| Medianas | 1 millón a 5 millones | 786 | 890 | 104 | 13% |
| PYMEX | Inferiores a los 5 millones | 9.329 | 10.775 | 1.446 | 16% |
| Grandes | más de 5 millones | 441 | 470 | 29 | 7% |
| Total | | 9.770 | 11.245 | 1.475 | 15% |

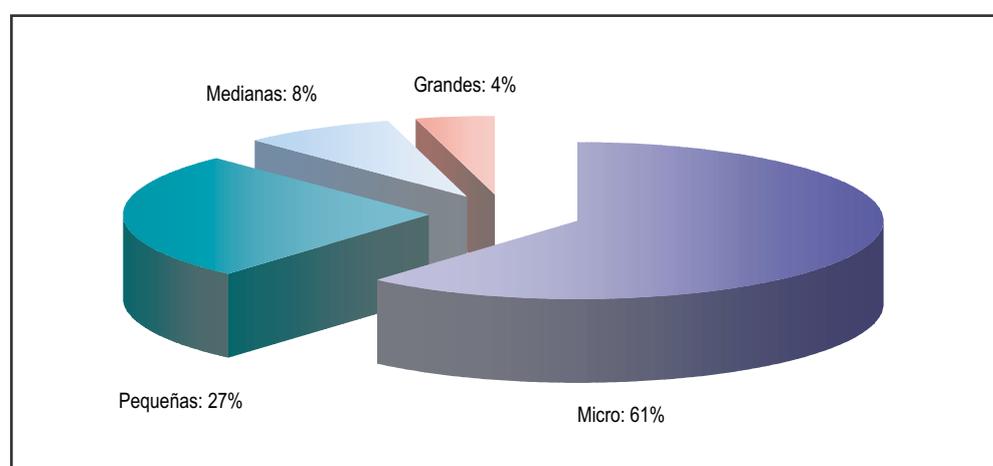
Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

Las firmas que exportaron durante el 2004 más de USD 5 millones no verificaron el mismo comportamiento. Por ser ésta una escala de negocios reservada a las empresas de gran tamaño, es lógico que la aparición de nuevos actores sea menor, por tratarse, en su mayoría, de empresas de tamaño Medio que incrementaron el valor de sus colocaciones externas (ya sea por el incremento de los embarques reales o por el alza de los precios internacionales), superando el umbral de categorización y ubicándose, así, en la posición más alta de la escala.

Esta fuerte expansión en la cantidad de firmas que realizan exportaciones no produjo modificaciones estructurales de importancia en la participación relativa de los grupos de la base exportadora: aproximadamente el 90% de las operaciones de ventas externas correspondió a negocios de tamaño Micro o Pequeño y el restante 10% se repartió entre la ventas de tamaño Medio y Grande (Gráfico 2).

Gráfico 2

**Tamaño de las firmas exportadoras argentinas
importancia relativa 2004**



Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

Además, como muestra el Cuadro 2, el segmento PYMEX es el que mostró el mayor dinamismo comercial con un incremento de sus ventas externas de 17% versus el crecimiento de 7% que registraron las Grandes, lo que hace pensar en una estrecha vinculación entre firmas entrantes y crecimiento del valor exportado en cada estrato de la escala.

Cuadro 2

**Evolución de las exportaciones argentinas
en millones de dólares**

| Tamaño | Segmento (en USD) | Variación |
|----------|---------------------------------|-----------|
| Micro | 2,5 mil a 100 mil | 16% |
| Pequeñas | 100 mil a 1 millón | 24% |
| Medianas | 1 millón a 5 millones | 13% |
| PYMEX | Inferiores a los USD 5 millones | 17% |
| Grandes | más de USD 5 millones | 7% |
| Total | | 8% |

Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

3. El patrón de exportaciones PYMEX

La estructura de las exportaciones PYMEX es predominantemente industrial siendo este rubro, además, el que se mostró más dinámico. Así, en el 2004 las colocaciones de manufacturas de origen industrial de este segmento sumaron USD 1.733 millones, lo cual representa un aumento de 23% interanual. De igual forma, las manufacturas de origen agropecuario registraron ventas al exterior por USD 746 millones, con un crecimiento interanual de 11%. De esta manera, las manufacturas explicaron el 80% de las colocaciones en el mercado internacional del segmento PYMEX, de las cuales 56% corresponden a manufacturas de origen industrial y 24% corresponde a manufacturas de origen agropecuario.

En materia de exportaciones PYMEX industriales la principal actividad de exportación es la elaboración de Alimentos y bebidas, con ventas por USD 628 millones en 2004, seguida por la Fabricación de productos y sustancias químicas, que registraron exportaciones por 280 USD millones en el mismo período. Sin embargo, estas actividades no fueron las más dinámicas durante el 2004.

En contraste, vale la pena resaltar el notorio crecimiento que mostraron las ventas externas de Maquinaria de oficina, contabilidad e informática, que sumaron USD 85 millones y, así, más que multiplicaron por cuatro sus exportaciones respecto de 2003, convirtiéndose, de esta forma, en uno de los productos más importantes en el segmento Mediano exportador. Asimismo, merece resaltarse la importante dinámica que registró la exportación de Caucho y plástico que, con exportaciones por USD 192 millones y una variación interanual de 113%, se posiciona como uno de los principales productos de exportación, cualquiera sea el segmento del universo PYMEX que se considere. Es destacable, también, el desempeño exportador en actividades de Fabricación de prendas de vestir, terminación y teñido de pieles, que con una variación respecto de 2003 del orden de 105% se constituye como uno de los principales productos exportados de las firmas de menor tamaño.

También verificaron un importante dinamismo interanual las ventas de otras industrias como la de Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones (+78%), Fabricación de coque y refinación de petróleo (+60%), Fabricación de muebles (57%), Edición e impresión (+52%), Fabricación de metales comunes (+48%), Fabricación de equipos de transporte (+30%) y Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión (+24%).

Asimismo, si bien las exportaciones de manufacturas PYMEX mostraron un crecimiento destacable, éstas perdieron participación en las exportaciones totales de los rubros manufactureros (MOA+MOI). En este sentido, las Grandes con mayor volumen y mayor dinamismo, ganaron peso en las exportaciones de manufacturas.

Sin embargo, el valor exportado de las Grandes empresas exportadoras se encuentra más concentrado que el de las PYMEX. Si bien ambos estratos han venido diversificando sus exportaciones en términos de producto, en lo que respecta a estructura productiva industrial el índice Hirschman-Herfindahl³ (HHI) arroja niveles de concentración más elevados para las Grandes empresas (1.066 puntos para PYMEX y 2.280 puntos para las Grandes). La conclusión se sostiene aún si se las compara con cualquiera de los segmentos PYMEX.

En este sentido, como puede observarse en el Gráfico 3, en clara relación con el patrón de especialización argentino, las exportaciones industriales de las Grandes empresas se concentran en un puñado de actividades vinculadas a las ventajas comparativas naturales y a una serie de actividades industriales tradicionales en la estructura productiva argentina. Dentro de este estrato se destacan las grandes empresas Petroleras y petroquímicas, Industrias químicas, de alimentos (como las cerealeras y aceiteras), y en menor medida, las Automotrices y las fabricantes de Metales comunes y sus manufacturas. Éstas, en conjunto, explican el 83% de las exportaciones de las firmas de mayor caudal exportador.

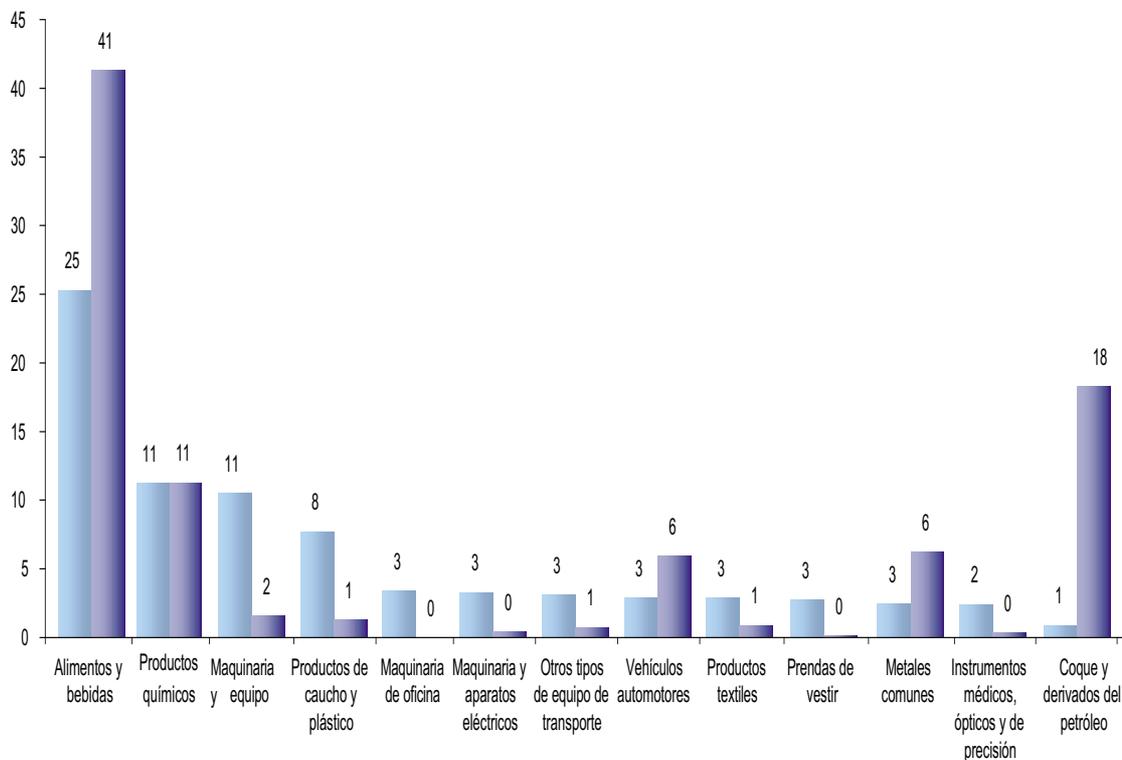
Por el contrario, la canasta de productos industriales exportados por las PYMEX tiene una composición sustancialmente distinta a la que se observa en la mayor parte de las exportaciones argentinas. Las ventajas comparativas estáticas, vinculadas a los recursos naturales, pierden fuerza como factor explicativo del perfil exportador PYMEX. Actividades más tradicionales, en términos de lo usual para la estructura de exportaciones argentina, como Alimentos y bebidas y Productos químicos dan lugar a

³ Ver anexo metodológico.

actividades menos frecuentes como, Maquinaria y equipo, Productos de plástico y caucho, Maquinaria de oficina (de contabilidad e informática) y Maquinaria y aparatos eléctricos, entre otros.

Gráfico 3

Participación en las exportaciones: PYMEX vs. Grandes exportadoras año 2004, en porcentaje

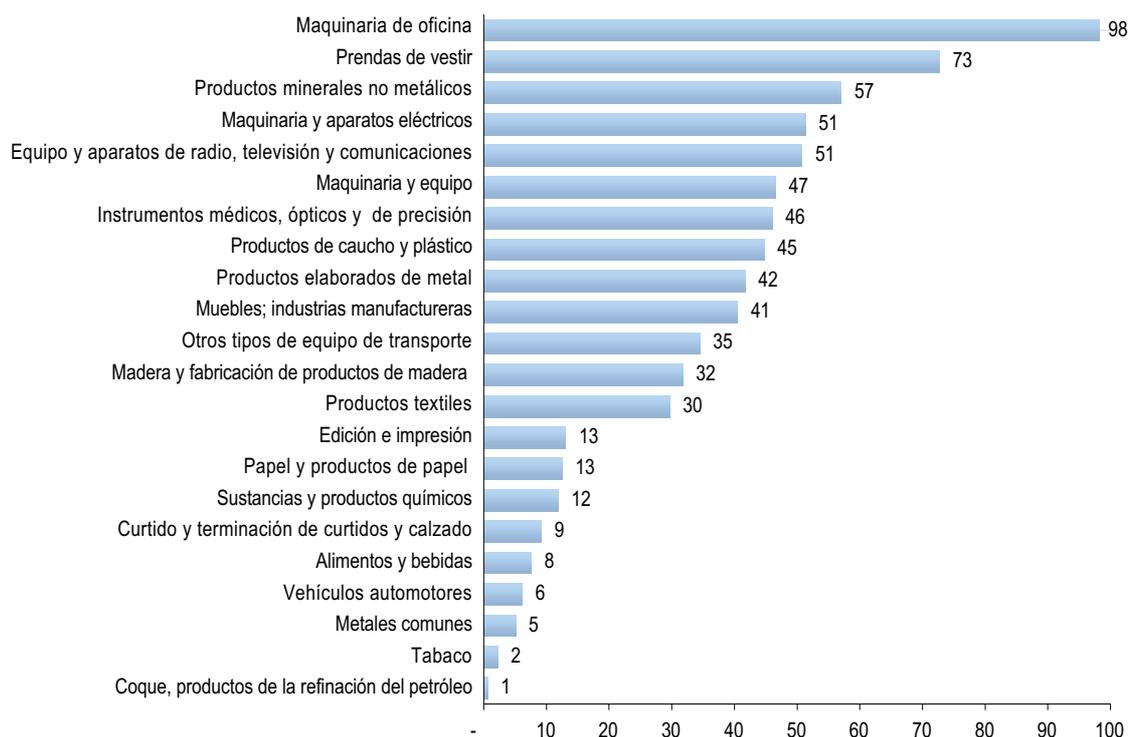


Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

■ PYMEX ■ Grandes

Gráfico 4

Importancia de las exportaciones PYMEX en el valor de las exportaciones industriales año 2004, en porcentaje del total sectorial



Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

Como se desprende del Gráfico 4, para algo más de la mitad de las ramas industriales, las exportaciones PYMEX explican al menos un tercio de las colocaciones externas del sector. Aún más, las actividades en las cuales las exportaciones PYMEX tienen mayor peso, son aquellas en que se sostiene su patrón de especialización. Este dato es importante ya que robustece el hecho, ya positivo, que las ventas de este segmento muestren un patrón cualitativamente distinto al de las exportaciones argentinas en general, y al de las Grandes empresas en particular.

Así, podría argumentarse que si se encuentra a las exportaciones PYMEX como más diversificadas, no lo es tanto por la dotación factorial, determinante de las ventajas comparativas estáticas, sino como consecuencia de un lento proceso de aprendizaje, que se inicia a partir del momento que se emprende la explotación de un nicho de exportación y que posibilita el desarrollo de ventajas comparativas dinámicas.

4. Exportaciones PYMEX por destino

En el 2004 los envíos al mercado sudamericano sumaron USD 1.590 millones. En este sentido, MERCOSUR con una participación de 31%, Chile con 12% y la CAN con 8%, explican poco más de la mitad de las ventas totales. Asimismo, es notable el dinamismo que verificó la CAN como destino: en el 2004 las ventas a ese mercado registraron una variación interanual de 50%.

Cuadro 3
Exportaciones por destino
participación 2004, en porcentaje

| | Micro | Pequeñas | Medianas | PYMEX | Grandes |
|-----------|-------|----------|----------|-------|---------|
| MERCOSUR | 33 | 32 | 30 | 31 | 19 |
| UE | 17 | 17 | 18 | 18 | 15 |
| NAFTA | 14 | 15 | 16 | 16 | 17 |
| CHILE | 17 | 14 | 11 | 12 | 13 |
| Otros | 7 | 9 | 11 | 10 | 17 |
| CAN | 10 | 10 | 7 | 8 | 4 |
| R.CHINA | 1 | 2 | 3 | 3 | 8 |
| M.ORIENTE | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| ASEAN | 0 | 0 | 1 | 1 | 4 |
| TOTAL | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: CEI en base a Dirección General de Aduanas.

Fuera de Sudamérica, la Unión Europea, con una participación de 18%, si bien perdió terreno como destino con respecto a 2003, se constituyó como el principal demandante de productos PYMEX argentinos. En segundo lugar se situó el NAFTA, que registró una participación en las compras de 16%.

Entre los destinos con un menor peso específico, el mercado asiático se mostró especialmente dinámico. Las ventas a la República China registraron alzas de 72% anual. De la misma manera, las exportaciones a la ASEAN subieron un 70% anual. Así, las mayores ventas a estos mercados las explican las colocaciones PYMEX que, si bien desde puntos de partida pequeños, lograron aumentar sus colocaciones en 881% y 185%, en la República China y la ASEAN, respectivamente.

El perfil exportador de las PYMEX, esto es, orientado a la exportación de manufacturas, en especial de origen industrial, hace relativamente más fácil el acceso a mercados menos competitivos, como lo es el sudamericano, que a mercados más eficientes en la producción de bienes industriales como son la Unión Europea y el NAFTA. En este sentido, es posible observar en el cuadro 3 que, en general, a medida

que aumenta el valor de exportaciones por empresa al interior del segmento PYMEX, aparecen con mayor peso destinos más competitivos.

De esta manera, el sesgo sudamericano que verifican las exportaciones PYMEX va cediendo con la escala de exportación. Así, la práctica y el aprendizaje exportador, con las consecuentes mayores exportaciones, va diluyendo las barreras que impone la distancia geográfica, los costos de información y las diferencias culturales, volviendo más competitivas a las firmas. De esta manera, Sudamérica, que es indudablemente el destino favorito para las empresas Micro y Pequeñas que recién se inician en el comercio exterior, no lo es tanto para aquellas firmas con mayor caudal y, sobre todo, con mayor experiencia exportadora.

Sin embargo, observando las participaciones de los destinos del segmento PYMEX vis à vis las participaciones de los destinos del segmento de las Grandes empresas la conclusión no es tan directa. Si bien sigue siendo cierto que los envíos a los mercados sudamericanos pierden importancia, las exportaciones al NAFTA y a la UE tienen una participación parecida en las exportaciones de ambos grupos. Estos datos encuentran un sentido distinto cuando se toman en cuenta las disímiles composiciones, en cuanto a productos, de las exportaciones PYMEX y Grandes. La mayor predominancia de las exportaciones de productos Primarios y Combustibles en la composición de las exportaciones de las empresas Grandes, introduce «ruido» a los efectos de continuar con el argumento anterior. Así, es esperable que, por ejemplo, la mayor participación de la República China y la ASEAN como destinos en las colocaciones de las Grandes firmas responda más a las colocaciones de un producto primario como es la soja, que a una mayor venta de productos industriales. Lo mismo ocurre con las participaciones como destinos de la UE y el Nafta: por más que posean un peso específico similar al interior de cada grupo, las exportaciones, en términos de productos, a cada destino son cualitativamente distintas.

5. Consideraciones finales

Si bien la oferta exportable de los agentes PYMEX es modesta en términos de valor, la importancia que tiene el segmento en materia de cantidad de firmas y diversificación de mercados y productos es, como mínimo, importante.

El incremento de la cantidad de unidades productivas que realizan exportaciones en general, y el aumento correspondiente al segmento PYMEX en particular, es un dato no trivial. La ampliación de la base exportadora contribuye a la estabilidad de la trayectoria de exportaciones en el tiempo. Esto se debe a la conveniencia de que la totalidad de las exportaciones se distribuya en la mayor cantidad de empresas posible, disminuyendo, de esta manera, los riesgos y posibles daños asociados a la dependencia de un número reducido de mercados y productos de exportación, al eventual cese de actividades de algunas pocas empresas (que en ese caso estarían explicando la mayor parte del comercio) o a la característica de «exportadoras esporádicas» que registran algunas firmas.

La consolidación de su patrón de especialización, más extendido y de corte industrial, se constituye como un mecanismo de seguro contra los *shocks* exógenos a los que están expuestas las exportaciones argentinas tradicionales. En este sentido, la mayor participación de productos industriales en las exportaciones, cuyos precios registran una menor volatilidad, se erigen como un mecanismo de resguardo contra la mayor y más frecuente variación de los precios de los productos primarios. Sin embargo, para desarrollar ese mecanismo de estabilización en forma eficiente, esta estructura exportadora debe trascender el universo PYMEX a partir de incrementos en los caudales exportados. Asimismo, en la consecución de tal objetivo, las firmas PYMEX deben, también, aspirar a una continuidad en el mercado internacional dejando de lado los comportamientos de «exportadores esporádicos» anteriormente mencionados.

No obstante, la incorporación de firmas que se consoliden y crezcan en el perfil de exportación es un camino largo que requiere de señales e incentivos claros. Un tipo de cambio real alto y estable, la estabilidad macroeconómica y el desenlace de las negociaciones comerciales en los distintos frentes (frecuentemente las listas ofensivas incluyen grupos de productos sensibles para las PYMEX) son algunos

de los requisitos, necesarios más no suficientes, para el éxito. En este sentido, no menos gravitante es la vocación empresarial exportadora. Experiencia y aprendizaje, y así el surgimiento de ventajas comparativas dinámicas, se constituyen como elementos indispensables de una estrategia exportadora exitosa y sostenible en el tiempo.

6. Anexo Metodológico

El índice de Hirschman-Herfindahl (HHI) es utilizado en este trabajo para medir el nivel de concentración en términos de productos industriales exportados, a nivel de 2 dígitos de la CIIU rev. 3, de los distintos niveles de firma según valor de sus ventas al exterior.

El indicador HHI se define como:

$$HHI_j = \sum_i [(X_{ij} / XT_j) \times 100]^2$$

donde:

i denota la rama actividad,

j el segmento de firma, según sea Micro, Pequeña, Mediana (bien puede ser el agregado PYMEX) o Grande,

X las exportaciones de una actividad en particular y

XT las exportaciones totales según un segmento de firma.

Así, el indicador oscila entre 0 y 10.000, siendo el primero el nivel de menor concentración y el último el de mayor. Será 10.000 si una sola actividad explica la totalidad de las exportaciones que registra el segmento firma y será 0 en el caso extremo, inexistente, en el cual existan infinitas actividades que registren la misma participación en las exportaciones totales del segmento. En el caso analizado, como la cantidad de ramas industriales de la CIIU rev. 3 a dos dígitos son 22, entonces el indicador tiene un piso de 454,5 puntos.