



septiembre de 2007

El siguiente informe ha sido realizado a partir de los datos recabados en la Encuesta Estructural a PyME industriales.

ÍNDICE:

Primera sección

El patrón de internacionalización de las PyME industriales

Segunda sección

Desempeño exportador de las PyME industriales en 2006

Tercera sección

Caracterización de las PyME industriales exportadoras

Cuarta sección

Competencia de los productos importados en el mercado local

Quinta sección

Políticas públicas para el incremento sostenido de las exportaciones

Sexta sección

Anexo: Principales resultados por región geográfica

Información de contacto:

*Comunicación y prensa:
Ivonne Solares*

4018 - 6510
info@observatoriopyme.org.ar

Síntesis Ejecutiva

- ✓ *El 20% de las PyME industriales exporta más del 5% de sus ventas.*
- ✓ *Entre las empresas exportadoras, la proporción de ventas dirigidas al exterior fue del 19%. El conjunto del segmento PyME industrial exportó en promedio un 10,5% de sus ventas totales en 2006*
- ✓ *Los productos de “Alimentos y bebidas” y “Textiles, prendas de vestir, cuero y calzado” explican la mitad de las ventas externas de las PyME.*
- ✓ *Las cantidades exportadas de las PyME crecieron un 12% en 2006.*
- ✓ *El crecimiento de las exportaciones estuvo impulsado principalmente por el sector “Productos de caucho y plástico”.*
- ✓ *En 2006 el 79% de las empresas exportadoras realizó inversiones y entre las no exportadoras lo hizo solo un 48%.*
- ✓ *El 70% de las PyME exportadoras posee maquinaria moderna y de punta. Entre las no exportadoras este porcentaje cae al 57%.*
- ✓ *Entre las PyME exportadoras el porcentaje de empresas que cuenta con certificaciones ISO es más elevado (24%) en comparación a aquellas que no destinan parte de sus ventas al exterior (11%).*
- ✓ *Existe una relación positiva entre productividad, nivel de ventas y condición de exportación de las empresas.*
- ✓ *Un 35% de las PyME industriales percibe severas amenazas a sus ventas en el mercado doméstico por parte de las importaciones.*
- ✓ *En el sector “Prendas de vestir” el 71% de las PyME se siente severamente amenazada, siendo esta proporción de un 60% para el sector “Textil”.*
- ✓ *La totalidad de los sectores de actividad coinciden en el origen de la amenaza: los productos provenientes de China y Brasil son los que ejercen la mayor competencia en el mercado local.*
- ✓ *El principal motivo por el cual el 80% de las PyME industriales no logra entrar al mercado exportador, es la “Insuficiente capacidad productiva / comercial para vender en el exterior”, seguido por la “Ausencia de demanda para los propios productos”.*
- ✓ *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, sino mejoras en las políticas comerciales e imagen país, junto al incremento de la prefinanciación de exportaciones.*

El patrón de internacionalización de las PyME industriales

Síntesis

- ✓ El 20% de las PyME industriales exporta más del 5% de sus ventas
- ✓ Las PyME exportaron en promedio un 10,5% de sus ventas totales en 2006
- ✓ Los productos de “Alimentos y bebidas” y “Textiles, prendas de vestir, y productos de cuero y calzado” explican la mitad de las ventas externas de las PyME
- ✓ Sin embargo, los sectores que vuelcan una mayor proporción de sus ventas en mercados externos son “Minerales no metálicos”, “Aparatos y equipos eléctricos” y “Caucho y plástico”

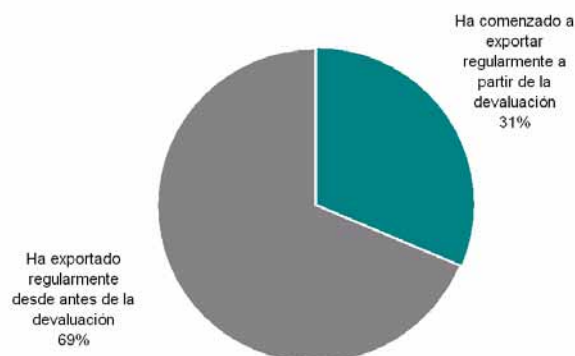
Casi la tercera parte de las PyME industriales que actualmente exportan ha comenzado a hacerlo de forma regular a partir de la devaluación. Adicionalmente, dado que sólo el 7% de los actuales exportadores nacieron luego de 2001 (Gráfico 2), se puede concluir que el principal motivo de la ampliación de la base exportadora argentina se debe a la mayor rentabilidad que actualmente se observa en la actividad exportadora con respecto a la década pasada. Efectivamente, antes de la devaluación había un desincentivo de precio para abordar el negocio exportador al tiempo que los esfuerzos empresarios se concentraban en la defensa de los mercados internos contra las importaciones.

Actualmente un 20% de las PyME industriales coloca más del 5% de sus ventas en el exterior, proporción que se mantiene en niveles similares desde 2004 (Ver Gráfico 3)¹.

El aumento en el número de PyME industriales exportadoras constituye, sin duda, una noticia alentadora aunque la base exportadora continúe siendo similar a la registrada a mediados de los noventa y muy baja en comparación con otros países del mundo como Italia (Ver Gráfico 4).

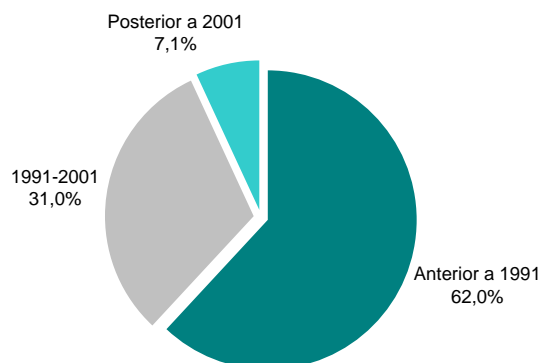
En efecto, al comparar el nivel de base exportadora de las PyME argentinas con las italianas se advierte que mientras que en el primer caso el 28% de las PyME industriales

Gráfico 1 PyME industriales exportadoras, según el momento en que empezaron a exportar regularmente.



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

Gráfico 2 Año de inicio de la razón social de las PyME industriales exportadoras



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

¹ Se define como empresa exportadora a aquella que vende al exterior al menos el 5% de sus ventas anuales a efectos de analizar las PyME que exportan con cierto grado de regularidad y dejar de lado a las exportadoras esporádicas o intermitentes.

exportan parte de su producción, en Italia muchas más empresas participan del negocio exportador en términos relativos: el 68% de las PyME industriales italianas coloca parte de sus ventas en mercados externos² (Ver Gráfico 4).

A su vez, no es de extrañar que dentro del segmento PyME las empresas medianas (aquellas que emplean entre 51 y 200 trabajadores) cuenten con una mayor participación en la actividad exportadora: el 71% de las PyME industriales exportadoras son empresas medianas.

Al analizar la base exportadora por sector industrial surge que las ramas de actividad en las cuales se percibe una mayor proporción de empresas volcadas al negocio exportador no responden a las ventajas comparativas tradicionales del país. Los sectores en los que una proporción mayor de empresas colocan al menos el 5% de sus ventas en mercados externos son “Sustancias y productos químicos” (37,7%), “Maquinaria y equipo” (31,0%) y “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión” (24,5%). A su vez, en el primero de estos sectores se observa el mayor incremento interanual de la base exportadora (31% en 2005).

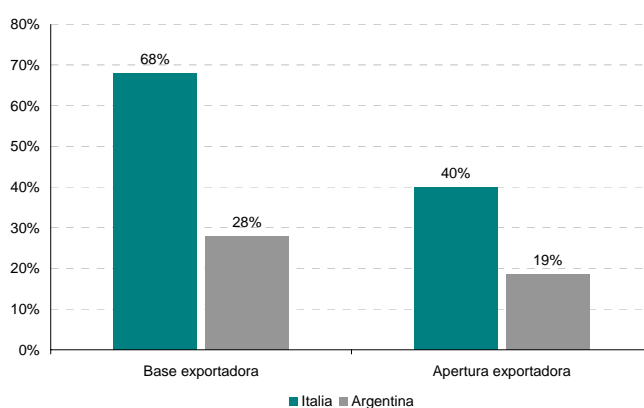
Sin embargo, cuando se analiza la participación sectorial en el monto total exportado se observa que las ramas “Alimentos y bebidas” y “Textiles, prendas de vestir, y productos de cuero y calzado” explican la mitad de las ventas de las PyME al exterior (Ver Gráfico 6). De esta manera, si bien a partir de la información expuesta anteriormente se observa que los sectores que más incrementaron sus exportaciones y que, en términos relativos, albergan una mayor proporción de empresas exportadoras son actividades con un mayor grado de complejidad tecnológica (sustancias y productos químicos, maquinaria y equipo, y aparatos eléctricos), la mayor parte de las exportaciones se explica por sectores intensivos en mano de obra.

Gráfico 3 Proporción de PyME industriales que exportan más del 5% de sus ventas



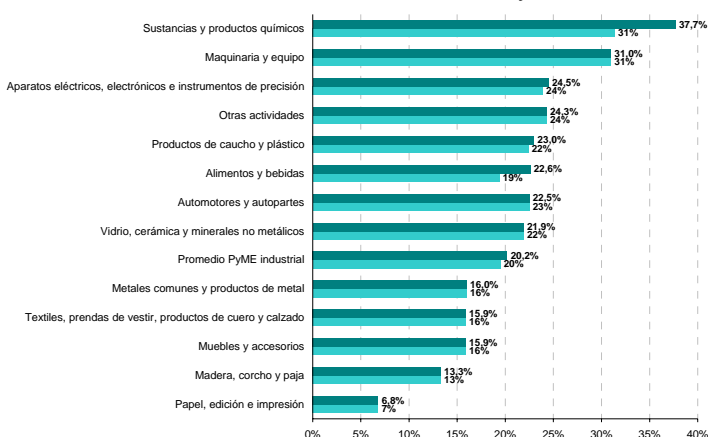
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

Gráfico 4 Proporción de PyME industriales que exportan parte de su producción (Italia – Argentina)



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME Osservatorio delle Piccole e Medie Imprese. Capitalia.

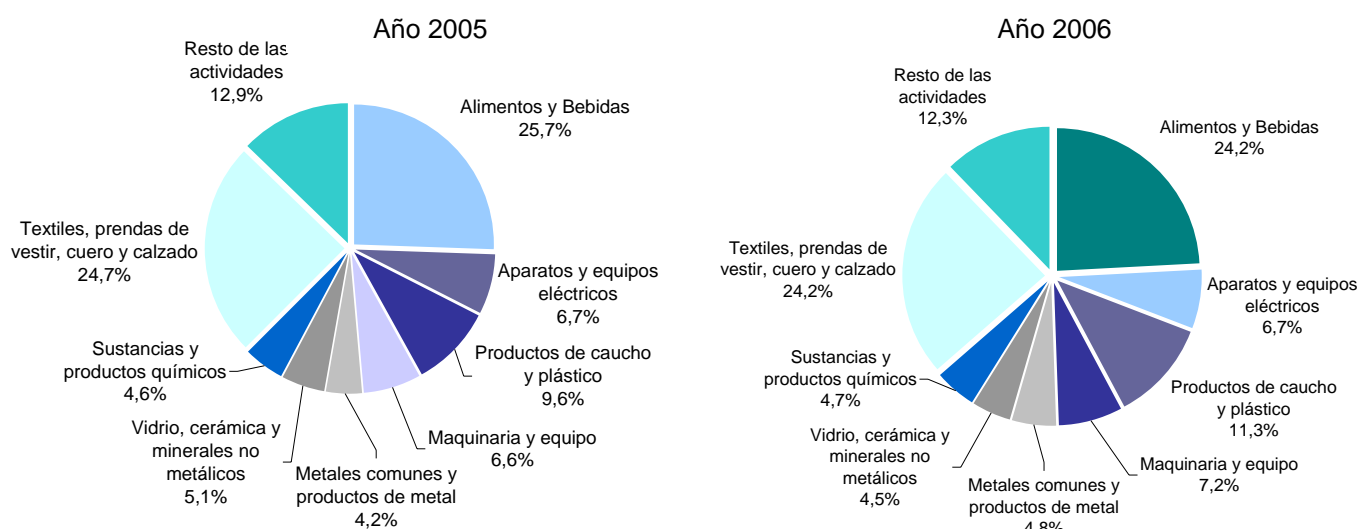
Gráfico 5 Proporción de PyME exportadoras, por sector industrial. Años 2005 y 2006



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

² A efectos de una rigurosa comparación, en el Gráfico 4 se considera como base exportadora el conjunto de empresas que exportan más del 0% de sus ventas y la apertura exportadora corresponde a las PyME industriales exportadoras.

Gráfico 6 Composición sectorial de las exportaciones de las PyME industriales



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

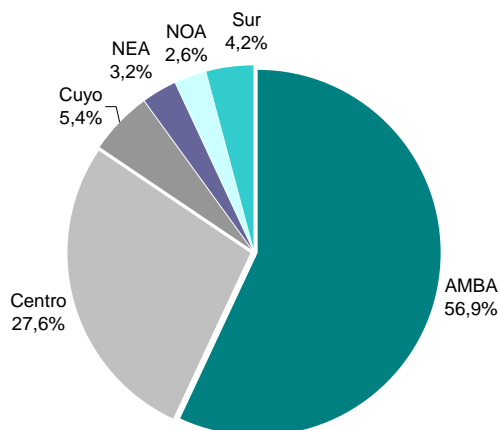
De todas formas, el mayor dinamismo exportador observado en los sectores más complejos tecnológicamente dio como resultado un ligero incremento de la participación en las exportaciones totales de sectores como “Productos de caucho y plástico” y “Maquinaria y equipo” (Gráfico 7).

Por otro lado, el origen de las exportaciones de manufacturas de las PyME se encuentra fuertemente concentrado en las regiones AMBA y Centro del país³. En 2005, la región AMBA explicó el 57% del total exportado y este porcentaje fue del 28% para la región Centro.

Más volúmenes exportados

Si bien durante 2006 no se sumó una cantidad significativa de empresas al negocio exportador, los volúmenes totales exportados como proporción de las ventas alcanzaron el nivel de 1997. Un 10,5% de las ventas totales

Gráfico 7 Origen de las exportaciones de las PyME industriales, por macro región. Año 2005



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

³ Regiones: a) NOA: Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán; b) NEA: Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones; c) Cuyo: Mendoza, San Juan y San Luis; d) Centro: Buenos Aires (excepto partidos del Conurbano Bonaerense), Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe; e) AMBA: Ciudad de Buenos Aires y partidos del Conurbano Bonaerense y; f) Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

tuvieron como destino mercados externos y la mayoría de los sectores industriales fueron protagonistas de este mayor acceso. Sin embargo, el grado de apertura de las PyME industriales en su conjunto aún sigue siendo bajo y se necesitan mayores esfuerzos para lograr una inserción externa más profunda.

Asimismo, se observa que **los sectores con un mayor nivel de apertura** no son aquéllos que cuentan con más empresas volcadas a la exportación. Este es el caso de “Sustancias y productos químicos” donde, si bien se observa la mayor proporción de empresas exportadoras (38%), las ventas externas representan apenas un 6% de las ventas totales del sector.

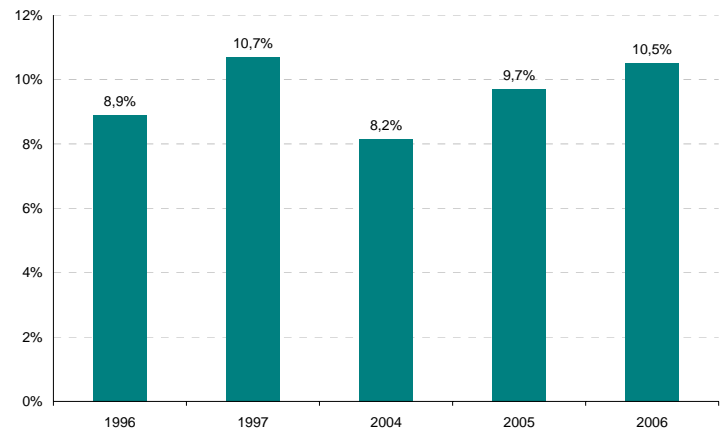
El sector “Vidrio, cerámica y minerales no metálicos” cuenta con la mayor apertura exportadora y si bien se observa una pequeña disminución de las exportaciones como proporción de las ventas totales continúa siendo el sector más abierto. No obstante, durante 2006 las mayores ventas del sector se volcaron principalmente al mercado local explicado principalmente por la alta demanda de materiales de construcción que continuó expandiéndose a lo largo del año.

Por su parte, “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión”, “Productos de caucho y plástico” y “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado” también muestran altos niveles de apertura en comparación al resto de los sectores.

Particularmente, el sector “Productos de caucho y plástico” fue el más dinámico con un incremento del 11 al 14% en su grado de apertura entre 2005 y 2006.

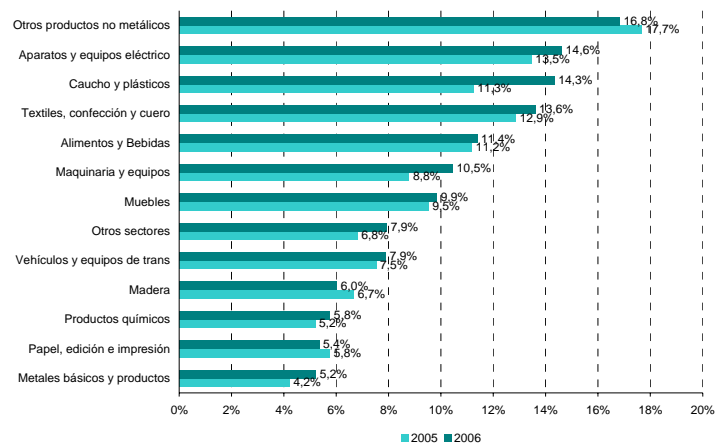
Las **regiones más abiertas** a la exportación son el NEA y Cuyo, dos zonas geográficas que se caracterizan por contar con especializaciones productivas muy definidas y orientadas a la exportación. En el primer caso, se trata de la industria de “Madera, corcho y paja” y “Muebles y accesorios. Por su parte, en Cuyo el sector “Alimentos y bebidas” reviste características particulares que lo definen como un rubro tradicionalmente exportador. Sin embargo, como se observó anteriormente estas regiones presentan una participación mínima en los montos totales vendidos al exterior.

Gráfico 8 Participación de las exportaciones en las ventas totales (1996-2006)



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

Gráfico 9 Participación de las exportaciones en el total de las ventas, por sector de actividad



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

Sudamérica: el destino más importante de las exportaciones industriales PyME

Durante 2006 el 64% de las ventas al exterior se dirigieron a países de América Latina y el Caribe. Entre ellos, Brasil absorbió el 31% de las exportaciones industriales y Chile un 15%. Por otra parte una importante proporción de las exportaciones se dirige a los Estados Unidos y Canadá (15%), proveniente principalmente de los sectores productores de madera y muebles y de productos minerales no metálicos.

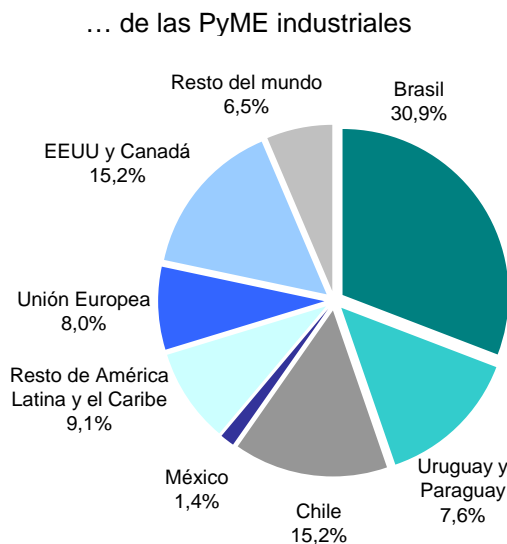
Como se observa en el Gráfico 10, en la industria en su conjunto los destinos de las exportaciones se encuentran más diversificados. Brasil, Chile, Uruguay y Paraguay concentran una menor proporción de las exportaciones en relación a las PyME industriales, si bien continúan siendo países de peso en la demanda de bienes industriales nacionales: en 2006 Brasil fue receptor de un 18% de las exportaciones, Chile de un 7% y Uruguay y Paraguay de un 5%. Por su parte, los Estados Unidos y Canadá absorbieron un 9% de las exportaciones.

En el caso de la Unión Europea se destaca una mayor concentración de las exportaciones industriales totales: las pequeñas y medianas empresas dirigen un 8% de sus ventas externas a países de la Unión Europea mientras que este destino es más importante para la industria en su conjunto ya que en 2005 dicha región representó el 19% de las exportaciones.

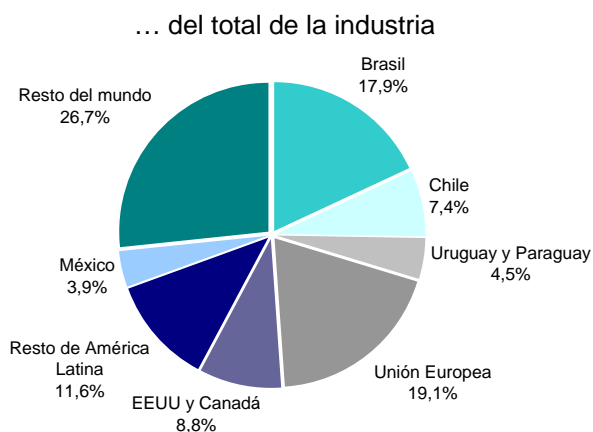
Para entender estas diferencias en los destinos de las exportaciones es importante diferenciar entre las manufacturas de origen agropecuario (MOA) y las manufacturas de origen industrial (MOI). Las exportaciones de las PyME industriales están constituidas principalmente por MOI (el 76% de las exportaciones de 2004) mientras que en la industria en su conjunto las MOI representan poco menos del 50% de las exportaciones.

En este sentido, a partir de la lectura del cuadro siguiente, es posible advertir que una proporción importante de las MOA exportadas por el conjunto de la industria tiene como destino los mercados de la Unión Europea. De esta manera, dado el peso de las MOA en la industria, se explica la importancia de la Unión Europea como destino de las exportaciones del total de la industria nacional. Entre las PyME industriales, las exportaciones de MOA se dirigen principalmente a Brasil (24,3%) y la Unión Europea, los Estados Unidos y Canadá también constituyen destinos importantes.

Gráfico 10 Principales destinos de las exportaciones... Año 2006



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME



Fuente: INDEC

Cuadro 1 Principales destinos de las exportaciones según origen de las manufacturas. PyME industriales vs. Total industria

	MOA		MOI	
	PyME industriales	Total industria	PyME industriales	Total industria
Brasil	24,3%	5,3%	15,1%	30,9%
Uruguay y Paraguay	3,1%	1,8%	11,4%	7,3%
Chile	6,2%	4,7%	19,4%	10,2%
México	2,2%	1,5%	1,9%	6,4%
Resto de América Latina y el Caribe	7,5%	7,0%	18,5%	16,4%
Unión Europea	24,3%	30,8%	12,5%	7,1%
EEUU y Canadá	20,5%	6,8%	12,1%	10,9%
Resto del mundo	11,8%	42,1%	9,1%	10,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Por último, en el Cuadro 2 se exponen los valores del índice de concentración Hirschman-Herfindahl⁴ (IHH) para 2005. El mismo se utiliza en este caso para medir el grado de concentración de las ventas externas por sector de actividad, según destinos de exportación.

De esta manera, el Cuadro 2 muestra que en Brasil y la Unión Europea las ventas externas se encuentran más concentradas que en el resto de los destinos. Esto significa que las exportaciones a estos destinos están explicadas por pocos sectores de actividad. En el caso de Brasil se trata de los productos de las ramas textiles, confecciones, cuero y calzado mientras que a la Unión Europea las PyME industriales exportaron básicamente alimentos y bebidas durante 2005.

Cuadro 2 Índice de concentración sectorial de las exportaciones de las PyME industriales, por destino. Año 2005

	IHH
Brasil	3615
Uruguay y Paraguay	1628
Chile	1629
México	2014
Resto AL y Caribe	1330
Unión Europea	3611
EEUU y Canadá	2124

Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006.
Fundación Observatorio PyME

⁴ El índice se obtiene como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones porcentuales de cada sector de actividad en el total exportado a cada uno de los destinos y puede variar entre 0 y 10.000. Cuanto mayor es su valor, mayor es el nivel de concentración.

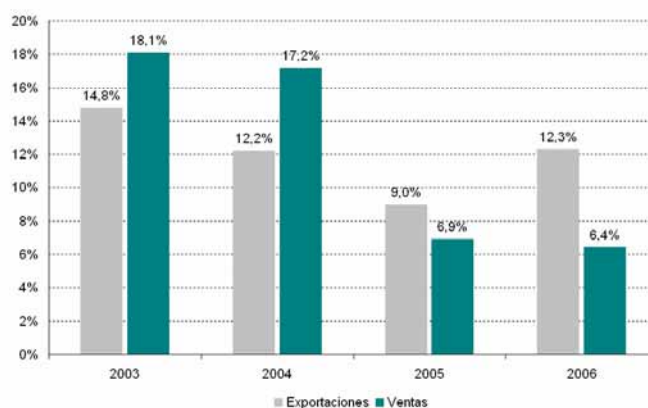
Síntesis

- ✓ Las exportaciones de las PyME industriales crecieron un 12% en 2006 en términos reales.
- ✓ El crecimiento de las exportaciones de las PyME estuvo impulsado principalmente por el sector “Productos de caucho y plástico”.

Las exportaciones de las PyME industriales continuaron expandiéndose

La inserción internacional de las PyME industriales constituye un aspecto a atender por parte del segmento ya que la penetración en mercados externos es aún muy baja. Asimismo, una importante proporción de pequeñas y medianas empresas realiza exportaciones de manera esporádica, lo cual muestra que aún una gran cantidad de PyME no ha logrado constituirse en proveedora de algún mercado externo con cierto grado de regularidad.

Gráfico 11 Variación interanual de las exportaciones y de las ventas de las PyME industriales



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

Luego del salto exportador de las PyME industriales de 2003, principalmente en respuesta a la devaluación del peso argentino, las ventas externas de estas empresas mantuvieron elevados ritmos de crecimiento en los años posteriores aunque se advierte un ligero retroceso en la tasa de incremento interanual de las exportaciones en 2005 (9%). Sin embargo, en 2006 las exportaciones en términos reales superaron esta tasa y crecieron nuevamente a un ritmo del 12%, recuperando los niveles de 2004.

En el Gráfico 11 es posible observar que mientras que durante los años 2003 y 2004 las ventas se expandieron a ritmos superiores a los de las exportaciones, esto se invierte en los dos últimos años. En 2005 y 2006 las exportaciones crecieron a tasas mayores que las ventas, lo cual constituye un buen indicador que es necesario que se mantenga en los próximos años para que las empresas puedan continuar consolidando su posición en el exterior.

Entre las PyME el crecimiento de las exportaciones estuvo impulsado principalmente por el sector “Productos de caucho y plástico” que expandió sus exportaciones a una tasa muy superior a la del resto de las ramas industriales (29%). “Sustancias y productos químicos”, “Maquinaria y equipo”, “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión” y “Textiles, prendas de vestir y productos de cuero y calzado” también aumentaron sus ventas externas a tasas superiores a las del promedio del segmento. La marcada presencia de estos sectores en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) y el Centro del país hizo que estas dos regiones geográficas fueran las que tuvieran las variaciones positivas más significativas de sus exportaciones (16,5 y 9,3% respectivamente).

Caracterización de las PyME industriales exportadoras

Síntesis

- ✓ Durante 2005 el 67% de las PyME exportadoras realizó inversiones mientras que entre las no exportadoras este porcentaje fue del 41%.
- ✓ En 2006 se amplió aún más esta diferencia: el 79% de las empresas exportadoras invirtió y entre las no exportadoras lo hizo un 48%.
- ✓ El 70% de las PyME exportadoras poseen maquinaria moderna y de tecnología de punta en sus procesos de producción. Entre las empresas no exportadoras este porcentaje cae al 57%
- ✓ Entre las PyME exportadoras el porcentaje de empresas que cuenta con certificaciones ISO es más elevado (24%) en comparación a aquellas que no destinan parte de sus ventas al exterior (11%)
- ✓ Existe una relación positiva entre productividad, nivel de ventas y condición de exportación de las empresas

En esta sección se presentan algunas características generales de las pequeñas y medianas industrias exportadoras *vis a vis* aquellas que venden la totalidad de su producción en el mercado interno.

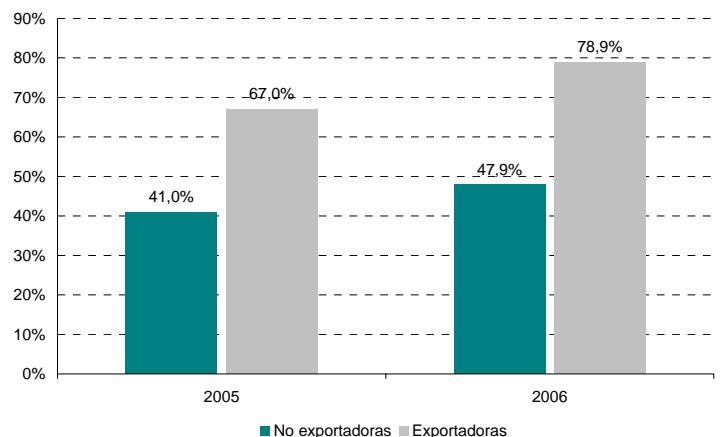
En el Gráfico 12 es posible advertir el mayor dinamismo inversor de las empresas que exportan. Esto se manifiesta en la cantidad de empresas que realizaron inversiones en los años 2005 y 2006 según sean o no exportadoras. Durante 2005 el 67% de las PyME exportadoras realizó inversiones mientras que entre las no exportadoras este porcentaje fue del 41%. A su vez, en 2006 se amplió aún más esta diferencia: el 79% de las empresas exportadoras invirtió y entre las no exportadoras lo hizo un 48%.

Ante estos resultados es lógico observar que las PyME industriales exportadoras cuenten con un parque de maquinaria más moderno que aquellas que colocan la totalidad de sus ventas en el mercado doméstico.

El 70% de las PyME exportadoras poseen maquinaria moderna y de tecnología de punta en sus procesos de producción. Entre las empresas no exportadoras este porcentaje cae al 57% y se observa una proporción importante de PyME que disponen de maquinaria antigua (42%).

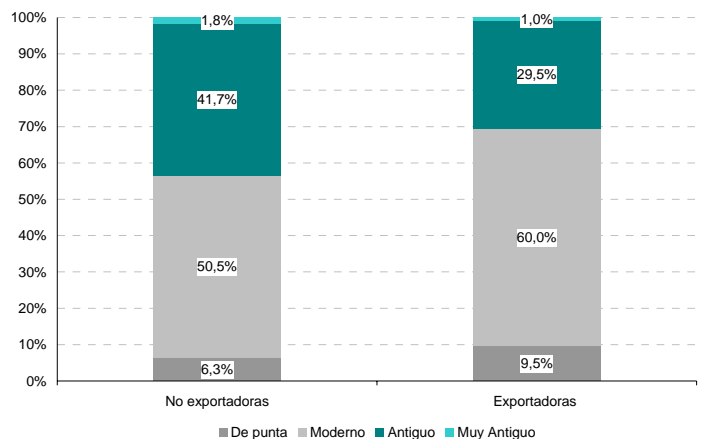
Por otro lado, la disponibilidad de certificaciones de productos y procesos constituye un indicador importante que permite observar el nivel de calidad de la producción industrial. En este punto las PyME

Gráfico 12 Proporción de PyME inversoras, según sean o no exportadoras. Años 2005 y 2006



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME

Gráfico 13 Estado de la maquinaria de las PyME industriales, según sean o no exportadoras



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

industriales argentinas muestran algunas debilidades. Por ejemplo, la proporción de empresas que cuenta con certificaciones de calidad es muy baja: sólo un 13% de las PyME industriales del país.

Sin embargo, como se observa en el Gráfico 14, entre las PyME exportadoras el porcentaje de empresas que cuenta con certificaciones de calidad es más elevado (24%) en comparación a aquellas que no destinan parte de sus ventas al exterior (sólo el 11%).

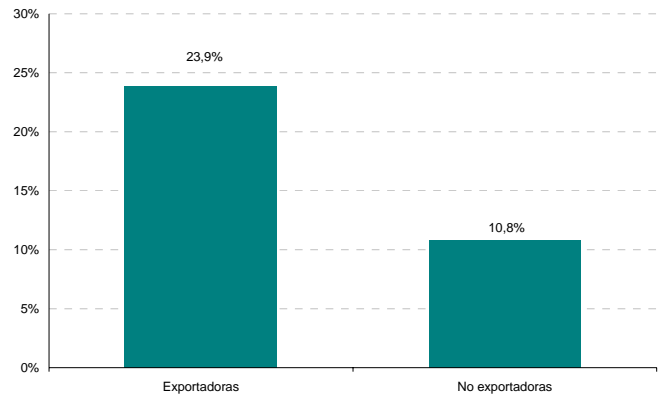
Por último, el Gráfico 15 expone la relación entre el nivel de productividad laboral de las empresas (entendido como el volumen de ventas por ocupado industrial), su condición de exportadoras o no exportadoras y el nivel de ventas anuales. A partir del mismo se arriba a dos conclusiones.

En primer lugar, las empresas exportadoras cuentan con un nivel más elevado de ventas anuales. Esto indica que hay una relación positiva entre el tamaño de las empresas (entendido en este caso en función del nivel de ventas anuales) y las posibilidades de insertarse en mercados externos. De hecho, si se pasa a considerar el tamaño en términos de ocupados también se verifica esta relación ya que el más del 70% de las PyME exportadoras son empresas medianas (es decir, que poseen entre 50 y 200 ocupados).

Por otro lado, a partir del mismo gráfico también se infiere que las PyME exportadoras poseen niveles de productividad y de ventas anuales superiores a los de las empresas que no exportan. De estas dos lecturas se puede plantear una relación positiva entre productividad, nivel de ventas y condición de exportación de las empresas.

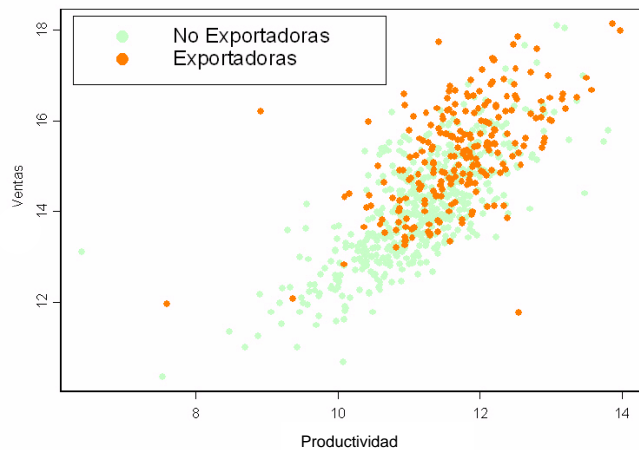
Por último, el Gráfico 16 muestra la percepción de amenaza de las ventas de las PyME industriales al mercado doméstico por parte de las manufacturas importadas. En este sentido, un porcentaje menor de empresas exportadoras (34%) considera que sus ventas al mercado interno se ven amenazadas por los productos importados mientras que entre las empresas no exportadoras dicha percepción alcanza al 40% de las mismas.

Gráfico 14 Proporción de empresas que poseen certificaciones ISO, según sean o no exportadoras



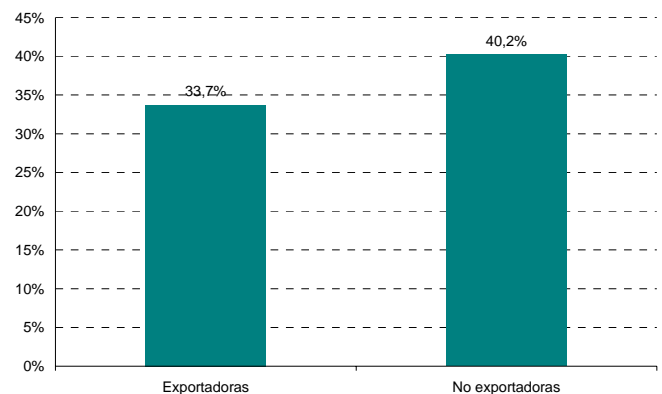
Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 15 PyME exportadoras o no exportadoras según su nivel de productividad



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

Gráfico 16 Proporción de empresas que considera severamente amenazadas sus ventas al mercado interno por las importaciones, según sean o no exportadoras



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

Competencia de los productos importados en el mercado local

Síntesis

- ✓ *Un 35% de las PyME industriales percibe severas amenazas a sus ventas en el mercado doméstico por parte de las importaciones*
- ✓ *En el sector “Prendas de vestir” el 71% de las PyME se siente severamente amenazada, siendo esta proporción de un 60% para el sector de los productores textiles*
- ✓ *La totalidad de los sectores de actividad coinciden en el origen de la amenaza: los productos provenientes de China y Brasil son los que ejercen la mayor competencia en el mercado local*

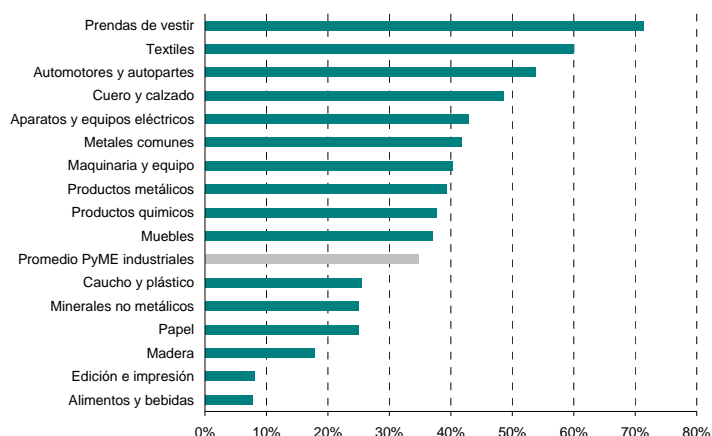
Las ganancias de competitividad de las PyME industriales no sólo son necesarias para lograr una inserción internacional del segmento más favorable sino también para hacer frente a la competencia de productos extranjeros en el mercado local.

No obstante, si bien en los últimos años se han observado progresivos incrementos de productividad, los mismos parecerían no ser los suficientes para enfrentar la competencia de las importaciones. Inicialmente, la devaluación del peso favoreció el dinamismo exportador de las empresas industriales a la vez que permitió desplazar algunos productos extranjeros del mercado local. Sin embargo, la competencia vía precio no es suficiente para lograr niveles de competitividad sostenibles en el tiempo.

Si bien el incremento exponencial de las importaciones a partir de 2003 se explica por la recuperación de la demanda, la preocupación de los industriales PyME por su dificultad de competir con los productos provenientes del exterior está presente. Un 35% de las PyME industriales percibe severas amenazas por parte de las importaciones, proporción que alcanza niveles muy superiores en determinados sectores.

Por ejemplo, en el sector “Prendas de vestir” el 71% de las PyME se siente severamente amenazada, siendo esta proporción de un 60% para el sector de los productores textiles.

Gráfico 17 Porcentaje de empresas que considera severamente amenazadas sus ventas al mercado interno por las importaciones, por sector de actividad



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

No obstante, la amenaza está también presente en sectores no tradicionales con un nivel de tecnificación y complejidad mayor como “Automotores y autopartes”, “Aparatos y equipos eléctricos”, “Maquinaria y equipo” y “Productos metálicos”. Esto es así a pesar de que en los últimos tres sectores la base exportadora es más amplia que la del promedio de la industria: el 31% de las empresas de “Maquinaria y equipo” y “Productos metálicos” exportan más del 5% de sus ventas totales, siendo esta proporción del 24,5% en “Aparatos y equipos eléctricos” (Ver Gráfico 3).

Asimismo, es de destacar que en todas las regiones del país la proporción de empresas severamente amenazadas por las importaciones disminuyó ligeramente entre 2005 y 2006. El Área Metropolitana de Buenos Aires continúa siendo la región más amenazada por las manufacturas importadas, seguida por el Centro y el NEA.

Origen de las importaciones que amenazan la producción de las PyME industriales locales.

La totalidad de los sectores de actividad coinciden en el origen de la amenaza: los productos provenientes de China y Brasil son los que ejercen la mayor competencia en el mercado local. De todas formas, una proporción menor de empresas se siente amenazada por Brasil en 2006 en relación a 2005, mientras que la percepción de amenaza de los productos de origen chino es mayor con respecto a 2005.

Mientras que durante los años noventa la evolución de las importaciones brasileñas y chinas acompañó el ritmo de las importaciones totales, a partir de 2002 los productos provenientes de estos destinos comienzan a crecer a ritmos muy superiores a los del resto del mundo. El incremento de la demanda explica en gran parte este comportamiento y, en este sentido, es natural que un socio comercial tan fuerte como Brasil tome un lugar predominante como proveedor.

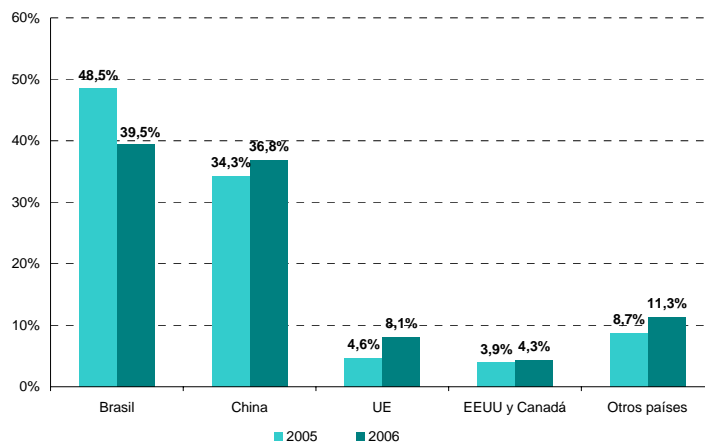
En el caso de China el incremento superlativo de las importaciones se deben claramente, además de a la mayor demanda interna, al proceso de apertura comercial atravesado sobre todo luego de su ingreso en la Organización Mundial de Comercio en 2001. Asimismo, los bajos costos de producción en términos comparativos le dan mayor competitividad a sus productos vía precio.

En términos sectoriales, del Cuadro 3 surge que los sectores que más se sienten amenazados por las manufacturas importadas coinciden en el origen de estas importaciones. En “Productos textiles” y “Prendas de vestir” las importaciones chinas y, en segundo lugar, las brasileñas son las que amenazan las ventas en el mercado local. Los bajos costos de producción de estos sectores, especialmente en China, hacen que los productos de este origen ingresen al país a precios a los cuales se les hace difícil competir a los nacionales, sobre todo en ramas de actividad muy intensivos en mano de obra. En el sector “Cuero y calzado” los productos brasileños constituyen sustitutos más económicos de los productos de origen nacional. De todas maneras, si bien Brasil continúa siendo el principal origen de la amenaza, la proporción del total de empresas que se consideran amenazadas por Brasil disminuyó del 70% en 2005 al 51% en 2006.

Por su parte, la mitad de las PyME amenazadas del rubro “Automotores y autopartes” considera que la amenaza proviene de Brasil, cuando en 2005 lo era para el 75% así lo consideraba. Asimismo, las importaciones chinas se perciben como una amenaza a las ventas locales para una proporción mayor de empresas: mientras que en 2005 lo era para un 10% de las PyME del sector, durante 2006 lo fue para el 28%.

Por último, en el sector “Aparatos y equipos eléctricos” cada vez con más fuerza los productos provenientes de China son los que más amenazan la producción local y en segundo lugar se ubica Brasil.

Gráfico 18 Origen de las importaciones que amenazan severamente las ventas de las PyME industriales en el mercado local.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006. Fundación Observatorio PyME.

Cuadro 3 Origen de las importaciones que amenazan severamente las ventas al mercado interno, sectores más amenazados. Año 2006

Textil			Automotores y autopartes		
	2005	2006		2005	2006
Brasil	45,7%	25,4%	Brasil	75,4%	50,5%
China	48,1%	40,4%	China	10,3%	27,8%
Resto de			Resto de		
Asia	6,1%	17,6%	Asia	4,5%	9,6%
Otros	0,1%	16,6%	Otros	9,8%	12,0%
Prendas de Vestir			Aparatos y equipos eléctricos		
	2005	2006		2005	2006
Brasil	34,5%	33,7%	Brasil	27%	32%
China	50,0%	56,4%	EEUU	19%	3%
Resto de			China	43%	59%
Asia	15,5%	10,0%	Otros	11%	6%
Cuero y calzado					
	2005	2006			
Brasil	70,1%	51,3%			
China	29,9%	39,1%			
Resto de					
Asia		9,6%			

Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006.
Fundación Observatorio PyME.

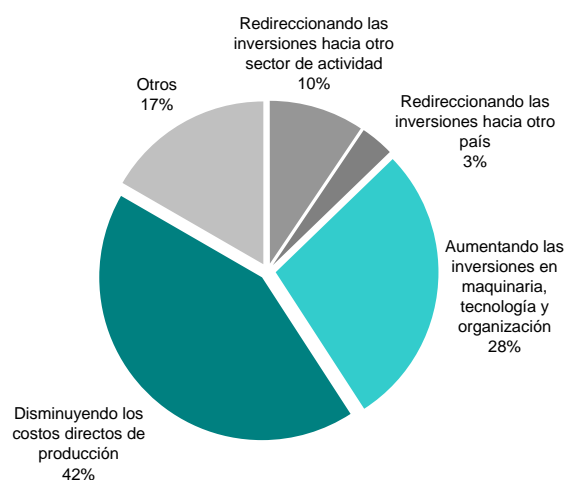
Medidas de las PyME para enfrentar la amenaza a su producción causada por las importaciones

Las empresas que perciben amenazas realizan acciones tendientes a contrarrestar esta situación. El 42% de las PyME industriales procura disminuir los costos directos de producción mientras que un 28% buscan incrementar sus inversiones en maquinaria, tecnología y organización. Una muy baja proporción de empresas reacciona frente a la amenaza redireccionando sus inversiones hacia otros sectores de actividad (10%) o países (3%).

La inversión en capital físico y humano constituye un elemento fundamental para enfrentar las amenazas de las importaciones y sostener el crecimiento de las ventas tanto en el mercado interno como en el externo.

No obstante, resulta también importante tomar medidas en pos del incremento de la productividad y, como resultado, de la competitividad empresarial. En este sentido, existen factores adicionales de particular relevancia que tanto las empresas como la política pública pueden atender. Dichos factores están dados principalmente por los esfuerzos en la incorporación de tecnología y por el alcance de un entorno productivo en condiciones de constituirse en un marco de acción adecuado para las empresas.

Gráfico 19 Cómo enfrentan las PyME industriales la amenaza de los productos importados.



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 2006.
Fundación Observatorio PyME.

Síntesis

- ✓ *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.*

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 constituye uno de los principales desafíos del segmento.

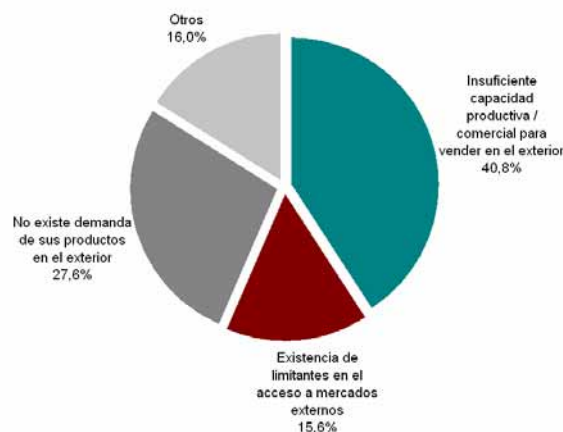
En el Gráfico 19 se presentan los principales obstáculos que impiden a las empresas insertarse en el negocio exportador de manera regular. El 41% de las empresas refiere a la insuficiente capacidad productiva y comercial o, en otros términos, a la insuficiencia de capital físico y humano, mientras que otro 28% refiere a la ausencia de demanda de sus productos en el exterior.

Del Gráfico surge, entonces, que el problema de las PyME industriales para ingresar al mercado de exportaciones no se origina en asuntos referidos a precios y rentabilidad, sino en cuestiones de reconversión tecno-productiva. Otro 16% de las empresas declara que el principal motivo por el cual no exportan actualmente son las barreras para-arancelarias en los mercados externos.

Dichos impedimentos, reconocidos por las propias empresas, deberían constituir la principal orientación para la política pública que tiene por objetivo mejorar la inserción exportadora de las PyME industriales.

Ahora bien, ¿cuáles son las demandas de política pública de las empresas para poder incrementar sostenidamente sus ventas al exterior? En el Gráfico 20 se observa que el 46% de las respuestas se orienta al mantenimiento del tipo de cambio real competitivo y estable, un nivel previsiblemente alto. Sin embargo, el dato a resaltar es que el 54% de las respuestas se dirige a políticas públicas que van más allá de los precios y que naturalmente requieren medidas mucho más sofisticadas. El 38%

Gráfico 19 Principal motivo por el cual las PyME industriales no exportan regularmente.



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

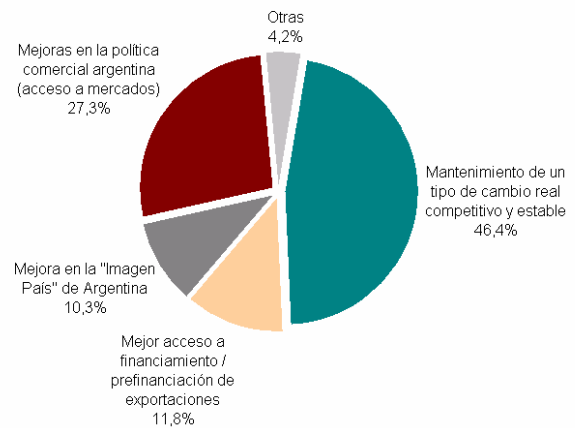
de las respuestas se orienta hacia mejoras en la política comercial y de “imagen país”, mientras que otro 12% hacia una política que mejore el acceso al prefinanciamiento de las exportaciones, como cuentan los países más exportadores.

En síntesis, del análisis de las respuestas de las empresas se desprende que el mantenimiento de un tipo de cambio competitivo no será suficiente por sí solo para producir un salto exportador en el sistema industrial de las PyME argentinas. Es necesario complementar este esfuerzo con políticas públicas que incentiven la reconversión productiva de las empresas así como la profundización y apertura de nuevos mercados.

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

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 2006: 7,1%

Proporción de ventas exportadas en 2006: 1,5%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: -6,9%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: industrial (MOI)

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

Proporción de PyME amenazadas por importaciones: 14,8%

NEA



Provincias: Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2006: 26,2%

Proporción de ventas exportadas en 2006: 33,8%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: 6,1%

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 2006: 20,3%

Proporción de ventas exportadas en 2006: 15,4%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: 8%

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 2006: 18,2%

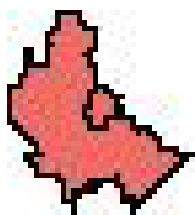
Proporción de ventas exportadas en 2006: 10,9%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: 9,3%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: agropecuario (MOA)

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

AMBA



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

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2006: 21,8%

Proporción de ventas exportadas en 2006: 9,3%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: 16,5%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: industrial (MOI)

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

Sur



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

Empresas que exportaron más del 5% de sus ventas en 2006: 11,1%

Proporción de ventas exportadas en 2006: 5,4%

Variación de exportaciones 2006 vs. 2005: 6,8%

Principal origen de las exportaciones manufactureras: agropecuario (MOA)

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