

Universidad Empresarial Siglo 21

Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo Final de Graduación

La Competitividad de las Exportaciones
Argentinas de Manufacturas Básicas
de Origen Industrial
en el período 1980 – 2007

por

Gonzalo do Campo CIN 293

Coordinador del Seminario: Lic. Néstor M. Fernández
Tutor de la Licenciatura: Ingeniero Carlos R. Savi



Córdoba, Argentina
Julio del 2008

Índice

Resumen Ejecutivo	- 1 -
Presentación del Trabajo de Investigación Académica	- 2 -
Introducción	- 2 -
Tema	- 4 -
Planteamiento del Problema	- 4 -
Objetivo General	- 4 -
Objetivos Específicos	- 4 -
Marco Teórico Referencial	- 5 -
Marco Metodológico	- 15 -
Desarrollo y análisis de datos.	- 19 -
1 - Definir el concepto de manufacturas básicas de origen industrial	- 19 -
2 - Analizar la evolución de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.	- 20 -
3 - Estudiar el grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007	- 27 -
4 - Analizar la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007 y realizar proyecciones para los años 2008 y 2009	- 35 -
5 - Analizar los sistemas nacionales de estímulo a la competitividad existentes para el sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial	- 37 -
Conclusión	- 40 -
Bibliografía y fuentes de información utilizadas.	- 45 -
Anexos	- 47 -

Índice de Tablas y Gráficos

	Página
Tabla N° 1: Indicador de Distancia Psicológica	16
Tabla N° 2: Exportaciones de SITC 6.3 Argentinas y Mundiales	26
Tabla N° 3: Exportaciones de Manufacturas de caucho por país	29
Gráfico 1.1: Exportaciones Argentinas de Cuero y Manufacturas (SITC 6.1)	21
Gráfico 1.2: Exportaciones Argentinas de Manufacturas de Caucho (SITC 6.2)	21
Gráfico 1.3: Exportaciones Argentinas de Hilados y fibras textiles (SITC 6.3)	24
Gráfico 1.4: Exportaciones Argentinas de Hierro y Acero (SITC 6.7)	23
Gráfico 1.5: Exportaciones Argentinas de Manufacturas de Metales (SITC 6.9)	26
Gráfico 2.1: Evolución del Índice de Distancia Psicológica (SITC 6.1)	28
Gráfico 2.2: Evolución del Índice HHI (SITC 6.3)	29
Gráfico 2.2: Evolución del Índice HHI (SITC 6.5)	31
Gráfico 2.4: Evolución del Índice HHI (SITC 6.6)	32
Gráfico 2.5: Evolución del Índice de Distancia Psicológica (SITC 6.8)	34
Gráfico 3.1: Evolución del Índice de Distancia Psicológica (SITC 6.1)	36

Resumen Ejecutivo

Argentina se ha caracterizado históricamente por poseer un perfil de inserción externa basado en la exportación de productos primarios y manufacturas de origen agropecuario con escaso valor agregado.

Por esta razón es pertinente estudiar la competitividad de las exportaciones de aquellos productos primarios (metales, madera, materias primas) en cuya manufactura existe un valor agregado real, que permitan un superior y más estable desarrollo económico para el país.

La presente investigación busca identificar y analizar cuál ha sido el comportamiento y evolución que ha tenido la competitividad de las exportaciones argentinas de manufacturas básicas de origen industrial durante el periodo 1980 – 2007 en cuanto a su evolución, estructura de destinos y ventaja comparativa reveladas. Todos estos indicadores se analizarán mediante la utilización de un *Panel Data* en hoja de cálculo. Una vez confeccionados los datos en los paneles se analizarán y se compararán las series históricas de los datos obtenidos mediante métodos gráficos de líneas y de dispersión.

Para finalizar se desarrollaran las conclusiones y recomendaciones pertinentes en base a los resultados obtenidos.

Presentación del Trabajo de Investigación Académica

Introducción

La mayoría de los casos exitosos de desarrollo económico de naciones han estado signados por una fuerte inserción de las manufacturas en los mercados internacionales de bienes.

La experiencia en el sudeste asiático, así como en otras regiones del mundo, demuestra que la estrategia de crecimiento económico liderado por las exportaciones permitió desarrollar muchas industrias que de otra manera serían inviables a largo plazo. Asimismo, la explotación de los mercados internacionales les proporcionó a estos países las divisas necesarias para financiar el desarrollo de sus economías sin caer en continuos estrangulamientos en la balanza de pagos.

Las exportaciones también cumplen un papel importante generando divisas que permiten realizar importaciones, en particular de bienes de capital, estrechamente relacionados con la ampliación de la capacidad productiva y la incorporación de nuevas tecnologías. Además, el estímulo a la innovación y a la eficiencia, necesario para competir en los mercados internacionales, incentiva el incremento de la productividad de toda la economía.

La intención del presente trabajo es analizar el comportamiento y evolución que ha tenido la competitividad de las exportaciones argentinas de manufacturas básicas de origen industrial durante el periodo 1980 – 2007.

Pero para entender cómo se estructura actualmente dicha competitividad se debe ser capaz de responder ciertos interrogantes que ayudarán a tener una más amplia perspectiva del escenario actual: ¿A quienes les vende el país?, ¿Argentina exporta hacia países con realidades similares o ha podido conquistar mercados totalmente diferentes con demandas y características distintas?, ¿Cuál es el grado de diversificación de las exportaciones de manufacturas básicas en cuanto a sus destinos? Para luego intentar responder, ya con un mayor conocimiento, la pregunta primordial: ¿Las manufacturas de origen industrial en su nivel más básico, son competitivas a la hora de exportar?

¿Por qué estudiar las manufacturas básicas de origen industrial?

La Argentina se ha caracterizado históricamente por poseer un perfil de inserción externa basado en la exportación de Productos Primarios (PP) y de Manufacturas de Origen

Agropecuario (MOA) con escaso valor agregado. De acuerdo a datos confeccionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INDEC), las exportaciones conjuntas de PP y de MOA ocuparon alrededor de un 57% del total exportado por la Argentina en el año 2007. Las manufacturas de origen industrial (MOI) son aquellas obtenidas a partir de materias primas no surgidas de los sectores agrícola, ganadero y pesquero. Se trata de una categoría que permite dimensionar la capacidad industrial del país no vinculada a las ventajas comparativas de su sector primario no minero. Los sectores industriales que los producen se caracterizan en general por realizar mayores grados de transformación de las materias primas y por lo tanto por agregar mayor valor que las industrias productoras de manufacturas de origen agropecuario (MOA). Por esta razón es pertinente estudiar las exportaciones de aquellos productos que representan el primer nivel de manufactura al que son sometidas las materias primas, es decir, reflejan el valor agregado que se le otorga a productos básicos como el caucho, la madera, o el metal que durante su elaboración son sometidos a un verdadero “proceso de agregado de valor”, cuanto mayor valor agregado poseen las exportaciones de un país se vuelve más viable un superior y más estable desarrollo económico.

Este estudio de la competitividad de la exportación manufacturas básicas se realiza tanto para conocer la evolución histórica, como también para brindar alguna evidencia sobre cuales sectores podrían impulsar una mejora en la inserción externa de nuestras manufacturas y bajo qué condiciones, una visión a futuro.

La idea del trabajo es no solo analizar la coyuntura histórica sino también brindar una perspectiva a futuro de la competitividad de dichas exportaciones.

Tema

La competitividad de las exportaciones Argentinas de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.

Planteamiento del Problema

El problema inicial del trabajo se expresa formalmente como: *¿Cuál ha sido comportamiento de la competitividad de las exportaciones Argentinas de manufacturas básicas de origen industrial durante el periodo 1980-2007?*

Objetivo General

Analizar la competitividad de las exportaciones Argentinas de manufacturas básicas de origen industrial durante el periodo 1980 - 2007.

Objetivos Específicos:

1. Definir el concepto de manufacturas básicas de origen industrial.
2. Analizar la evolución de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.
3. Estudiar el grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007.
4. Analizar la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007 y realizar proyecciones para los años 2008 y 2009.
5. Analizar los sistemas nacionales de estímulo a la competitividad existentes para el sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial.
6. Elaborar conclusiones finales.

Marco Teórico Referencial

Ningún hecho o fenómeno, ningún proyecto o investigación de la realidad puede abordarse sin una adecuada conceptualización. El investigador que afronta un problema, no lo hace en el vacío, como si no tuviese la menor idea del mismo, sino que siempre parte de algunas ideas o informaciones previas, de algunos referentes teóricos y conceptuales, por más que éstos no tengan todavía un carácter preciso y sistemático.

Tal como lo define Carlos Sabino (1996):

*“El **marco teórico** es el momento dentro del proceso de investigación donde explicitamos los supuestos teóricos que servirán de cimiento para el estudio que estamos realizando”.*¹

El *marco teórico* o *marco conceptual* tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. Situar el problema principal dentro de un conjunto de conocimientos que ofrezcan una conceptualización adecuada de los términos que se utilizarán. Dado esto, el presente marco teórico tiene como primordiales funciones:

- Definir con precisión las variables y conceptos pertinentes.
- Establecer las pautas específicas sobre como se estructurará el trabajo.
- Ordenar las diversas teorías para explicar de qué manera están relacionadas con los diferentes objetivos y temas a abordar en el trabajo.

➤ **Objetivo Específico N° 1:** *Definir el concepto de manufacturas básicas de origen industrial.*

El concepto de *manufactura* proviene del latín *manus* que significa mano o factura, y describe la transformación de materias primas en productos terminados para su venta, aunque también puede involucrar procesos de elaboración de productos semi-manufacturados. El término puede referirse a una variedad enorme de la actividad humana, de la artesanía a la alta tecnología, pero es más comúnmente aplicado a la producción industrial, en la cual las materias primas son transformadas en bienes terminados a gran escala.

Las manufacturas consideradas de *origen industrial* son aquellas obtenidas a partir de materias primas no surgidas de los sectores agrícola, ganadero y pesquero. Se trata de una categoría que permite dimensionar la capacidad industrial del país no vinculada a las ventajas comparativas de su sector primario no minero. Los sectores industriales que los producen se

¹ SABINO, Carlos A. (1996). “El Proceso De Investigación”. Argentina. ED. Lumen – Humanitas

caracterizan en general por realizar mayores grados de transformación de las materias primas y por lo tanto por agregar mayor valor que las industrias productoras de manufacturas de origen agropecuario.

- **Objetivo Específico N° 2:** *Analizar la evolución de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.*

Tal como expresa *Fratalocchi (2002)*, una exportación consiste en el envío de mercancías o productos del país propio hacia a otro distinto, generalmente para su uso o consumo definitivo. La definición es aún más específica en el *Código Aduanero Argentino* brindando un concepto legal de exportación definiéndola como: *la extracción de cualquier mercadería de un Territorio Aduanero.*

A fines de su estudio, la magnitud de las exportaciones puede estar dimensionada de diversas maneras: por cantidad, por valor monetario, por proporción del PBI. El mejor método de abordar el análisis de la evolución en el tiempo de las exportaciones (así como muchos otros indicadores económicos) es mediante la utilización de *series de tiempo*. Una serie de tiempo constituye un conjunto de observaciones sobre valores que toma una variable (generalmente cuantitativa) en diferentes momentos del tiempo. Cualquier variable que conste de datos reunidos, registrados u observados sobre incrementos sucesivos de tiempo puede constituir una serie de tiempo. Los diferentes momentos de tiempo en los cuales se efectúan las observaciones pueden ajustarse a periodos semanales, mensuales, trimestrales o anuales, usualmente a intervalos iguales.

- **Objetivo Específico N° 3:** *Estudiar el grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007.*

Tal como expresa Horacio Cepeda (1996) el concepto de **diversificación de exportaciones** posee dos dimensiones de análisis complementarias entre sí:

- La visión "*cuantitativa*", en la cual el análisis se centra en los cambios de la estructura exportadora vinculados, fundamentalmente, a la ampliación del abanico de productos

exportados, y la conquista de nuevos mercados. Esta visión refleja, en cierta medida, el grado de difusión alcanzado por el proceso exportador.

- La visión "*cualitativa*", que incluye aspectos que hacen al modelo de especialización exportadora, principalmente en cuanto a la articulación del modelo exportador con la dinámica de la demanda mundial. Desde esta segunda perspectiva, lo que se intenta es dimensionar el grado de competitividad externa alcanzado por la economía a partir de su patrón de especialización internacional.

Según Castagnino (2005) una mayor diversificación de los destinos de exportación para una nación representa una situación altamente beneficiosa ya que permite reducir la vulnerabilidad externa del país ante desequilibrios macroeconómicos adversos, como recesiones o devaluaciones, en un socio comercial en particular. Además, la diversificación de destinos permite tener un crecimiento más sustentable de las exportaciones puesto que se multiplica el número de oportunidades comerciales.

Bajo el mismo lineamiento teórico, Federico Grillo (2004) expresa que una desconcentración de destinos de exportación reduce el grado de exposición comercial ante crisis internacionales que pudieran sucederse y golpear el flujo de exportaciones de un país. Permite también mejorar la calidad de las exportaciones forjándolas más sustentables a largo plazo al tener que satisfacer la exigencia de calidad proveniente de una pluralidad de mercados. Sin embargo según Pioli (2002) la diversificación de los destinos de exportación no es un proceso fácil puesto que para diversificar las empresas y el país tienen que desarrollar conjuntamente no sólo capacidades operativas, sino también habilidades que permitan entender y satisfacer demandas sustentadas en necesidades y culturas diferentes respecto de los mercados tradicionales.

La diversificación de mercados de exportación es considerada una de las más importantes estrategias de crecimiento económico (Canals 2001). Aunque la ausencia de crecimiento podría ser uno de los mayores riesgos que puede correr una nación, Hoskisson (2000) expresa que la expansión hacia nuevos destinos a los cuales exportar también conlleva importantes peligros, como por ejemplo la inversión en sectores en los que el éxito competitivo depende de la posesión de recursos, capacidades, conocimientos y ventajas competitivas que el país no disponga en el momento.

La expansión hacia nuevos mercados geográficos constituye una importante oportunidad de crecimiento y de creación de valor para la oferta exportadora, aunque la implantación de dicha estrategia supone importantes cambios sobre todo si los nuevos mercados son muy diferentes al de origen (Lu y Beamish, 2001); es decir, cada nuevo mercado de destino que se intenta conquistar representa nuevos competidores y una nueva dinámica competitiva, además de nuevos factores económicos, políticos, legales o culturales;

que las empresas del país exportador deben atender para poder llevar a cabo una diversificación exitosa. Si estas diferencias son muy significativas, situación muy común en la búsqueda de nuevos mercados, puede darse el caso de que los conocimientos y capacidades desarrollados para operar en los mercados tradicionales no puedan ser utilizados en los nuevos mercados.

Según Kim (1993), cuanto más diversificada sean las exportaciones de un país, mayores serán sus oportunidades para alcanzar economías de escala a través de los mercados, además de diversificar el riesgo, aumentando sus niveles de rentabilidad. Para Rugman (1983) por otra parte, no existe ninguna razón para considerar que diferentes niveles de diversificación deberían estar relacionados con mayores beneficios a largo plazo; además, al igual que sucede con la diversificación de productos, los resultados no son siempre positivos.

Si bien existe un amplio consenso sobre las ventajas que representa para una nación poseer una oferta de exportaciones diversificada en sus destinos, Andrés Musacchio (2003) sostiene que la diversificación de mercados no puede ocultar, sin embargo, dos aspectos problemáticos. En primer lugar, se trata de una estrategia cuyas altas tasas de crecimiento son algo limitadas en el tiempo. El efecto inicial de la apertura hacia nuevos destinos es un rápido crecimiento, que refleja el “comercio reprimido” por las restricciones previas. Luego de un tiempo, tiende a estabilizarse y crecer a ritmos mucho menores, lo que puede generar una percepción negativa y de desconfianza en el sector privado.

En segundo lugar, el autor sostiene que se debe tener siempre en mente la estructura productiva del país. Para exportar, primero hay que producir. Y si la base productiva es muy poco diversificada, se vuelve más difícil conseguir una diversificación de mercados amplia. Por eso, la estrategia de diversificación de los destinos de exportación no debe ser la apuesta principal en materia económica de una nación. Según el autor se debe diversificar de manera decidida la estructura productiva con políticas activas y un planeamiento coordinado de todos los sectores económicos a largo plazo. Así, el modelo de diversificación de destinos se transformará en sustentable desde el punto de vista económico.

Entonces y a la luz de los recurrentes obstáculos ¿no sería la mejor apuesta dentro de la política comercial de una nación concentrar el grueso de las exportaciones hacia unos pocos destinos? La respuesta es no, los potenciales beneficios superan con creces a los costos y turbulencias iniciales de adaptarse a un abanico de destinos diversificados, y en economía todo gira en torno al binomio costo-beneficio. Es innegable las ventajas de poseer una oferta exportadora diversificada, pero concuerdan en que tal diversificación debe llevarse a cabo mediante una planificación coherente a largo plazo de modo que sea provechosa para el país exportador.

Otro punto importante del presente objetivo es el análisis de la distancia psicológica, la teoría de la **Distancia Psicológica** (Johanson y Wiedersheim-Paul 1975, Stottinger y

Schlegelmilch 1998, Douglas Dow 2000, Tahi Gnepa 2003) intenta explicar los destinos de exportación de una nación de acuerdo a las diferencias psicológicas percibidas entre los países. El término “distancia psicológica” fue originariamente utilizado por el autor inglés William Beckerman (1956) quien en su investigación empírica sobre los flujos de comercio intra-Europa expresa:

“... un especial problema se basa en la existencia de una distancia psicológica. Es altamente probable que la manera en la cual las ventas y compras de una nación se distribuyen geográficamente dependan en gran parte de la cercanía o lejanía psicológica existente, como en el lenguaje por ejemplo...”

Sin embargo el concepto de distancia psicológica adquiere real importancia en la literatura del comercio internacional y del management de empresas cuando una serie de autores (Johanson y Wiedersheim-Paul 1975, Vahlne 1977) de la *Universidad de Uppsala* en Suecia profundizan el concepto mediante diversas investigaciones estableciendo una definición más formal del mismo, llevando a cabo los primeros intentos serios de crear un instrumento para medir la distancia psicológica e identificando sus potenciales aplicaciones. La primera definición esbozada del concepto por estos autores es que *la distancia psicológica se refiere al conjunto de factores que impiden o alteran los flujos de información entre un país y el mercado de destino*. De manera similar Tahi Gnepa (2003) define a la distancia psicológica como *“un concepto que se refiere a cualquier factor del ambiente con el potencial de crear un riesgo o un miedo en la mente de los exportadores y prevenirlos de exportar a un mercado de destino dado”*. Existe un extenso debate entre los autores sobre que elementos se deben incluir en este “conjunto de factores que impiden o alteran los flujos de información”, Johanson y Vahlne (1977) sugieren que las diferencias en el lenguaje, la cultura, el sistema político, el nivel de educación y el nivel de desarrollo industrial son los principales componentes de la distancia psicológica. Más recientemente, Boyacigiller (1990) sugiere que tal lista debería incluir a la religión dominante, el lenguaje empresarial, la forma de gobierno, el desarrollo económico y los niveles de inmigración. Otro autor (Evans 2000) adopta un enfoque más amplio del concepto y va más lejos postulando que la distancia psicológica supone el idioma, las prácticas de negocios, el sistema político y legal, la educación, el desarrollo económico, la infraestructura de marketing, el nivel industrial y la cultura. Conway y Swift (2000) sin embargo consideran que el desarrollo económico o el nivel de industrialización de un país son elementos irrelevantes cuando se estudia la distancia psicológica. Para otros autores como Srivastava y Green (1986) y Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) en una postura más radical establecen al lazo colonial histórico entre dos naciones

es un factor indispensable de incluir a la hora de definir el concepto de distancia psicológica. Distintos autores han revisado y ampliado la definición del concepto incluyendo otros factores como la actitud hacia el riesgo de las empresas, los hábitos culinarios y la percepción del tiempo (Nordstrom 1994, O'Grady y Lane 1996). Más allá del debate sobre que factores influyen o no en la distancia psicológica lo cierto es que el concepto implica una serie de elementos que inciden de manera relevante en el flujo de comercio e información entre los países.

Otra discusión abierta entre los autores concierne a la forma de medir la distancia psicológica, Evans (2000), Stottinger (1998), Holzmüller y Kasper (1990) establecen que la distancia psicológica debe ser medida tal como es percibida por los individuos mediante el uso de mapas cognitivos. Este enfoque se justifica en el hecho de que la gran mayoría de las decisiones empresarias asociadas con la distancia psicológica, como la decisión de exportar, son hechas basadas en las percepciones del individuo quien toma la decisión. En tal enfoque el problema surge, en que las distancias psicológicas percibidas entre dos países no son estables en el tiempo, ni homogéneas entre los individuos de un país. Parte de la inestabilidad y falta de homogeneidad en la distancia psicológica a la que se hace referencia surge debido a que el ambiente del individuo y sus experiencias lo convierten más o menos sensible a estímulos externos, como la diferencia de idioma entre dos países por ejemplo. La mayor limitación de este método para medir la distancia psicológica se encuentra en que los investigadores raramente tienen el lujo de relevar la percepción de un individuo tal como es en el momento que se toma la decisión, y más difícil aún es poder armar un mapa cognitivo fidedigno que abarque la totalidad de una población entera determinada.

Muchos autores (Fosfuri 2000, Kogut y Singh 1988) consideran a la distancia psicológica como un sinónimo o equivalente a la diferencia cultural entre las naciones, así es como tales autores miden la distancia psicológica mediante la utilización de un solo indicador de diferencia cultural, generalmente el índice de Geer Hofstede (1991)². Shenkar (2001) y Dow (2000) critican esta postura alegando que la igualdad entre distancia psicológica y distancia cultural no es más que una mera ilusión, si bien consideran que no es necesariamente incorrecto utilizar indicadores como el índice de Hofstede; advierten que es prioritario reconocer que la diferencia cultural es tan solo un aspecto más de la distancia psicológica.

Otra dimensión de esta teoría susceptible a debate es el hecho de considerar si los distintos factores que conforman el concepto de distancia psicológica, y que impiden o alteran los flujos de información entre un país y el mercado de destino, poseen o no el mismo grado de relevancia. Según Dow (2000) cada factor posee un peso relativo diferente el cual debe ser

² Hofstede (1991) mostró que hay agrupamientos culturales a nivel regional y nacional que afectan el comportamiento de las organizaciones. Desarrolló el llamado Modelo de las Cinco Dimensiones para identificar los patrones culturales de cada país: *Distancia en el poder; Individualismo vs. Colectivismo; Masculinidad vs. Femenidad, Evasión de la incertidumbre; Orientación a largo plazo vs. orientación a corto plazo.*

determinado empíricamente, por ejemplo el lenguaje y el sistema de gobierno no pueden ser considerados de igual influencia en la distancia psicológica, puesto que no inciden en igual proporción en la mente de un individuo.

De forma generalizada las naciones exportan en primer lugar y en mayor magnitud hacia aquellos mercados exteriores cuya distancia psicológica es percibida como menor; y solo en algunos países en donde las exportaciones registran un crecimiento acentuado a través de los años éstas tienden a introducirse en mercados con una distancia psicológica cada vez mayor. A pesar de la importancia que se le ha dado a la distancia psicológica en la literatura sobre el comercio internacional, existen autores que concluyen que los países tienden a exportar en primer lugar hacia países vecinos ya que la proximidad geográfica implica más conocimiento sobre el mercado exterior y más facilidades para obtener información y no por presentarse una menor distancia psicológica (Papadopoulos 1988 y Denis 1987). Normalmente, la distancia psicológica está correlacionada con la distancia geográfica, aunque la distancia psicológica no es constante en el tiempo sino que presenta un comportamiento volátil en el largo plazo, a diferencia de la distancia geográfica que se mantiene invariable en el tiempo. Una reflexión interesante es aquella que establece que los países con menor producto bruto (a priori países en desarrollo) tienden a utilizar más el criterio de distancia psicológica en mayor medida que aquellos países más desarrollados y con mayor PBI (Douglas 1982 y Papadopoulos 1988), éstos últimos poseen mayores recursos para afrontar el esfuerzo de llegar a mercados “psicológicamente distantes”.

No todos los autores están de acuerdo con la validez o vigencia del concepto de distancia psicológica. Levitt (1983) proclama que la globalización de los mercados ha provocado una homogenización de las preferencias culturales, los gustos nacionales y las prácticas laborales; convirtiendo estas divergencias en vestigios del pasado que ya no tienen incidencia en los flujos comerciales entre los países. En otras palabras, Levitt sostiene que la diferencia psicológica es un concepto que carece de validez en la actualidad. El autor justifica su posición diciendo que el avance de la tecnología borra las diferencias entre los países, diferencias de lenguaje, de comunicación o de distancia.

- **Objetivo Específico N° 4:** *Analizar la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007 y realizar proyecciones para los años 2008 y 2009.*

Una preocupación dominante de los países en desarrollo en relación con su participación en el comercio mundial es su falta de capacidad para competir en el plano internacional, la falta de competitividad de sus exportaciones. Existe la necesidad permanente

de superar limitaciones y crear una capacidad productiva nacional mediante una eficaz infraestructura para el comercio y el transporte.

El aumento de la competitividad internacional de un país constituye actualmente una preocupación central en el diseño de las políticas nacionales de desarrollo. Si bien es cierto que la mayor competitividad de un país no significa el empeoramiento absoluto de otros, pues el comercio internacional no es un juego de suma cero, esta no es por sí sola una condición suficiente para que un país se beneficie más del comercio internacional. Muchos autores han sostenido que el comercio internacional beneficia relativamente más a los países que logran mayores niveles de eficiencia en rubros determinados, particularmente en aquellos de más rápida expansión en el comercio mundial. Sin embargo, si bien existe un aparente consenso en cuanto a la importancia de la competitividad internacional de las exportaciones de un país, bastante divergentes son las opiniones en cuanto al modo de lograr esta mejoría y, particularmente, en cuanto a los indicadores que la dimensionan. Tal divergencia obedece en gran medida a la diversidad de factores que determinan a la competitividad, entre ellos, variables relacionadas con la productividad y eficiencia productiva; eficiencia del entorno de las empresas, tanto en términos de infraestructura física, científica y tecnológica y de su relación con el sistema productivo; los mercados de factores, las políticas macroeconómicas, el mantenimiento de los precios, además de muchos otros.

Desde hace varios años el tema de la competitividad ha surgido en la discusión teórica y con importantes implicaciones en la política económica internacional. Destacan, por una parte, las aportaciones de Porter (1998), quien define la competitividad sobre la base de las ventajas competitivas mediante un “diamante” dinámico, definido tanto por las condiciones de oferta, demanda, estructura de las propias empresas y su entorno, como por las relaciones con sus proveedores y clientes.

Pioli (2002) considera a la competitividad de las exportaciones como la capacidad de un sector de la economía de un país para enfrentar la competencia internacional en el mercado de sus bienes. Midiéndose a través de la comparación de la tasa de crecimiento de las exportaciones locales de tal sector exportador con la tasa de crecimiento de las exportaciones mundiales de ese sector. Para el autor, una oferta exportadora competitiva representa un requisito imprescindible para el desarrollo integral de una nación.

Distintos autores consideran que existen ciertos factores que deben cumplirse o estar presentes para asegurar la competitividad de las exportaciones de una economía, entre tales factores tenemos los procesos de aprendizaje (Schmitz 1997), experiencias de alianzas y sinergia de empresas (Borras 1998), desarrollo tecnológico (Katz 1998), organización industrial y de comercio (Chudnovsky, Kosacoff y López, 1999) y las estrategias empresariales. (Dussel Peters 2000).

Meyer-Stamer (1995) conviene en que la competitividad se crea al nivel de las empresas, pero que, en parte, se deriva de un contexto sistémico que surge de complejas estructuras de interacción entre el Estado, las empresas y otros agentes y, por lo tanto, reviste formas diferentes en cada sociedad. Es decir las empresas se benefician de externalidades derivadas de la existencia de capacidad tecnológica, de políticas de gobierno eficientes y de la competitividad productiva a nivel nacional. Los países pueden entonces lograr la competitividad exterior manteniendo la diversificación o una mejor calidad de la producción, mejorando la tecnología y las competencias y ampliando el conjunto de las empresas nacionales para competir a nivel regional y mundial. Un país posee una oferta exportadora competitiva en los mercados externos en función de su capacidad de suministrar productos de calidad a tiempo y a precios competitivos y de responder rápidamente a los cambios de la demanda creando capacidades innovadoras y materializando tales capacidades mediante estrategias eficientes.

A los efectos prácticos, la competitividad internacional debe ser mensurable. Existen actualmente varios tipos de mediciones que difieren entre sí, no sólo por el concepto de competitividad adoptado, sino también por sus niveles de complejidad, practicidad y confiabilidad. Definitivamente la medida más utilizada para analizar los patrones comerciales de competitividad de los países es el coeficiente de ventajas comparativas reveladas (VCR), desarrollado originalmente por Bela Balassa (1965). Esta medida permite determinar si un producto posee ventajas comparativas o no, y si un sector es competitivo o no en el mundo. De la doctrina neoclásica sobre las ventajas comparativas se desprende que un país, para ser competitivo, tiene que especializarse en la producción y la exportación de los productos que le brindan ventajas comparativas debidas a su dotación de factores. De acuerdo con el estudio elaborado por el economista Bela Balassa (1965), comparando la tasa de crecimiento de las exportaciones locales de un sector exportador con la tasa de crecimiento de las exportaciones mundiales de ese sector se puede obtener una eficiente medición de la competitividad de las exportaciones.

- **Objetivo Específico N° 5:** *Analizar los sistemas nacionales de estímulo a la competitividad existentes para el sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial.*

La competitividad exportadora de una nación no reside exclusivamente en el desempeño de las empresas exportadoras, es el resultado de una interacción de distintos actores en diversos ámbitos. Tanto el Gobierno como las instituciones públicas y privadas generan en su accionar cotidiano una menor o mayor contribución al fortalecimiento de las

condiciones competitivas de un determinado sector exportador, sea desde la esfera económica, política, tecnológica, etc. Es por esto que el Estado no puede, ni debe, desentenderse completamente de las condiciones de competitividad de los distintos sectores que exportan en un país. Todos los planes, políticas, promociones, incentivos, normas y proyectos que surgen desde el Gobierno con el fin de fomentar y optimizar las condiciones competitivas de un determinado sector son de vital importancia no solo para la competitividad propia de un tipo de exportación en particular, sino también para la competitividad de toda la nación.

➤ **Objetivo Específico N° 6:** *Elaborar conclusiones finales.*

Tal como expresa Carlos Sabino (1996), las conclusiones de un trabajo son una sección o capítulo final, de reducidas dimensiones, donde el autor trata de sintetizar todo lo hasta allí expuesto de modo tal que resulten destacados los aspectos más importantes del desarrollo anterior. Tienen por objeto permitir una apreciación global de los resultados del trabajo. Por lo tanto ellas son corolario de lo ya dicho y no ocasión para introducir elementos nuevos, por lo menos en cuanto a la temática a considerar. Por esta razón, porque resumen de algún modo lo previamente expuesto, son consideradas como una parte relativamente independiente del cuerpo principal. Pero, a pesar de lo anterior, existe un cierto elemento de libertad en las conclusiones que muchos autores utilizan en casi todos sus trabajos. Ello se refiere a la posibilidad de incluir allí apreciaciones que, aunque sintéticas y generales, pueden ser también de tipo personal, hasta cierto punto evaluativas o apreciativas. También ese es el lugar apropiado para expresar algunas limitaciones que el mismo autor aprecie en su trabajo y para proponer, como muchas veces se hace, nuevas líneas o problemas de investigación que se desprenden de lo ya tratado.

Marco Metodológico

En esta instancia, ya definidos los cimientos teóricos, se precisarán aquellas herramientas e instrumentos a utilizar para medir cada uno de los objetivos específicos planteados.

- **Objetivo Específico N° 2:** *Analizar la evolución de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.*

El análisis de la evolución de las exportaciones se llevará a cabo mediante el empleo de fuentes de información secundaria externas, principalmente el COMTRADE de la ONU, y se hará uso de gráficos lineales en serie de tiempo para la comparación y presentación de los resultados.

- **Objetivo Específico N° 3:** *Estudiar el grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007.*

Para medir el **grado de diversificación** utilizará el índice de concentración de **Hirschman-Hirfindahl (HHI)**. El HHI es utilizado para medir el nivel de concentración en términos de destinos de exportación, aunque también se puede utilizar para medir el grado de concentración por productos o por sectores de una determinada economía.

El indicador HHI se define como:

$$HHI = \sum_i \left(V_i \right)^2$$

(1) Fórmula 1 – Índice Hirschman-Hirfindahl

Donde: V_i es el cociente entre las exportaciones argentinas a un determinado destino “i” en un año “j” (X_{ij}) y las exportaciones argentinas totales al mundo en el mismo año (XT_j).

Definido de esta forma, el indicador oscila entre 0 y 1, siendo el primero el de menor nivel de concentración y el último el de mayor. Se acercará cada vez más a 1 en el caso que unos pocos destinos expliquen la totalidad del comercio y se acercará a 0 en el caso en el cual

numerosos destinos registren la misma o una similar participación en las exportaciones totales.

Para medir la distancia psicológica se adaptará el índice utilizado por Dow (2000), considerando a la distancia psicológica como *la suma de los factores que impiden el flujo de información entre los mercados, sean lingüísticos, educativos, culturales y empresariales* (Johanson y Vahlne, 1977), se utilizará una escala basada en las diferencias lingüísticas y culturales para medir la distancia psicológica con un determinado país, yendo la escala de 1 a 4 representando el primer valor la menor distancia psicológica posible y el último valor la mayor distancia psicológica:

Tabla Nº 1: Indicador de Distancia Psicológica.

<i>Indicador de Distancia Psicológica</i>	<i>País de destino</i>
1	Países de Latinoamérica, el Caribe, España e Italia
2	Portugal, Estados Unidos, Inglaterra, Canadá y Australia
3	Alemania, Holanda, y demás países de Europa Occidental.
4	Rusia, países de Europa Oriental, Asia y África.

- **Objetivo Específico Nº 4:** *Analizar la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007 y realizar proyecciones para los años 2008 y 2009.*

El presente objetivo se medirá a través de la utilización del índice de **Ventajas Comparativas Reveladas (VCR)**. El concepto de ventajas comparativas reveladas se origina en un artículo de Balassa (1965), en el cual analiza si el patrón de comercio de los países se basa en sus ventajas comparativas. Ante la falta de datos para poder calcular los costos de cada producto en todos los países y poder hacer un análisis comparándolos, desarrolló un indicador que busca mostrar si un país cuenta o no con ventajas comparativas en la producción de cierto bien a partir de datos de las corrientes de comercio, donde compara la participación de un bien en las exportaciones totales del país con la participación de ese bien en las importaciones mundiales totales.

$$VCR_i = \frac{\frac{X_A^i}{X_A^T}}{\frac{X^i}{X^T}}$$

donde:

X_A^i : Exportaciones del bien «i» del país A

X_A^T : Exportaciones totales del país A

X^i : Exportaciones mundiales del bien «i»

X^T : Exportaciones mundiales totales

(2) Fórmula 2 – Índice de Ventajas Comparativas Reveladas

Si el VCR da un valor mayor a 1, significa que ha revelado ventajas comparativas en su producción y comercialización. Un VCR menor a 1 indica que no las revela. Todos estos indicadores se analizarán mediante la utilización de un *Panel Data* en hoja de cálculo. Tal como expresa Malinvaud (1996) el panel data es una herramienta proveniente de la econometría, rama que se enfoca en la aplicación de las matemáticas y el método estadístico al estudio de fenómenos económicos. El término de *panel data o datos de panel* se refiere a datos en dos dimensiones. Los datos son clasificados y expuestos a su vez en un conjunto que recoge observaciones de un fenómeno a lo largo del tiempo que se conoce como serie temporal. En datos de series temporales, tanto los valores como el orden en que se sitúan los datos, son de importancia. Un conjunto de datos con observaciones sobre múltiples fenómenos en un momento determinado del tiempo, se llama datos de corte transversal. En este caso, el valor de las observaciones tiene significado, pero no así su orden. Un conjunto de datos con observaciones sobre múltiples fenómenos a lo largo del tiempo es lo que se conoce como datos de panel.

Se confeccionará un panel data para cada uno de las 9 divisiones que posee la Sección 6 del SITC que irán en una serie desde el año 1980 al año 2007, cada panel data contendrá las siguientes columnas de datos:

1. **Top 10 Exporter Partners**: Los diez mayores destinos en cuanto a volumen exportado en dólares (U\$S) para cada año de la serie.
2. **Xij**: El total exportado en un año a cada destino (U\$S).
3. **Total**: La suma de lo exportado a los diez primeros destinos (U\$S).
4. **Total Exportado al Mundo**: El total de las exportaciones argentinas al mundo (U\$S).
5. **Participación**: El porcentaje representado por el total exportado en un año a cada destino con respecto a el total de las exportaciones argentinas al mundo (%).

6. **HHI**: el índice de concentración de destinos **Hirschman-Hirfindahl**, de 0 a 1.
7. **Distancia Psicológica**: Indicador de distancia psicológica existente en relación a cada mercado de destino, se considera a la distancia psicológica como constante a lo largo de la serie de tiempo.
8. **Promedio ponderado de la Distancia Psicológica**.
9. **VCR**: Ventaja Comparativa Relevada para cada año de la serie
10. **Tasa de crecimiento anual del Índice VCR**

Una vez confeccionados los datos en los paneles se analizarán y se compararán las series de datos obtenidas mediante gráficos de líneas y de dispersión.

Para proyectar los datos se hará uso de técnicas de regresión lineal mediante la siguiente fórmula:

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

y:

(3) Fórmula 3 – Proyección mediante regresión lineal

$$b = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sum (x - \bar{x})^2}$$

Los datos necesarios para realizar los diferentes cálculos serán obtenidos de la *División de Estadística de las Naciones Unidas – UN Comtrade* (<http://comtrade.un.org/db/>).

- **Objetivo Específico N° 5:** *Analizar los sistemas nacionales de estímulo a la competitividad existentes para el sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial.*

Para el cumplimiento del presente objetivo se realizará una investigación descriptiva de carácter cualitativo, mediante la consulta de fuentes de información secundarias, de manera de poder conocer y comparar los distintos planes y proyectos existentes en la Argentina que tengan como finalidad estimular la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial.

Desarrollo y análisis de los datos

Durante la presente sección se analizarán y se presentarán los datos obtenidos durante la fase de recopilación, el lineamiento a seguir será dictado por los objetivos específicos del trabajo.

➤ **Objetivo Específico N° 1:** *Definir el concepto de manufacturas básicas de origen industrial.*

Como se mencionó en la introducción del presente trabajo, las manufacturas de origen industrial (MOI) son aquellas obtenidas a partir de materias primas no surgidas de los sectores agrícola, ganadero y pesquero. Se trata de una categoría que permite dimensionar la capacidad industrial del país no vinculada a las ventajas comparativas de su sector primario no minero. Los sectores industriales que los producen se caracterizan en general por realizar mayores grados de transformación de las materias primas y por lo tanto por agregar mayor valor que las industrias productoras de manufacturas de origen agropecuario (MOA). El término *básicas* delimita y especifica aún más el universo de bienes que son objeto del trabajo, haciendo referencia a aquellas manufacturas de origen industrial que representan el primer nivel de elaboración al que son sometidas las materias primas, es decir, reflejan el valor agregado que se le otorga a productos básicos como el caucho, la madera, o el metal que durante su fabricación son sometidos a un verdadero y primer “proceso de agregado de valor”.

Para establecer cuáles son los productos que deben ser considerados como manufacturas básicas de origen industrial se ha consultado el *Standard International Trade Classification* (CUCI por sus siglas en castellano), es un clasificador establecido por las Naciones Unidas, compuesto de cinco dígitos y que sirve para actividades netamente estadísticas en donde se clasifican las actividades económicas de un país. Tal clasificador fue creado con el propósito de compilar estadísticas de todo el flujo de mercaderías en comercio internacional. El SITC intenta reflejar los materiales usados en la producción, las prácticas de mercado y usos de los productos, las etapas de producción, la importancia de los commodities en el comercio mundial y los cambios tecnológicos.

La sección seleccionada y que mejor se ajusta al concepto es la Sección 6 del SITC que se refiere a artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material e incluye:

- Cuero y manufacturas de cuero y pieles finas curtidas
- Manufacturas de caucho

- Manufacturas de corcho y de madera (excepto muebles)
- Papel, cartón y artículos de pasta de papel, de papel o de cartón
- Hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles, y productos conexos
- Manufacturas de minerales no metálicos
- Hierro y acero
- Metales no ferrosos
- Manufacturas de metales

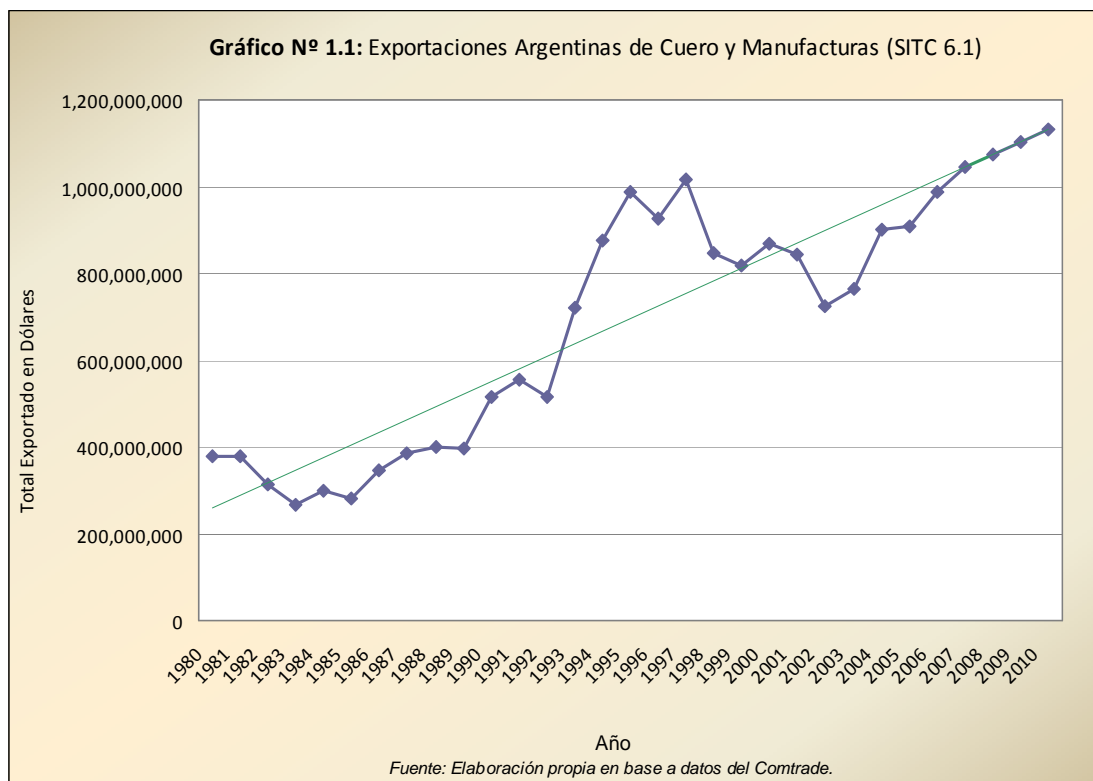
Así, en la presente sección de productos no se encuentran bienes como equipos para telecomunicaciones, vehículos de transporte, maquinaria y artefactos eléctricos, o chips y microprocesadores; bienes que siendo manufacturas de origen industrial no pueden ser considerados como básicos al poseer un proceso de elaboración más complejo e incluso incorporar otros productos manufacturados durante su fabricación, y que por lo cual exceden las intenciones del presente trabajo.

➤ **Objetivo Específico N° 2:** *Analizar la evolución de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007.*

El análisis de la evolución de las exportaciones durante el período 1980 – 2007 se dividirá en cada una de las nueve categorías de bienes que se encuentran en la Sección 6 del SITC.

• *Sección 6.1 - Cuero y manufacturas de cuero y pieles finas curtidas*

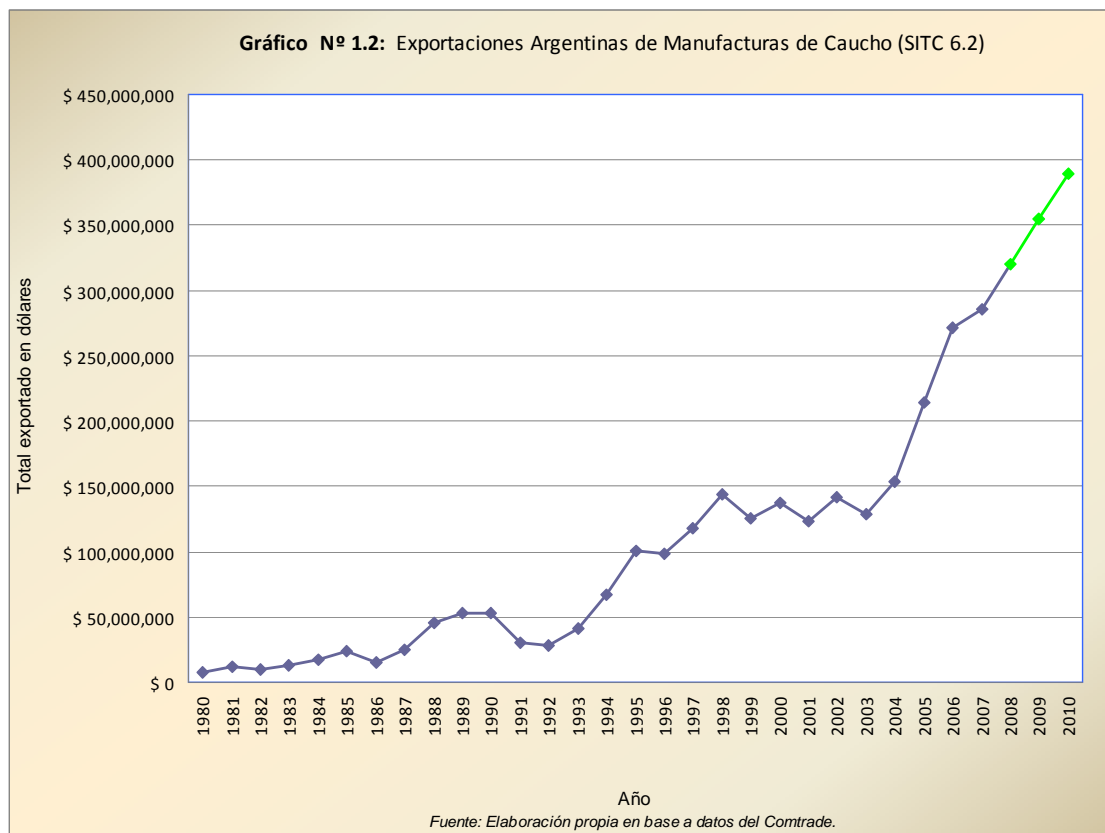
Con respecto a las exportaciones de *cuero y manufacturas de cuero y pieles finas curtidas* de la Argentina durante el período 1980 - 2007 (*ver anexo*) se obtiene que el destino predominante ha sido los Estados Unidos, ubicándose primero en todos los años con un promedio de participación en las exportaciones argentinas de un 30%, primordialmente gracias al alto consumo de manufacturas de cuero existente en este país. Brasil, principal socio comercial de Argentina, y China ocupan una participación importante en casi todos los años, debido a la significativa industria de calzado que poseen. Esto se puede explicar primariamente debido al reconocimiento internacional que posee la calidad del cuero argentino y sus manufacturas, que sumado a la baja calidad de éstos mismos productos en países como China o Brasil resultan en un alto flujo de exportaciones a tales destinos. El resto de los destinos lo ocupan naciones asiáticas (Malasia, Tailandia) y de europeos (España, Alemania, Holanda, Rusia)



La evolución de las exportaciones de cuero y sus manufacturas (*ver Gráfico 1.1*) ha tenido una marcada tendencia creciente, acentuándose principalmente en la primer mitad de la década del noventa, a partir de 1995 con el comienzo de la recesión de la economía las exportaciones empiezan a sufrir altibajos y ya llegada la devaluación del peso argentino en el año 2002 las ventas al exterior hacia los principales destinos alcanza niveles de principios de los noventa en unos USD 600.000.000. Las exportaciones de SITC 6.1 hacia los principales destinos han tenido el mismo patrón de comportamiento que las exportaciones totales de la Argentina, respondiendo a las crisis y alzas de la economía de igual manera, volviendo a repuntar los montos exportados a partir de los años 2003-2004 con el inicio de la reactivación económica.

- Sección 6.2 - Manufacturas de caucho

Contemplando el *Gráfico 1.2* se refleja como las exportaciones argentinas de esta categoría de manufacturas ha crecido de manera constante en el periodo 1980 – 2007, particularmente en los último 4 años donde se pasa de unas exportaciones por valor de U\$S 128.230.791 en el 2003 a alrededor de unos 285 millones de dólares exportados en el 2007, lo que implica un crecimiento de un 122%.



- Sección 6.3 - Manufacturas de corcho y de madera (excepto muebles)

El nivel de exportaciones argentinas de bienes correspondientes a la Sección 6.3 del SITC ha sido históricamente muy inferior al nivel de las exportaciones mundiales. Si se observa la *Tabla N°2* se percibe que la participación nacional en tales exportaciones con respecto al total en dólares exportado mundialmente durante 1980 y 2007 alcanza como máximo apenas el 0,18% y en contadas ocasiones, lo que demuestra el papel irrisorio de las manufacturas de corcho y madera argentinas a escala global. La presente sección incluye todos aquellos bienes considerados como manufacturas de corcho; hojas de madera para enchapado, madera terciada, madera aglomerada y otras formas de madera labrada; y manufacturas de madera. Si bien desde el año 2002 las exportaciones del sector vienen creciendo a niveles de por lo menos dos dígitos y en una magnitud mayor a lo que crecen las exportaciones globales, aún falta mucho para posicionar las exportaciones de manufacturas de corcho y de madera a un nivel competitivo. Estados Unidos, Brasil y Chile así como varios países de América Latinan representan los principales destinos de las presentes exportaciones.

En el último año las exportaciones argentinas de manufacturas de corcho y de madera decrecieron casi un 5%, esto se debe en gran parte a un efecto desbordamiento provocado por

la disminución de las exportaciones a nivel global. De acuerdo a las proyecciones realizadas las exportaciones argentinas recuperarán la tendencia creciente en los próximos tres años pero siempre a una tasa menor que el crecimiento mundial.

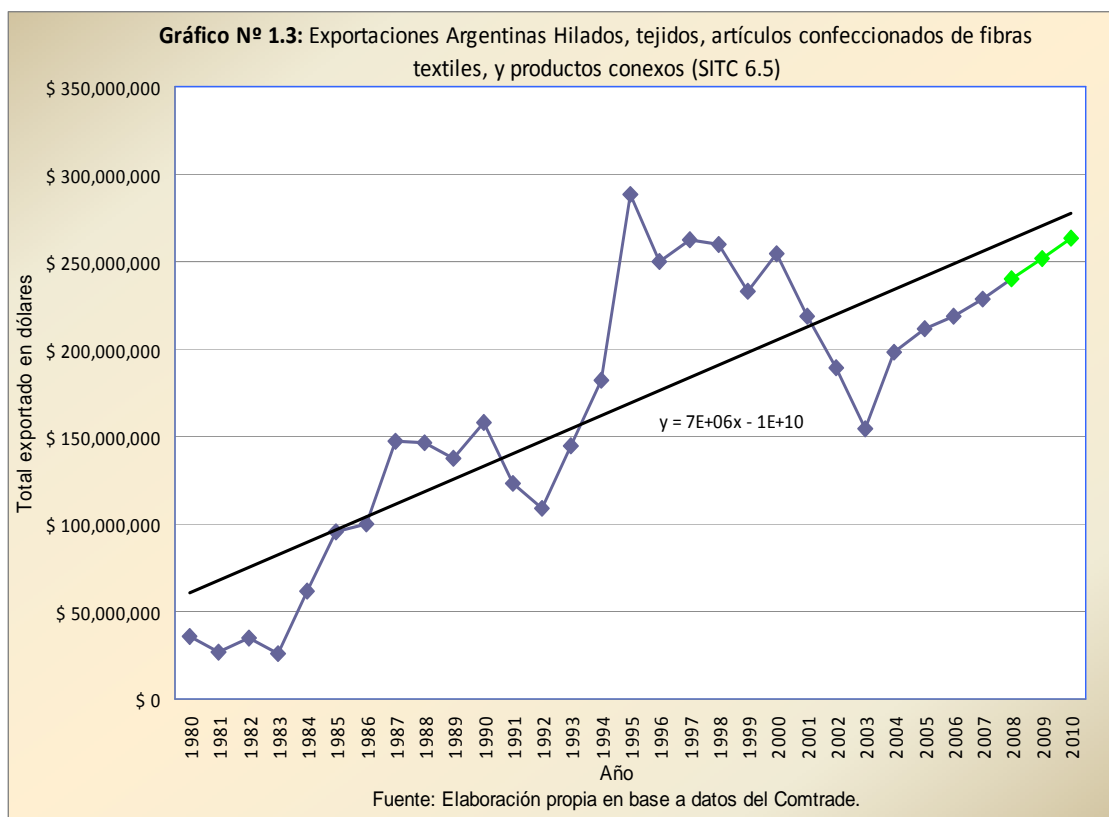
Tabla N°2: Exportaciones de SITC 6.3 Argentinas y Mundiales			
	Exportaciones Mundiales de SITC 6.3	Exportaciones Argentinas de SITC 6.3	Participación Argentina
1980	\$ 8.604.732.053	\$ 215.306	0,00250%
1981	\$ 8.256.549.003	\$ 493.276	0,00597%
1982	\$ 7.261.180.477	\$ 500.304	0,00689%
1983	\$ 7.667.152.990	\$ 122.632	0,00160%
1984	\$ 7.608.235.103	\$ 56.453	0,00074%
1985	\$ 7.541.790.856	\$ 235.847	0,00313%
1986	\$ 9.129.928.623	\$ 607.829	0,00666%
1987	\$ 11.893.361.311	\$ 921.647	0,00775%
1988	\$ 14.165.230.783	\$ 1.964.153	0,01387%
1989	\$ 16.916.066.125	\$ 15.558.240	0,09197%
1990	\$ 19.677.328.966	\$ 22.392.840	0,11380%
1991	\$ 19.574.982.487	\$ 4.191.239	0,02141%
1992	\$ 22.096.147.074	\$ 4.642.133	0,02101%
1993	\$ 24.233.127.558	\$ 14.611.984	0,06030%
1994	\$ 27.126.034.031	\$ 14.764.653	0,05443%
1995	\$ 31.417.621.005	\$ 26.397.552	0,08402%
1996	\$ 33.197.136.559	\$ 54.231.428	0,16336%
1997	\$ 33.905.090.738	\$ 54.300.636	0,16015%
1998	\$ 31.664.571.638	\$ 44.455.812	0,14040%
1999	\$ 34.375.483.055	\$ 36.195.143	0,10529%
2000	\$ 34.007.870.936	\$ 42.236.119	0,12420%
2001	\$ 32.771.405.426	\$ 27.671.238	0,08444%
2002	\$ 34.508.386.482	\$ 39.307.015	0,11391%
2003	\$ 40.005.506.554	\$ 49.004.992	0,12250%
2004	\$ 49.261.074.089	\$ 65.017.459	0,13199%
2005	\$ 51.326.763.713	\$ 71.746.129	0,13978%
2006	\$ 58.185.705.278	\$ 75.375.394	0,12954%
2007	\$ 50.046.623.318	\$ 72.169.934	0,14421%
2008	\$ 52.390.857.658	\$ 74.453.757	0,14211%
2009	\$ 54.699.414.515	\$ 77.031.399	0,14083%
2010	\$ 56.890.525.057	\$ 78.611.366	0,13818%
Fuente: UN Comtrade.			

- Sección 6.4 - Papel, cartón y artículos de pasta de papel o de cartón.

La sección 6.4 del SITC corresponde a todos aquellos bienes hechos a base de papel, de pasta de papel o de cartón. Durante el período 1980-2007 las exportaciones argentinas de esta categoría de productos han crecido casi de manera sostenida salvo excepciones en

algunos pocos años, como en el 2001 con crisis económica mediante. Exceptuando aquellos años de estancamiento de éstas exportaciones el crecimiento de las mismas ha sido mayor que la media mundial, situación que se acentúa a partir del año 2002. Pero a pesar de ostentar un crecimiento mayor en los últimos años las exportaciones nacionales de SITC 6.4 representan una ínfima parte del total de exportaciones mundiales, alcanzando su máximo histórico en el año 2005 con una participación de tan solo un 0,28%.

- Sección 6.5 Hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles, y productos conexos.



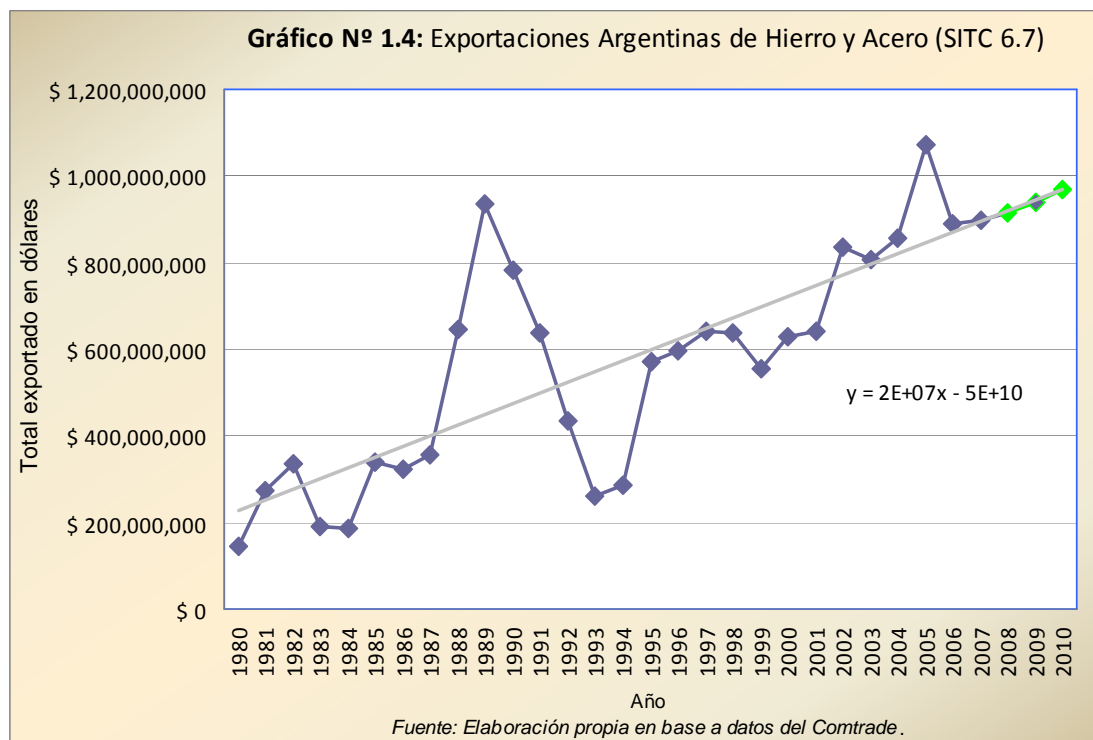
La evolución de las exportaciones de SITC 6.5 (ver gráfico 1.3) desde el año 1980 hasta el año 2007 ha sido inestable. Basta decir que hasta el año 1995 las exportaciones presentaban una leve tendencia creciente con algunos altibajos solo a principios de la década del 90, en 1995 las exportaciones de este tipo de bienes alcanzan su máximo histórico en alrededor de los 270 millones de dólares y a partir de ese año las exportaciones empezaron a decrecer abruptamente bajando a los US\$ 150 millones hacia el año 2003, un 46% menos que las alcanzadas en 1995.

- Sección 6.6 - Manufacturas de minerales no metálicos.

Dentro de la categoría SITC 6.6 correspondiente a “Manufacturas de minerales no metálicos” se encuentran productos como cal, cemento y materiales elaborados de construcción (excepto materiales de vidrio y arcilla); manufacturas de minerales; vidrio; artículos de vidrio; artículos de cerámica. Las exportaciones de estos bienes se han desarrollado de manera notoria durante el período de análisis, creciendo alrededor de un 500% desde 1980 hasta el año 2007. A pesar del crecimiento observado en el monto exportado la situación no es tan positiva si se lo compara con el volumen exportado mundialmente: la Argentina posee una participación que apenas supera el 0,1%.

- Sección 6.7 - Hierro y acero.

La sección 6.7 de la SITC abarca un amplio abanico de manufacturas de hierro y acero que van desde lingotes y otras formas primarias de hierro o acero hasta alambres, tubos y elementos para la construcción de hierro o acero. Luego de que China redujese sustancialmente sus importaciones de bienes de hierro y acero en 1990, las exportaciones de este tipo de productos sufrieron una fuerte caída reduciéndose un 72% desde 1989 a 1993, año en el cual finalmente las exportaciones empezaron a exhibir síntomas de crecimiento (*ver gráfico 1.4*).

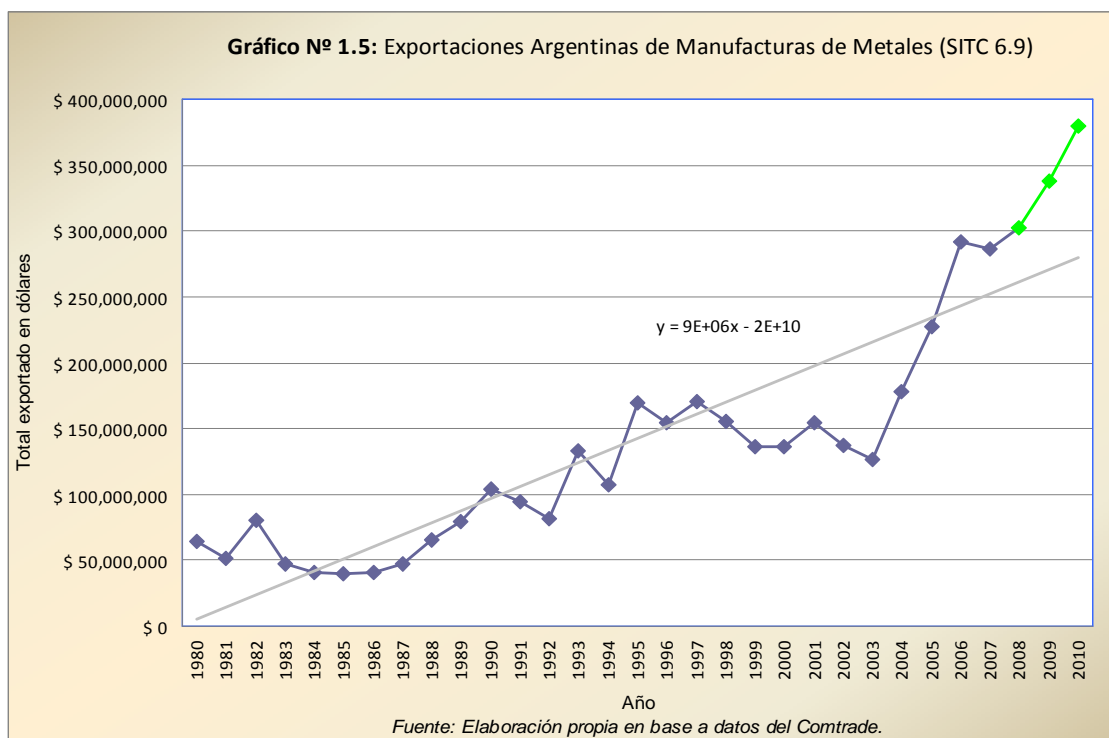


- Sección 6.8 - Metales no ferrosos.

La sección 6.8 del SITC corresponde a metales no ferrosos e incluye a bienes como la plata, platino, cobre, níquel, aluminio, plomo, zinc, estaño y diversos metales comunes no ferrosos utilizados en metalurgia. Las exportaciones nacionales de la presente sección han tenido altibajos durante el período 1980-2007 sin embargo se percibe una leve tendencia creciente a lo largo de los años que se vuelve más evidente a partir del 2002 donde las exportaciones crecen en promedio un 7% anual hasta el 200. La participación Argentina con respecto a las exportaciones mundiales no es muy relevante, el mayor nivel de participación se presentó en el año 1990 con apenas un 0,41% en comparación al volumen mundial de exportaciones. Para el fin del período de análisis la Argentina ostentaba un bajo 0,24% de participación mundial.

- Sección 6.9 - Manufacturas de metales.

La última categoría de productos dentro de la sección 6 de la clasificación SITC corresponde a “Manufacturas de metales” e incluye estructuras de hierro, acero o aluminio; recipientes de metal para almacenamiento o transportes; herramientas de uso manual o de uso en máquinas; y demás manufacturas de metales comunes.



Las exportaciones de de SITC 6.9 (*ver gráfico 1.5*) representan apenas el 0,5% del total exportado en el mundo, desde 1980 hasta el año 2008 el comportamiento de este tipo de exportaciones era irregular con años de crecimientos seguidos por años en los cuales las exportaciones caían abruptamente. Es a partir del año 2004 cuando las exportaciones de manufacturas de metales cobran una tendencia creciente notoria llegando un valor total exportado de unos 286 millones de dólares en el año 2007, que a pesar de representar una evolución importante con respecto a años anteriores constituye una ínfima parte de las exportaciones mundiales y evoluciona a una tasa de crecimiento menor que las exportaciones mundiales.

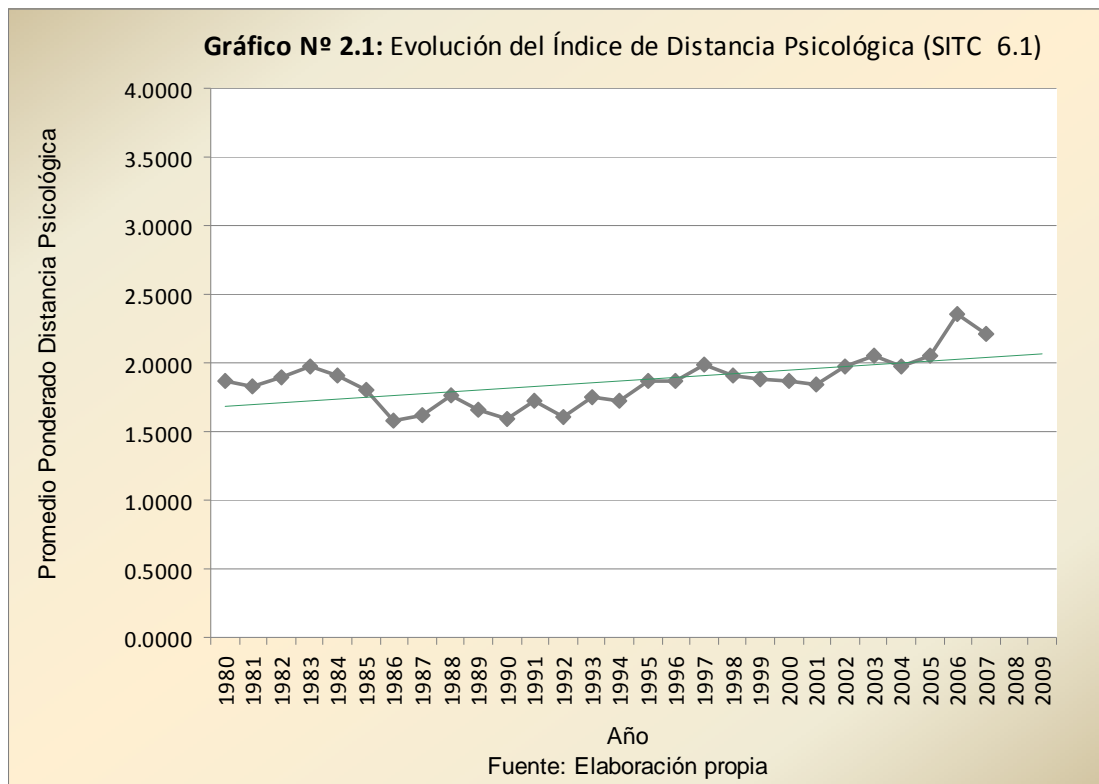
- **Objetivo Específico N° 3:** *Estudiar el grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007.*

El estudio del grado de diversificación y la distancia psicológica de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 - 2007 se dividirá en cada una de las nueve categorías de bienes que se encuentran en la Sección 6 del SITC.

- *Sección 6.1 - Cuero y manufacturas de cuero y pieles finas curtidas*

Se puede establecer que las exportaciones de *cuero y manufacturas de cuero y pieles finas curtidas* poseen un nivel de concentración de destinos muy bajo manteniéndose el índice HHI siempre entre los valores 0,1 y 0,3. Lo cual refleja una amplia diversificación de los mercados de destino de las exportaciones.

La distancia psicológica se ha mantenido prácticamente inmutable para éste sector de manufacturas a través de los años, con pequeñas variaciones entre los valores 1,5 y 2 (*ver Gráfico 2.1*). Esto manifiesta que se ha exportado a países con una distancia psicológica baja y que la industria local de cuero y manufacturas de cuero ha sido incapaz o no ha tenido la voluntad suficiente para conquistar mercados de una distancia psicológica mayor. Obviamente esto se debe a que ingresar a mercados cada vez más disímiles requiere mayores inversiones y esfuerzos que muchas empresas argentinas no están disponibles o no se encuentran en condiciones de realizar. La mayor excepción a la regla, que siempre la hay, es en este caso China, un país con una alta distancia psicológica para la Argentina pero que ocupa una participación importante en el destino de las exportaciones.



- Sección 6.2 - Manufacturas de caucho

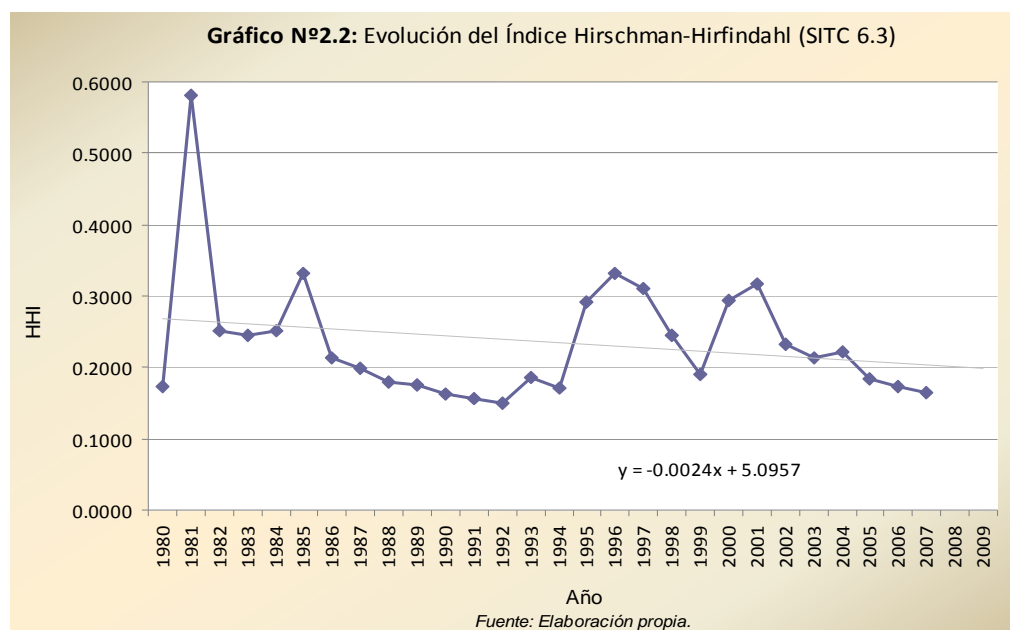
La evolución del HHI si bien ha sido irregular y sin una tendencia marcada, teniendo periodos de crecimiento (1992-1996) y periodos donde el HHI decrecía (1997-1999), se ha mantenido siempre en valores muy bajos dentro del rango de los 0,1 y 0,4. Por lo que se puede establecer que la concentración en destinos de los volúmenes en dólares exportados de manufacturas de caucho ha sido baja durante el período analizado. A pesar de esto, el índice HHI viene creciendo de manera sostenida desde el año 2003, esto se explica gracias a la cada vez mayor participación de Brasil como polo absorbente de esta clase de exportaciones. En el 2007 Brasil absorbió más de la mitad de la totalidad de exportaciones de manufacturas de caucho de la Argentina, lo que conlleva a un índice de concentración cada vez mayor y por ende a una menor diversificación de la oferta (*Ver tabla N°3*).

La distancia psicológica promedio para todo el periodo de estudio es de 1,15, esto refleja que Argentina exporta manufacturas de caucho primordialmente a países con escasas diferencias culturales, de idioma e idiosincrasia; que representan por ende mercados de más fácil acceso. Este fenómeno se explica también por el hecho que Brasil, país cercano psicológicamente, acapara más del 50% del total exportado por el país de manufacturas de caucho.

Tabla N°3: Exportaciones de Manufacturas de caucho por país			
Año	País	Exportaciones en U\$S	Participación
2007	Brazil	\$ 118,644,928	55.35%
	USA	\$ 30,726,289	14.33%
	United Kingdom	\$ 17,111,462	7.98%
	Paraguay	\$ 12,894,971	6.02%
	Germany	\$ 11,225,652	5.24%
	Uruguay	\$ 10,703,283	4.99%
	Chile	\$ 9,696,374	4.52%
	Netherlands	\$ 9,244,649	4.31%
	Italy	\$ 8,850,021	4.13%
	Venezuela	\$ 8,099,299	3.78%
Fuente: UN Comtrade.			

- Sección 6.3 - Manufacturas de corcho y de madera (excepto muebles)

La evolución del HHI (ver gráfico 2.2) en los 25 años analizados ha tenido una leve tendencia decreciente pero ha predominado la irregularidad dentro de una franja de valores entre 0,1 y 0,4 (a excepción del año 1981 donde el valor HHI asciende a 0,58 ya que en tal año Chile acaparó $\frac{3}{4}$ de las exportaciones totales del país) por lo que en general el nivel de concentración en términos de destinos de exportación ha sido bajo. Esto último es una ventaja desde el punto de vista que una menor concentración exportación reduce el grado de sensibilidad comercial del país ante posibles crisis de alguno de sus principales destinos y da lugar a un más confiable ámbito de planeación de las exportaciones forjándolas más sustentables a largo plazo.



Se vislumbra que las exportaciones de SITC 6.3 han sido dirigidas principalmente a países con muy baja distancia psicológica e incluso la tendencia indica que las futuras exportaciones se concentrarán aún más en éstos destinos. Especialmente hacia naciones Latinoamericanas, esto es lógico si se analiza la magnitud de la industria de manufacturas de corcho y de madera comparado con el nivel de exportaciones mundiales, es mucho mas simple para el empresariado argentino exportar en primer lugar y en mayor magnitud hacia aquellos mercados exteriores cuya distancia psicológica es percibida como menor.

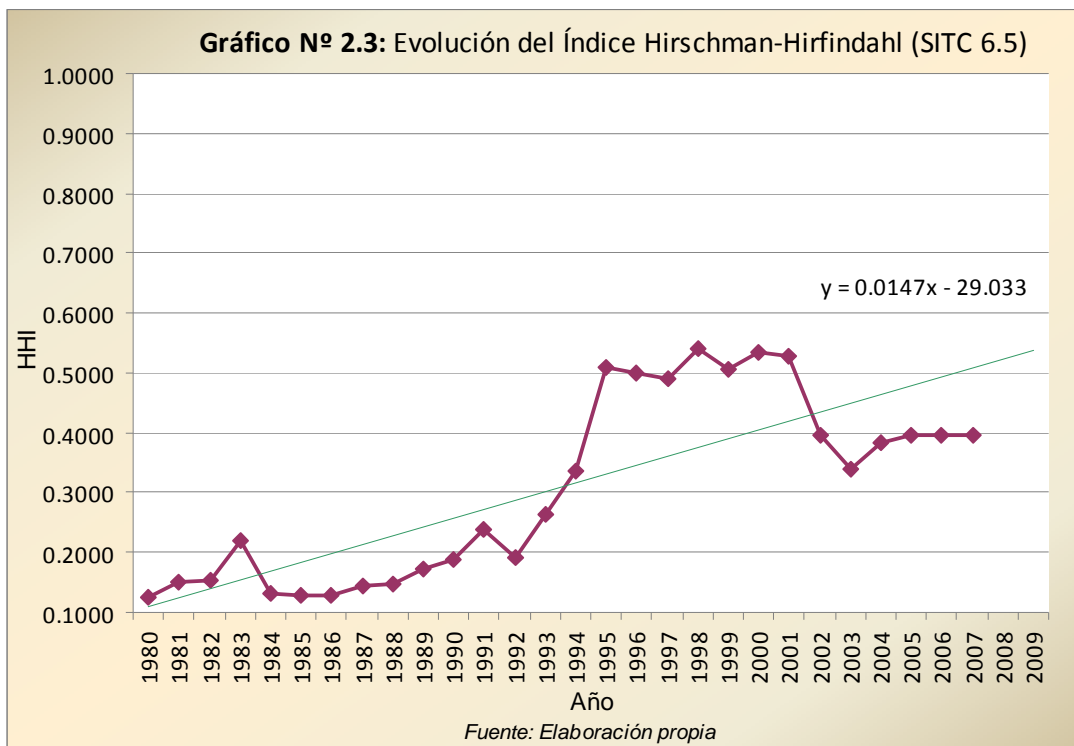
- Sección 6.4 - Papel, cartón y artículos de pasta de papel o de cartón.

El índice HHI se ha mantenido en niveles relativamente bajos durante el período 1980-2007, oscilando entre valores de 0.12 y 0.26, lo que representa un bajo grado de concentración en cuanto a destinos de exportación. Esto se comprueba al contemplar la participación de los principales diez destinos de exportación para cada año en particular, los porcentajes se presentan distribuidos de manera equitativa, y tan solo en aquellos años con mayor HHI un único país acaparó gran parte de las exportaciones, Estados Unidos en los años 1985 y 1986 por ejemplo.

Desde 1980 hasta el 2007 el índice de distancia psicológica se ha mantenido estable en niveles siempre cercanos a uno, lo que representa una tradición en las exportaciones de manufacturas de papel y derivados de vender a países con una baja brecha psicológica. Tendencia la cual, tal como es común en todos los rubros de productos correspondientes a la Sección 6 del SITC, se acentúa aún más en los últimos años llegando el índice a valores casi iguales a 1.

- Sección 6.5 Hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles, y productos conexos.

El índice HHI se mantuvo estable en niveles bajos, no superando los 0,25 hasta el año 1993, a partir de allí el HHI creció enormemente pasando de un valor de 0,19 en 1992 a 0,54 en el año 1998 y manteniéndose en valores cercanos a 0,5 hasta el final de período de estudio. Este incremento en el índice de concentración en términos de destinos de exportación se debió principalmente a un mayor nivel de exportaciones dirigidas a Brasil que a partir de 1993 comienza a aumentar su participación llegando a absorber el 70% de las exportaciones de SITC 6.5 en 1998.

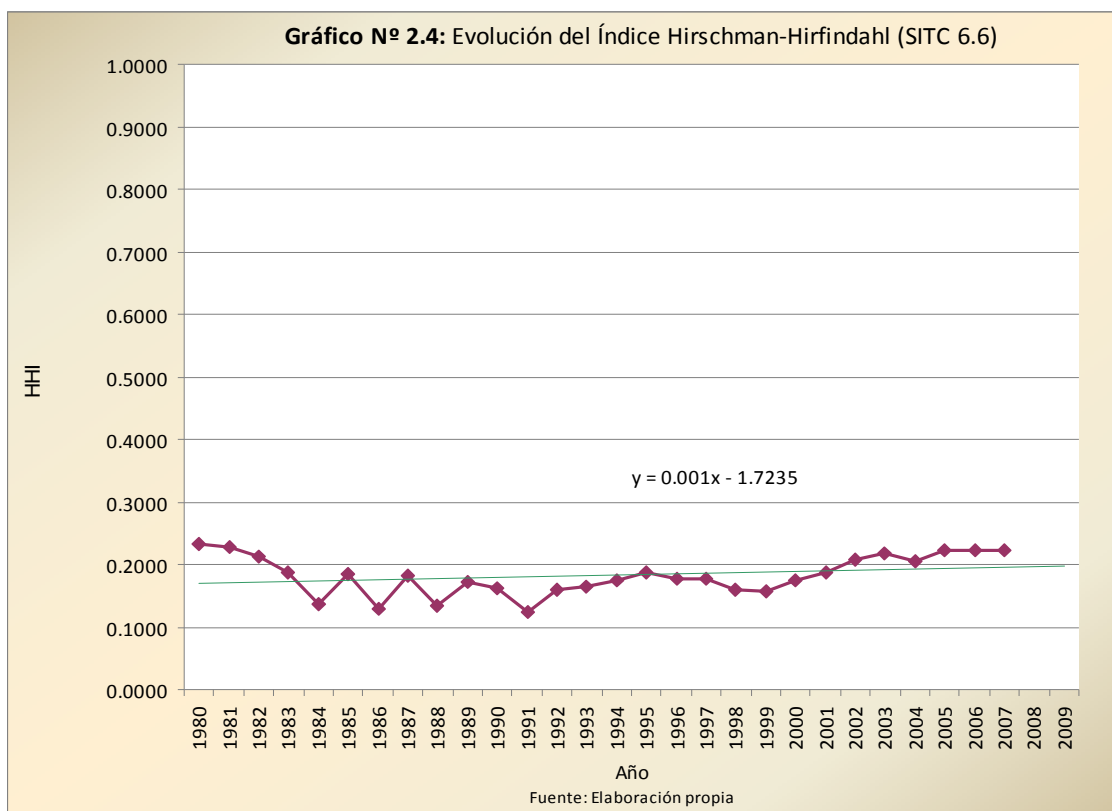


Hasta principios de la década del noventa la distancia psicológica con respecto a los países destino variaba constantemente, aunque siempre manteniéndose en valores mayores a 1, principalmente debido a que países como Alemania, Estados Unidos, Italia, China o Japón absorbían porcentajes considerables de las exportaciones nacionales de hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles, y demás bienes conexos. Luego de éste período la situación cambia y el índice de distancia psicológica se asienta prácticamente en 1, es decir, países con baja o ninguna brecha psicológica, consecuencia de la composición que adoptan las exportaciones a partir de 1990 con países limítrofes siendo los primeros destinos.

- Sección 6.6 - Manufacturas de minerales no metálicos.

La evolución del índice HHI ha sido constante a lo largo de los años y siempre en valores muy bajos (entre 0,12 y 0,23), este nivel escaso de concentración en materia de destinos se debe a que ningún país en particular absorbe un porcentaje desmesurado de las exportaciones nacionales. Los primeros dos destinos en importancia durante el período de análisis generalmente han alternado entre Estados Unidos, Brasil o Chile dependiendo del año y comparten de manera recurrente un nivel de participación similar, de alrededor del 20%. Además si bien para el mismo período de años el monto en dólares exportado ha crecido, en ningún año esto significó una variación importante en cuanto a la distribución de las mismas, lo que implica que el crecimiento de las exportaciones de SITC 6.6 se debió más a promociones a la exportación general, mediante medidas políticas y económicas de carácter

interno, que a un alza esporádica de la demanda de algún mercado en particular. A priori cabría pensar que esta situación le brinda a Argentina un importante margen y flexibilidad para reaccionar frente a presuntos debacles económicos de alguno de sus principales compradores, disminuyendo el riesgo al no estar concentradas todas las exportaciones en un único mercado. Sin embargo ésta situación no se plasma claramente en el caso argentino, por ejemplo para 1997 Brasil era el principal comprador de manufacturas argentinas de minerales no metálicos, con un monto de unos 31 millones de dólares acaparando casi un 25% del total de las exportaciones. Cuando dicho país entró en una fuerte crisis económica en 1998 en la cual el riesgo país aumentó; el real se devaluó; la Bolsa de Valores perdió inversores internos y externos, y los títulos públicos brasileños perdieron valor; las exportaciones de SITC 6.6 a Brasil se redujeron a 24 millones de dólares. Esos U\$S 7.000.000 que se perdieron en exportaciones no pudieron ser reubicados en los demás mercados y así las exportaciones totales de manufacturas de minerales no metálicos pasaron de U\$S 126.000.000 en 1997 a U\$S 118.000.000 en 1998. Este fenómeno se profundizó aún más en 1999, por lo tanto a pesar de poseer niveles bajos de concentración de mercados de destino y con bajos valores de HHI la Argentina fue incapaz de amortiguar los efectos negativos provenientes de la crisis de uno de sus principales mercados.



La distancia psicológica para la exportación de éste tipo de productos se ha mantenido prácticamente en uno a lo largo de los veinticinco años de estudio, lo que refleja unas exportaciones concentradas principalmente hacia países con menos factores que impidan o

alteren los flujos de información entre la Argentina y el mercado de destino. Destinos sin importantes diferencias lingüísticas, culturales, sociales o económicas.

Una vez más el punto más crítico de las exportaciones de este tipo de manufacturas argentinas pasa por su competitividad a nivel internacional, durante el período de análisis el índice VCR para las exportaciones nacionales de manufacturas de minerales no metálicos nunca es mayor a uno por lo que se desposee de una ventaja comparativa sólida que permita a la Argentina obtener una mayor participación y mayores beneficios en el mercado internacional.

- Sección 6.7 - Hierro y acero.

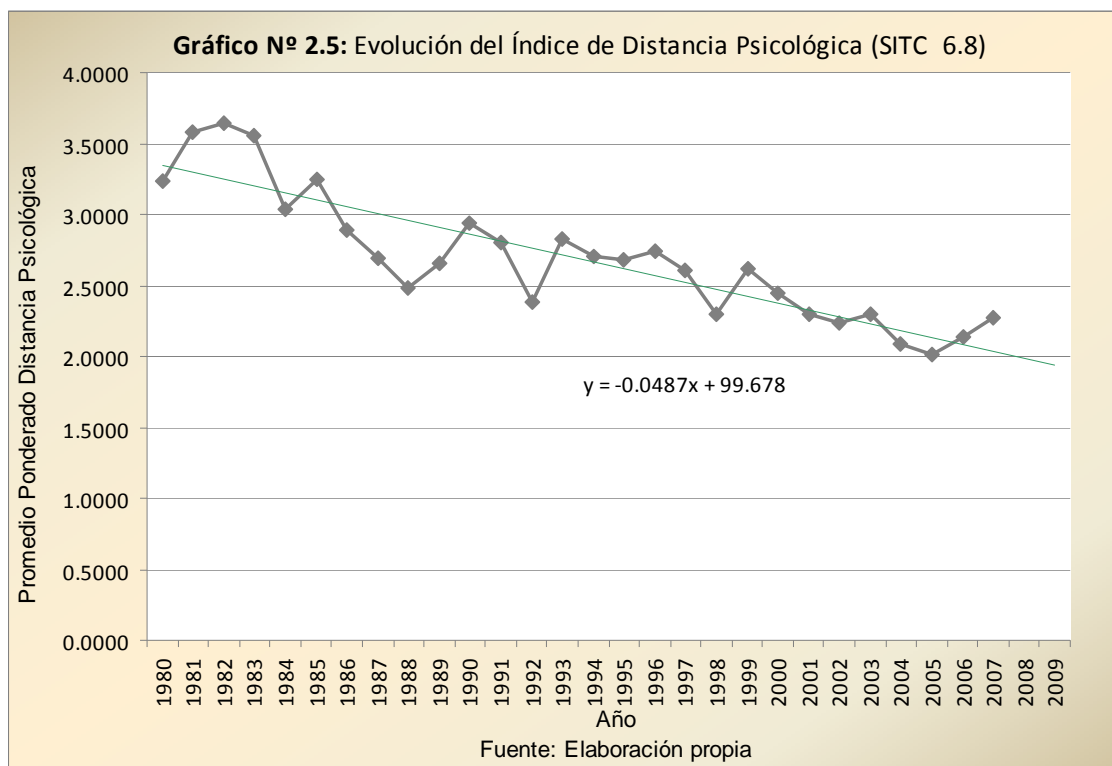
Las exportaciones de SITC 6.7 han tenido una baja concentración por destinos durante el período de estudio, el HHI alcanzó su máximo valor hacia el año 1983 (año en el que Estados Unidos representó casi mitad de todas las exportaciones) con apenas 0,32 para luego mantenerse siempre en valores cercanos a 0,2.

Hasta el año 1993 las exportaciones de manufacturas de hierro y acero iban dirigidas principalmente a países con una considerable distancia psicológica producto de la importante participación que tenían naciones como China, India o la Unión Soviética en la compra de ésta clase de bienes. Pero bien entrada la década de los noventa y con el fortalecimiento de las relaciones comerciales con los países limítrofes propio de la época, papel relevante el del MERCOSUR en esta situación; la distancia psicológica de los destinos de exportación se reduce enormemente y se estabiliza en los valores más bajos del indicador.

- Sección 6.8 - Metales no ferrosos.

Al momento de determinar la variación en la distribución geográfica de los destinos de las exportaciones argentinas de los bienes correspondientes a la sección 6.8 del SITC se observa el comportamiento del índice HHI fue bastante errático hasta el año 1997 pero siempre en valores bastante bajos, la excepción se da en el año 1983 cuando el HHI es de un 0,5 debido a un importante incremento de las exportaciones hacia Malasia que absorbe casi el 70% de las mismas. A partir de 1997 el comportamiento del índice se estabiliza y la distribución geográfica de las exportaciones se torna muy baja con un HHI siempre en valores cercanos a 0,2. Esto sucede ya que a partir de tal año ningún país cobra un protagonismo exacerbado en el mapa de destinos de las exportaciones de metales no ferrosos, manteniéndose las mismas distribuidas de modo relativamente equilibrado en unos cuantos destinos.

La distancia psicológica con respecto a los principales destinos ha sido de la más alta dentro de todas las secciones del SITC 6, si bien como se observa en el gráfico 2.5 existe una tendencia decreciente hacia finales del período debido nuevamente al crecimiento de Brasil y Chile como destino, países con escasa distancia psicológica; los valores que adopta el índice son innegablemente elevados. Es clara la repercusión sobre este indicador que posee el hecho de que países con altas cotas de distancia psicológica como Japón, Malasia, Corea o Bahrein. Esta situación es un buen síntoma para el sector ya que demuestra los esfuerzos de la industria de metales no ferrosos para conquistar mercados a priori complejos y dificultosos pero que pueden representar beneficios al largo plazo, esto se ve favorecido también por la naturaleza propia del producto que no necesita grandes modificaciones para ser introducido a diversos mercados por ser los metales no ferrosos bienes altamente estandarizados.



- Sección 6.9 - Manufacturas de metales.

En promedio para el período de tiempo analizado, las exportaciones del presente rubro de bienes hacia los primeros diez destinos han representado un 85% del total exportado por la Argentina. Esta proporción viene disminuyendo en los últimos años lo cual coincide con un bajo HHI muy pocas veces superior a 0,2 durante el período 1980-2007.

Con respecto a la distancia psicológica para las exportaciones de SITC 6.9, la misma ha sido notablemente baja remarcando la tendencia de exportar a países con acceso fácil donde no haya que entablar grandes esfuerzos en superar barreras psicológicas como el idioma o la idiosincrasia a la hora de hacer negocios. Una postura que se repite en los distintos rubros de bienes de la sección 6 del SITC y que si bien es comprensible es también criticable, no siempre aquellos países de más fácil acceso y con menor distancia psicológica representarán las mejores oportunidades comerciales para el país.

- **Objetivo Específico N° 4:** *Analizar la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial durante el período 1980 – 2007 y realizar proyecciones para los años 2008 y 2009.*

La Ventaja Comparativa Revelada (VCR) permite determinar si un producto posee ventajas comparativas o no, si un sector es competitivo o no en el mundo. Básicamente si el VCR da un valor mayor a 1 significa que ha revelado ventajas comparativas en su producción y comercialización. Un VCR menor a 1 indica que no las revela. En orden de analizar la competitividad de la sección 6 del SITC se ha elaborado y confeccionado el índice de VCR para cada categoría desde el año 1980 hasta el año 2007 (*ver anexos*), y en base a las proyecciones realizadas por medio de regresión para las exportaciones argentinas y mundiales se ha calculado el mismo índice para los años 2008, 2009 y 2010.

Si se observa el Gráfico 3.1 se denota claramente que a excepción de la exportación de cuero y manufacturas de cuero (SITC 6.1) la competitividad de las exportaciones de manufacturas no básicas ha sido realmente muy baja a lo largo del periodo de estudio. Cabe recordar que el umbral mínimo para considerar un sector exportador como competitivo es poseer un nivel de VCR mayor a 1, teniendo esto en cuenta la lectura se agrava aún más ya que todas las exportaciones de SITC (a excepción de la categoría SITC 6.1) poseen un VCR por debajo de 1, por lo cual carecen totalmente de una ventaja comparativa sobre la cual poder anclar una exitosa inserción internacional.

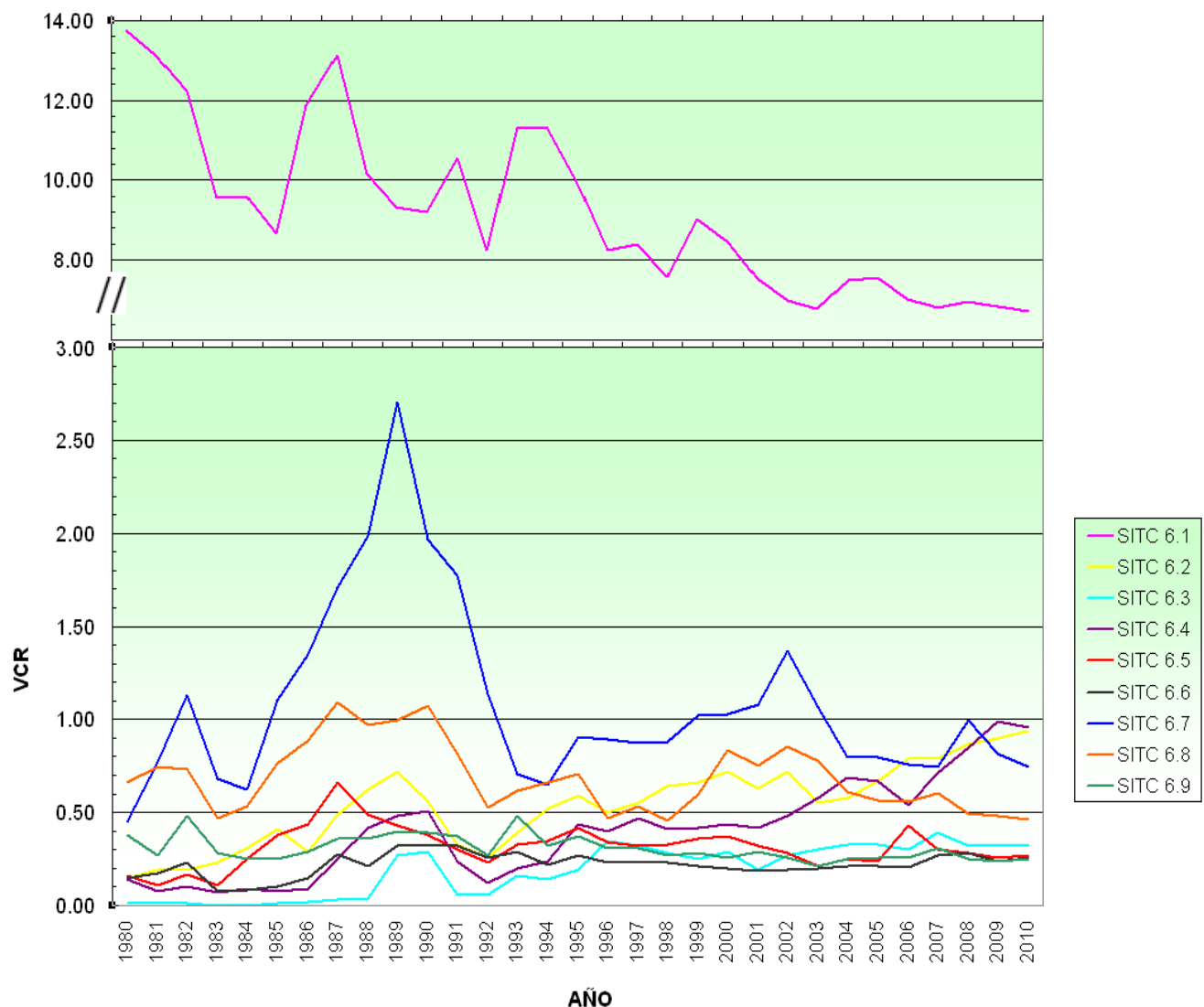
Además de las exportaciones de cuero y manufacturas de cuero, únicamente las exportaciones de hierro y acero durante finales de la década de 1980 y en el año 2002 y las exportaciones de manufacturas de metales no ferrosos en los años 1987 y 1990 mostraron un VCR levemente mayor a 1, reflejando cierto nivel de competitividad pero aún muy escaso para considerarlo como una verdadera ventaja frente a otras naciones exportadoras.

La situación es aún más grave si se considera que, de acuerdo a las proyecciones y cálculos realizados, únicamente las manufacturas de caucho (SITC 6.2) y las manufacturas de papel y derivados (6.4) reflejan signos de mejora en su competitividad al corto plazo, con un

discreto crecimiento previsto para el VCR de un 18% y un 35% respectivamente para el periodo 2007 – 2010. Las exportaciones del resto de las categorías de bienes analizados denotan una competitividad estancada o de tendencia a la baja.

Claramente las exportaciones que mejor desempeño competitivo han demostrado durante el periodo de estudio han sido las ventas al exterior de cuero y sus manufacturas, con un VCR promedio de 9.77 y una tasa de crecimiento del monto exportado de 1980 a 1997 de un 169,45 %, pero de tan solo un 23% desde 1998 a 2007. Las proyecciones realizadas indican que el VCR mostrará un leve ascenso durante el 2008 y 2009, pero que para el 2010 volverá a niveles actuales. Es decir, incluso el sector exportador de manufacturas básicas que se demuestra como el más competitivo sufre de un detrimento mantenido en su ventaja comparativa a través de los años y un crecimiento en las exportaciones que se ha estancado con respecto a años anteriores.

Gráfico 3.1: Evolución Ventaja Comparativa Revelada SITC Sección 6. 1980 - 2010.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del COMTRADE.

En el Gráfico 3.1 (Evolución Ventaja Comparativa Revelada SITC Sección 6. 1980 – 2010) se ha efectuado un corte en el *eje Y* del mismo que representa el valor tomado por el índice VCR, saltando de un valor de 3 a 8. Esto se ha hecho únicamente a fines de presentación gráfica de manera que puedan ser apreciadas con claridad las diferencias en los valores de VCR de cada categoría de productos.

- **Objetivo Específico N° 5:** *Analizar los sistemas nacionales de estímulo a la competitividad existentes para el sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial.*

Los Gobiernos del mundo implementan diversos mecanismos tendientes a fomentar la competitividad exportadora de un determinado sector económico o bien con el fin de recuperar la competitividad perdida. Tales mecanismos se instrumentalizan por lo general en planes, proyectos, beneficios, inversiones, o sistemas de perfeccionamiento que incumben áreas que inciden directamente en la competitividad de un sector en general y de la empresa exportadora en particular. Tales ámbitos de acción de los sistemas de estímulo a la competitividad van desde la esfera financiera hasta las áreas tecnológicas y de investigación y desarrollo (I+D). Si bien el Estado nacional tiene una gran responsabilidad en el mantenimiento de la competitividad de su economía, todos los cursos de acción dirigidos a fortalecer el nivel competitivo requiere un fuerte accionar conjunto y coordinado entre las instituciones públicas (Gobierno, Ministerios, Departamentos) y las instituciones privadas (empresas, asociaciones).

Dicho lo anterior, ¿Cuál es el panorama de los sistema de estímulo a la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial en la Argentina?

Actualmente el principal marco de medidas utilizado para incrementar la competitividad es el esquema de “Promoción de las Exportaciones”. Tal esquema, primordialmente impulsado por el Gobierno, se corresponde con una serie de disposiciones destinadas a facilitar la venta de los productos argentinos en el exterior, de aplicación general para todos los sectores exportadores de la Argentina. Las principales herramientas utilizadas son los reintegros y reembolsos, Draw-Back, exención y devolución de impuestos como el IVA o los impuestos internos, prefinanciación de producción y de exportaciones. Pero, el esquema de “Promoción de las Exportaciones” es un sistema de carácter general, es decir, aplicable a todas las actividades exportadoras y no un esfuerzo exclusivo por generar mayor competitividad en las exportaciones específicas de manufacturas básicas de origen industrial.

Además, la ayuda real que implica este sistema al incremento en la competitividad de las exportaciones es muy marginal, puesto que en definitiva no es más que un conjunto de normativas de naturaleza financiera con el fin de brindar una reducción en la carga impositiva que recae sobre el exportador. Si bien una eventual disminución de costos ayuda mantener la productividad y a mantener precios competitivos, la reducción de costes por sí sola no implica necesariamente un incremento en la competitividad de un sector exportador.

Asimismo, en la Argentina se busca sostener la competitividad de las exportaciones mediante el accionar del Banco Central de la República Argentina intentando mantener un dólar alto. Nuevamente se cae en medidas financieras como cursos de acción para incrementar la competitividad de las exportaciones, y no en la implementación de sistemas que busquen fortalecer factores claves de la competitividad, como facilitar el acceso a nuevas tecnologías de producción o el acceso a certificaciones de calidad internacional. Por otra parte, en un contexto de avalancha de dividas en donde los exportadores liquindan en el país, impulsados por los altos preios de los commodities, significa que la autoridad monetaria debe hacer un esfuerzo doble para retirar del mercado (esterilizar) los pesos que se emiten a cambio de los dólares; consecuentemente se corre el riesgo que la esterilizacion sea excesiva y termine incrementando la tasa de interés, por lo que sería contraproducente al aumentar los costos.

Dentro de las instituciones públicas, entes como *el Instituto Nacional de Tecnología Industrial* o las distintas secretarías industriales del *Ministerio de Economía y Producción* y el *Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios* trabajan en algunos proyectos con el fin de estimular la competitividad exportadora. Pero todos estos poseen efectos indirectos sobre la competitividad, ninguno es específico al sector exportador de manufacturas básicas de origen industrial, y siempre consisten en medidas de pequeño alcance, desentendidas entre sí, que distan de formar un verdadero sistema de estímulo a la competitividad del sector bajo estudio. Por ejemplo, para las exportaciones de manufacturas de minerales no metálicos (SITC 6.6), de Hierro y acero (SITC 6.7), de Metales no ferrosos (SITC 6.8), y de manufacturas de metales (SITC 6.9), la *Secretaría de Minería* y el *Instituto Argentino de Siderurgia* han desarrollado distintos planes y proyectos de asistencia técnica para elevar la calidad productiva de tales sectores. Pero la mayoría de estos esfuerzos recae en meros servicios de información y capacitación o planes preservación de recursos, que si bien son beneficiosos al sector no poseen la estructura necesaria para considerarlos como un sistema eficiente impulsor de la competitividad exportadora, más que en acciones aisladas. Tal situación se repite de modo similar en las realidades de los restantes sectores de manufacturas básicas de origen industrial.

Desde la esfera privada el escenario es prácticamente el mismo, con un puñado de instituciones y asociaciones que han elaborado diversos planes con el objetivo de potenciar la competitividad exportadora de las empresas, pero que actúan de modo descoordinado y con objetivos de corto alcance como son proveer servicios de información, asistencia técnica o facilidades financieras siguiendo la premisa de que abaratar costos significa ganar competitividad. La *Unión Industrial Argentina*, la *Fundación ExportAr*, *ExportaPymes* o la *Cámara de la Industria Textil* son algunos ejemplos de entes privados que llevan a cabo algunas acciones de estímulo a la competitividad exportadora, pero ninguna de éstas propuestas posee el suficiente nivel de planificación, grado de alcance, cooperación con el Gobierno o nivel de especificidad necesarios para poder ser considerados como un sistema tal de fortalecimiento de la competitividad exportadora del sector de manufacturas básicas de origen industrial.

ProChile en Chile y *Apex* en Brasil por ejemplo son instituciones privadas de promoción de exportaciones que, con una fuerte interacción con sus respectivos gobiernos, han logrado poner en marcha de manera exitosa un plan de estimulación y fortalecimiento de la competitividad exportadora de ciertos sectores de manufacturas básicas de origen industrial. Es el caso del cobre en Chile y de las manufacturas de caucho y de cuero en Brasil.

Los acuerdos de *Procompetitividad* son el sistema de estímulo a la competitividad que más se enfoca al sector de manufacturas básicas de origen industrial abarcando sectores como el de las manufacturas de madera, hilados y tejidos, y la industria del papel. Tales acuerdos lo han firmado diversos sectores productivos, representados tanto por entidades empresarias como sindicales, el Gobierno Nacional y los Estados Provinciales, se enmarcan dentro de la Ley de Competitividad y tienen como objetivo promover un esfuerzo conjunto tendiente a fomentar el crecimiento de la actividad económica, a partir de la mejora en la ecuación de rentabilidad de las empresas.

En la práctica, dichos Acuerdos se traducen en la instrumentación de rebajas impositivas nacionales, fundamentalmente del gravamen sobre los intereses y la renta mínima presunta y la aceptación del pago de los aportes patronales como crédito fiscal del IVA, y la eliminación de impuestos y/o tasas provinciales (principalmente, Ingresos Brutos). Al mismo tiempo, se insta a las autoridades municipales a acompañar el esfuerzo con la rebaja de las tasas y alícuotas que operan bajo sus órbitas. La principal falencia de este sistema es nuevamente la falta de un enfoque más centrado a fortalecer la competitividad hacia afuera del sector y con medidas de una mayor incidencia que los siempre recurrentes beneficios fiscales.

Conclusión

A lo largo del trabajo se ha podido apreciar como ha sido la evolución y estructura de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial (MBOI) durante el periodo 1980 – 2007. Las exportaciones de *cuero y manufacturas de cuero* son las que representan el mayor volumen monetario con alrededor de 1.044 millones de dólares exportados en el año 2007. Seguido muy de cerca por las exportaciones de *hierro y acero* con remesas que rondan las 896 millones de dólares. Asimismo las *manufacturas de corcho y de madera* se presentan como el grupo de bienes de menor monto exportado con apenas U\$S 72.169.934 remitidos en el 2007.

El sector argentino de MBOI de mayor relevancia a nivel mundial corresponde al de las exportaciones de *cuero y manufacturas de cuero* que representan un 3,19% del total exportado mundialmente, sin embargo para ser el sector de mayor participación mundial es un porcentaje bajo. La categoría de bienes de menor participación a nivel global corresponde a las exportaciones *manufacturas de minerales no metálicos* representando apenas un 0,10%. Un escaso nivel de participación con respecto a las exportaciones mundiales del mismo tipo de productos se presenta como común denominador en las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial, presentándose un nivel de participación menor al 0,5% en un total de 7 de las 9 secciones de bienes estudiadas (6.2; 6.3; 6.4; 6.5; 6.6; 6.7 y 6.9). Esto último no hace más que reflejar el intrascendente peso que posee la Argentina a nivel mundial como exportador de MBOI.

La categoría de bienes que demuestra mayor dinamismo es el de las exportaciones de *manufacturas de caucho* con un crecimiento promedio de un 23,73% en los últimos tres años del periodo analizado. El sector de mayor estancamiento y menores signos de dinamismo es el de las exportaciones de *hierro y acero* con apenas un crecimiento promedio de 3,05% durante los últimos 3 años.

Las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial demuestran un nivel de diversificación relativamente alto, por lo que en general las exportaciones no se concentran de manera significativa en unos pocos destinos. Esta afirmación se refleja en los bajos valores tomados por el índice de concentración Hirschman-Hirfindahl, el promedio del HHI durante el periodo analizado para todas las exportaciones de MBOI ha sido de 0,22. Siendo las exportaciones de *hierro y acero* las que representan el mayor grado de diversificación y contando con una cartera de mercados muy balanceada.

A priori cabría pensar que la alta diversificación en cuanto a destinos exportados le brindaría a la Argentina, tal como aseguran muchos autores, un importante margen y flexibilidad para reaccionar frente a posibles debacles económicos de alguno de sus principales compradores, disminuyendo el riesgo al no estar concentradas todas las exportaciones en un único mercado, y consecuentemente esta situación se convertiría en una clara ventaja competitiva para el sector exportador de MBOI argentino. Sin embargo, como se mencionó en el desarrollo del trabajo y tal como se evidencia al observar los bajos niveles de competitividad internacional que poseen los distintos sectores de la sección SITC 6.6, una oferta exportadora diversificada en sus mercados de destino (hecho reflejado por niveles bajos de HHI) no necesariamente garantiza al país un amplio margen de maniobra frente a externalidades negativas ni un factor clave sobre el cual anclar el desarrollo de la competitividad externa.

El sector con mayor grado de concentración de exportaciones en cuanto a su destino es el de *hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles, y productos conexos (SITC 6.5)* con un HHI de 0,35. Este fenómeno se explica en el hecho de que dos países, Brazil y Chile, acaparan más del 75% del total exportado de SITC 6.5 por la Argentina. Al ser dos países limítrofes, de estrecha relación con la Argentina y similares en muchas dimensiones quienes concentran el mayor volumen de compra de SITC 6.5, conlleva también a que la misma categoría de bienes sea la que exporta a países con menor distancia psicológica.

El nivel de distancia psicológica es bastante bajo para las exportaciones argentinas de MBOI, con un promedio de 1,48 para el índice de distancia psicológica durante el periodo bajo análisis. Este fenómeno es consecuencia directa del hecho que gran parte de los destinos las exportaciones de MBOI son países Limítrofes y Latinoamericanos. Esta situación tiene dos lecturas, desde el punto de vista comercial, es obvia la preferencia de exportar a aquellos países más cercanos tanto geográficamente como cercanos en dimensiones de lenguaje, cultura, idiosincrasia; y que además se poseen ciertas preferencias arancelarias por ser parte de un mismo bloque económico en los casos de los países MERCOSUR. Estos mercados cercanos psicológicamente representan el menor grado de obstáculos y el mayor número de facilidades de acceso. Por otro lado, desde un punto de vista centrado en la competitividad de las exportaciones, es mucho más simple para el empresariado argentino exportar en primer lugar y en mayor magnitud hacia tales mercados (Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay, etc) porque son mercados menos exigentes y conllevan un menor esfuerzo, por lo que a largo plazo una excesiva preferencia por tales destino termina afectando a la competitividad internacional de las exportaciones, al no tener las empresas exportadoras de MBOI el nivel de

competencia y exigencia en la demanda necesarios para preocuparse por emprender acciones que fortalezcan la competitividad externa de sus productos. Si la Argentina pretende posicionar de manera competitiva las exportaciones de manufacturas no básicas de origen industrial deberá empezar a conquistar mercados más distantes psicológicamente, que demuestren la capacidad del sector de ofrecer un producto de calidad y competitivo a mercados altamente exigentes y con requisitos profundamente diferenciados.

La conclusión más significativa y a la vez preocupante del presente trabajo se presenta en la afirmación de que a excepción de la exportación de *cuero y manufacturas de cuero (SITC 6.1)* la competitividad de las exportaciones de manufacturas no básicas es tremendamente escasa. Todas las exportaciones de SITC (a excepción de la categoría 6.1) poseen un nivel Ventaja Comparativa Revelada por debajo a 1, por lo cual carecen totalmente de una ventaja comparativa sobre la cual poder anclar una exitosa inserción internacional.

Incluso para aquellos sectores donde las proyecciones calculadas arrojan a la luz un crecimiento de las exportaciones notorio para los años 2008, 2009 y 2010; como pueden ser los sectores exportadores de *cuero y manufacturas de cuero, manufacturas de caucho y manufacturas de madera*; las estimaciones futuras de la competitividad son desfavorables. Con índices de ventaja comparativa que crecen en proporciones menores o que incluso muestran signos de retroceso a pesar del crecimiento del volumen exportado. Esto demuestra que la Argentina no debe confundir un crecimiento sostenido de las exportaciones como sinónimo de competitividad de las mismas en el plano internacional.

El panorama de la competitividad externa de las manufacturas no básicas de origen industrial no es alentador, pero entonces, ¿existen esfuerzos loables, coordinados y organizados por cambiar la situación? Durante el desarrollo del trabajo se ha visto que la realidad dista de brindar una respuesta afirmativa a tal pregunta.

En la Argentina actual no existe ningún sistema consolidado que tenga como fin exclusivo estimular la competitividad exportadora de las manufacturas básicas de origen industrial. Las medidas existentes que buscan impulsar la competitividad exportadora son de carácter general, es decir, ninguna se enfoca exclusivamente al sector de MBOI o a algunas de sus categorías de productos. La mayoría de las acciones impulsadas por el gobierno son medidas de estímulo en el plano jurídico-laboral, impositivo y de inversión y financiamiento, que no representan costo fiscal alguno para el Estado. Que si bien benefician a las empresas, tanto las grandes como medianas, productoras y exportadoras de MBOI mediante una eventual reducción de costos, no constituyen un fortalecimiento real de la competitividad externa. Menores costos no es sinónimo de mayor competitividad. Por otra parte, desde el

sector privado los esfuerzos se encuentran muy atomizados, con alcances limitados y con una falta notoria de coordinación con el sector público.

Esta falta de un esquema sólido que sirva de soporte para las empresas exportadoras del sector las ha llevado a tener que enfrentar sin armadura, situaciones recurrentes de la economía Argentina: aperturas económicas que las ponen en condiciones de desventaja, inestabilidad cambiaria, tratados de libre comercio y hasta crisis políticas. Todo esto sumado al acceso limitado a las fuentes de financiamiento, la falta de definición de una política industrial y la escasa información en marketing, exportación y gestión dan como resultado empresas, que como queda evidenciado en el trabajo, no dan la talla para competir en el nuevo entorno global.

Se han reflejado ciertos signos positivos durante el desarrollo del trabajo, *las exportaciones de cuero y manufacturas de cuero* poseen cierta ventaja comparativa revelada que se debería fortalecer para no perderse y se presenta como un sector de relativamente alta participación a nivel mundial y como una atractiva opción para inversionistas. Otros sectores como el de las manufacturas de caucho, las manufacturas de corcho y madera, o las de hierro y acero presentan un gran potencial si se logra aprovechar la calidad de los productos y se encaran de manera correcta en su posicionamiento en el exterior.

Recomendaciones

Observando el escenario actual de la competitividad de las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial: ¿Cuáles sería el camino a seguir para poder afianzar las ventajas comparativas del sector y lograr una mayor y mejor presencia en el mercado internacional? En primer lugar debería crearse un esquema de estímulo a la competitividad externa exclusivamente focalizado a las exportaciones de manufacturas básicas de origen industrial, con especificaciones diferenciadas para cada uno de los distintos sectores. Tal esquema debería ser llevado conjuntamente entre el Gobierno y las empresas del sector, de manera que exista una coordinación y sinergia entre la esfera pública y privada. Los esfuerzos aislados son generalmente poco eficientes. Deberá ser formalizado, darle al sistema de estímulo a la competitividad una estructura que le sirva de cimiento; mediante proyectos, normas, planes y leyes que eviten que un cambio en el entorno diluya todo el sistema.

Si bien trabajar en mejorar las exenciones impositivas y en medidas de alivio financiero para las empresas exportadoras de MBOI es apreciable, las acciones destinadas a impulsar la competitividad externa del sector no deben sesgarse en solamente reducir costos.

Se deberían confeccionar medidas de alcance más profundo que permitan potenciar aquellos factores claves para el desarrollo de las empresas exportadoras del sector y sus cadenas de valor, mejorar su competitividad e impulsar las exportaciones mediante un apalancamiento en la calidad. Teniendo como posibles medidas de acción para el cumplimiento de los objetivos: la creación de una imágen fuerte a nivel internacional; conformar grupos de exportadores sectoriales; establecer y respetar un calendario de exposiciones y ferias internacionales; organizar misiones comerciales y rondas de negocios con mercados con una mayor distancia psicológica y de mayor rentabilidad. Sobre todo, perseverar en estrategias que prioricen la inversión en capital humano, tecnología e infraestructura; de manera que toda ventaja comparativa que se cree se real y sostenible, y no un mero espejismo circunstancial. De lo contrario, resurgirán nuevamente los serios problemas de competitividad que sufre el país en las exportaciones de MBOI.

Lo importante es que las empresas del sector posean el marco necesario para lograr una buena gestión de sus recursos: información y conocimientos técnicos; activos humanos, financieros y físicos; redes y relaciones. Siempre está presente el entorno exterior (nacional e internacional) que escapa al control de cualquier plan y que influye positiva o negativamente en la competitividad de la empresa. La clave es hallar la manera de combinar y encaminar los esfuerzos para que la competitividad se convierta en la principal arma de defensa del sector exportador de MBOI de la Argentina.

Realizando una proyección meramente estimativa, si se implementaran eficientemente algunas de las medidas anteriormente recomendadas se podría conseguir un incremento de la ventaja comparativa revelada de alrededor de un 15% solo en el primer año, lo cual impactaría en un aumento significativo de las exportaciones de las distintas categorías. Sería idóneo realizar proyecciones de mayor precisión para cuantificar correctamente los potenciales beneficios mediante modelos econométricos complejos, los cuales escapan al alcance del presente trabajo pero dejan una puerta abierta a futuras investigaciones que amplíen el tema de estudio.

Bibliografía y fuentes de información utilizadas.

- AHUMADA, H. (1996). “Exportaciones Argentinas: su comportamiento de largo plazo y su dinámica”. Documentos de Investigación. Instituto Torcuato Di Tella.
- CEPEDA, Horacio. (1996). “Un modelo econométrico del sector externo de la República Argentina”, Págs. 441 – 467. Facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional de Cuyo.
- CATAO, L. and FALCETTI, E. (2002), “Determinants of Argentina’s External Trade”. Journal of Applied Economics.
- SABINO, Carlos A. (1996). “El Proceso De Investigación”. Argentina. ED. Lumen – Humanitas.
- EKELUND, Robert R. y HEBERT Robert F. (1991) “Historia de la teoría económica y su método.” McGraw Hill, Madrid.
- SCHWARTZ, Pedro. (2001) “El Comercio Internacional En La Historia Del Pensamiento Económico” Documento de Trabajo. IUDEM
- BALASSA, Bela. (1977) “Revealed Comparative Advantage Revisited” Working Paper. Manchester School of Economic and Social Studies.
- ARELLANO, Manuel. (2003) “Panel Data Econometrics”. Oxford University Press.
- MALINVAUD, Davies. (1996). “Re-examining the Rational Expectations Hypothesis Using Panel Data on Multi-Period Forecasts”. Cambridge University Press.
- GRILLO, Federico. (2004). “Una Visión de Largo Plazo de las Exportaciones Argentinas”. Revista de Comercio Exterior e Integración. Centro de Economía Internacional. Págs. 19-31.
- PIOLI, Fernando. (2005). “La Inserción Internacional de las Manufacturas de la Argentina”. Revista de Comercio Exterior e Integración. Centro de Economía Internacional. Págs. 25-40.
- CASTAGNINO, Tomás. (2005). “El Comercio Exterior de las Manufacturas Industriales”. Revista de Comercio Exterior e Integración. Centro de Economía Internacional. Págs. 7-18.
- CAFIERO, José. (2006). “Análisis de las Exportaciones Argentinas utilizando el Índice de Ventajas Comparativas Relevadas”. Revista de Comercio Exterior e Integración. Centro de Economía Internacional. Págs. 81-94.

- SACHS, D. Jeffrey. (2003) “Institutions Don’t Rule: Direct Effects of Geography on per capita Income”. Working Paper 9490. National Bureau of Economic Research.
- REDDING, Stephen y VENABLES, J. Anthony. (2003) “Geography and Export Performance: External Market Access and Internal Supply Capacity”. Working Paper 9637. National Bureau of Economic Research.
- DOW, Douglas. (2000) “Developing a Multidimensional Instrument to Measure Psychic Distance Stimuli”. Working Paper. Melbourne Business School, University of Melbourne.
- EVANS, Treadgold y MAVONDO (2000). “Explaining Export Development Through Psychic Distance.” International Marketing Review, 17(2): 164-68.
- HOFSTEDE, G. (1980). “Cultural Consequences: International Differences in Work Related Values.” Beverly Hills: Sage Publications.
- JOHANSON, J. y VAHLNE. (1977). “The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Commitments.” Journal of International Business Studies, 8(1): 23-32.
- JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL. (1975). “The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases.” Journal of Management Studies.
- KOGUT, B. y SINGH, H. (1988). “The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode.” Journal of International Business Studies, 19(3): 411-32.
- GNEPA, J. Tahi. (2003). “Direction of exports under increasing globalization of markets: a longitudinal examination” Working Paper. Journal of the Academy of Business and Economics.
- APPLEBYARD, Dennis y FIELD, Alfred (2003). “Economía Internacional” 4º Edición. Colombia. Editorial McGraw Hill. Págs. 157-181.
- KRUGMAN, Paul. (1992) “Geografía y Comercio” Editorial Antoni Bosch. España.
- LINDER, Burenstam Staffan. (1961). “An Essay on Trade and Transformation” Ed. Almqvist & Wiksell. Estocolmo, Suecia.
- BHAGWATI, Jagdish N. (1982) “Shifting Comparative Advantage, Protectionist Demands, and Policy Responses” Working Paper. University of Chicago.

- HELPMAN y KRUGMAN (1999) “Market Structure and Foreign Trade” Cambridge: MIT.
- Centro de Economía Internacional (www.cei.gov.ar)
- National Bureau of Economic Research (www.nber.org)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (www.cepal.org)
- División de Estadística de las Naciones Unidas – UN Comtrade (<http://comtrade.un.org/db/>)
- United Nations Common Database (http://unstats.un.org/unsd/cdb/cdb_help/cdb_quick_start.asp)