



ASOCIACION DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE LA REPUBLICA ARGENTINA



200 AÑOS  
BICENTENARIO  
ARGENTINO

## PLAN NACIONAL DE EXPORTACIONES

PARA AUMENTAR EL VALOR AGREGADO,  
ESTRECHAR VÍNCULOS CON OTRAS REGIONES DEL MUNDO  
E INCORPORAR A LAS PyMEs AL COMERCIO EXTERIOR

MAYO DE 2010



**Nómina del Consejo Directivo de  
la Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina  
- A.I.E.R.A. - Asociación Civil.**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b><i>PRESIDENTE:</i></b>           | <i>DANIEL SOLDA</i>  |
| <b><i>VICEPRESIDENTE 1º:</i></b>    | <i>HORACIO CONSOLO</i>   |
| <b><i>VICEPRESIDENTE 2º:</i></b>    | <i>HÉCTOR MARCELO VIDAL</i>  |
| <b><i>VICEPRESIDENTE 3º:</i></b>    | <i>LUIS A. DUARTE</i>  |
| <b><i>VICEPRESIDENTE 4º:</i></b>    | <i>NATALIA PEREYRA</i>   |
| <b><i>SECRETARIO:</i></b>           | <i>ANIBAL LLAMAS</i>   |
| <b><i>PROSECRETARIO:</i></b>        | <i>LIONEL LIEBSTEIN</i>  |
| <b><i>TESORERO:</i></b>             | <i>JUAN CARLOS PEREYRA</i>   |
| <b><i>PROTESORERO:</i></b>          | <i>GERARDO GROSSO</i>  |
| <b><i>VOCALES TITULARES:</i></b>    | <i>OSVALDO N. PIACENTINI</i><br><i>MIGUEL DE BUENO</i><br><i>PATRICIA N. BALLESTER</i> |
| <b><i>VOCALES SUPLENTE:</i></b>     | <i>DANIEL MEILINGER</i><br><i>JUAN CARLOS ENDERIZ</i>                                  |
| <b><i>REVISORES DE CUENTAS:</i></b> | <i>GUILLERMO C. STEPHANUS</i><br><i>ROQUE RUSSO</i>                                    |
| <b><i>GERENTE:</i></b>              | <i>ADRIANO DE FINA</i>   |



Asociación de Importadores y Exportadores  
de la República Argentina

Entidad Integrante de:





La siguiente, es una propuesta desarrollada por AIERA para lanzar un Plan de Exportaciones que mejore el desempeño y la inserción de la producción argentina en el mundo.

Hay que generar un gran consenso alrededor de la idea de que nuestro país necesita exportar bienes de mayor valor agregado, diversificar las exportaciones y buscar nuevos mercados para utilizar mejor las capacidades productivas del país. Nuestra economía y nuestra población pueden mejorar notablemente su situación actual si se vuelca a la producción y exportación de productos más elaborados.

A pesar de todo lo que se ha avanzado desde el fin de la Convertibilidad, dado el fuerte aumento cuantitativo de las exportaciones, las ventas externas del país continúa atada a una situación estructural que limita sus posibilidades en su relación con el mundo:

- **se continúa exportando mayoritariamente bienes de poco valor agregado**
- **Las exportaciones se encuentran concentradas en muy pocas partidas arancelarias, donde sólo las primeras 10 partidas más vendidas al exterior concentran el 50% de todas las exportaciones**
- **Hay una fuerte concentración en pocas empresas exportadoras: las 50 mayores empresas que venden al exterior reúnen el 62% de todas las ventas del país, mientras que las empresas PyME participan marginalmente en las mismas**
- **Se sigue vendiendo mayoritariamente a los mercados tradicionales, a pesar que los mercados emergentes representan el 70% del crecimiento de la economía mundial y se espera que esta tendencia se siga acrecentando**
- **Sólo tres provincias (Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe) venden al mundo el 67% de todas las exportaciones y el 83% de las ventas industriales.**
- **A pesar del importante superávit comercial que se viene registrando en los últimos años, el balance comercial industrial es estructuralmente deficitario. Se registró un déficit de 22.000 millones de dólares en el año 2007 y de 28.000 millones en el año 2008.**

La consecuencia más inmediata de esta problemática es que no se agrega suficiente valor en las exportaciones, que se desperdician oportunidades en el mundo para la producción nacional y que se pierden puestos de trabajo por las importaciones de productos industriales que no se elaboran en el país.

Es difícil pensar que se puede mejorar la situación económica general si no se modifica esta condición estructural. Hacerlo significaría generar cientos de miles de mejores puestos de trabajo que permitiría sacar a buena parte de la población de la pobreza.

Para revertirla se necesita, como se ha logrado en estos últimos años, contar con una sólida base regional como la que conforman el MERCOSUR y la UNASUR, desde la cual lanzarse a redes y espacios más amplios.

Pero lograr insertarse comercialmente fuera de nuestro espacio regional es más difícil, ya que allí no se dispone de acuerdos ni de preferencias especiales. En ese otro mundo, más distante y diferente que el que se comparte con nuestros vecinos continentales, se debe estar mejor organizado para tener éxito.

A ello apunta esta propuesta.



Creemos que estos lineamientos sientan las bases para un debate profundo y dan elementos para desarrollar un programa en materia de exportaciones que permita a nuestra economía y a nuestra población, dar un salto hacia adelante.

En este año tan simbólico, en que nuestro país cumple 200 años de su independencia, creemos que esta propuesta es nuestro mejor aporte al desarrollo nacional.

Este es el momento de plantear un cambio estructural hacia el futuro.

Consejo Directivo, mayo de 2010



## **Índice**

|  |         |
|--|---------|
| Estado de situación  | Pag. 6  |
| Bases y Principios para una Estrategia Exportadora                               | Pag. 15 |
| Objetivos de la Estrategia Exportadora   | Pag. 16 |
| Dificultades que enfrentan las exportaciones argentinas                          | Pag. 17 |
| Causas de los problemas que afectan a las exportaciones argentinas               | Pag. 18 |
| Propuestas para superar los problemas que afectan a las exportaciones argentinas | Pag. 20 |

### **Estado de Situación:**

Desde el fin de la Convertibilidad y luego de un período que se caracterizó por el aumento permanente de las ventas externas, las mismas terminaron el año 2008 con un monto record, cercano a los 70.000 millones de dólares, casi tres veces el valor registrado a fines de 2001. Por efectos de la crisis internacional, los mismos se redujeron a 55.750 millones en 2009. Este desempeño ha permitido que la balanza de pagos resultara superavitaria en todo el período posterior al “1 a 1” y, junto al superávit de las cuentas fiscales, dotara de gran fortaleza a la economía argentina ante el sistema económico mundial, sostuviera el valor internacional de nuestra moneda y evitara que el conjunto de nuestra economía recibiera de forma más directa los efectos de la crisis financiera y económica mundial.

| <b>Indicadores de la Economía Argentina 2002 - 2009</b> |             |             |             |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Indicador</b>  | <b>2002</b> | <b>2003</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> |
| Desocupación  | 22,2%       | 16,9%       | 13,6%       | 11,6%       | 10,2%       | 8,5%        | 7,9%        | 9,1%        |
| Var. (%) PBI  | -10,9%      | 8,9%        | 9,0%        | 9,2%        | 8,5%        | 8,7%        | 6,8%        | 0,9%        |
| Exportaciones <sup>1</sup>                              | 25.651      | 29.939      | 34.576      | 40.387      | 46.546      | 55.779      | 70.200      | 55.750      |
| Importaciones <sup>1</sup>                              | 8.989       | 13.850      | 22.445      | 28.686      | 34.153      | 44.707      | 57.423      | 38.771      |
| Saldo Comercial <sup>1</sup>                            | 16.662      | 16.089      | 12.131      | 11.701      | 12.393      | 11.072      | 12.777      | 16.979      |
| Ingresos Corrientes <sup>2</sup>                        | 54.986      | 77.122      | 104.968     | 126.224     | 158.216     | 163.801     | 218.461     | 260.045     |
| Gastos Corrientes <sup>2</sup>                          | 57.450      | 72.218      | 87.656      | 107.004     | 130.438     | 134.875     | 180.903     | 231.350     |
| Superávit Fiscal Primario <sup>2</sup>                  | -2.464      | 4.904       | 17.312      | 19.220      | 27.778      | 28.926      | 37.558      | 28.695      |
| Reservas <sup>1</sup>                                   | 10.500      | 14.119      | 19.646      | 28.077      | 32.037      | 46.176      | 46.386      | 47.967      |

Fuente: AIEA. <sup>1</sup>Valores en Dólares. <sup>2</sup>Valores en Pesos

A pesar de ello, el modelo económico necesita iniciar una nueva etapa de apertura exportadora para potenciar los efectos de las ventas externas sobre todo el conjunto de la economía. **Desde una visión estratégica, se necesita agregar más valor a la producción local que se vende en el exterior, insertar más empresas en el flujo del comercio internacional y desarrollar nuevos mercados externos para reinsertar a la economía argentina en el nuevo contexto mundial, en el que los países emergentes tienen un rol cada vez más importante.**

Para ello es necesario tomar conciencia que se necesita apoyar a las empresas PyMEs, en especial a las industriales. Luego del período de apertura externa aplicado en la década del '90, la gran mayoría de las grandes empresas fue adquirida por empresas transnacionales que se instalan en el país con una estrategia de radicación regional. Las mismas se ubican en el mundo, en determinados países, para enfrentar la demanda de sus productos en cada región, pero no superponen su operación entre regiones ya que no compiten entre filiales. Por ello, es muy difícil (si no imposible) que a través de ellas se pueda aumentar las exportaciones industriales a las zonas emergentes del mundo. En estas regiones, estas grandes empresas ya tienen instaladas otras filiales para atender esos mercados. Es posible que esta situación cambie y, en el futuro, otras empresas internacionales decidan venir a radicarse a nuestro país para exportar a otras regiones del mundo. Pero en la actualidad, eso es sólo una posibilidad remota que hasta ahora nunca se verificó.

En ese contexto, es necesario apoyar a las PyME, porque más allá de sus virtudes y limitaciones, son las únicas empresas con que contamos para enfrentar esa demanda, y salir a ganar mercados externos. Por supuesto, esta situación representa todo un desafío que debe ser planificado y apoyado.

A pesar del fuerte crecimiento mencionado de orden cuantitativo, el comercio exterior argentino sigue manteniendo los patrones que tenía antes de la crisis de 2001. Se exportan casi las mismas partidas que en aquel momento, la mayor parte de las exportaciones continúa siendo exportada por grandes grupos económicos, se agrega poco valor y se vende en los mercados tradicionales, respondiendo al modelo que asignaba a nuestro país un rol importante en la provisión de materias primas al mundo. Ello debe cambiar.

| Exportaciones Totales |           |
|-----------------------|-----------|
| Año                   | Monto FOB |
| 2001                  | 26.543    |
| 2008                  | 70.589    |

Fuente: INDEC en Millones de Dólares

### 1 - La Concentración en pocas Partidas Arancelarias

En un estudio realizado por AIERA en 2009, analizando todas las partidas de exportación (al nivel de los primeros cuatro dígitos del Sistema Arancelario) entre 2001 y 2008, se encontró que **en ambos períodos hubo una alta concentración de exportaciones en pocas partidas.**

1. De las 1.196 partidas totales que componen el Sistema Arancelario, **sólo las primeras 10 partidas más exportadas concentraban el 48% de todas las exportaciones, las 50 primeras concentraban el 77% de las ventas y las primeras 100 concentraban el 85% de las mismas.** Dichos valores no variaron fundamentalmente respecto de los valores de 2001, como puede apreciarse en el siguiente cuadro.

| Primeras 100 Partidas más exportadas |                |             |                |             |
|--------------------------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| Ránking                              | Año 2008       |             | Año 2001       |             |
|                                      | Monto FOB      | % del total | Monto FOB      | % del total |
| 1 <sup>os</sup> 10                   | 33.849.661.072 | 48,34%      | 12.943.402.928 | 48,76%      |
| 1 <sup>os</sup> 30                   | 48.549.373.613 | 69,34%      | 18.136.401.828 | 68,33%      |
| 1 <sup>os</sup> 50                   | 53.808.302.981 | 76,85%      | 20.260.792.660 | 76,33%      |
| 1 <sup>os</sup> 100                  | 59.978.477.658 | 85,66%      | 22.664.810.411 | 85,39%      |
| Total                                | 70.020.000.000 | 100,00%     | 26.542.726.339 | 100,00%     |

Fuente: AIERA con datos del INDEC

Además de ello, en el estudio se encontró que, pese al fuerte aumento de los montos exportados, **no hubo cambios importantes en la composición de las partidas exportadas:**

2. Nueve de las 10 partidas más exportadas en 2008, integraban la lista de las 10 más exportadas en 2001; 35 de las 50 más exportadas en 2008, eran las más exportadas en 2001 y 95 de las 100 más exportadas, ya habían integrado el listado de las 100 más exportadas en 2001. Dado que las 100 partidas más exportadas representan el 86% del total exportado en 2008 y en 2001, puede sostenerse que la composición de exportaciones no ha variado fundamentalmente, aunque ha aumentado su valor.

El tercer punto que se analizó en dicho estudio fue la **participación de las Manufacturas de Origen Industrial (M.O.I.) entre las exportaciones más importantes.** En este sentido, se encontró que:

3. Entre las primeras 100 partidas más exportadas en el año 2007, sólo 37 eran MOI, mientras que en 2001 había 40. En 2001 el monto de las exportaciones MOI representó el 31% del monto total exportado por Argentina, mientras que en 2008 representó el 30%. Se debería aspirar a que ambos indicadores cambiaran fuertemente en el futuro, para que las exportaciones industriales alcanzaran la mitad de todas las ventas externas.

| <b>Partidas de mayor Valor Agregado (M.O.I.)</b> |                  |                    |                 |                  |                    |
|--|------------------|--------------------|-----------------|------------------|--------------------|
| <b>Año 2008</b>                                  |                  |                    | <b>Año 2001</b> |                  |                    |
| <b>cantidad</b>                                  | <b>Monto FOB</b> | <b>% del total</b> | <b>cantidad</b> | <b>Monto FOB</b> | <b>% del total</b> |
| 37   | 20.424.764.440   | 29,17%             | 40              | 8.289.300.000    | 31,15%             |
| Total Exportado                                  | 70.020.000.000   | 100,00%            | Total Exportado | 26.609.726.339   | 100,00%            |

Fuente: AIERA con datos del INDEC

## 2- La Concentración de las exportaciones por Empresas

Es muy importante entender las causas de esta problemática. El año pasado AIERA realizó un estudio sobre los grandes exportadores de la Argentina. Del mismo surgió que había una muy alta concentración de exportaciones en pocas empresas:

4. analizando sólo las transacciones superiores a 1 millón de dólares, surgía que 5 empresas concentraban el 25% de las exportaciones de Argentina en 2008, 25 empresas reunían el 52% de las mismas y las primeras 50 representaban el 62% del total exportado en 2008. Pero dado que existen indeterminaciones en la carga de los datos, muy posiblemente las mismas podrían abarcar al 77% de todas las exportaciones de ese año.

Además de ello, se mostró que las ventas de las grandes empresas se concentraban en sólo 154 partidas arancelarias, de un total de 1.196. Ello implicaba que el 82% de las exportaciones argentinas, que es vendido al exterior por grandes empresas, se concentra en sólo el 13% del universo arancelario.

5. Por otro lado, se encontró que entre las 10 primeras partidas más exportadas por los grandes exportadores, que representaron ventas por 45.000 millones de dólares (64% de las ventas externas totales de la Argentina en 2008) no aparece ninguna manufactura de origen industrial. Entre las primeras 50 partidas más exportadas, sólo aparecen 11 partidas industriales.

Ésta situación se aprecia en el cuadro siguiente:



## Ventas Externas de los Grandes Exportadores por Partida - Año 2008

| Orden                           | Partida | Expo                  | Expo Acum      | %   | % Acum      | Descripción   |
|---------------------------------|---------|-----------------------|----------------|-----|-------------|---|
| 1                               | 2304    | 7.438.035.397         | 7.438.035.397  | 11% | 11%         | TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACCION DEL ACEITE DE SOJA         |
| 2                               | 1.201   | 6.393.169.869         | 13.831.205.266 | 9%  | 20%         | HABAS DE SOJA; INCLUSO QUEBRANTADAS.  |
| 3                               | 2710    | 5.953.072.693         | 19.784.277.959 | 8%  | 28%         | ACEITES DE PETROLEO O MIN. BITUMINOSO, EXCEPTO ACEITES CRUDOS;              |
| 4                               | 1.507   | 5.653.801.704         | 25.438.079.662 | 8%  | 36%         | ACEITE DE SOJA Y SUS FRACCIONES, SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.                |
| 5                               | 1005    | 4.479.692.544         | 29.917.772.207 | 6%  | 42%         | MAIZ.   |
| 6                               | 2.711   | 4.272.797.016         | 34.190.569.222 | 6%  | 48%         | GAS DE PETROLEO Y DEMAS HIDROCARBUROS GASEOSOS.                             |
| 7                               | 2709    | 3.488.761.757         | 37.679.330.979 | 5%  | 53%         | ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.                         |
| 8                               | 2.603   | 2.973.192.965         | 40.652.523.944 | 4%  | 57%         | MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.                                      |
| 9                               | 1001    | 2.649.305.915         | 43.301.829.859 | 4%  | 61%         | TRIGO Y MORCAJO (TRANQUILLON).  |
| 10                              | 1.512   | 1.593.694.096         | 44.895.523.956 | 2%  | 63%         | AC. DE GIRASOL, CARTAMO O ALGODON, Y FRACC. SIN MODIFICAR QUIMICAMEN        |
| 11                              | 8703    | 1.266.788.365         | 46.162.312.320 | 2%  | 65%         | COCHES DE TURISMO Y DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES CONCEBIDOS PRINCIP          |
| 12                              | 7.108   | 1.265.067.829         | 47.427.380.150 | 2%  | 67%         | ORO (INCLUIDO EL ORO PLATINADO) EN BRUTO, SEMILABRADO O EN POLVO.           |
| 13                              | 3824    | 1.223.629.291         | 48.651.009.441 | 2%  | 69%         | PREP. AGLUTIN. P/ NUCLEOS DE FUNDICION; PROD. QUIM. Y PREP. DE LA IND. QUIM |
| 14                              | 7.304   | 986.665.119           | 49.637.674.560 | 1%  | 70%         | TUBOS Y PERFILES HUECOS, SIN SOLDADURA (SIN COSTURA)*, DE HIERRO O ACE      |
| 15                              | 8802    | 908.229.459           | 50.545.904.019 | 1%  | 71%         | LAS DEMAS AERONAVES (POR EJEMPLO: HELICOPTEROS, AVIONES); VEHICULOS         |
| 16                              | 8.704   | 722.435.308           | 51.268.339.327 | 1%  | 72%         | VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS.                     |
| 17                              | 7601    | 565.982.867           | 51.834.322.193 | 1%  | 73%         | ALUMINIO EN BRUTO.  |
| 18                              | 306     | 395.542.573           | 52.229.864.767 | 1%  | 74%         | CRUSTACEOS, INCLUSO PELADOS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELA          |
| 19                              | 2716    | 359.252.706           | 52.589.117.472 | 1%  | 74%         | ENERGIA ELECTRICA.  |
| 20                              | 8.905   | 263.418.892           | 52.852.536.364 | 0%  | 75%         | BARCOS FARO, BARCOS BOMBA, DRAGAS, PONTONES GRUA Y DEMAS BARCOS             |
| 21                              | 805     | 262.914.144           | 53.115.450.508 | 0%  | 75%         | AGRIOS (CITRICOS) FRESCOS O SECOS.  |
| 22                              | 1.003   | 255.759.706           | 53.371.210.214 | 0%  | 75%         | CEBADA  |
| 23                              | 4907    | 238.726.887           | 53.609.937.101 | 0%  | 76%         | SELLOS (ESTAMPILLAS) DE CORREOS, TIMBRES FISCALES Y ANALOGOS, SIN OB        |
| 24                              | 303     | 184.184.257           | 53.794.121.358 | 0%  | 76%         | PESCADO CONGELADO, EXCEPTO LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO DE          |
| 25                              | 1107    | 166.711.674           | 53.960.833.031 | 0%  | 76%         | MALTA (DE CEBADA U OTROS CEREALES), INCLUSO TOSTADA.                        |
| 26                              | 2.902   | 157.411.230           | 54.118.244.262 | 0%  | 76%         | HIDROCARBUROS CICLICOS.   |
| 27                              | 307     | 151.991.328           | 54.270.235.590 | 0%  | 77%         | MOLUSCOS, INCLUSO SEPARADOS DE SUS VALVAS, VIVOS, FRESCOS, REFRIGE          |
| 28                              | 2.401   | 150.297.986           | 54.420.533.576 | 0%  | 77%         | TABACO EN RAMA O SIN ELABORAR; DESPERDICIOS DE TABACO.                      |
| 29                              | 1007    | 147.039.351           | 54.567.572.927 | 0%  | 77%         | SORGO DE GRANO (GRANIFERO).   |
| 30                              | 2.616   | 140.117.826           | 54.707.690.753 | 0%  | 77%         | MINERALES DE LOS METALES PRECIOSOS Y SUS CONCENTRADOS.                      |
| 31                              | 2905    | 136.374.659           | 54.844.065.412 | 0%  | 77%         | ALCOHOLES ACICLICOS Y DERIVADOS HALOGENADOS, SULFON., NITRADOS O N          |
| 32                              | 8.701   | 132.045.330           | 54.976.110.742 | 0%  | 78%         | TRACTORES (EXCEPTO LAS CARRETILLAS TRACTOR DE LA PARTIDA N° 87.09).         |
| 33                              | 2309    | 128.902.697           | 55.105.013.439 | 0%  | 78%         | PREP. DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACION DE LOS ANIMALES.      |
| 34                              | 7.106   | 128.118.289           | 55.233.131.728 | 0%  | 78%         | PLATA (INCLUIDA LA PLATA DORADA Y LA PLATINADA) EN BRUTO, SEMILABRA         |
| 35                              | 305     | 114.270.000           | 55.347.401.728 | 0%  | 78%         | PESCADO SECO, SALADO, AHUMADO, COCIDO; HARINA, POLVO Y "PELLETS" DE         |
| 36                              | 8.702   | 105.994.492           | 55.453.396.220 | 0%  | 78%         | VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE DIEZ O MAS PERSONAS, IN         |
| 37                              | 2713    | 105.612.535           | 55.559.008.755 | 0%  | 78%         | COQUE DE PETROLEO, BETUN DE PETR. Y DEMAS RESID. DE ACEITES DE PETROLE      |
| 38                              | 205     | 102.427.685           | 55.661.436.441 | 0%  | 79%         | CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCA, F        |
| 39                              | 8901    | 92.776.831            | 55.754.213.272 | 0%  | 79%         | TRANSATLANTICOS, BARCOS PARA EXCURSIONES (DE CRUCEROS), TRANSBORD           |
| 40                              | 304     | 86.628.773            | 55.840.842.045 | 0%  | 79%         | FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELAD          |
| 41                              | 808     | 78.147.041            | 55.918.989.085 | 0%  | 79%         | MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS.                                      |
| 42                              | 2.302   | 74.336.026            | 55.993.325.111 | 0%  | 79%         | SALVADOS Y RESIDUOS DE CERNIDO, DE LA MOL. U OTROS TRAT. DE CER. O LEG      |
| 43                              | 2306    | 72.647.825            | 56.065.972.937 | 0%  | 79%         | TORTAS Y RESIDUOS SOLID. DE LA EXTRACC. DE GRASAS O ACEITES VEGETALE        |
| 44                              | 1.508   | 71.518.767            | 56.137.491.704 | 0%  | 79%         | ACEITE DE MANI Y SUS FRACCIONES SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.                 |
| 45                              | 7224    | 62.046.283            | 56.199.537.987 | 0%  | 79%         | LOS DEMAS ACEROS ALEADOS EN LINGOTES O DEMAS FORMAS PRIMARIAS; PRO          |
| 46                              | 7.208   | 61.217.022            | 56.260.755.009 | 0%  | 79%         | PRODUCTOS LAMINADOS PLANOS DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR, DE ANCHURA          |
| 47                              | 4104    | 56.950.201            | 56.317.705.211 | 0%  | 80%         | CUEROS Y PIELS DE BOVINO O DE EQUINO, DEPILADOS, PREPARADOS, EXCEPTO        |
| 48                              | 7.305   | 54.165.801            | 56.371.871.012 | 0%  | 80%         | LOS DEMAS TUBOS (POR EJEMPLO: SOLDADOS O REMACHADOS) DE SECCION CI          |
| 49                              | 402     | 53.207.836            | 56.425.078.848 | 0%  | 80%         | LECHE Y CREMA, CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR O EDULCORANTE           |
| 50                              | 3.102   | 50.622.264            | 56.475.701.112 | 0%  | 80%         | ABONOS MINERALES O QUIMICOS NITROGENADOS.                                   |
| <b>Total Exportaciones 2008</b> |         | <b>70.800.000.000</b> |                |     | <b>100%</b> |   |

Fuente: AIERA con datos del INDEC

Por último, se mostró que, no hay un perfil industrial en las ventas externas de las grandes empresas exportadoras:

6. así como todas las ventas mayores a 1 millón de dólares de ese año representaron el 82% de todas las exportaciones, las ventas de productos industriales de más de un millón de dólares representaron sólo el 11% de las ventas de las grandes empresas y sólo el 8,1% del total industrial exportado por el país el año pasado. Si las ventas industriales al exterior de las empresas más importantes, sólo representan esos porcentajes, se evidencia que el rol que juegan y que podrían desempeñar las empresas PyMEs industriales en las ventas de mayor valor agregado es determinante.

Para tener un panorama más claro de la situación general, ofrecemos el listado completo de las primeras 100 partidas más exportadas en el año 2008 sin diferenciar entre pequeños y grandes exportadores:



## Principales Exportaciones Argentinas por Partida Arancelaria - 2008

| Orden | Partida | Exportaciones | %      | Acumulado      | % Acum | Descripción   |
|-------|---------|---------------|--------|----------------|--------|---|
| 1     | 2304    | 7.127.455.479 | 10,18% | 7.127.455.479  | 10,18% | TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACCION DEL ACEITE DE SOJA   |
| 2     | 1507    | 4.895.928.811 | 6,99%  | 12.023.384.289 | 17,17% | ACEITE DE SOJA Y SUS FRACCIONES, SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.  |
| 3     | 1201    | 4.583.187.322 | 6,55%  | 16.606.571.611 | 23,72% | HABAS DE SOJA; INCLUSO QUEBRANTADAS.  |
| 4     | 1005    | 3.530.928.056 | 5,04%  | 20.137.499.667 | 28,76% | MAIZ.   |
| 5     | 2710    | 3.246.103.523 | 4,64%  | 23.383.603.190 | 33,40% | ACEITES DE PETROLEO O MIN. BITUMINOSO, EXCEPTO ACEITES CRUDOS;  |
| 6     | 8703    | 2.829.714.211 | 4,04%  | 26.213.317.401 | 37,44% | COCHES DE TURISMO Y DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES CONCEBIDOS PRINCIPALMENTE PARA EL TRANSPORTE DE PERSONAS.                                     |
| 7     | 1001    | 2.547.201.784 | 3,64%  | 28.760.519.185 | 41,07% | TRIGO Y MORCAJO (TRANQUILLON).  |
| 8     | 8704    | 1.877.677.607 | 2,68%  | 30.638.196.792 | 43,76% | VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS.   |
| 9     | 2709    | 1.690.963.446 | 2,41%  | 32.329.160.238 | 46,17% | ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.   |
| 10    | 1512    | 1.520.500.834 | 2,17%  | 33.849.661.072 | 48,34% | AC. DE GIRASOL, CARTAMO O ALGODON, Y FRACC. SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.   |
| 11    | 2711    | 1.455.508.083 | 2,08%  | 35.305.169.155 | 50,42% | GAS DE PETROLEO Y DEMAS HIDROCARBUROS GASEOSOS.   |
| 12    | 7304    | 1.431.061.580 | 2,04%  | 36.736.230.735 | 52,46% | TUBOS Y PERFILES HUECOS, SIN SOLDADURA (SIN COSTURA)*, DE HIERRO O ACERO.   |
| 13    | 8708    | 1.261.601.564 | 1,80%  | 37.997.832.299 | 54,27% | PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES DE LAS PARTIDAS Nº 87, 8701 A 8708.  |
| 14    | 2603    | 994.040.397   | 1,42%  | 38.991.872.696 | 55,69% | MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.  |
| 15    | 3824    | 875.866.963   | 1,25%  | 39.867.739.659 | 56,94% | PREP. AGLUTIN. P/ NUCLEOS DE FUNDICION; PROD. QUIM. Y PREP. DE LA IND. QUIMICA.   |
| 16    | 0201    | 826.412.884   | 1,18%  | 40.694.152.543 | 58,12% | CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA.   |
| 17    | 8802    | 757.215.444   | 1,08%  | 41.451.367.987 | 59,20% | LAS DEMAS AERONAVES (POR EJEMPLO: HELICOPTEROS, AVIONES); VEHICULOS AUTOMOVILES (INCLUIDO EL ORO PLATINADO) EN BRUTO, SEMILABRADO O EN POLVO. |
| 18    | 7108    | 697.796.643   | 1,00%  | 42.149.164.631 | 60,20% | ALUMINIO EN BRUTO.  |
| 19    | 7601    | 659.262.311   | 0,94%  | 42.808.426.941 | 61,14% | ALUMINIO EN BRUTO.  |
| 20    | 2204    | 645.527.456   | 0,92%  | 43.453.954.397 | 62,06% | VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA.   |
| 21    | 4104    | 634.995.008   | 0,91%  | 44.088.949.405 | 62,97% | CUEROS Y PIELES DE BOVINO O DE EQUINO, DEPILADOS, PREPARADOS, EXCEPTO LAS DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADAS.                                   |
| 22    | 3808    | 580.595.205   | 0,83%  | 44.669.544.610 | 63,79% | INSECTICIDAS, RATICID, FUNGICID. HERBICID. INHIBID DE GERMINAC. Y REG.DE CRECIMIENTO.   |
| 23    | 0805    | 553.540.721   | 0,79%  | 45.223.085.331 | 64,59% | AGRIOS (CITRICOS) FRESCOS O SECOS.  |
| 24    | 3004    | 542.993.514   | 0,78%  | 45.766.078.845 | 65,36% | MEDICAMENTOS P/ USOS TERAP. O PROFIL, DOSIFICADOS P/ VENTA AL POR MENOR.  |
| 25    | 0202    | 542.254.630   | 0,77%  | 46.308.333.475 | 66,14% | CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA.  |
| 26    | 0808    | 515.308.608   | 0,74%  | 46.823.642.082 | 66,87% | MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS.  |
| 27    | 0402    | 444.370.361   | 0,63%  | 47.268.012.443 | 67,51% | LECHE Y CREMA, CONCENTRADAS O CON ADICION DE AZUCAR O EDULCORANTE.  |
| 28    | 1101    | 435.452.221   | 0,62%  | 47.703.464.665 | 68,13% | HARINA DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON).   |
| 29    | 2009    | 425.389.381   | 0,61%  | 48.128.854.045 | 68,74% | JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS U HORTALIZAS SIN FERMENTAR Y SIN ALCOHOL.  |
| 30    | 3901    | 420.519.568   | 0,60%  | 48.549.373.613 | 69,34% | POLIMEROS DE ETILENO EN FORMAS PRIMARIAS.   |
| 31    | 0304    | 404.858.948   | 0,58%  | 48.954.232.562 | 69,91% | FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS.   |
| 32    | 0306    | 383.513.001   | 0,55%  | 49.337.745.562 | 70,46% | CRUSTACEOS  |
| 33    | 2008    | 366.477.323   | 0,52%  | 49.704.222.885 | 70,99% | FRUTAS U FRUTOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO NO E.EN.O.  |
| 34    | 2401    | 332.969.483   | 0,48%  | 50.037.192.369 | 71,46% | TABACO EN RAMA O SIN ELABORAR; DESPERDICIOS DE TABACO.  |
| 35    | 0713    | 290.767.135   | 0,42%  | 50.327.959.503 | 71,88% | HORTALIZAS DE VAINA SECAS, DESVAINADAS, AUNQUE ESTEN PARTIDAS.  |
| 36    | 0207    | 278.660.618   | 0,40%  | 50.606.620.121 | 72,27% | CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, DE AVES   |
| 37    | 1003    | 262.023.872   | 0,37%  | 50.868.643.994 | 72,65% | CEBADA.   |
| 38    | 1602    | 255.966.254   | 0,37%  | 51.124.610.248 | 73,01% | LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE.  |
| 39    | 4107    | 251.938.027   | 0,36%  | 51.376.548.275 | 73,37% | CUEROS Y PIELES DEPILADOS DE LOS DEMAS ANIMALES Y CUEROS Y PIELES DE ANIMALES.  |
| 40    | 1901    | 251.879.567   | 0,36%  | 51.628.427.842 | 73,73% | EXTR. DE MALTA; PREP. ALIM. DE MALTA, SIN CACAO O CON CONT. ESP. DE CACAO.  |
| 41    | 3307    | 239.200.970   | 0,34%  | 51.867.628.812 | 74,07% | PREPARACIONES PARA AFEITAR; DESODORANTES; PREP.DE PERFUMERIA,   |
| 42    | 1006    | 236.502.001   | 0,34%  | 52.104.130.813 | 74,41% | ARROZ.  |
| 43    | 8701    | 234.437.889   | 0,33%  | 52.338.568.701 | 74,75% | TRACTORES (EXCEPTO LAS CARRETIILLAS TRACTOR DE LA PARTIDA Nº 87.09).  |
| 44    | 0303    | 225.312.831   | 0,32%  | 52.563.881.532 | 75,07% | PESCADO CONGELADO, EXCEP. LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO.   |
| 45    | 2302    | 220.694.153   | 0,32%  | 52.784.575.685 | 75,38% | SALVADOS Y RESIDUOS DE CERNIDO, DE LA MOL. U OTROS TRAT. DE CER. O LEGUMINOSAS.   |
| 46    | 4011    | 215.455.889   | 0,31%  | 53.000.031.574 | 75,69% | NEUMATICOS (LLANTAS NEUMATICAS) NUEVOS DE CAUCHO.   |
| 47    | 1517    | 204.649.682   | 0,29%  | 53.204.681.256 | 75,98% | MARGARINA; MEZCLAS DE GRASAS O ACEITES, O DE FRACC. DE GRASAS O ACEITES.  |
| 48    | 2716    | 201.775.887   | 0,29%  | 53.406.457.143 | 76,27% | ENERGIA ELECTRICA.  |
| 49    | 0307    | 201.269.147   | 0,29%  | 53.607.726.290 | 76,56% | MOLUSCOS  |
| 50    | 1107    | 200.576.691   | 0,29%  | 53.808.302.981 | 76,85% | MALTA (DE CEBADA U OTROS CEREALES), INCLUSO TOSTADA.  |
| 51    | 1007    | 190.326.180   | 0,27%  | 53.998.629.161 | 77,12% | SORGO DE GRANO (GRANIFERO).   |
| 52    | 8409    | 190.242.645   | 0,27%  | 54.188.871.807 | 77,39% | PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS, EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE, A LA CONDUCCION DE VEHICULOS AUTOMOVILES.                                  |
| 53    | 0703    | 189.279.890   | 0,27%  | 54.378.151.696 | 77,66% | CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS ALIACEAS, FRESC. O REFRIGERADAS.  |
| 54    | 8702    | 187.359.062   | 0,27%  | 54.565.510.759 | 77,93% | VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE DIEZ O MAS PERSONAS, INCLUIDO EL AUTOMOVIL.   |
| 55    | 1518    | 181.977.860   | 0,26%  | 54.747.488.618 | 78,19% | GRAS. Y ACEIT. ANIM O VEG, MODIF. QUIMIC; MEZCLAS NO ALIMENT.DE GRAS. O ACEITES.  |
| 56    | 3920    | 181.844.712   | 0,26%  | 54.929.333.330 | 78,45% | LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLAST. NO CELUL. Y SIN REFORZADAS.   |
| 57    | 0409    | 181.311.004   | 0,26%  | 55.110.644.334 | 78,71% | MIEL NATURAL.   |
| 58    | 1202    | 180.932.971   | 0,26%  | 55.291.577.305 | 78,96% | MANIES SIN TOSTAR NI COCER DE OTRO MODO, INCLUSO SIN CASCARA O QUEBRANTADAS.  |
| 59    | 0406    | 171.022.989   | 0,24%  | 55.462.600.294 | 79,21% | QUESOS Y REQUESON.  |
| 60    | 2306    | 169.460.146   | 0,24%  | 55.632.060.441 | 79,45% | TORTAS Y RESIDUOS SOLID. DE LA EXTRACC. DE GRASAS O ACEITES VEGETALES.  |

## Propuestas para un Plan Nacional de Exportaciones

| Principales Exportaciones Argentinas por Partida Arancelaria - 2008 |         |                |       |                |         |   |
|---|---------|----------------|-------|----------------|---------|---|
| Orden   | Partida | Exportaciones  | %     | Acumulado      | % Acum  | Descripción   |
| 61  | 2309    | 161.698.814    | 0,23% | 55.793.759.255 | 79,68%  | PREP. DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACION DE LOS ANIMALES.  |
| 62  | 3923    | 158.850.180    | 0,23% | 55.952.609.435 | 79,91%  | ARTICULOS P/ TRANSPORTE O ENV.; TAPONES, TAPAS, CAPSULAS DE PLASTICO    |
| 63  | 2905    | 149.702.543    | 0,21% | 56.102.311.978 | 80,12%  | ALCOHOLES ACICLICOS Y DERIVADOS HALOGENADOS, SULFON., NITRADOS O I      |
| 64  | 8481    | 146.275.545    | 0,21% | 56.248.587.522 | 80,33%  | ARTICULOS DE GRIFERIA Y ORGANOS SIMILARES PARA TUBERIAS, CALDERAS, I    |
| 65  | 4818    | 140.795.890    | 0,20% | 56.389.383.412 | 80,53%  | PAPEL DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS PARA PAPEL HIGIENICO Y PAPELES SIMILAR |
| 66  | 2005    | 137.733.630    | 0,20% | 56.527.117.042 | 80,73%  | LAS DEMAS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS SIN CONGELAR              |
| 67  | 5105    | 137.559.480    | 0,20% | 56.664.676.522 | 80,93%  | LANA Y PELO FINO U ORDINARIO, CARDADOS O PEINADOS (INCLUIDA LA "LANA    |
| 68  | 1701    | 134.929.699    | 0,19% | 56.799.606.222 | 81,12%  | AZUCAR DE CAÑA O REMOL Y SACAROSA QUIMICAMENTE PURA, EN ESTADO S        |
| 69  | 8413    | 132.762.302    | 0,19% | 56.932.368.524 | 81,31%  | BOMBAS PARA LIQUIDOS, INCLUSO CON DISPOSITIVO MEDIDOR INCORPORADO; I    |
| 70  | 1806    | 132.033.282    | 0,19% | 57.064.401.805 | 81,50%  | CHOCOLATE Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO        |
| 71  | 0206    | 130.907.401    | 0,19% | 57.195.309.207 | 81,68%  | DESPOJOS COMESTIBLES DE ESTOS ANIMALES                                  |
| 72  | 0806    | 129.733.538    | 0,19% | 57.325.042.745 | 81,87%  | UVAS, FRESCAS O SECAS, INCLUIDAS LAS PASAS.                             |
| 73  | 4703    | 128.578.915    | 0,18% | 57.453.621.660 | 82,05%  | PASTA QUIMICA DE MADERA A LA SOSA (SODA) O AL SULFATO, EXCEPTO LA P     |
| 74  | 2902    | 122.645.596    | 0,18% | 57.576.267.256 | 82,23%  | HIROCARBUROS CICLICOS.  |
| 75  | 3904    | 116.989.317    | 0,17% | 57.693.256.574 | 82,39%  | POLIMEROS DE CLORURO DE VINILO O DE OTRAS OLEFINAS HALOGENADAS          |
| 76  | 2004    | 111.032.089    | 0,16% | 57.804.288.663 | 82,55%  | LAS DEMAS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS                           |
| 77  | 3301    | 108.666.496    | 0,16% | 57.912.955.158 | 82,71%  | ACEITES ESENCIALES; DESTILADOS DE ACEITES ESENCIALES.                   |
| 78  | 3902    | 102.817.190    | 0,15% | 58.015.772.348 | 82,86%  | POLIMEROS DE PROPILENO O DE OTRAS OLEFINAS, EN FORMAS PRIMARIAS.        |
| 79  | 3907    | 100.050.951    | 0,14% | 58.115.823.300 | 83,00%  | POLIACETALES, LOS DEMAS POLIETERES Y RESINAS EPOXI, EN FORMAS PRIMAR    |
| 80  | 4411    | 99.778.079     | 0,14% | 58.215.601.378 | 83,14%  | TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, INCLUSO AGLC      |
| 81  | 7208    | 99.762.879     | 0,14% | 58.315.364.257 | 83,28%  | PRODUCTOS LAMINADOS PLANOS DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR, DE ANCHUR       |
| 82  | 3815    | 98.576.378     | 0,14% | 58.413.940.636 | 83,42%  | INICIADORES Y ACELERADORES DE REACCION, Y PREPARACIONES CATALITICAS     |
| 83  | 1704    | 98.262.242     | 0,14% | 58.512.202.877 | 83,56%  | ARTICULOS DE CONFITERIA SIN CACAO (INCLUIDO EL CHOCOLATE BLANCO).       |
| 84  | 0205    | 96.428.361     | 0,14% | 58.608.631.238 | 83,70%  | CARNE DE ANIMALES ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESC, REFRIG. C    |
| 85  | 8419    | 95.172.631     | 0,14% | 58.703.803.869 | 83,84%  | APARATOS Y DISPOSITIVOS, AUNQUE SE CALIENTEN ELECTRICAMENTE, PARA EI    |
| 86  | 2616    | 93.522.904     | 0,13% | 58.797.326.773 | 83,97%  | MINERALES DE LOS METALES PRECIOSOS Y SUS CONCENTRADOS.                  |
| 87  | 8407    | 91.896.295     | 0,13% | 58.889.223.068 | 84,10%  | MOTORES DE EMBOLO (PISTON) ALTERNATIVO Y MOTORES ROTATIVOS, DE ENC      |
| 88  | 8414    | 91.276.592     | 0,13% | 58.980.499.660 | 84,23%  | BOMBAS DE AIRE O DE VACIO, COMPRESORES DE AIRE U OTROS GASES Y VENT     |
| 89  | 1905    | 90.326.800     | 0,13% | 59.070.826.460 | 84,36%  | PRODUCTOS DE PANADERIA, PASTELERIA O GALLERIA                           |
| 90  | 3402    | 88.748.953     | 0,13% | 59.159.575.412 | 84,49%  | AGENTES DE SUP. ORGAN. (NO JABON); PREPAR. PARA LAVAR Y DE LIMPIEZA     |
| 91  | 0404    | 88.162.153     | 0,13% | 59.247.737.566 | 84,61%  | LACTOSUERO; PRODUCTOS DE LOS COMPONENTES DE LA LECHE, NO E E O P        |
| 92  | 7210    | 83.645.255     | 0,12% | 59.331.382.821 | 84,73%  | PRODUCTOS LAMINADOS PLANOS DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR, DE ANCHUR       |
| 93  | 4802    | 82.977.437     | 0,12% | 59.414.360.258 | 84,85%  | PAPEL Y CARTON, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS PA  |
| 94  | 0405    | 82.770.049     | 0,12% | 59.497.130.306 | 84,97%  | MANTECA Y DEMAS MATERIAS GRASAS DE LA LECHE; PASTAS LACTEAS P/ UNT      |
| 95  | 3501    | 82.590.303     | 0,12% | 59.579.720.609 | 85,09%  | CASEINA, CASEINATOS Y DEMAS DERIVADOS DE LA CASEINA; COLAS DE CASE      |
| 96  | 1508    | 82.382.132     | 0,12% | 59.662.102.742 | 85,21%  | ACEITE DE MANI Y SUS FRACCIONES SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.             |
| 97  | 8479    | 81.104.953     | 0,12% | 59.743.207.695 | 85,32%  | MAQUINAS Y APARATOS MECANICOS CON FUNCION PROPIA, NO EXPRESADOS M       |
| 98  | 2713    | 80.353.112     | 0,11% | 59.823.560.807 | 85,44%  | COQUE DE PETROLEO, BETUN DE PETR. Y DEMAS RESID. DE ACEITES DE PETROLE  |
| 99  | 7224    | 79.586.374     | 0,11% | 59.903.147.181 | 85,55%  | LOS DEMAS ACEROS ALEADOS EN LINGOTES O DEMAS FORMAS PRIMARIAS; PR       |
| 100   | 7326    | 75.330.477     | 0,11% | 59.978.477.658 | 85,66%  | LAS DEMAS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO.                               |
| SUBTOTAL  |         | 59.978.477.658 | 1     |                | 85,66%  |   |
| TOTAL DE EXPORTACIONES  |         |                |       | 70.020.000.000 | 100,00% |   |

Fuente: AIEA con datos del INDEC

AIERA viene insistiendo desde hace mucho tiempo que Argentina necesita darle el carácter de Política de Estado a la necesidad de elevar las exportaciones de Manufacturas de Origen Industrial. La misma debe estar definida dentro de un programa más amplio que se proponga diversificar los mercados de exportación, aumentar la cantidad de PyMEs exportadoras y ampliar la gama de productos exportados.

### 3- Las exportaciones Industriales

En otro estudio realizado el año pasado, en el que se demostraba la necesidad de aumentar la proporción de exportaciones industriales en el total exportado, se analizó lo que se exporta e importa en materia industrial.

Desde hace ya mucho tiempo, cuando se publican las estadísticas de comercio exterior se cruzan los datos de diferentes categorías de análisis. Ello se debe corregir. Ya que la información de las exportaciones está clasificada por Rubros (Bienes Primarios, Manufacturas de Origen Agropecuarias, Manufacturas de Origen Industrial y Combustibles), mientras que la de las importaciones se clasifica por Uso Económico (Bienes de Capital y sus Piezas, Combustibles, Vehículos Automotores, Bienes Intermedios y Bienes de Consumo), su comparación no es adecuada ni pertinente.

7. Este error que se arrastra desde hace varias décadas, esconde el déficit industrial que experimenta año a año la Argentina, que implica una fuerte pérdida de puestos de trabajo de calidad. **Mientras el 31% de las exportaciones son industriales, las importaciones industriales son el 85% del total.** Es necesario cambiar el sistema de presentación de información de Comercio Exterior.

En este estudio se analizaron todas las partidas de los 97 capítulos del Sistema Arancelario, y se tomaron sólo las que representan partidas de productos industriales. Además de ello, se clasificó estas manufacturas industriales en dos grupos, de acuerdo al valor agregado que contenían las mismas. Un primer grupo abarcaba a los productos industriales de menor valor agregado, como las industrias de base, del tipo de la siderúrgica o la petroquímica, o las industrias menos complejas desde el punto de su proceso industrial. El otro representaba a las industrias de alto valor agregado, como las de automóviles y partes, maquinarias, herramientas y equipos que agrupa a las ramas de producción de bienes finales. Además de ello, se analizó el comercio de ambos grupos por regiones del mundo, para tener en cuenta cuál era la situación del comercio industrial con los diferentes mercados.

Para tomar dimensión del resultado del estudio y considerar la importancia que tiene monitorearlo sistemáticamente en lo sucesivo, vale la pena recordar que en el año 2008 las exportaciones habían alcanzado la cifra de 70.800 millones de Dólares y las importaciones 57.423 millones, lo que había generado un balance superavitario final de 12.598 millones de Dólares.

| Exportaciones Argentinas por Rubros |               |               |            |
|-------------------------------------|---------------|---------------|------------|
| Rubro                               | 2007          | 2008          | Var. %     |
| Productos Primarios                 | 12.482        | 16.083        | 29%        |
| MOA                                 | 19.221        | 23.883        | 24%        |
| MOI                                 | 17.384        | 22.059        | 27%        |
| Combustibles                        | 6.846         | 7.996         | 17%        |
| <b>Total</b>                        | <b>55.933</b> | <b>70.021</b> | <b>25%</b> |

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año, en Millones de u\$s

| Importaciones Argentinas por Uso Económico |               |               |            |
|--|---------------|---------------|------------|
| Rubro                                      | 2007          | 2008          | Var. %     |
| Bienes de Capital                          | 10.759        | 12.635        | 17%        |
| Bienes Intermedios                         | 15.501        | 20.226        | 30%        |
| Combustibles y Lubricantes                 | 2.830         | 4.334         | 53%        |
| Piezas p/ bienes de Capital                | 7.718         | 9.959         | 29%        |
| Bienes de Consumo                          | 5.147         | 6.292         | 22%        |
| Vehículos aut. de pasajeros                | 2.710         | 3.874         | 43%        |
| Resto                                      | 115           | 103           | -10%       |
| <b>Total</b>                               | <b>44.780</b> | <b>57.423</b> | <b>28%</b> |

Fuente: INDEC – 12 meses de cada año, en Millones de u\$s

A pesar de que se tuvo ese resultado superavitario, cuyo monto representa un superávit de alrededor del 3% del PBI, la situación de las exportaciones e importaciones industriales tuvo un comportamiento sumamente diferente.

8. El déficit industrial del año 2008 fue de 27 mil millones de dólares. En el caso de las manufacturas industriales de menor valor agregado, las exportaciones de las mismas alcanzaron un monto de alrededor de 9.923 millones de dólares, mientras las importaciones de las mismas partidas de bienes industriales alcanzaron un total de 18.813 millones, generando un déficit para los 12 meses de 8.885 millones de dólares.

En el caso de las manufacturas de mayor valor agregado, la situación es aún más crítica: las exportaciones alcanzaron la cifra de 10.501 millones de dólares, pero las importaciones ascendieron a 28.972 millones de dólares, generándose un déficit de 18.471 millones.

**Estos resultados son sumamente importantes y demuestran que, más allá de la pérdida de divisas resultante del comercio industrial, hay por detrás de la situación una pérdida de los empleos de calidad.** Un alto déficit industrial, como el mostrado, implica una ineficiente utilización de los recursos humanos propios, empleados en mayor medida en empleos de bajo valor agregado. De ahí la importancia de revertir este fenómeno.

| Región          | Exportaciones         | %             |
|-----------------|-----------------------|---------------|
| América Latina  | 14.928.355.418        | 73,80%        |
| EE.UU y Canadá  | 1.901.586.797         | 9,40%         |
| Europa          | 1.517.750.497         | 7,50%         |
| Asia            | 962.379.949           | 4,76%         |
| África Árabe    | 196.075.298           | 0,97%         |
| Resto África    | 188.956.247           | 0,93%         |
| Rusia y socios  | 125.725.144           | 0,62%         |
| Europa del Este | 104.878.758           | 0,52%         |
| Resto           | 101.268.041           | 0,50%         |
| <b>Total</b>    | <b>20.227.271.573</b> | <b>99,01%</b> |

Fuente: AIERA con datos del INDEC

**Está claro que este problema de la economía argentina no es nuevo, sino que viene de décadas de atraso en la materia.** Vale la pena recordar en vísperas del Bicentenario, que desde la época de la independencia se mantiene una vieja disputa en cuanto a modelos de desarrollo y a la justificación de los beneficios o perjuicios del intercambio de bienes primarios por industriales. También se intentó superar la misma en la época de la sustitución de importaciones, aunque ésta no produjo los resultados esperados. Actualmente, se supone que dicho debate ya se encuentra superado, aunque en realidad el problema no está resuelto.

**AIERA considera que se debe fijar como objetivo imprescindible para el desarrollo del país, la necesidad de aumentar la proporción de las exportaciones industriales en el total de las ventas externas.** En el año 2008 la tasa de exportaciones MOI fue de 31% (22.059 millones MOI exportados sobre un universo de 70.021 millones totales). **Se debe aspirar a elevar dicha tasa a más del 50% en un horizonte de tiempo razonable.**

Para ello se necesita implementar un Plan de Exportaciones que de cuenta de los problemas actuales y sus causas y postule una vía para su solución, de manera que se exporten al mundo más productos, de mayor valor agregado, que ayuden a favorecer el desarrollo de la economía y a mejorar la calidad de vida de la población.

**En adelante, se puede contar con nuestro Plan de Exportaciones.**

## A- Bases y Principios para una Estrategia Exportadora:

La estrategia exportadora debe servir a mejorar las condiciones en que nuestra economía se relaciona con el exterior. Debe generar relaciones comerciales estables con diferentes regiones del mundo para intercambiar con éstas bienes y productos de manera de promover la plena utilización de los factores productivos, el pleno empleo, el crecimiento de la economía y el desarrollo económico.

Esta Estrategia parte de los siguientes postulados:

- 1- El comercio exterior argentino debe contribuir a promover el desarrollo nacional, es decir, generar un cambio cualitativo en su estructura económica que permita mejorar los niveles de ingreso, de salud, de educación y de calidad de vida de su población
- 2- Promover el desarrollo homogéneo de todo su territorio, alentando la incorporación y la nivelación de las zonas menos dinámicas y desarrolladas.
- 3- Colaborar con mejorar la calidad de vida de la población a través de un aumento sostenido del producto bruto interno y del nivel general de ingresos.
- 4- Promover la agregación de valor en la Argentina, la creación de nuevas empresas y la generación de más y mejores puestos de trabajo en todo el territorio.
- 5- Generar el ingreso de divisas necesarias para hacer frente a las necesidades externas del país, colaborar para cumplir sus compromisos, y sostener el valor de la moneda.
- 6- Promover un ambiente económico más pujante y competitivo en el interior de la Argentina que estimule a las empresas a incorporarse al comercio internacional.

| <b>Exportaciones por Provincias</b> |               |             |               |             |               |             |               |             |               |             |
|-------------------------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| <b>Provincia</b>                    | <b>2002</b>   |             | <b>2003</b>   |             | <b>2004</b>   |             | <b>2005</b>   |             | <b>2006</b>   |             |
| Buenos Aires                        | 9.198         | 36%         | 10.222        | 34%         | 13.121        | 38%         | 15.627        | 39%         | 17.816        | 38,35%      |
| Santa Fe                            | 4.871         | 19%         | 6.274         | 21%         | 7.170         | 21%         | 7.720         | 19%         | 8.923         | 19,21%      |
| Córdoba                             | 2.752         | 11%         | 3.375         | 11%         | 3.643         | 11%         | 4.452         | 11%         | 4.796         | 10,32%      |
| Chubut                              | 1.265         | 5%          | 1.495         | 5%          | 1.803         | 5%          | 2.039         | 5%          | 2.113         | 4,55%       |
| Catamarca                           | 474           | 2%          | 518           | 2%          | 720           | 2%          | 1.067         | 3%          | 1.449         | 3,12%       |
| Mendoza                             | 876           | 3%          | 910           | 3%          | 965           | 3%          | 1.042         | 3%          | 1.173         | 2,53%       |
| Santa Cruz                          | 871           | 3%          | 963           | 3%          | 782           | 2%          | 858           | 2%          | 1.124         | 2,42%       |
| Indeterminado                       | 402           | 2%          | 527           | 2%          | 515           | 1%          | 756           | 2%          | 1.016         | 2,19%       |
| Neuquén                             | 845           | 3%          | 982           | 3%          | 920           | 3%          | 901           | 2%          | 916           | 1,97%       |
| Salta                               | 482           | 2%          | 518           | 2%          | 605           | 2%          | 810           | 2%          | 879           | 1,89%       |
| Entre Ríos                          | 347           | 1%          | 533           | 2%          | 686           | 2%          | 815           | 2%          | 809           | 1,74%       |
| Extranjero                          | 535           | 2%          | 710           | 2%          | 332           | 1%          | 453           | 1%          | 724           | 1,56%       |
| San Juan                            | 138           | 1%          | 150           | 1%          | 211           | 1%          | 284           | 1%          | 675           | 1,45%       |
| Tucumán                             | 417           | 2%          | 388           | 1%          | 438           | 1%          | 561           | 1%          | 652           | 1,40%       |
| Tierra del Fuego                    | 380           | 1%          | 321           | 1%          | 369           | 1%          | 413           | 1%          | 505           | 1,09%       |
| San Luis                            | 261           | 1%          | 279           | 1%          | 330           | 1%          | 375           | 1%          | 439           | 0,94%       |
| Misiones                            | 271           | 1%          | 319           | 1%          | 398           | 1%          | 383           | 1%          | 421           | 0,91%       |
| Río Negro                           | 296           | 1%          | 332           | 1%          | 345           | 1%          | 416           | 1%          | 416           | 0,90%       |
| C.A.de Buenos Aires                 | 178           | 1%          | 191           | 1%          | 240           | 1%          | 271           | 1%          | 327           | 0,70%       |
| Jujuy                               | 109           | 0%          | 112           | 0%          | 138           | 0%          | 206           | 1%          | 286           | 0,61%       |
| Chaco                               | 138           | 1%          | 199           | 1%          | 153           | 0%          | 152           | 0%          | 192           | 0,41%       |
| La Pampa                            | 155           | 1%          | 163           | 1%          | 139           | 0%          | 243           | 1%          | 169           | 0,36%       |
| La Rioja                            | 135           | 1%          | 160           | 1%          | 197           | 1%          | 175           | 0%          | 162           | 0,35%       |
| Santiago del Estero                 | 100           | 0%          | 145           | 0%          | 150           | 0%          | 102           | 0%          | 159           | 0,34%       |
| Plataforma Continental              | 55            | 0%          | 60            | 0%          | 76            | 0%          | 134           | 0%          | 142           | 0,31%       |
| Corrientes                          | 77            | 0%          | 74            | 0%          | 111           | 0%          | 100           | 0%          | 135           | 0,29%       |
| Formosa                             | 23            | 0%          | 20            | 0%          | 19            | 0%          | 33            | 0%          | 40            | 0,09%       |
| <b>Total general</b>                | <b>25.651</b> | <b>100%</b> | <b>29.939</b> | <b>100%</b> | <b>34.576</b> | <b>100%</b> | <b>40.387</b> | <b>100%</b> | <b>46.456</b> | <b>100%</b> |

Fuente: INDEC, en millones de dólares y porcentajes

## B- Objetivos de la Estrategia Exportadora:

Los objetivos que debería guiar la estrategia exportadora son los siguientes:

- 1- **Diversificar y ampliar la matriz de exportaciones argentinas** para hacer más competitivo el conjunto de la estructura productiva y potenciar sus posibilidades de expansión en el mercado mundial.
- 2- **Elevar la participación de las exportaciones industriales y de mayor valor agregado**, de manera que el conjunto de la estructura económica se vea beneficiada, se generen más y mejores puestos de trabajo y se desarrollen nuevos complejos y cadenas de producción que arrastren al conjunto de la economía argentina.
- 3- **Aumentar el número de empresas exportadoras y desarrollar un nuevo núcleo de empresas PyME que participe activa y regularmente en el comercio exterior**, de manera de diversificar, dinamizar y expandir la base de la estructura productiva.
- 4- **Aumentar la importancia de nuevos mercados en el destino de las exportaciones**, de manera de aprovechar las oportunidades que brindan las diferentes economías del mundo, en especial las nuevas economías que más crecen y que presentan nuevas oportunidades para la producción argentina.
- 5- **Elevar la participación de todas las provincias en el total exportado** de manera que toda la extensión del territorio se vea beneficiado del comercio exterior y alcance a todos los habitantes del país.

| Intercambio Comercial de MOI con los países del BRICS |                  |               |                |                 |
|---|------------------|---------------|----------------|-----------------|
| País  | Concepto         | Exportaciones | Importaciones  | Saldo           |
| Brasil  | MOI de Bajo V.A. | 2.257.987.530 | 5.107.992.532  | -2.850.005.002  |
|   | MOI de Alto V.A. | 3.758.904.226 | 8.039.775.890  | -4.280.871.664  |
|   | SubTotal         | 6.016.891.756 | 13.147.768.422 | -7.130.876.666  |
| Sudáfrica   | MOI de Bajo V.A. | 44.828.915    | 59.054.338     | -14.225.423     |
|   | MOI de Alto V.A. | 83.242.898    | 16.134.119     | 67.108.779      |
|   | SubTotal         | 128.071.813   | 75.188.457     | 52.883.356      |
| Rusia   | MOI de Bajo V.A. | 39.922.549    | 283.737.613    | -243.815.065    |
|   | MOI de Alto V.A. | 32.839.884    | 5.864.149      | 26.975.734      |
|   | SubTotal         | 72.762.433    | 289.601.763    | -216.839.330    |
| India   | MOI de Bajo V.A. | 25.566.393    | 193.123.164    | -167.556.772    |
|   | MOI de Alto V.A. | 22.772.009    | 84.097.260     | -61.325.251     |
|   | Total            | 48.338.402    | 277.220.424    | -228.882.022    |
| China   | MOI de Bajo V.A. | 103.974.599   | 1.380.750.755  | -1.276.776.156  |
|   | MOI de Alto V.A. | 13.559.157    | 2.167.323.177  | -2.153.764.020  |
|   | SubTotal         | 117.533.756   | 3.548.073.933  | -3.430.540.176  |
| Total BRIC  | MOI de Bajo V.A. | 2.472.279.985 | 7.024.658.403  | -4.552.378.418  |
|   | MOI de Alto V.A. | 3.911.318.174 | 10.313.194.596 | -6.401.876.421  |
|   | SubTotal         | 6.383.598.160 | 17.337.852.999 | -10.954.254.839 |

Fuente:Elaboración propia con datos del INDEC correspondientes a todo el 2007.



## C- Dificultades que enfrentan las exportaciones argentinas:

Las principales dificultades que enfrenta actualmente el comercio exterior argentino, que traban o limitan las potencialidades de la economía para emprender un proceso de desarrollo económico son las siguientes:

1- **Las exportaciones argentinas se encuentran concentradas en muy pocas partidas arancelarias**, lo que además de limitar el desarrollo integral de su estructura productiva, representa un mayor riesgo de dejar sin divisas al conjunto de la economía. Según el relevamiento propio de AIERA de mediados del año pasado, de todo el universo de 2200 partidas arancelarias que componen la totalidad de los bienes que se pueden exportar, sólo 10 concentran la mitad de todas las exportaciones argentinas. Y las primeras 100, reúnen el 85% del total. Esta situación se mantiene prácticamente igual a la que sucedía a inicios de 2002. A pesar que el tipo de cambio elevado cumplió su objetivo de generar incentivos para promover más exportaciones, la matriz de las mismas no varió.

2- Según el último reporte publicado por el INDEC, **las exportaciones industriales argentinas, las de mayor valor agregado, representan sólo el 31% del total**. Si bien ha habido una muy leve mejora desde año 2001, se necesita incrementar esa proporción en las exportaciones totales para que el comercio exterior argentino represente una verdadera oportunidad para la agregación de valor y la generación de más y mejores puestos de trabajo.

3- **La participación de las PyME en el universo de las empresas argentinas exportadoras y en el total exportado, continúa siendo muy reducido**. Esta situación se debe modificar dado que éstas son empresas mayoritariamente nacionales, tienen la potencialidad de crear gran número de puestos de trabajo y se encuentran esparcidas por todo el territorio. A su vez, por las características propias de su condición, podrían ser muy dinámicas en la apertura de nuevos mercados y en la exportación de nuevos productos demandados por el mundo.

4- **Las exportaciones argentinas están concentradas en sus mercados tradicionales de destino**. Si bien el proceso de integración regional abierto por el Mercosur y Aladi ha tenido una gran importancia en el incremento de las exportaciones, en especial en productos de mayor valor agregado, las mismas se han concentrado excesivamente en esta región, aprovechando los beneficios de la reducción arancelaria. Según el último reporte del INDEC, prácticamente la mitad de las exportaciones industriales se dirigen al Mercosur (básicamente a Brasil) y dos tercios del total a ALADI (incluyendo al Mercosur). La concentración de las exportaciones MOI en esos mercados implica un elevado riesgo, sobre todo cuando se da principalmente con un solo país, como sucede actualmente con Brasil, afectado por la crisis mundial. Sin reducir la importancia que tienen esos mercados para la Argentina y la importancia estratégica que dicho proceso juega para el desarrollo de la región, hay todo un gran mercado mundial, a veces con mayores niveles de ingreso, que no se está atendiendo, y que necesita de productos que Argentina podría proveer.

5- **La mayor parte de las exportaciones proviene de la zona central del país, principalmente de las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba**. La necesidad de crear zonas dedicadas a la exportación en todo el territorio nacional permitirá desarrollar espacios más dinámicos de crecimiento en cada provincia, aumentar el empleo de calidad y elevar el ingreso vinculado a la productividad.

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



## D - Causas de los problemas que afectan a las exportaciones argentinas:

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

- a. El sistema económico continúa exportando mayoritariamente productos primarios, o derivados de los mismos, con poco valor agregado
- b. No se dispone de un núcleo de empresas pujantes y competitivas que salga a vender nuevos productos argentinos al exterior
- c. Faltan programas de estímulo para la exportación de sectores económicos no tradicionales
- d. No se dispone de apoyo técnico y financiero suficiente para el desarrollo de nuevos proyectos de exportación
- e. Se necesita intensificar y concentrar el trabajo de inteligencia comercial que apunte a descubrir oportunidades de nuevos productos para el país
- f. Se necesita intensificar la asistencia comercial para exportar productos con mayor valor agregado a los tradicionales
- g. El sistema de derechos de exportación, reintegros e impuestos internos limita la posibilidad de lanzar nuevos emprendimientos de venta al exterior y de expandir el universo de productos argentinos en el mundo
- h. La información estadística que se procesa y difunde regularmente no permite la detección de este problema ni estimula su análisis y búsqueda de soluciones

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

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

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

- a. La mayor parte de las PyME trabajan para el mercado interno y al abrigo de él
- b. No hay una gerencia empresarial PyME habituada a comerciar sus productos en el exterior
- c. La exportación muchas veces es vista por las PyME como una alternativa temporal a la caída del mercado interno
- d. Las estructuras productivas de buena parte de las PyME no son suficientemente competitivas en términos internacionales



- e. No hay planes de estímulo efectivos para lanzar nuevas PyME exportadoras
- f. No hay apoyo crediticio ni financiero efectivo para lanzar los proyectos de exportación de las PyME
- g. Falta concentrar la inteligencia comercial sobre las PyME
- h. No se dispone de un sistema de información regular que de cuenta del desempeño de las PyME en la exportación

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

- a. La mayor parte de la producción industrial del país pertenece a grupos transnacionales que usan las filiales locales como parte de una estrategia mundial que sólo abastece el mercado regional.
- b. Los mercados a los que más fácilmente se accede y en los que se es más competitivo, son los del área Aladi. Es necesario abrir nuevos mercados donde poder volcar la producción.
- c. El horizonte de negocios de la mayor parte de los empresarios exportadores argentinos sigue atada a vías y mercados tradicionales
- d. El trabajo de captura de nuevos mercados no es una meta formal central, ni sistemáticamente organizada, de las embajadas y agregadurías comerciales argentinas
- e. Hay pocos programas efectivos de estímulo para conquistar nuevos mercados

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

- a. La mayor parte de la exportación de las provincias continúa atada a las producciones primarias tradicionales
- b. En las provincias habitualmente no se dispone de polos exportadores que transmitan su dinámica al resto de las empresas
- c. En las administraciones provinciales generalmente no se dispone de recursos humanos necesarios ni suficientemente capacitados para lanzar efectivos programas de exportación
- d. En parte del interior no se cuenta con un adecuado sistema de transporte para sacar la producción de las provincias de un modo eficiente y competitivo
- e. Falta un plan general para promocionar las exportaciones provinciales
- f. Es necesario rediseñar un sistema de inteligencia comercial de las provincias y de la Nación que alienta las exportaciones de las diferentes regiones
- g. La información estadística que se procesa y difunde regularmente no da cuenta del estado del comercio exterior de las provincias

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

- a. El sistema de información y explicación de trámites es complejo y difícil de realizar por parte de los usuarios.
- b. Para quienes se lanzan por primera vez al comercio exterior, los trámites y procedimientos necesarios para lanzar un proyecto exportador son largos, complejos y difíciles de entender
- c. Los trámites de pago de reintegros son largos y complejos, y terminan representando un costo adicional para las empresas

- d. El sistema de información de comercio exterior debe brindar cifras más concretas y específicas para el análisis del desempeño comercial

| <b>Exportaciones de Manufacturas de origen industrial (MOI) por Provincia</b> |              |             |              |             |               |             |               |             |               |             |
|---|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| Provincia   | 2003         |             | 2004         |             | 2005          |             | 2006          |             | 2007*         |             |
|   | Monto        | %           | Monto        | %           | Monto         | %           | Monto         | %           | Monto         | %           |
| Buenos Aires  | 4.713        | 65%         | 6.050        | 65%         | 7.787         | 68%         | 9.369         | 66%         | 10.623        | 64,93%      |
| Santa Fe  | 670          | 9%          | 877          | 9%          | 964           | 8%          | 1.097         | 8%          | 1.566         | 9,57%       |
| Córdoba   | 517          | 7%          | 682          | 7%          | 886           | 8%          | 1.113         | 8%          | 1.417         | 8,66%       |
| Chubut  | 343          | 5%          | 355          | 4%          | 416           | 4%          | 415           | 3%          | 497           | 3,04%       |
| San Juan  | 56           | 1%          | 73           | 1%          | 90            | 1%          | 442           | 3%          | 457           | 2,79%       |
| San Luis  | 148          | 2%          | 174          | 2%          | 204           | 2%          | 254           | 2%          | 288           | 1,76%       |
| Tucumán   | 119          | 2%          | 157          | 2%          | 207           | 2%          | 236           | 2%          | 263           | 1,61%       |
| Ciudad Autónoma de Bs. As   | 142          | 2%          | 166          | 2%          | 186           | 2%          | 222           | 2%          | 199           | 1,22%       |
| Santa Cruz  | 92           | 1%          | 114          | 1%          | 117           | 1%          | 169           | 1%          | 174           | 1,06%       |
| Mendoza   | 82           | 1%          | 91           | 1%          | 137           | 1%          | 138           | 1%          | 169           | 1,03%       |
| Misiones  | 128          | 2%          | 153          | 2%          | 116           | 1%          | 132           | 1%          | 144           | 0,88%       |
| Catamarca   | 27           | 0%          | 34           | 0%          | 48            | 0%          | 80            | 1%          | 90            | 0,55%       |
| Entre Ríos  | 56           | 1%          | 64           | 1%          | 74            | 1%          | 81            | 1%          | 89            | 0,54%       |
| Tierra del Fuego  | 45           | 1%          | 63           | 1%          | 24            | 0%          | 55            | 0%          | 85            | 0,52%       |
| Salta   | 39           | 1%          | 56           | 1%          | 69            | 1%          | 78            | 1%          | 78            | 0,48%       |
| La Rioja  | 36           | 0%          | 48           | 1%          | 51            | 0%          | 63            | 0%          | 67            | 0,41%       |
| Jujuy   | 13           | 0%          | 21           | 0%          | 35            | 0%          | 48            | 0%          | 64            | 0,39%       |
| Río Negro   | 18           | 0%          | 35           | 0%          | 50            | 0%          | 38            | 0%          | 25            | 0,15%       |
| Santiago del Estero   | -            | 0%          | 9            | 0%          | 22            | 0%          | 20            | 0%          | 23            | 0,14%       |
| Neuquén   | 4            | 0%          | 5            | 0%          | 11            | 0%          | 11            | 0%          | 14            | 0,09%       |
| Corrientes  | 5            | 0%          | 11           | 0%          | 10            | 0%          | 8             | 0%          | 11            | 0,07%       |
| Chaco   | 5            | 0%          | 6            | 0%          | 8             | 0%          | 8             | 0%          | 9             | 0,06%       |
| La Pampa  | 1            | 0%          | 7            | 0%          | 8             | 0%          | 12            | 0%          | 6             | 0,04%       |
| Formosa   | -            | 0%          | 1            | 0%          | 1             | 0%          | 3             | 0%          | 2             | 0,01%       |
| <b>Total del país</b>   | <b>7.259</b> | <b>100%</b> | <b>9.252</b> | <b>100%</b> | <b>11.521</b> | <b>100%</b> | <b>14.092</b> | <b>100%</b> | <b>16.360</b> | <b>100%</b> |

Fuente: INDEC en Millones de Dólares



## E - Propuestas para superar los problemas que afectan a las exportaciones argentinas:

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

#### Objetivos:

- Aumentar 10% anual la participación de las Partidas Arancelarias que hoy se encuentran fuera de las 100 más exportadas, en el total exportado por nuestro país

#### Propuestas:

- a. Hacer un trabajo de análisis, evaluación, y capacitación para detectar sectores económicos y empresas con potencial exportador
- b. Hacer un trabajo de análisis para detectar posibilidades de agregación de valor dentro de cada sector primario
- c. Instrumentar programas específicos de incentivos para productos de nuevas Partidas Arancelarias de mayor valor agregado
- d. Definir e implementar programas de búsqueda y seguimiento de Oportunidades Comerciales No Tradicionales en el exterior
- e. Poner a las embajadas y agregadurías comerciales en el exterior a disposición de las PyMEs definidas para la venta de nuevos productos de mayor valor agregado
- f. Asistir técnica, financiera, administrativa y comercialmente a sectores y empresas con potencial exportador
- g. Lanzar un programa efectivo de financiamiento a las exportaciones que abarque todas las etapas del ciclo de la exportación
- h. Brindar información mensual de comercio exterior desagregada a nivel de Capítulos y Partidas Arancelarias, que permita evaluar el desempeño del país en todo el universo de productos y no sólo a nivel de los Principales Rubros

#### Acciones:

- a. Definir sectores económicos prioritarios
- b. Definir empresas prioritarias dentro de cada sector con potencial exportador
- c. Modificar la estructura de reintegros, derechos e impuestos para agregar valor a las exportaciones de los sectores definidos
- d. Financiar gastos de viaje, viáticos, estudios de mercado, gastos de representación y aportes para misiones comerciales, para los sectores definidos, a ser abonados una vez concretada la primer exportación.
- e. Definir programas de trabajo para las embajadas y agregadurías comerciales en el exterior para los diferentes sectores definidos
- f. Fijar una meta anual de nuevas exportaciones no tradicionales para cada mercado
- g. Acordar y brindar asistencia técnica, financiera, administrativa y comercialmente para las empresas seleccionadas
- h. Lanzar un programa efectivo de financiamiento a empresas PyME exportadoras, que abarque todas las etapas del ciclo de la exportación
- i. Brindar información mensual de comercio exterior a nivel de Partidas Arancelarias por Mercado, especificando el desempeño de las empresas PyME



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

### Objetivos:

- Aumentar 10% anual la participación de las exportaciones MOI en el total vendido al exterior, para alcanzar el 50% de todas las ventas externas en un plazo de 10 años
- Aumentar 10% anual las exportaciones MOI de las PyMEs

### Propuestas:

- a. Identificar cadenas y sectores industriales con potencial exportador
- b. Asistir técnica, financiera, administrativa y comercialmente a empresas industriales con potencial exportador
- c. Promover la competitividad de cadenas y sectores industriales identificados
- d. Implementar un programa de capacitación para alta gerencia PyME industrial
- e. Destinar tiempo, recursos y personal de las embajadas y agregadurías comerciales en el exterior a disposición de las PyMEs definidas para la venta de productos industriales
- f. Implementar programas de promoción de exportaciones con alto contenido de valor agregada
- g. Implementar un sistema de difusión de información estadística de comercio exterior para PyMEs de manera de poder monitorear permanente la situación de las exportaciones e importaciones industriales a nivel de Partida y Capítulo del Nomenclador Arancelario

### Acciones:

- a. Definir las cadenas y sectores industriales a promover
- b. Instrumentar programas específicos de incentivos para productos industriales
- c. Financiar gastos de viaje, viáticos, estudios de mercado, gastos de representación y aportes para misiones comerciales, para los sectores definidos, a ser abonados una vez concretada la primer exportación.
- d. Definir metas de asistencia técnica, financiera, administrativa y comercial para las empresas industriales seleccionadas
- e. Reducir los derechos de exportación a las industrias PyME, elevar el nivel de reintegros de impuestos internos, así como reducir fuertemente los plazos de recupero del IVA y de otros impuestos
- f. Implementar un programa de promoción de inversiones y bienes de capital para la exportación.
- g. Implementar un programa de Certificación de Calidad para las empresas exportadoras industriales
- h. Realizar acuerdos con universidades y centros de investigación para implementar programas que vuelquen ciencia, tecnología y conocimiento a la producción nacional
- i. Lanzar programas de formación, capacitación y calificación de mano de obra industrial en los diferentes niveles educativos así como en las empresas
- j. Implementar un Programa de Financiamiento a las exportaciones industriales que abarque a todo el ciclo de la exportación
- k. Asistir a las gerencias PyMEs con Planes de negocios, estudios de mercado, prácticas empresarias y actividades de capacitación de comercio exterior para alta gerencia PyME industrial
- l. Definir tiempos, recursos y personal de las embajadas y agregadurías comerciales en el exterior a disposición de las PyMEs industriales definidas
- m. Definir incentivos de para promover exportaciones con alto contenido de mano de obra calificada



- n. Brindar información mensual de comercio exterior a nivel de Partidas Arancelarias por Mercado, especificando el desempeño de las empresas PyME industriales

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

#### Objetivos:

- Aumentar 10% anual la cantidad de PyMEs exportadoras
- Aumentar 10% anual la participación de las PyMEs en el total exportado
- Aumentar un 10% anual las exportaciones PyME a cada mercado

#### Propuestas:

- a. Identificar e impulsar grupos de potenciales PyMEs exportadoras en los diferentes sectores económicos que se quiera impulsar
- b. Implementar programas de incentivos para exportaciones PyME
- c. Implementar programas de capacitación en exportaciones para gerencias PyME
- d. Instrumentar programas de simplificación aduanera y administrativa de exportaciones de bajo monto para promover el lanzamiento de nuevas exportaciones y de nuevas PyME exportadoras
- e. Lanzar un programa efectivo de apoyo financiero a las PyME a tasas razonables, que cubra todas las instancias del proceso de exportación
- f. Poner a las embajadas y agregadurías comerciales en el exterior a disposición de las empresas PyMEs exportadoras
- g. Es necesario implementar un sistema de Información que de cuenta del desempeño exportador de las PyME. Mínimamente debería mostrar cuántas PyME exportan, cuánto exportan, qué exportan, a qué países y desde qué provincias

#### Acciones:

- a. Definir los sectores y empresas PyME a promover
- b. Definir metas de asistencia técnica, financiera, administrativa y comercialmente para las empresas industriales definidas
- c. Implementar una Mesa de Atención, que sea ventanilla única para la PyME exportadora, así como lanzar un Portal del Exportador PyME con toda la información útil y necesaria que necesitan las empresas para operar en comercio exterior
- d. Financiar gastos de viaje, viáticos, estudios de mercado, gastos de representación y aportes para misiones comerciales, para los sectores definidos, a ser abonados una vez concretada la primer exportación.
- e. Reducir fuertemente los plazos de recupero del IVA y de otros impuestos, así como eliminar la exportación de impuestos PyME
- f. Implementar un programa de promoción de inversiones para la exportación PyME.
- g. Implementar un programa de Certificación de Calidad para las empresas PyMEs
- h. Implementar un Programa de Financiamiento a las empresas PyME exportadoras que abarque a todo el ciclo de la exportación, que sea fácilmente accesible y a tasas competitivas en términos internacionales



- i. Asistir a las gerencias PyMEs con el desarrollo de Planes de negocios, estudios de mercado, prácticas empresarias de primera exportación y actividades de capacitación de comercio exterior para alta gerencia PyME
- j. Definir tiempos, recursos y personal de las Oficinas Comerciales y embajadas argentinas en el exterior las PyME deben ser sus principales clientes, instrumentando planes específicos de promoción para ellas
- k. Brindar información mensual de comercio exterior a nivel de Partidas Arancelarias por Mercado, especificando el desempeño de las empresas PyME

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

##### Objetivos:

- Aumentar 10% anual las exportaciones MOI a mercados no tradicionales
- Aumentar 10% anual las exportaciones de las PyMEs a mercados no tradicionales
- Aumentar un 10% anual las exportaciones de las PyME en los mercado no tradicionales considerados estratégicos

##### Propuestas:

- a. Definir una matriz de inserción de integración para las exportaciones, con especificidad para los mercados emergentes
- b. Continuar trabajando en la línea de apertura de mercados alternativos con potencial de demandar productos argentinos
- c. Implementar un Plan de Exportación PyME a nuevos mercados
- d. Definir un programa de incentivos para la exportación a nuevos mercados
- e. Las Oficinas Comerciales de las Embajadas argentinas en el exterior y la Cancillería deben acordar e instrumentar planes de mediano y largo plazo para aumentar las exportaciones a los mercados no tradicionales definidos

##### Acciones:

- a. Definir una matriz de inserción comercial internacional con objetivos y metas de exportación anual
- b. Acordar con las diferentes cámaras sectoriales un plan de promoción de nuevos mercados
- c. Acordar en el seno del Mercosur los objetivos de integración económica con nuevos mercados
- d. Presentar estudios y análisis de mercado anuales de los sectores y los países no tradicionales definidos
- e. Presentar un Plan Anual de Ferias, Misiones Comerciales y otras modalidades de promoción de negocios en los mercados no tradicionales seleccionados
- f. Financiar gastos de viaje, viáticos, estudios de mercado, gastos de representación y aportes para misiones comerciales, para el caso de mercados no tradicionales definidos, a ser abonados una vez concretada la primer exportación a los mismos.
- g. Conceder líneas de financiamiento especiales para promover las exportaciones a los mercados seleccionados
- h. Las Embajadas y Oficinas Comerciales en los mercados seleccionados presentarán un Plan de corto y mediano plazo de promoción de exportaciones PyME de alto valor agregado
- i. Hacer un seguimiento anual de exportaciones a los mercados seleccionados, en especial para productos MOI y empresas PyME

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

**Objetivos:**

- Aumentar 10% anual la participación de las exportaciones de las provincias en el total exportado
- Aumentar 10% anual la cantidad de PyMEs exportadoras de las provincias
- Aumentar un 10% anual la participación de las exportaciones MOI de las provincias

**Propuestas:**

- a. Identificar y promover grupos de empresas en cada provincia con potencial exportador
- b. Desarrollar un plan de desarrollo exportador para que las provincias accedan al mercado mundial, con metas y objetivos de exportación y conquista de mercados
- c. Promover un plan de fortalecimiento institucional para desarrollar estructuras, habilidades y competencias en los equipos de promoción de comercio exterior de las provincias
- d. Evaluar el estado del Transporte y las necesidades de inversión para los diferentes medios, en todas las regiones del país, junto a las principales áreas del Estado y órganos más reconocidos en la materia.
- e. Implementar incentivos para promover las exportaciones desde las provincias
- f. Releva mensualmente la evolución de las exportaciones de las provincias, especialmente las exportaciones por Partida Arancelaria, las de las empresas PyME y las exportaciones MOI.

**Acciones:**

- a) Definir los sectores y empresas con potencial exportador de cada provincia
- b) Definir las metas de exportación de cada provincia en cuanto a empresas exportadoras, montos exportados, productos vendidos al exterior y mercados de acceso
- c) Promover consorcios de exportación provinciales
- d) Implementar un programa Nacional de Primera Exportación para las provincias
- e) Implementar un plan de Capacitación y fortalecimiento institucional para las unidades de Comercio Exterior provinciales
- f) Realizar un Estudio sobre el Estado del Transporte para la salida de los productos de cada provincia al exterior y su correspondiente plan de acción de corto, mediano y largo plazo para darle respuesta
- g) Aplicar tasas, aranceles y tarifas diferenciales para promover la exportación de las provincias
- h) Financiar gastos de viaje, viáticos, estudios de mercado, gastos de representación y aportes para misiones comerciales, diferenciadas para el caso de las empresas radicadas en las provincias, a ser abonados una vez concretada la primer exportación a los mercados seleccionados.
- i) Hacer un seguimiento anual de la situación de las exportaciones de las provincias, especialmente de los productos MOI y de las empresas PyME

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

**Objetivos:**

- Implementar una mesa y un portal de atención para el operador exportador PyME
- Implementar un nuevo formato de reporte de información de comercio exterior



### Propuestas:

- a. Unificar en un portal para la operación en comercio con toda la información necesaria para la misma
- b. Implementar un Plan para promover las primeras exportaciones de las PyME
- c. Implementar una mesa de atención al cliente operador de comercio exterior
- d. Modernizar los sistemas de administración aduanera que permitan operar más ágilmente a los operadores comerciales
- e. Se necesita planificar y llevar adelante la reforma del sistema de información estadística de Comercio Exterior que permita brindar información regular, completa y suficiente de la evolución del comercio exterior del país.

### Acciones:

- a. Reunir en un solo portal, simple, amigable y entendible para el operador comercial, toda la información operatoria, legal, estadística, arancelaria e impositiva que se necesita disponer para operar regularmente en comercio exterior
- b. Flexibilizar las normas del Banco Central para la liquidación de las divisas de las exportaciones de bajo monto o primeras exportaciones
- c. Implementar un Programa de Primera Exportación
- d. Implementar un programa simplificado de exportaciones para micro y pequeñas empresas
- e. Implementar una mesa de atención al cliente operador de comercio exterior virtual y presencial, con presencia regional y nacional
- f. Implementar el Sistema María Web
- g. Concretar la implementación del Sistema de Certificación de Origen Digital que permita operar más fácilmente en comercio exterior y obtener información on line destacada
- h. Presentar información mensual de comercio exterior detallada por Partida Arancelaria, diferenciada para las empresas PyME, por provincia y con atención a la situación de las exportaciones MOI

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

La Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina (AIERA) es una entidad civil sin fines de lucro creada en el año 1966, que agrupa a pequeñas y medianas empresas nacionales, cámaras regionales y sectoriales y centros de industria y comercio. Su misión es brindar sustento y apoyo en el ámbito del comercio exterior, desarrollando una actividad dinámica en favor de las economías regionales y PyME de todo el país. Como entidad gremial empresaria, AIERA despliega su acción institucional ante diversos organismos -Aduana, Cancillería, Ministerio de Economía, Banco Central-, con el objeto de mejorar las condiciones en que se desenvuelven las exportaciones y conseguir mejor acceso a los mercados. También integra el Consejo de Administración de la Fundación ExportAr; de la cual es miembro fundador, y forma parte del Consejo Consultivo Aduanero. Desde el año 1966 AIERA representa los intereses de las PyME participando activamente en el ámbito del comercio exterior argentino. AIERA impulsa su proyecto empresario, convirtiéndose en su canal de participación a nivel institucional.