

NACIONES UNIDAS

CONSEJO
ECONOMICO
Y SOCIAL



LIMITADA

ST/ECLA/Conf.37/L.27

13 de julio de 1971

ORIGINAL: ESPAÑOL

COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA

REUNION DE EXPERTOS SOBRE FORMULACION
Y EJECUCION DE ESTRATEGIAS PARA LA
EXPORTACION DE MANUFACTURAS

Santiago de Chile, 26 de julio al 4 de agosto de 1971

EXPORTACION DE MANUFACTURAS ARGENTINAS:
ALGUNAS RESPUESTAS Y VARIOS INTERROGANTES

por

Agustín J. Pazos *

Documento de trabajo

* El autor es Director-Secretario de la Cámara de Exportadores de la República Argentina



Este ensayo no tiene pretensión de concitar unanimidad de criterios. Es simplemente dictado por la práctica y la observación. Quizá pueda dar algunas respuestas al por qué de la reducida exportación industrial. Si es así, la misión está cumplida.

Quien lo escribe fue en una época un técnico industrial, que luego encontró su vocación en el comercio internacional y que siempre soñó con la integración latinoamericana.

El camino de esa integración pudo haber sido abierto por el comercio recíproco. Para ello era necesario definir planes y tener la voluntad de cumplirlos. Los factores: gobiernos y empresas. Los ejecutores: verdaderos expertos. Los peores enemigos: improvisación e inestabilidad.

/Creo no

Creo no pecar de petulante al decir que mi país es mundialmente conocido como exportador de productos agropecuarios de primerísima calidad. Cereales, productos cárneos, frutas, lanas y cueros están presentes en los más diversos mercados desde hace muchas décadas.

No ocurre lo mismo con las manufacturas argentinas a pesar de que, según algunas afirmaciones, la primera exportación de las mismas fue realizada en 1587. Se trataba entonces de productos textiles.

Volviendo al presente, veamos cómo se ha orientado la exportación industrial argentina.

Alrededor de 1956 comenzaron los primeros escauceos orientados a fijar algunos estímulos a la exportación industrial, pero podría decirse que el proceso entró en aceleración hace poco menos de diez años. Personalmente considero que, salvo que se produzcan cambios importantes, Argentina está aún bastante lejos de alcanzar en los mercados exteriores una presencia representativa de lo que es su industria, aun cuando sus exportadores ya cuentan con varias herramientas valiosas propias de países con larga trayectoria en el tema.

Salvando las diferencias en la forma y composición de cómputo, puede decirse que las manufacturas argentinas representan entre el 10 y 20 % de la cifra total de exportación. Tal porcentaje podría haberse considerado bueno si las cifras totales de exportación argentina hubiesen crecido a un ritmo equiparable al de países tales como Australia y Canadá. Lamentablemente el crecimiento ha sido insatisfactorio y de allí mi comentario anterior. Más aún, personalmente considero que la cifra de exportación de manufacturas debería duplicar a las actuales.

Quizá pueda estimarse tal afirmación como temeraria o exagerada, pero aún así insisto, con las siguientes razones básicas:

- 1 - La producción industrial argentina, a pesar de sus continuos desniveles, ha desarrollado y sigue desarrollando productos y tecnologías que se encuentran, en gran número de casos, a niveles internacionales.
- 2 - Existe una capacidad productiva ociosa demasiado elevada.
- 3 - El nivel del material humano no está a la zaga de los países de gran tradición industrial.

Qué es entonces lo que se opone a alcanzar resultados más importantes? Podrían enumerarse gran cantidad de factores, pero los reduciré a unos pocos, a saber:

- Falta de "mística exportadora", entendiéndolo como tal llevar a cada habitante, gobernante, empresario, obrero o ama de casa a ser conscientes de lo que significa la exportación para el país.
- Crédito insuficiente.
- Inestabilidad.
- Falta de especialización en comercio exterior.
- Aspectos contradictorios y poco firmes en el apoyo oficial.

Conste que este análisis no implica críticas, sino que tiene como meta colaborar en forma práctica para alcanzar los objetivos fijados para esta reunión. Además, no es improbable que encontremos factores comunes, y no sólo entre nuestros países hermanos.

Luego de esta introducción, intentaré penetrar en un campo que, si bien es algo espinoso, puede llevarnos a interesantes conclusiones.

Me referiré al tipo de empresas que participan en la exportación de manufacturas argentinas. Para ello he optado por realizar tres grandes agrupamientos por orden de importancia en cuanto a las cifras que generan sus exportaciones. Esta división es general y por lo tanto no implica que no haya casos que puedan desplazarse de uno a otro agrupamiento.

Grupo 1

Este grupo está compuesto principalmente por industrias de envergadura cuyos capitales mayoritarios o totales son de origen foráneo, a las que denominaremos "empresas internacionales". La gran mayoría de estas empresas manufacturan productos en base a especificaciones de sus centrales, y comercializan los mismos con marcas de reconocido prestigio mundial. Ello les significa una enorme ventaja, básicamente porque la aceptación del producto se da por descontada, usufructuando del prestigio ya establecido y del aparato de promoción y propaganda que les ha precedido y los continúa acompañando, y del que en la mayoría de los casos no participa económicamente.

/Además, aquí

Además, aquí queda superado el problema de comercialización exterior, ya sea por actuar de representante, agente o distribuidor otra empresa del mismo grupo, u otra, a la cual bien pueden imponerse una serie de condiciones de difícil aplicación en los casos de exportadores poco conocidos.

Aunque tales empresas internacionales deben ceñirse a normas generales y/o específicas emanadas de sus casas centrales, que son las que generalmente en última instancia deciden sobre las posibilidades de exportación de sus filiales, su mayor o menor actividad en esta materia depende en alguna medida de la capacidad, vocación y empuje de los directivos locales.

He sido testigo de pujas por mercados dentro del mismo grupo de empresas. Además de la capacidad de los directivos locales juegan aquí preponderantemente elementos tales como desgravaciones fiscales, acceso a nuevas fuentes de crédito, ubicación geográfica, etc., lógicamente apuntando hacia la optimización de la rentabilidad de la operación local y su influencia para obtener un mejor balance consolidado.

Grupo 2

En esta división podemos agrupar mayormente dos tipos de empresas. Grandes industrias de capital nacional y otras internacionales, medianas o grandes, algunas de ellas sin respaldo de marcas de reconocido prestigio. Aún así, estas últimas cuentan con ventajas similares a las descritas para el grupo anterior.

En lo que hace a las empresas nacionales, podría considerarse como común denominador los siguientes elementos:

- Operan con precios basados en costos marginales.
- Poseen buen nivel y capacidad técnica.
- Están dispuestas a aceptar pérdidas operativas económicas, mayormente en favor de una mejora en la situación financiera.

/Grupo 3

Grupo 3

Aquí nos encontramos frente a un panorama multifacético, ya que este grupo está fundamentalmente constituido por medianas y pequeñas empresas, tanto industriales como comerciales.

Notamos aquí la ausencia de un común denominador, debido a la disparidad de virtudes y defectos. Este grupo encierra muchas contradicciones, pero también un gran potencial.

Personalmente considero que, limitadas las posibilidades de las empresas que integran el primer grupo, tanto por capacidad de producción como por el desplazamiento del centro de decisión, las mayores posibilidades de incremento de exportaciones se concentra en los otros grupos, y muy especialmente en el último. Tales mayores posibilidades no radican exclusivamente en la capacidad productiva disponible, sino muy especialmente en la gran variedad de productos.

Además, es en el Grupo 3 donde principalmente encontramos a las sociedades de exportación, en las que a mi modo de ver radican las máximas posibilidades de captación y proyección.

En consecuencia, esto me lleva a sugerir lo siguiente:

Los gobiernos de los países latinoamericanos deberían procurar mediante políticas especiales de aliento la creación de nuevas sociedades de exportación de manufacturas y la consolidación de las ya existentes.

Por qué esta sugerencia? Simplemente por estar convencido de que la pequeña industria y gran parte de la mediana industria sólo pueden estar seriamente presente en la exportación a través de tales sociedades. Esta afirmación puede no ser válida en forma general, pero no me cabe duda que lo es tanto en mi país como en el resto de los países latinoamericanos. La razón es simple. La comercialización no es justamente una de las tareas más sencillas dentro de cualquier empresa. La misma se complica más aun cuando se sale del ámbito del mercado interno para proyectarse hacia el exterior.

Para quienes tenemos alguna experiencia en la materia esto ni se discute. Aquellos que no viven para el comercio exterior o del mismo, o le temen, o improvisan o lo subestiman. Los que temen lo hacen por desconocimiento y por lo tanto la solución radica en un franco asesoramiento. Los que improvisan integran inconscientemente una "quinta columna",
/ya que

ya que esa improvisación produce a menudo serios daños al país al que pertenecen. Personalmente he sufrido en más de una oportunidad los efectos de tales acciones, que arrojan desprestigio sobre país y producto.

Los que subestiman el complejo problema que encierra la exportación de manufacturas son los que denomino "expertos en generalidades". Estos, dependiendo de su responsabilidad, generan efectos como los aludidos en el párrafo anterior o terminan en resultados catastróficos.

Tenemos también los casos de falta de consecuencia, por cierto nada aislados. Me refiero a los empresarios que ven el mercado exterior como "el salvavidas" en situaciones de depresión en su mercado interno, abandonando aquél cuando el último vuelve a su cauce.

Si se capacitase a tales empresarios convenciéndoles de que en la exportación pueden lograr la permanente "rueda de auxilio" para su negocio, considero que se habría logrado un gran avance.

Luego de las acotaciones efectuadas, veamos qué talentos mínimos requiere la exportación de manufacturas, además de conocer las mismas:

- Vocación exportadora.
- Especialización. Ello incluye tanto el amplio conocimiento de las normas que regulan la exportación en el país de origen, como la modalidad de importación y las características del mercado del país de destino.
- Imaginación y creatividad.
- Aceptar como situación verdadera que por un largo período los esfuerzos serán desproporcionados con relación a sus beneficios.
- Consecuencia y paciencia.

Efectuada esta resumida descripción de tareas, preguntémosnos: Cuántas industrias medianas y pequeñas estarían en situación de contar con esos talentos? Cuántas de ellas podrían obtener una relación aceptable entre el costo de su propio servicio o departamento de exportación y el resultado económico-financiero de sus operaciones de venta en el exterior?

Creo que las respuestas a éstas y otras preguntas similares nos llevarán a resultados que, por obvios, estaría demás describir. Es por ello que reafirmo lo anteriormente dicho con relación al papel que le toca

/desempeñar a

desempeñar a las empresas o sociedades de exportación, partiendo por supuesto de la base que las mismas nuclean los talentos arriba referidos.

En lo que respecta al aporte oficial, creo que el caso argentino es uno de los más interesantes de nuestra América Latina.

El exportador cuenta con una serie de herramientas de verdadera vanguardia, pero algunas de ellas quedaron a mitad de camino. Simplemente ejemplificaré con algunos casos.

Considero que el sistema de financiación de ventas de exportación de manufacturas se cuenta entre los más avanzados del mundo. El mismo nuclea plazos actualizados, intereses atractivos para el comprador y automaticidad en el proceso.

No ocurre lo mismo en materia de prefinanciación (crédito dirigido exclusivamente al productor-exportador).

El sistema de seguro de crédito a la exportación funciona bien en la cobertura del riesgo de insolvencia comercial hasta tres años. Tal plazo es notoriamente insuficiente para casos tales como la exportación de bienes de capital.

Además queda por perfeccionar la cobertura del riesgo "Comprador Público", lo que reduce notablemente la posibilidad de venta a entes públicos (nacionales, provinciales, municipales, etc.) que no cuenten con garantía de sus gobiernos centrales.

El Estado Nacional promueve la participación activa de los exportadores en Ferias Internacionales con bastante generosidad. Por lo tanto es contradictorio atestiguar las enormes demoras que los bienes exhibidos sufren entre los momentos de su reingreso al país y la recuperación de los mismos por parte del exportador.

Estos ejemplos indican claramente que, existiendo una decisión definida de promocionar las exportaciones de manufacturas a través de medidas de real valía, un desajuste en la coordinación del sistema puede derribar o por lo menos limitar las proyecciones más moderadas.

/Conclusiones

Conclusiones

El comercio exterior y muy especialmente la exportación de manufacturas, tanto en el sector oficial como en el privado, debe estar en manos de gente experta, con mentalidad de avanzada. Esa gente deberá reunir virtudes para la prédica y para la lucha. La primera para orientar y asesorar. La segunda para librar la diaria batalla que significa la penetración y consolidación de mercados.

Cada país tiene sus propias características y por lo tanto sugerir la unificación en el ámbito oficial de todo lo que hace a comercio exterior, podría resultar inaplicable. Aún así, considero como factor vital y fundamental una real coordinación. Caso contrario, veremos aparecer a menudo el fantasma de la frustración.

Práctica y teoría se complementan, pero cuando se abusa de esta última corremos el grave riesgo de un estrepitoso fracaso. Esto puede ser valioso para muchas actividades, pero lo es muy especialmente en comercio exterior.

*

* *

Lo arriba expuesto es un apretado resumen de un caso práctico, con algunas acotaciones. Independientemente de su mayor o menor valor, priva en el mismo un enfoque franco del tema, de forma de hacer un aporte efectivo a los objetivos de esta reunión.

