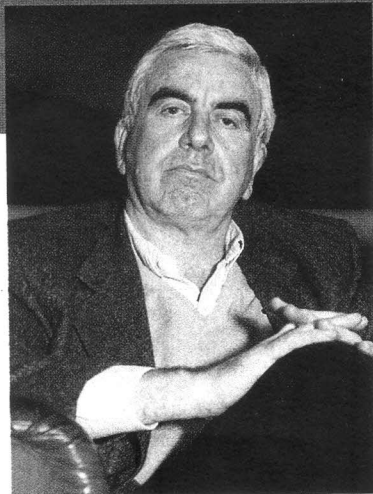


Aumentar las exportaciones ¿de qué?

Por Enrique M. Martínez



¿A partir de la devaluación nos transformamos en competitivos? El mundo ha cambiado y tal vez, eso solo ya no alcance, ya que del esquema de desarrollo en un solo país, con varios centenares de proveedores por terminal, propios de hace veinte años, se ha evolucionado hacia otras formas de provisión, donde predominan otros criterios

En un artículo anterior, pretendimos señalar la necesidad de integrar al consumo y a la producción a casi la mitad de la población, que hoy está excluida de ambos conceptos, así como proponer la forma de hacerlo. Nuestra provocativa actitud, al incorporar esta temática a una revista interesada en la exportación, tiene que ver con la necesidad de pensar el país en términos más integrados, si es que hemos de diseñar y transitar caminos sustentables.

Con el mismo temperamento, nos parece necesario reflexionar sobre la perspectiva exportadora, poniéndonos un poco por encima de la lógica primaria, que supone que la macro devaluación es suficiente para inundar el mundo de productos argentinos.

Antes que nada: ¿A quién venderle?

Más del 35% de las exportaciones norteamericanas son intrafirma y más del 40% de sus importaciones tienen igual condición, mostrando de manera rotunda la importancia que adquiere en el presente – y a nuestro juicio de ahora en más – la pertenencia a una cadena de valor. Por supuesto, las cifras mencionadas solo muestran una parte de la integración a espacios comerciales cerrados, porque a ellas debe agregarse todo el comercio con clientes o proveedores estables.

Creemos que no ha sido suficientemente valorado hasta ahora, ni por la política pública ni por los

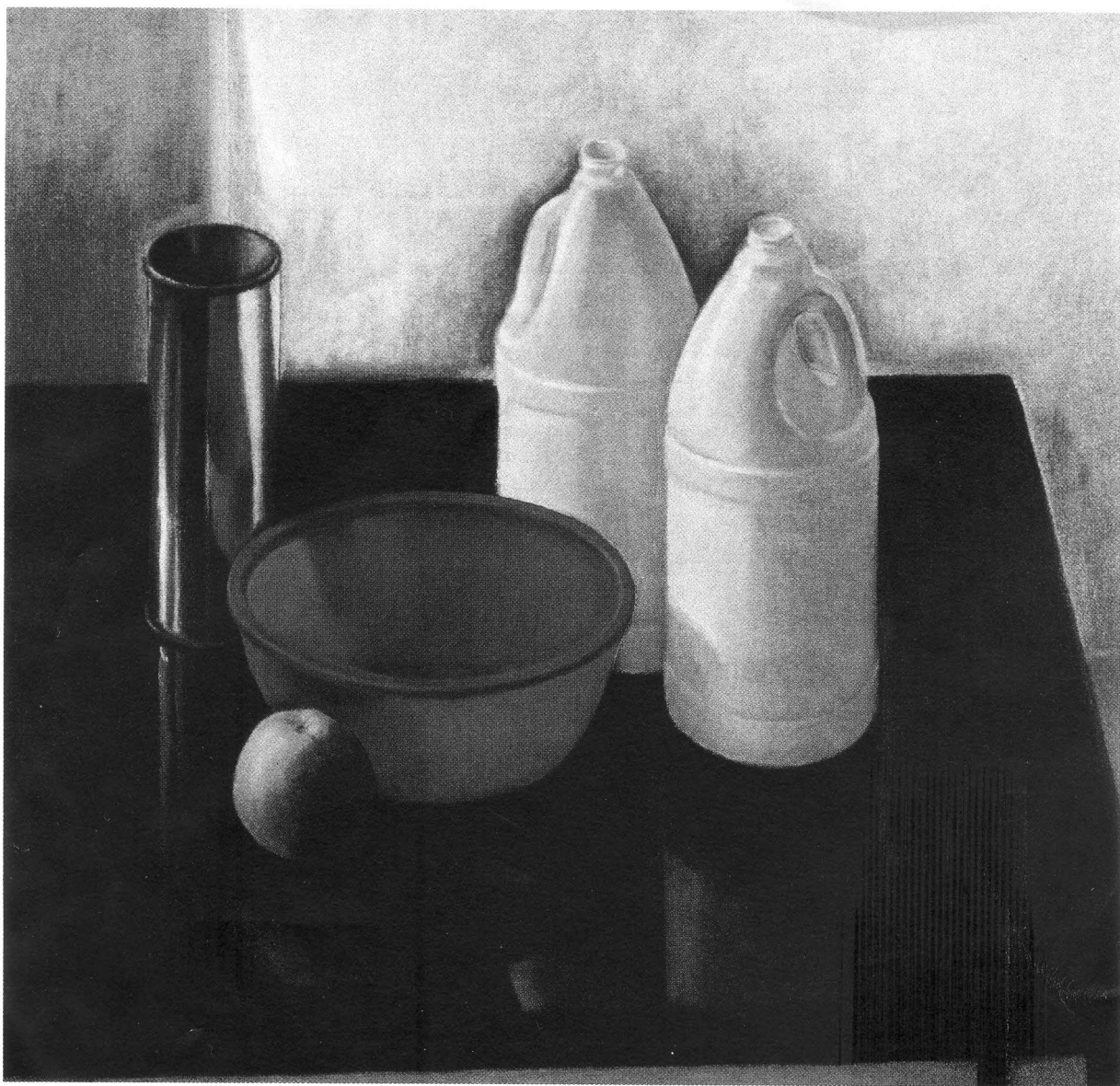
actores privados, el proceso de integración estratégica de las cadenas de valor. Las empresas automotrices pueden ser tomadas como una señal del mundo al que vamos, en la producción de bienes de tecnología de cierta complejidad.

De los esquemas de desarrollo en un solo país, con varios centenares de proveedores por terminal, propios de hace veinte años, se está evolucionando hacia esquemas de provisión operados desde una central de compras mundial. Esta central es quien califica a los autopartistas, con criterios de asociación estratégica, que van haciendo cada vez más duras las barreras de entrada. Estos obstáculos ya han dejado de ser comerciales – no pueden ser superados con una devaluación – para pasar a ser esencialmente técnicos.

No pretendo ser apocalíptico. Simplemente señalo, en especial a las pyme, que exportar ya no es solo un problema de precio y calidad. En la mayoría de los sectores innovadores también es un problema de pertenencia, esto es: de cual es la integración que se consigue al interior de una cadena de valor compleja.

La segunda pregunta a contestar es: ¿qué vender?

La Argentina, como sabemos, exporta volúmenes importantes de commodities, cuyo control comercial pierde en buena medida a manos de exportadores multinacionales en los puertos argentinos.



Asimismo, exporta una serie de bienes de tecnología madura, que ahora podrá colocar con alguna serenidad mayor, debido a la enorme devaluación, con las reservas antes señaladas.

Pero Argentina está ausente del comercio internacional de bienes "inteligentes", salvo en su condición de país comprador.

Los sectores más dinámicos del comercio actual – electrónica, informática, comunicaciones, bienes de capital complejos – nos tienen como compradores, con inexistencia casi absoluta de ramas locales que compitan en estos rubros. Otra vez, el desarrollo productivo – obviamente previo a la exportación – no es imaginable fuera de la pertenencia a cadenas de valor globales. Aquí es donde se hace imprescindible contar con políticas públicas adecuadas. Hay

Exportar ya no es solo un problema de precio y calidad. En la mayoría de los sectores innovadores también es un problema de pertenencia

varias ramas donde el sentido común aconseja una negociación al menos binacional – Argentina – Brasil – con grandes grupos que sean líderes en materia tecnológica, para intentar integraciones locales progresivas.

Tal vez el campo donde se puedan lograr resultados cuali y cuantitativos más relevantes a corto plazo, sea el de la exportación de bienes

que hoy son producidos por pyme, con calidad y precio aceptables, y que por su escala no se han animado a asumir el esfuerzo exportador.

Es aquí donde la asociatividad precompetitiva o incluso entre productores de bienes de distinta naturaleza que se dirigen al mismo mercado puede dar frutos importantes y no requiere de una normativa pública sofisticada. Ya hay suficientes ejemplos de iniciativas exitosas en este terreno.

No es nuestro ánimo pontificar ni complicar lo simple. El objetivo de este pequeño mensaje es advertir la necesidad de respetar más y más la globalización, como un fenómeno que cambia fuertemente todo marco de referencia productivo y obliga a establecer relaciones nuevas, tanto entre actores de igual peso como con los poderosos de cada cadena de valor.