



Dolores Uranga

Diego Marcos

Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía.

SECTOR EXPORTADOR ROSARINO. SU SITUACION BAJO EL MARCO DE PROMOCION EXISTENTE. UN ESQUEMA DE FORMENTO SUPERADOR.

1. INTRODUCCION

En los sistemas productivos de las economías actuales, el sector exportador adquiere un papel fundamental. Contar con un sector exportador activo tiene efectos importantes en la generación de empleo, como efecto dinamizador de las economías regionales, en el aumento en la productividad de sus sectores constitutivos y en la generación de divisas – elemento, este último, fundamental para los países con crisis de balance de pagos–.

En el caso de la ciudad de Rosario, el fenómeno descrito se verifica con particular intensidad, dado su posicionamiento geopolítico-estratégico y la magnitud de las inversiones en infraestructura realizadas y previstas, que favorecerán el comercio exterior.

La importancia que este sector reviste como dinamizador de la economía local, ha llevado al Instituto de Investigaciones Económicas de la U.N.R a centrar especial interés en su estudio, incluyéndolo entre otros, como un tópico de análisis detallado en los programas de becas desarrollados tanto en 1998 como en el año en curso.

El presente trabajo se inscribe en este marco de referencia y pretende describir los principales avances alcanzados por la tarea de investigación desarrollada por un grupo de becarios en el marco del proyecto "Estudio del Sector Exportador Industrial Rosarino", dirigido por Alicia Castagna y María Lidia Woelflin¹. Dicho proyecto se inscribe dentro de un programa más abarcativo; el "Programa Sistema Metropolitano Gran Rosario". Dentro de este marco conceptual, el desarrollo siguiente contiene las primeras conclusiones derivadas del análisis de un segmento concreto del sector exportador local: el de aquellas empresas que han alcanzado un "grado de apertura" relevante.

La tarea aquí propuesta se presenta como un paso necesario para emprender un análisis superador que, orientado a definir similitudes y diferencias entre dicho grupo y el resto de las empresas que conforman el sector exportador rosarino, permita, a su vez, identificar los factores que impiden a algunas alcanzar el desempeño exportador evidenciado por otras.

Las fuentes primarias de información utilizada incluyen, entre otros, los datos provenientes del Relevamiento del Sector Productivo 1997 y del II Relevamiento de la Oferta Exportable de la Provincia de Santa Fe 1995². En el marco del trabajo aquí descrito se prevé, así-

¹ Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas y Directora de la Escuela de Economía respectivamente.

² Encuesta realizada en el ámbito del Programa de promoción del Comercio Exterior impulsado por el Gobierno de la Pcia de Santa Fe con financiamiento del Consejo Federal de Inversión y ejecutado en el ámbito de la Fundación del Bco. Santafesino de Inversión y Desarrollo.

mismo, la realización de relevamientos directos, vinculados a encuestas orientadas a actualizar la información correspondiente al grupo de empresas exportadoras objeto de estudio.

2. METODOLOGIA DE TRABAJO

Como se enunciara en la parte introductoria, el proyecto de investigación cuyos avances aquí se describen, centra su estudio en aquellas empresas rosarinas cuyo desempeño exportador ha sido relevante³, teniendo por objeto, la correcta identificación de un perfil característico de las mismas.

Con miras a identificar el citado desempeño exportador y, más precisamente, definir una variable objetiva capaz de cuantificarlo, se ha optado por analizar el **coeficiente de exportación** declarado por cada firma. Dicho coeficiente –definido como la razón entre el volumen exportado por la empresa y la totalidad de su producción–, tiene la ventaja de permitir visualizar el esfuerzo de la misma en la materia y neutralizar el impacto que, sobre el particular, pueda tener su tamaño. En términos concretos, se considera que han tenido un comportamiento exportador relevante aquellas firmas cuyas exportaciones representan un volumen superior al veinte por ciento de su producción total.

A partir de las consideraciones precedentes, y en base a los datos del Relevamiento Productivo 1997, se procedió a clasificar a las empresas exportadoras rosarinas en cuatro grandes grupos, a saber:

- ❖ Grupo de Coeficiente de Exportación nulo en el año 1997 (que totalizaron 2565 empresas).
- ❖ Grupo de Coeficiente de Exportación positivo, menor al 21% en el año 1997 (110 empresas).
- ❖ Grupo de Coeficiente de Exportación positivo, mayor al 21% en el año 1997 (27 empresas).
- ❖ Grupo de Coeficiente de Exportación positivo, mayor al 21% en los años 1996 y 1997 (17 empresas).

Se tomarán como características claves para definir a una empresa como perteneciente al grupo exportador dinámico, la participación de sus exportaciones en su producción total y la continuidad de su comportamiento exportador. Las empresas pertenecientes al cuarto grupo de los anteriormente presentados, cumplen con esas características por presentar coeficientes de exportación mayor al veinte por ciento no sólo en 1997, sino también en 1996, y por lo tanto, han sido seleccionadas como objeto de estudio.

Cabe mencionar, a modo de referencia, que la cantidad de empresas industriales de la ciudad de Rosario en el año 1997, según el Relevamiento Productivo, ascendía a 2702 firmas.

Identificado el segmento de las empresas a analizar, se procedió a definir su perfil en función de los datos contenidos en el Relevamiento Productivo, obteniendo los resultados que se describen en el próximo apartado.

³ Como veremos con posterioridad, la definición de "relevante" girará entorno a valores de coeficiente de exportación.

3. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL SEGMENTO DE EMPRESAS EXPORTADORAS LOCALES CON MAYOR COEFICIENTE DE APERTURA.

La sección que aquí se inicia, se orienta a la identificación de un perfil característico del segmento del sector exportador rosarino definido como objeto de estudio. Como ya se ha mencionado, el mismo está constituido por las 17 empresas que evidencian un coeficiente de exportación superior a un 20%.

En concreto, se presentan los rasgos comunes que caracterizan a todas y/o la mayoría de las empresas que lo conforman, con miras a detectar los elementos asociados a un desempeño exportador aceptable; entendemos por tal, aquél que permite a las firmas colocar en el mercado externo una porción significativa de su producción total que, como mencionáramos *ut supra*, corresponde como mínimo al veinte por ciento de la misma.

3.1. Experiencia Exportadora.

A partir de la década del noventa nuestro país ha sufrido transformaciones profundas en muchos aspectos, a saber: en materia de estabilidad de precios el Plan de Convertibilidad operó como un instrumento capaz de contener casi totalmente las expectativas inflacionarias de los agentes, haciendo converger la tasa de inflación doméstica a la internacional e incluso llevándola a niveles inferiores de la misma; también la desregulación de muchos mercados junto a el proceso de privatizaciones contribuyeron a transformar el *modus operandi* de "hacer negocios" en la Argentina. Adicionalmente, y como complemento necesario al modelo conformado por los puntos anteriores, el proceso de apertura terminó de afianzar el cambio de conducta de los agentes, más aún, obligó a que se reconociera al mercado externo no sólo como una opción viable sino también como necesaria a partir del creciente nivel de importaciones con el que debían competir.

La disputa por los mercados internacionales, entonces, pasó a ocupar un lugar importante en las estrategias de gestión del común de las empresas en general, y de las localizadas en la región objeto del análisis, en particular.

Según los datos del Relevamiento Productivo y dentro del segmento de empresas objeto del análisis, existe una proporción importante de firmas que, si bien tienen presencia en el mercado interno hace tiempo, han visto al sector externo como una oportunidad viable sólo a partir de la estabilización de las pautas internas de la macroeconomía. Las consideraciones antes expuestas quedan de manifiesto en los datos obtenidos de las fuentes precitadas los cuales muestran que si bien el ochenta y ocho por ciento de las empresas (88%) fue fundada con anterioridad a 1989, sólo el cincuenta y tres por ciento (53%) comenzó a exportar a partir de 1991. En tal sentido, entonces, los datos corroboran aquella afirmación de que sólo a partir de la estabilización de la economía, para un porcentaje de las empresas, la apertura externa se propició como una alternativa para la colocación de una parte de la producción.

3.2. Caracterización de la estructura institucional y organizativa.

Las empresas objeto del análisis aquí realizado poseen un perfil muy particular respecto de su estructura institucional. En tal sentido, la totalidad de las mismas son propiedad de una sola familia, a la vez que evidencian una marcada reticencia a la incorporación de terceros en los cargos directivos (tal vez algunas de ellas tengan este comportamiento por tener restricciones presupuestarias).

En lo que respecta a su forma jurídica, el cincuenta y tres por ciento (53%) de las mismas están constituidas como Sociedad Anónima, en tanto el 47% restante se divide entre



diferentes formas de asociación –sociedad responsabilidad limitada, de hecho, encomandita por acciones, colectiva, cooperativa, etc.– sin mostrar un patrón definido.

Finalmente, y respecto de su estructura organizativa, puede decirse que el setenta por ciento (70%) de las empresas posee un máximo de tres gerencias. En cuanto a la ocupación de los cargos gerenciales, el cincuenta y tres por ciento (53%) de las empresas evidenció que los mismos están cubiertos por socios, el veintitrés por ciento (23%) tiene a un no socio como gerente y, por último, el veinticuatro por ciento (24%) restante tiene dos o más gerentes no socios.

Las consideraciones antes planteadas llevan directamente a la reflexión acerca de la similitud existente entre el grupo de empresas con mayor coeficiente exportador a nivel local y las que no poseen un coeficiente tan alto, se evidencian características institucionales y organizativas equiparables (manifiestas por las empresas familiares, con claro protagonismo de la figura del/los dueño/s y con una marcada aversión a la participación de terceros en la toma de decisiones).

3.3. Caracterización de la estructura productiva.

Los datos del Relevamiento Productivo permiten visualizar los tres principales productos elaborados por las empresas de la ciudad, tomando como índice de referencia al Nomenclador de Producto. El *cuadro 1* contiene la participación relativa de cada tipo de producto, agrupado por secciones, para las 17 empresas objeto del presente análisis. Al interior de cada sección, por su parte, se detalla la composición por divisiones.

Las cifras presentadas, permiten realizar una descripción general del perfil productivo de este grupo de empresas exportadoras, en la cual se prioriza la tipología de bienes producidos por las mismas⁴.

A los fines del análisis, los datos presentados corresponden a los tres principales productos elaborados por las empresas encuestadas lo que permitiría contar con un grupo de 54 productos en total. Sin embargo, y dado que algunas de las empresas relevadas especializan su producción en menos de tres productos, el total de productos principales elaborado por las 17 firmas alcanza solamente los 34.

Los resultados que, en materia de especialización productiva, surgen del análisis de los principales productos elaborados por las 17 empresas pueden ser resumidos del modo siguiente.

⁴ Es necesario destacar aquí, que las empresas encuestadas han declarado sus principales bienes producidos y que, no necesariamente, deben estos coincidir con sus bienes exportados. En otros términos, no puede afirmarse, a priori, que los tres tipos principales de productos evidenciados por las empresas sean exportados.

Cuadro 1.
Especialización productiva de las empresas
con mayor coeficiente de exportación.

Grupo de Producto	Porcentaje
Sección 1. Prod. Alimenticios, Bebidas y Tabaco; Textiles, Prendas de Vestir y Productos de Cuero. <i>-División</i> <ul style="list-style-type: none"> • Carne, Pescado, Frutas, Legumbres, Aceites y Grasas. 50% • Productos de Molinería y Almidones y Sus Productos; Otros Productos Alimenticios. 50% 	17,5%
Sección 2. Otros Bienes Transportables, Excepto, Productos Metálicos y Equipos. <i>-División</i> <ul style="list-style-type: none"> • Otros Productos Químicos; Fibras Textiles Manufacturadas. 16,5% • Productos de Caucho y Productos de Plásticos. 67,0% • Vidrio y Productos de Vidrio y Otros Productos no Metálicos. 16,5% N.C.P.	17,5%
Sección 3. Productos Metálicos, Maquinarias y Equipos. <i>-División</i> <ul style="list-style-type: none"> • Metales Comunes 14% • Productos Metálicos Elaborados Excepto Maquinarias y Equipos. 9% • Maquinarias para Usos Generales. 9% • Maquinarias para Usos Especiales. 36% • Maquinas y Aparatos Eléctricos. 9% • Aparatos Médicos, Instrumentos Opticos y de Precisión, Relojes. 9% • Equipo de Transporte 14% 	65%

Elaboración: Propia en base al Relevamiento Productivo año 1997.

De los 34 productos principales elaborados por las 17 empresas con mayor coeficiente exportador, el sesenta y cinco por ciento (65%) pertenece a la Sección de **Productos Metálicos, Maquinarias y Equipos**; y el treinta y cinco (35%) restante se divide por partes iguales entre las secciones **Otros Bienes Transportables excepto, Productos Metálicos y Equipos** y **Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco; Textiles, Prendas de Vestir y Productos de Cuero**.



Es interesante analizar que la producción por Secciones en la ciudad de Rosario muestra un comportamiento disímil respecto del observado tanto a nivel provincial como nacional. Es decir, la sección con mayor participación tanto en la producción a nivel provincial como nacional, es la correspondiente a **Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco; Textiles, Prendas de Vestir y Productos de Cuero**; seguida por **Productos Metálicos, Maquinarias y Equipo**, ordenamiento que muestra una especialización productiva contrapuesta a la rosarina.

Desagregación de la Sección por Divisiones.

Dentro de la Sección de **Productos Metálicos, Maquinarias y Equipos** sobresalen principalmente, los siguientes productos: *Maquinarias para Usos Especiales* –con una participación relativa, dentro de la sección, del treinta y seis por ciento (36%)–, *Metales Comunes y Equipo de Transporte* (con participaciones relativas equivalentes y del orden del 14%). Otros productos evidenciados en esta sección, aunque de menor participación relativa (aproximadamente un 9% cada uno de ellos), son los *Productos Metálicos Elaborados* (a excepción de máquinas y equipos), las *Maquinarias para usos generales*, las *Máquinas y aparatos eléctricos* y, finalmente, los *Aparatos Médicos, Instrumentos Opticos y de Precisión*.

Por su parte, la Sección de **Otros Bienes Transportables excepto, Productos Metálicos y Equipos**, está compuesta en el sesenta y siete por ciento (67%) por productos pertenecientes a la División de *Productos de Caucho y Plásticos* participando, mínimamente y por partes iguales en un 16.5%, la División de *Otros Productos Químicos; Fibras Textiles Manufacturadas* y la División que agrupa al *Vidrio, Productos de Vidrio y Otros Productos no Metálicos N.C.P*

Por último, la Sección de **Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco; Textiles, Prendas de Vestir y Productos de Cuero** se descompone por mitades entre los productos pertenecientes a la División de *Carne, Pescado, Frutas, Legumbres, Aceites y Grasas* y a la División de *Productos de Molinería y Almidón y sus Productos, otros Productos Alimenticios*.

3.4. Niveles de facturación.

Los datos obtenidos del Relevamiento Productivo –y agrupados en el siguiente cuadro 2– permiten clasificar al grupo de empresas objeto del análisis en función de sus rangos de facturación resultando, que una gran proporción de las mismas puede ser clasificada como PyMes.⁵

⁵ Según la clasificación de la CEPAL: Pequeñas empresas son aquellas de facturación menor o igual a \$1.000.000 al año, Medianas aquellas de más de \$1.000.000 y menos de \$5.000.000; y Grandes las que sobrepasan los \$5.000.000 de facturación anual.

Cuadro 2
Monto de facturación anual:

Facturación anual	Porcentaje de empresas
Menos de \$100.000	11%
Entre \$100.000 y \$300.000	11%
Entre \$300.000 y \$1mll	23%
Entre \$1mll. y \$2mll	29%
Entre \$2mll. y \$ 5mll.	11 %
Entre \$5mll. y \$ 10mll.	0%
Entre \$10mll. y \$ 18mll.	5.8%
Más \$18mll.	5.8%

Elaboración: Propia en base al Relevamiento Productivo año 1997.

De estos datos se desprende que el cuarenta y cinco por ciento (45%) de las empresas de conducta exportadora más activa pertenece a la categoría de Pequeñas empresas; el cuarenta por ciento (40%) a Medianas y el quince por ciento (15%) a Grandes.

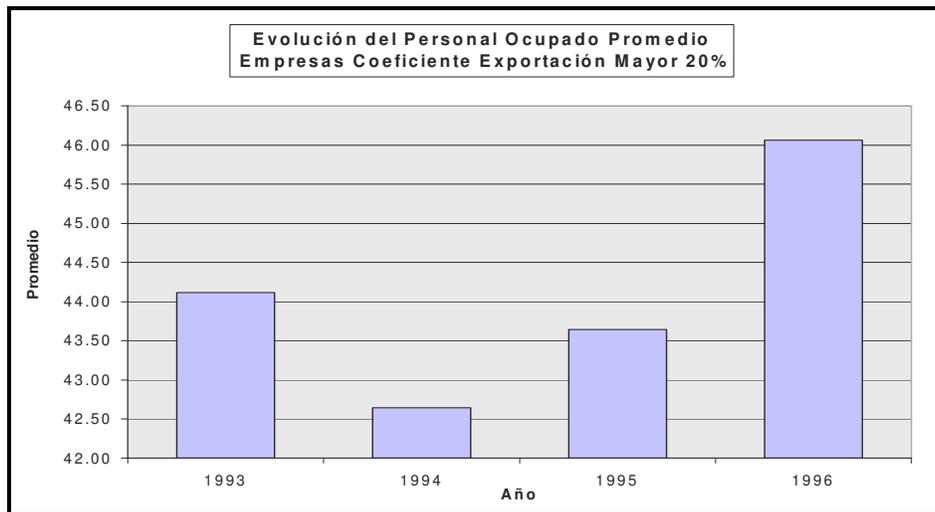
3.5. Empleo.

A partir del análisis del nivel de empleo correspondiente a este segmento de empresas, se desprende que el cincuenta y nueve por ciento (59%) de las mismas ocupa más de veinte (20) empleados, siendo de 46 personas el promedio general de personal ocupado.

Cuadro 3
Evolución del personal ocupado.

Rango de Ocupación	Personal Ocupado	Porcentaje
- de 10	4	25%
10/50	9	36%
51/100	1	6%
+ de 100	2	12%

Elaboración: Propia en base al Relevamiento Productivo año 1997.

Gráfico 1.

Elaboración: Propia en base al Relevamiento Productivo año 1997.

El gráfico anterior expone los niveles promedio de personal ocupado de las empresas bajo estudio para el período 1993-1996. Este comportamiento debe de analizarse teniendo en cuenta el contexto económico imperante al momento de la obtención de los guarismos. Lo acaecido no resulta contrastante con una de las principales características de las PyMes, ya que son las más reticentes a expulsar mano de obra.

Con relación al costo laboral, se destaca el hecho de que sólo el 41% de las 17 empresas utilizan o han utilizado alguna modalidad promovida de empleo. De ello se desprende que estas firmas están dejando de lado una fuente importante de abaratamiento de costos, disminuyendo su competitividad potencial en el mercado externo.

3.6. Modelo de Gestión – Conducta Empresarial.

Planificación de la producción.

Los datos provenientes de las encuestas evidencian la falta de planeamiento estratégico en las proyecciones de los mercados y sus demandas potenciales, fenómeno que se traduce en la elevada proporción de las firmas del grupo que decide el nivel de producción sobre la base del número de órdenes de compra recibidas con anticipación (70%). En una clara posición minoritaria se ubican las empresas que manifiestan un comportamiento más racional, argumentando que decide su producción basándose en pronósticos sobre ventas anteriores e información sobre posibles demandas (30%)

Aplicación de Técnicas Modernas de Producción y Gestión.

El cumplimiento de los estándares internacionales de calidad se convierte en un factor de importancia en el caso de empresas con conductas enfocadas al sector externo. En dicho contexto, y teniendo en cuenta que las empresas aquí analizadas son las que presentan una conducta exportadora más agresiva, resulta bajo el porcentaje de las mismas que se ocupan de la calidad de sus productos.



Respecto a la aplicación de técnicas modernas, el cuarenta y uno por ciento (41%) de las empresas utiliza el control de calidad y el veintitrés por ciento (23%) la técnica de programación lineal de la producción.

Puede considerarse a la tercerización como un medio para suplir problemas de diversas índoles, entre ellos los más importantes versan sobre economías de escala, *know how* respecto de algunos procesos productivos muy específicos en ciertos sectores de la economía y escasez del capital de trabajo. Esta última, asociada a capacidad de ajuste que exhiben las empresas al enfrentar variaciones de demanda. Según los datos suministrados por las propias empresas, la tercerización se presenta como una estrategia empresarial de importancia, adoptada por el 47% de las firmas.

El alto porcentaje de producción por terceros observado, junto con los relativamente bajos niveles de empleo y facturación de las empresas, permiten deducir que la industria rosarina se enfrenta a un problema de diferenciales de tamaño respecto de los competidores externos. Cabe destacar, sin embargo, que podrían existir ciertos productos ciertos productos con características lo suficientemente específicas (o sus procesos lo suficientemente idiosincrásicos), tal que las economías de escala perdieran relevancia.

Innovación:

Frente a la pregunta referida a las mejoras introducidas en los últimos cinco años⁶, los empresarios manifestaron haber introducido las siguientes mejoras -no excluyentes entre sí: i) en los procesos, el 82% (ochenta y dos por ciento) de las empresas; ii) en los productos, el 70% (setenta por ciento) y en la forma organizativa, el 64% (sesenta y cuatro por ciento). Asimismo, el 64% (sesenta y cuatro por ciento) declaró haber desarrollado nuevos productos, en tanto el 59% (cincuenta y nueve por ciento) afirmó haber concretado nuevas formas de vinculación con el mercado.

A pesar de los inconvenientes mencionados por las empresas a la hora de introducir mejoras, se ha hallado un alto nivel de innovación. Esta actitud innovadora, se encuentra en concordancia con lo expresado *ut supra* respecto del proceso de apertura acaecido en la presente década.

Estos altos niveles de innovación marcan la necesidad de tornarse más competitivos a la que las empresas se enfrentaron a partir del momento de la apertura de la economía (cuando la mayoría comenzó a exportar).

Entre los obstáculos mencionados al momento de iniciar mejoras, las empresas encuentran: en primer lugar, el cincuenta y nueve por ciento (59%), ausencia de financiamiento para proyectos; en segundo lugar, el veintinueve por ciento (29%), elevados costos involucrados en desarrollo, y un porcentaje menor, se encuentra con dificultades para evaluar la demanda.

Este es uno de los puntos en que se suele hacer hincapié al momento de explicar falencias o "rigideces" de las típicamente flexibles PyMEs. El mercado financiero en el cual intentan fondearse se comporta por demás cauteloso. Esta cautela junto a la ausencia de propuestas técnicamente bien elaboradas por las empresas hacen que el financiamiento escasee, en ocasiones, inclusive para algunos proyectos rentables. Muchas veces los empresarios deben recurrir a canales informales de financiamiento, consiguiendo así recursos financieros a mayor costo relativo y además "pagando" la penalización futura de salir del circuito formal.

⁶ Un dato interesante a resaltar es que la antigüedad promedio de los equipos es en el 59% de los casos menor a 10 años.



Este tipo de problemas adquiere mayor relevancia cuando las empresas intentan cumplir con los mandatos del mercado abasteciéndolos "justo a tiempo", ya que en momentos de auge poseen rigideces al alza en la producción y en momentos recesivos los inventarios deben ser financiados, junto a los proveedores y clientes, jaqueando la cadena de pagos; con las graves implicancias que esto conlleva.

Competitividad:

Los factores que han sido considerados como más influyentes en la competitividad son: el precio, la calidad, la adaptabilidad a las sugerencias del cliente y el financiamiento, según el siguiente detalle:

El precio, fue señalado en primer lugar por el cuarenta y siete por ciento (47%) de las empresas y en segundo puesto por el diecisiete por ciento (17%) de las mismas.

La calidad, fue mencionada en primer lugar por el veinticuatro por ciento (24%) y en tercer lugar por el veintitrés por ciento (23%) de las empresas.

La adaptabilidad a las sugerencias del cliente ocupó el segundo lugar según el diecisiete por ciento (17%) de las firmas.

El financiamiento fue apuntado en tercer lugar por el diecisiete por ciento (17%) de las empresas.

Los encuestados demostraron cierto desdén respecto de la amenaza que sufren sus productos en los mercados; ya que el setenta y un por ciento (71%) de las empresas consideran que sus productos no están siendo desplazados por otros en el mercado (cabe remarcar que estos datos pertenecen al año 1997, durante el cual abundaron expectativas optimistas respecto del funcionamiento económico).

Frente a la pregunta acerca del posicionamiento de la calidad de sus productos respecto a sus competidores, el cincuenta y tres por ciento (53%) de los encuestados consideran que es similar; inferior para el veintinueve por ciento (29%) y superior para dieciocho por ciento (18%) restante. Asimismo, el setenta y un por ciento (71%) de las empresas consideran que sus productos no están siendo desplazados por otros en el mercado.

El hecho de que se mencionara al precio como variable clave determinante de su competitividad, lleva a la reflexión acerca del nivel de estandarización de los productos que éstos comercian, haciéndolos aparecer como poco "diferenciados" a su competencia en cierto grado. Sin embargo, los empresarios, han manifestado no sentirse amenazados por sus competidores, lo que lleva a pensar de que se trataría de productos diferenciados en forma relevante.

Compromiso con la actualidad:

Frente a la pregunta sobre la disposición a recibir capacitación, los empresarios del grupo se manifestaron en los siguientes términos:

El setenta por ciento (70%) de las empresas estaría dispuesta a recibir capacitación en temas relativos al comercio exterior, el sesenta y cinco por ciento (65%) en marketing, y el cincuenta y nueve por ciento (59%) en cuestiones de calidad.

Que un gran número de empresas reconozca la necesidad de recibir capacitación en el área del comercio exterior implica que las mismas, dado su tamaño y facturación, no pueden sostener en sus estructuras una división abocada al respecto. Este es un buen punto a tratar considerando que las PyMEs son las que más se ven afectadas por los ciclos recesivos, ya que cuando el mercado interno se contrae las empresas suelen apelar al externo. Si la operatoria externa les dificulta la tarea los problemas se refuerzan mutuamente. El problema de

"venderse" en el exterior opera en la misma dirección que los anteriores, obstaculizando aún más la reacción.

En cuanto a las acciones emprendidas por las empresas en los últimos dos años (previos al relevamiento) para ganar nuevos mercados se obtuvieron las siguientes respuestas: participación en ferias el cincuenta y tres por ciento (53%), distribución y representaciones el treinta y cinco por ciento (35%). El cuarenta y siete por ciento (47%) de las empresas consideraron que esas acciones tuvieron éxito en grado "bueno"; el diecisiete por ciento (17%) en grado "regular" y sólo el cinco por ciento (5%) que el mismo fue de grado "muy bueno".

El alto porcentaje de empresas que ha participado en ferias recientemente es una consecuencia directa de las políticas seguidas por los Organismos de Comercio Exterior tendientes a lograr una participación activa de las empresas locales en ferias y rondas de negocios, como instrumentos generadores de comercio.

Respecto a las fuentes de información empleadas por las empresas, el ochenta y ocho por ciento (88%) de ellas obtiene principalmente información de revistas técnicas, el setenta por ciento (70%) visita plantas en el exterior, el cincuenta y tres por ciento (53%) tiene contacto con cámaras empresariales y el cuarenta y siete por ciento (47%) de las empresas participó en ferias. Este comportamiento denotaría cierto interés por parte de los empresarios del grupo de no quedar a la zaga de los acontecimientos relativos al quehacer empresarial.

4. COMPENDIO:

Enmarcado en un proyecto global de estudio del sector exportador rosarino, el presente trabajo se ha orientado al análisis de un segmento particular del mismo: el de aquellas firmas cuya conducta exportadora se identificara como más agresiva, a partir del coeficiente de apertura declarado por las propias empresas. Las principales conclusiones, asociadas a la identificación de un perfil general del segmento bajo estudio, son las que a continuación se detallan:

Las empresas, mayoritariamente, comenzaron a exportar a partir de la presente década, aunque fueron fundadas con anterioridad.

El sector esta compuesto, en general, por empresas de propiedad de una sola familia, con pocos departamentos gerenciales y con pocos no socios como gerentes. Constituidas, fundamentalmente, bajo la forma de Sociedad Anónima.

Existe una marcada especialización en la sección Productos Metálicos, Maquinarias y Equipos. Más específicamente, se observa un alto porcentaje de Maquinarias para Usos Especiales.

Los resultados revelan al precio como principal factor determinante de la competitividad, seguido por la calidad.

La mayoría de las empresas, según rango de facturación anual, pertenecen a la clasificación de Pequeñas y Medianas Empresas.

El promedio de Personal Ocupado por las 17 empresas, para el año 1997, ascendió a 46 empleados. A pesar del período recesivo acaecido en el año 1995, la evolución del promedio para los años 1993-1996 nos indica un crecimiento a lo largo del período.

Más de dos tercios de las empresas decide el nivel de producción sobre la base del número de órdenes de compra recibidas con anticipación. En una clara posición minoritaria se ubican las empresas que deciden su producción basándose en pronósticos sobre ventas anteriores e información sobre posibles demandas.



En cuanto a las mejoras introducidas en los últimos años, un alto porcentaje ha realizado innovaciones en los productos, en la forma organizativa, en el desarrollo de nuevos productos, y en nuevas formas de vinculación con el mercado.

Entre los obstáculos mencionados al momento de iniciar mejoras, las empresas encuentran: en primer lugar, ausencia de financiamiento para proyectos; en segundo lugar, elevados costos involucrados en el desarrollo de los mismos, y en tercer lugar dificultades para evaluar la demanda.

Respecto de las técnicas modernas de gestión y producción se han relevado escasos niveles a la aplicación.

La terciarización se presenta como una estrategia empresarial de importancia por casi la mitad de las firmas.

Frente a la pregunta acerca del posicionamiento de la calidad de sus productos, la mitad de las empresas consideran que es similar respecto a la de sus competidores. En concordancia con lo anterior, un porcentaje aún mayor de las mismas consideran que sus productos no están siendo desplazados por otros en el mercado.

Se ha relevado una alta predisposición de las empresas a recibir capacitación en temas relativos al comercio exterior, marketing, y cuestiones de calidad.

Las empresas en los últimos dos años (previos al relevamiento) han participado en ferias, y ampliado sus canales de distribución y representación para ganar nuevos mercados.

Las empresas se han mostrado, en su mayoría, activas respecto de la obtención de información. Ya sea vía revistas técnicas, visita a plantas en el exterior, contactos con cámaras empresariales y participación en ferias.

5. CONSIDERACIONES FINALES:

El proceso aperturista ha sido, *de facto*, un motor generador de acciones tendientes a impulsar el comercio exterior. En rigor, el citado proceso ha dado origen a la adopción de posiciones tanto ofensivas como defensivas por parte de las firmas locales: las primeras, originadas en la apreciación de algunas empresas acerca de la posibilidad de realizar negocios rentables en el exterior; las segundas, sustentadas en la amenaza que dicho comercio representa, a partir de la presión competitiva de los productos importados.

Como se ha apuntado, el grupo de empresas analizado revela ciertas características de relevancia. Por su morfología, un tipo de empresas que contrasta radicalmente con el estereotipado en el comercio internacional. Es decir, contrastantes con empresas de tamaño considerable, con estructuras organizativas complejas.

La tendencia a vincularse en "redes" o "consorcios" de exportación que se observa en algunos países, comienza a verificarse incipientemente en la Argentina. El sector exportador rosarino no queda fuera de la necesidad de acoplarse a esta tendencia, ya que principalmente son empresas de rango PyMe. Los beneficios de minimizar costos y obtener economías en la operatoria del comercio exterior, son captados por estas redes, por lo tanto podría plantearse la necesidad de fomentar las mismas a partir de los organismos (públicos y privados) pertinentes.

Políticas como las anteriores deben ser seriamente analizadas si consideramos que las PyMes, mayoritarias en este estudio, suelen ser las más reticentes al despido de mano de obra en malos momentos económicos.

Si bien no se puede afirmar que esté ocurriendo un cambio en la tendencia respecto del modo de producción; debemos señalar que un importante porcentaje utiliza una planificación



del nivel de producción del tipo "adaptativo" (en función de lo acaecido en el pasado inmediato), y no uno del tipo "racional" (fundado en expectativas con cierto grado de basamento técnico sobre el futuro).

La relación con el mercado financiero se ha presentado como muy distante de la óptima. Las empresas argumentan falta de financiamiento al momento de emprender un proyecto de inversión; más aún, el capital de trabajo financiero se presenta como un impedimento adicional para poder atender las fluctuantes demandas de los últimos años.

Entre las tareas pendientes a realizar se encuentra la actualización de los datos utilizados (del año 1997) así como indagar sobre otras cuestiones de relevancia como ser la propensión a exportar producción especialmente destinada al mercado externo o la exportación de remanentes del mercado interno.

Al momento de pensar la evolución de esta investigación, y dada la estrecha vinculación entre el objeto central del análisis y las políticas de fomento de las exportaciones - materializada en el potencial aporte de sus conclusiones en la formulación de tales políticas -, los pasos a seguir incluirán un relevamiento de las políticas de exportación existentes, tanto en el ámbito local como provincial.

Avanzar en la consecución de los objetivos oportunamente planteados, nos llevaría a la identificación de aquellas variables susceptibles de aplicación de políticas activas de fomento sobre las empresas de comportamiento exportador más activo. Una vez accionado sobre el grupo más dinámico, deberíamos avanzar sobre la presunción de que las empresas pertenecientes a los mismos sectores productivos son potencialmente exportadoras. Así, el análisis de las firmas de un accionar menos enfocado al mercado externo sería conveniente para trasponer las políticas y formular otras que beneficien este grupo exportador potencial.

Bibliografía:

- Castagna, Alicia - Woelflin, María Lidia: *"Oferta exportable del Area Gran Rosario"*
Instituto de Investigaciones Ec. de la FCEyE de la UNR. Cuderno nº 12 (mayo de 1996).
- Centro de Estudios para la Producción: *"Notas de la Economía Real"*
Nº 5 y Nº 6 (diciembre '97 - abril '98).
- Centro de Estudios para la Producción: *"Estudios de la Economía Real"*
Nº 5 (mayo '98).
- Instituto de Investigaciones Económicas de la FCEyE de la U.N.R.: *"Las economías regionales y sus respuestas a los desafíos del Mercosur"*
- Fundación Banco Santafesino de Inversión y Desarrollo: *"Oferta Exportable de Santa Fe 1995"*.