

PARTIDO DE LA MATANZA: PERFIL EXPORTADOR Y PROGRAMA DE AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES–PADEX*

Diego Gastón Serra, María Soledad Rodríguez, Hilda Novellino, Darina Boychenko, Carla Natalia Pennella, Nadia Daniela Incauragarat
Instituto de Investigaciones en Ingeniería Industrial
Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora

Partido de La Matanza: perfil exportador y programa de aumento y diversificación de exportaciones Padex: Serra, Rodríguez, Novellino, Boychenko, Pennella, Incauragarat. Recibido: 12/07/2016; Aceptado 21/9/2016.

Resumen

La Matanza es el distrito más poblado y el de mayor aporte al PBI industrial de la Provincia de Buenos Aires (22%), y refleja como pocos el mapa productivo del país, debido a la diversidad de sectores industriales en él representado. En lo que respecta al perfil exportador y sobre la base de una muestra de 211 firmas industriales del distrito identificadas como exportadoras, encontramos que 90% de los países de destino son pertenecientes a América del Sur, países vecinos, representando sólo 4 de ellos (Brasil, Uruguay, Paraguay y Bolivia) más del 70% de las exportaciones totales, agrupando 5 empresas el 50% de éstas. El presente artículo exhibe el análisis de la vinculación entre el programa PADEX (Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones) del Gobierno Nacional y el perfil exportador del Partido de la Matanza, en función de los productos prioritarios y principales destinos de exportación identificados en el marco del programa. En este sentido, y en función

de la concentración de las exportaciones de la región en los países vecinos, se prioriza el Componente II del PADEX: Países de América Latina - énfasis en la mejora cualitativa de las exportaciones e integración productiva-. Se comparan los resultados del Perfil Exportador del Partido de la Matanza en cuanto a productos y destinos de exportación con el perfil diseñado en el marco del PADEX, a fin de detectar las principales oportunidades de adecuación del programa al perfil exportador y principales necesidades de las Pymes del Partido, estableciendo los insumos básicos para el diseño de políticas públicas específicas capaces de incrementar el número de empresas exportadoras, diversificar los destinos de exportación, así como la canasta de productos exportados.

Palabras claves:

La Matanza – PyMEs – Exportaciones – Industria - PADEX

Abstract

La Matanza is the most populous district and the largest contribution to industrial GDP of the Province of Buenos Aires (22%) and reflects as few the productive map of the country, due to the diversity of industries represented in it. Regarding the export profile on the basis of 211 industrial firms in the district identified as exporters, we found that 90% of the countries of destination are neighboring countries, representing only 4 of them (Brazil, Uruguay, Paraguay and Bolivia) over 70% of total exports, grouping five companies 50% of them. This paper's main objective is to analyze the rela-

tion between PADEX (Program Increase and Diversification of Exports) of National Government and the Export Profile of La Matanza, depending on priority products and export destinations identified under that program. In this respect, and depending on the concentration of exports from the region in the neighboring countries, the analysis will prioritize PADEX Component II: Latin American - Emphasis on qualitative improvement of exports and productively integration. The methodology will be to compare the results of the export profile of La Matanza regarding products and export destinations with the profile designed under the PADEX, to identify key opportunities matching program and

*Una versión preliminar de este trabajo fue presentado en COINI 2015 (ver actas).

main exporter needs considering the export profile of SMEs from La Matanza region, establishing the basic input for the design of specific public policies to increase the number of exporting companies, diversify export destinations as well as the mix of products exported.

Key words: SMEs - Exports - Industry - PADEX

PADEX: Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones

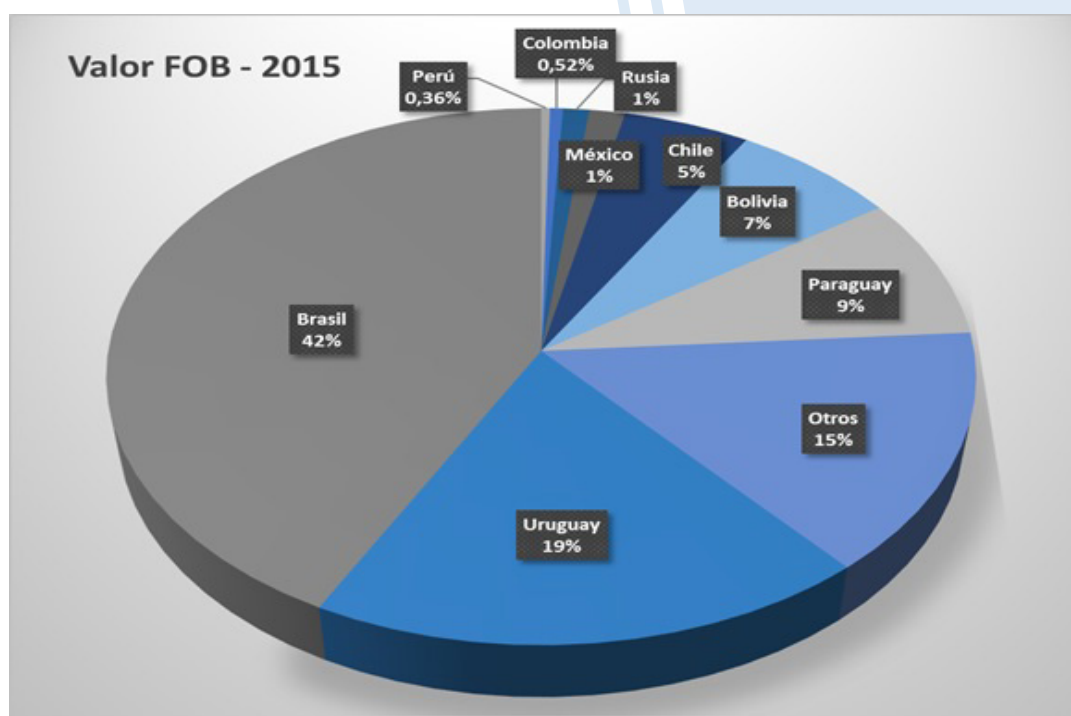
La Matanza es el distrito más poblado y el de mayor aporte al PBI industrial de la Provincia de Buenos Aires (22%) y refleja como pocos el mapa productivo del país debido a la diversidad de sectores industriales en él representado. Luego de analizar una base de datos de empresas de la región, sobre un total de aproximadamente 5.000 PyMEs, se seleccionó una muestra de 211 empresas del distrito, que exportan parte de sus productos, representando un 4,22% de la población total. En lo que respecta al Perfil Exportador, existe una alta concentración de las exportaciones sobre destinos y empresas. Sobre la base mencionada, se encontró que el 90% de los países de destino son pertenecientes a América del Sur, países vecinos, representando sólo 4 de ellos (Brasil, Uruguay, Paraguay y Bolivia) más del 70% de las exportaciones totales, agrupando 5 empresas el 50% de éstas. Se analizó la vinculación entre el programa PADEX (Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones) del Gobierno Nacional y el Perfil Exportador del Partido de la Matanza, en base a los productos

prioritarios y principales destinos de exportación identificados. En este sentido, y en función de la concentración de las exportaciones de la región en los países vecinos, el análisis priorizó el Componente II del PADEX: Países de América Latina.

Exportaciones del Partido de la Matanza según destino, en valores FOB 2015

De la lista total de sesenta y tres actividades desarrolladas en estas empresas, cuatro son las que se destacan que engloban a más del 80% de las empresas del partido pertenecen a los rubros de artículos de cemento, fibrocemento y yeso; papel y cartón; productos químicos y productos plásticos en formas básicas y artículos de plástico. Esto se condice con los porcentajes exportados según tipo de actividad de las empresas estudiadas, del cual prevalecen por cantidad estadística los mismos rubros.

Resulta de interés analizar la adecuación de los instrumentos de promoción de exportaciones existentes en el marco del PADEX con relación al Perfil Exportador de dicho Partido, a fin de realizar un diagnóstico que promueva no sólo una mejor utilización de los instrumentos de promoción disponibles, sino la diversificación de las exportaciones de la Matanza en sus tres aspectos principales: aumento del número de empresas exportadoras, aumento cualitativo de las exportaciones hacia productos de mayor valor agregado y contenido tecnológico, y por último, diversificación de los mercados de destino para las exportaciones del Partido.



Fuente: Elaboración propia en base a información procesada de NOSIS



Partido de La Matanza
Fuente: Google Maps

El Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones (PADEX) del Gobierno Nacional tiene como fin general mejorar en calidad y cantidad las exportaciones argentinas.

Posee dos componentes: el **Componente I**, destinado a Países Emergentes Dinámicos y el **Componente II**, destinado a Países de América Latina. El I se enfoca específicamente en mejorar la cantidad de exportaciones, ya que su destino es hacia países del mundo con posibilidades concretas de crecimiento económico como lo son los BRICs (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), y otras naciones grandes o con alta posibilidad de importar como Indonesia, Turquía, Arabia Saudita, Emiratos Árabes, etc.; por el contrario, el II se enfoca en mejorar la calidad de las exportaciones y, especialmente, la integración productiva de la región. Nos centramos en el **Componente II** debido a la gran concentración de las exportaciones de la muestra analizada del Partido de la Matanza en destinos de América del Sur (90% de sus exportaciones) y con el objetivo principal de analizar la vinculación del Perfil Exportador del Partido con las actividades e instrumentos de promoción comercial en el marco del **PADEX** de manera de promover la diversificación de las exportaciones y el incremento del valor agregado de los productos exportados. Este Componente define nueve países prioritarios de América Latina con mercados en expansión y un fuerte potencial exportador para enfocar las exportaciones de productos industriales de las PyMEs argentinas. En primer lugar, Colombia, Ecuador y Perú, países con presencia comercial argentina menor al 5%. Luego, Chile, Bolivia y Paraguay con una presencia comercial argentina relativa y mayor al 7%. Por último, Guatemala, Costa

Rica y El Salvador, tres países de Centroamérica en donde introducir las exportaciones de las empresas argentinas.

Por otro lado, también selecciona una serie de doscientos sesenta y dos subpartidas de productos entre los destinos priorizados, de los cuales veintisiete subpartidas son **productos primarios**, setenta son manufacturas de **origen agropecuario**, y ciento sesenta y cinco son manufacturas de **origen industrial**. Dentro del mismo universo, cuarenta y cuatro subpartidas son consideradas de fuerte impacto regional, de las cuales veinticinco subpartidas son productos primarios y diecinueve, subpartidas son manufacturas de origen agropecuario. Respecto a las **manufacturas de origen agropecuario** se priorizan la *carne bovina*, la *carne aviar*, la *leche en polvo*, el *queso*, los *aceites vegetales*, los *jugos*, *preparados y conservas de frutas*, las *preparaciones para alimentación animal o infantil* y los *artículos de confitería*, *chocolate* y *galletas dulces*. En cuanto a las **manufacturas de origen industrial** son importantes los *medicamentos*, los *insecticidas*, *fungicidas* y *herbicidas*, las *bombas* y *compresores*, las *tuberías* y *accesorios de plástico*, las *construcciones* y *partes de construcciones de hierro o acero*, las *preparaciones capilares* y de *belleza*, *detergentes* y *jabones*, los *artículos de grifería*, los *tableros*, *consolas* y *otras bases para el control o la distribución de electricidad* y *maquinaria agrícola*.

El Componente II del Programa se focaliza especialmente en las manufacturas de origen industrial. Sin embargo, las empresas del Partido de La Matanza exportan productos con relativamente bajo contenido tecnológico, por ello resulta interesante explorar cuál es el grado de vinculación entre el Perfil Ex-

portador del Partido y los instrumentos diseñados en el marco del PADEX con los cuales las empresas del distrito podrían beneficiarse, no sólo a fin de promover la exportación de productos actualmente exportados, sino también promover la exportación de productos de mayor valor agregado.

Para detectar las principales oportunidades de adecuación del programa al perfil exportador y las necesidades que poseen las **PyMEs del Partido de La Matanza** se tomó, por un lado, la lista de productos seleccionados por el programa para compararla con la lista de productos del perfil exportador obtenido, por posiciones arancelarias (subpartidas); y por otro, la lista de destinos prioritarios identificados en el marco del PADEX y los principales destinos de exportación.

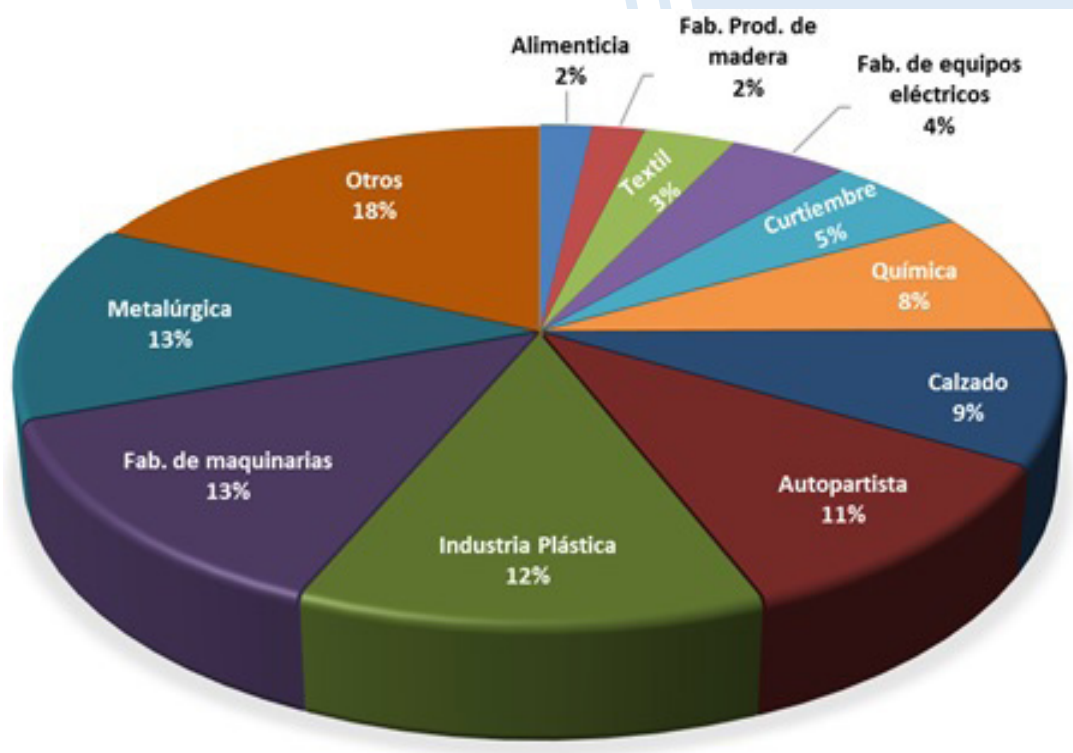
El principal es **Brasil** con un 42% del total, y éste no está incluido como prioritario en el **Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones**. Lo mismo sucede con Uruguay, que es el segundo en orden ascendente en cuanto a porcentaje de exportaciones de La Matanza. Sin embargo, países como Paraguay, Bolivia y Chile que suman entre los tres un 21% de las exportaciones del distrito, sí están seleccionados como destinos prioritarios dentro del **PADEX** con presencia comercial argentina relativa. Colombia y Perú son otros dos países

que están seleccionados dentro del programa por contar con presencia comercial argentina menor al 5%, en el caso de La Matanza un 0,52% y 0,36% respectivamente.

Los países de Centroamérica seleccionados dentro del Programa no tienen una participación significativa en el **perfil exportador de La Matanza**.

Por lo tanto, podríamos afirmar que las empresas exportadoras de La Matanza se beneficiarían de las actividades de promoción comercial en el marco del PADEX que se orienten a promover las exportaciones a destinos dentro de América del Sur, tales como Paraguay, Bolivia y Chile. Asimismo, aprovechar las actividades destinadas a promover los productos argentinos en mercados tales como Colombia y Perú, en los que actualmente las exportaciones de La Matanza no tienen una presencia comercial significativa, pero podrían contribuir a la diversificación de la canasta exportadora y mercados de exportación del distrito.

En cuanto a los productos, dentro de la selección realizada en el marco del **PADEX**, se observa que existen bienes fabricados y comercializados por las **empresas PyMEs identificadas como exportadoras del Partido de La Matanza que pueden vincularse con el Programa**, en la medida en que también son identificados como productos prioritarios en el Componente II.



Fuente: Elaboración propia en base a información provista por la Secretaría de Producción de La Matanza

El objetivo principal del Programa, al identificar estos bienes como prioritarios, se orientó hacia la búsqueda de productos con importaciones considerables en los países de destino, con ventajas comparativas y saldo comercial superavitario para Argentina y también se priorizaron los sectores industriales con mayor capacidad para expandir la producción y, por consecuencia, sus exportaciones.

Entre las doscientas once empresas exportadoras del Partido de La Matanza analizadas, existen quienes se dedican a la elaboración de productos alimenticios, la fabricación de bombas, la fabricación de compresores; grifos y válvulas, la fabricación de equipo eléctrico, la fabricación de insecticidas, plaguicidas y productos químicos de uso agropecuario, la fabricación de medicamentos de uso humano y veterinario, la fabricación de productos elaborados de metal, de tornería o matricería, la fundición de hierro y acero y el procesamiento de **carne de ganado bovino**. De tal forma, podemos afirmar que mayormente, se trata de productos del rubro de las manufacturas de origen industrial.

Perfil Productivo de las Empresas Exportadoras del Partido de La Matanza

Podemos afirmar que del **total exportado en valor FOB** en los últimos seis años por las empresas del Partido de La Matanza, el 42% de ese valor corresponde a subpartidas que se encuentran seleccionadas por el PADEX como productos a promocionar y para los cuales se realizan actividades de promoción comercial.

El **Perfil Exportador del Partido de La Matanza** presenta una alta concentración en lo que respecta a los principales destinos de exportaciones, principales empresas exportadoras, y canasta de productos exportados. De la muestra de exportaciones, encontramos que 90% de los países de destino son pertenecientes a América del Sur, países vecinos, representando sólo 4 de ellos (Brasil, Uruguay, Paraguay y Bolivia) más del 70% de las exportaciones totales, agrupando 5 empresas el 50% de las exportaciones hacia dichos destinos. Sólo cuatro industrias – metalúrgica, maquinarias, autopartista y plástica – representan el 50% del total de los rubros de exportación del distrito.

Destinos de exportación y productos exportados

Encontramos que las empresas exportadoras de La Matanza podrían beneficiarse de las actividades de promoción comercial en el marco del **PADEX** que se orienten a promover las exportaciones a destinos dentro de América del Sur, tales como Paraguay, Bolivia y Chile, cuya presencia como desti-

no de exportación del distrito ya es relativamente importante (21% del total). Asimismo, aprovechar las actividades destinadas a promover los productos argentinos en mercados tales como Colombia y Perú, mercados en los que actualmente las exportaciones de La Matanza no tienen una presencia comercial significativa, pero podrían contribuir a la diversificación de la canasta exportadora y mercados de exportación del distrito.

En lo que respecta a las principales subpartidas arancelarias exportadas, hallamos que del total exportado en valor FOB en los últimos seis años por las empresas del Partido de La Matanza, el 42% de ese valor corresponde a subpartidas que se encuentran seleccionadas por el PADEX como productos a promocionar y en los cuales se concentran las actividades de promoción comercial. De tal forma, se vislumbra que existe un alto grado de compatibilidad entre el **Perfil Exportador del Partido** a nivel de subpartidas arancelarias exportadas y el PADEX, y por lo tanto una gran oportunidad para las empresas del distrito de beneficiarse con estas actividades, promoviendo sus exportaciones y mejorando cualitativamente las mismas, a fin de aumentar la competitividad de la región respecto de los mercados externos y promover el desarrollo de la región.

Por último, resulta de suma importancia trabajar en la difusión de los instrumentos de promoción comercial existentes, con el objeto de incrementar el grado de utilización de los mismos por parte de las PyMEs exportadoras del distrito, más aún considerando el alto grado de compatibilidad encontrado entre el **Perfil Exportador de La Matanza y las prioridades del Gobierno Nacional** en lo que respecta a la promoción de exportaciones argentinas. Futuras investigaciones deberán profundizar, en base a esta compatibilidad, en lo que respecta a las necesidades particulares de las PyMEs exportadoras a fin de determinar el grado de adecuación de los instrumentos existentes, más allá de la compatibilidad encontrada.

Bibliografía sugerida

“Instrumentos de Promoción y Fomento para la Vinculación Tecnológica entre la Universidad y el Sector Social y Productivo”. Año 2014. Programa INCUBAT. Facultad de Ingeniería. Editorial UNLZ. ISBN 978-987-45490-1-3.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto; Programa de Aumento y Diversificación de las Exportaciones (PADEX); Disponible en http://mrecic.gov.ar/userfiles/ppt_padex_version_final_1.ppt_.pdf. [Accedido el 10 de setiembre de 2015].

Nosis, EXI Explorer: Importaciones-Exportaciones; www.nosis.com

Serra, D.; Altube, L.; Pelayo, M.; Grossmuller, D. Análisis del uso del suelo industrial en el Partido de La Matanza. Instituto de Investigaciones en Ingeniería Industrial: Documento de Trabajo. Buenos Aires: Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 2015. Disponible en www.ingenieria.edu.ar. [Accedido el 20 de agosto de 2015].

Serra, D.; Rodríguez, S.; Novellino, H.; Pennella, C.; Boynchenko, D.; Incuargarat, N. Análisis del perfil exportador de las PyMEs del partido de La Matanza, Provincia de Buenos Aires. Instituto de Investigaciones en Ingeniería Industrial: Documento de Trabajo. Buenos Aires: Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 2015. Disponible en www.ingenieria.edu.ar. [Accedido el 19 de setiembre de 2015].

Los autores

Diego Gastón Serra

Magister en Economía Industrial con mención en PyMEs, Instituto de Industria. Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS- IDEI).

Doctorando en Ingeniería, mención Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI - UNLZ).

Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

Investigador docente, Instituto de Investigaciones en Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

Subsecretario de Vinculación Tecnológica de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Secretario de Planeamiento de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

E-mail: diego.g.serra@gmail.com

María Soledad Rodríguez

Magister de la Universidad de Buenos Aires en Relaciones Económicas Internacionales, Universidad de Buenos Aires (UBA), Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Posgrado.

Licenciada en Relaciones Internacionales, Universidad del Salvador (USAL), Facultad de Ciencias Sociales.

Licenciada en Comercio Internacional, Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Facultad de Ciencias Económicas.

Profesora Adjunta. Comercio. Universidad Nacional

de Lomas de Zamora, Facultad de Ingeniería.

Hilda Novellino

Magister en Gestión y Políticas Universitarias en el Mercosur, Facultad de Derecho, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ).

Lic. en Administración, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ).

Profesor Adjunto Comercio, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

Profesor Adjunto Proyecto Final de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

E-mail: novellinhilda@gmail.com

Darina Boychenko

Ingeniera Laboral, Universidad Tecnológica Nacional (UTN).

Ingeniera Industrial, Facultad de Ingeniería. Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI -UNLZ).

Ayudante de Primera. Ingeniería de Calidad. Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI - UNLZ).

E-mail: darina.boychenko@gmail.com

Carla Natalia Pennella

Ingeniera Industrial con Orientación en Manufactura, Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

Ayudante de Primera. Introducción a la Ingeniería. Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI-UNLZ).

Coordinadora de Vinculación Tecnológica de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ).

E-mail: carla.pennella@hotmail.com

Nadia Daniela Incauragarat

Especialización en Gestión Tecnológica (en curso), Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI -UNLZ).

Ingeniera Industrial con orientación en Gestión, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI -UNLZ).

Ayudante de Primera. Introducción a la Ingeniería. Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (FI -UNLZ).

E-mail: naduinca@hotmail.com