

## Nota de Actualidad Número 7-Febrero de 2008

### Aumento de las Exportaciones: Leyendo entre líneas

Conrado Martínez  
Coordinador Académico Economía y Finanzas  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Palermo  
[cmarti1@palermo.edu](mailto:cmarti1@palermo.edu)

En ámbitos empresariales, gremiales y profesionales se ha venido escuchando incesantemente en los últimos años que Argentina necesitaba de la mega devaluación de 2002, de manera imperiosa, para que sus exportaciones pudieran tornarse mágicamente competitivas y dar así un importante salto en términos de unidades físicas.

Las ventas al exterior medidas en dólares corrientes se incrementaron un 112% desde la salida de la Convertibilidad hasta hoy. Ahora bien, a los efectos de nuestro análisis es necesario considerar qué hubo detrás de este aumento de exportaciones, es decir, determinar cuánto de dicha suba correspondió a un alza de precios de los bienes y servicios exportados y cuánto al aumento de las cantidades vendidas. Así, de acuerdo a datos provistos por el INDEC, podemos decir que del 112% de incremento citado previamente (a una tasa de crecimiento compuesto), un 43% se debió al encarecimiento de los productos exportables y un 48% se dio en relación a una suba en las cantidades de los mismos. Es decir, durante el período 2002-2007 las cantidades vendidas al exterior aumentaron un 6.8% anual en promedio.

Esto sin dudas invitaría a dar por cierto el supuesto mencionado en el primer párrafo de esta nota. No obstante, en tren de ir aún más en profundidad, es importante también indagar acerca de la performance que registraron las cantidades exportadas por Argentina en los últimos seis años en comparación con: a) las cantidades exportadas por el resto de los países del mundo durante dicho período, y b) las cantidades vendidas al exterior por parte de nuestro país en la década pasada, momento en el cual el tipo de cambio real era inferior al actual. Veamos.

De acuerdo al último informe de la OMC, durante el período 2002-2007 las cantidades exportadas a nivel mundial crecieron a un ritmo muy similar al registrado por las exportaciones argentinas. Es decir, el volumen de nuestras ventas al exterior no se “despegó” de lo acontecido a nivel mundial, según estos datos, aún cuando el resto de los países del globo no “gozó” de una ventaja en términos de moneda dura como la que registró Argentina durante dicho período. Por otra parte, con respecto a lo sucedido con las cantidades exportadas por Argentina durante el período 1991-2001, puede notarse que de acuerdo a datos del INDEC las mismas tuvieron una mejora del 7.5% anual promedio. O sea, el tipo de cambio real (alto) posterior a 2001 no tuvo realmente un impacto importante (ni en términos absolutos ni en términos relativos) sobre las cantidades exportadas a partir de dicho año.

De esta forma surge inevitablemente la pregunta acerca de si sólo con un tipo de cambio real elevado alcanza para lograr un salto exportador relevante en términos de cantidades. De acuerdo a lo visto anteriormente pareciera ser que no. Quizás convendría empezar a trabajar sobre aspectos “descuidados” al día de hoy, tales como: un Estado más ágil y eficiente, mayor apoyo financiero a largo plazo, menor discrecionalidad en las políticas públicas, férreo combate a la corrupción, seguridad física y jurídica, incentivos fiscales, menor intervencionismo de la economía, etc. Estas, sin duda, podrían ser alternativas válidas, aunque lamentablemente no todas ellas son de rápida y mágica implementación.

*“Publicado en **Ámbito Financiero**, 27 de Marzo de 2008”*

**Center for Business Research and Studies**  
**Graduate School of Business**  
**Universidad de Palermo**

Av. Madero 942, 8º piso  
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina  
Tel. (5411) 5199-1399  
[www.palermo.edu/gsb](http://www.palermo.edu/gsb)

**Director:**

Daniel Seva  
[dseva@palermo.edu](mailto:dseva@palermo.edu)

**Coordinador general de investigación:**

Diego Gauna  
[dgauna@palermo.edu](mailto:dgauna@palermo.edu)

**Finanzas y economía:**

Conrado Martínez  
[cmarti1@palermo.edu](mailto:cmarti1@palermo.edu)

Rubén Ramallo  
[rramal1@palermo.edu](mailto:rramal1@palermo.edu)

**Marketing:**

Gabriel Krell  
[gkrell@palermo.edu](mailto:gkrell@palermo.edu)

**Management:**

Patricio O' Gorman  
[pogorman@palermo.edu](mailto:pogorman@palermo.edu)

