



## Argentina y el mundo en 2020

Una estrategia de crecimiento inclusivo y sostenido necesita que las exportaciones tengan un papel más relevante y, para que esto sea factible, hay que revalorizar, a su vez, el rol de la inversión para que ambas variables puedan crecer a mayor ritmo que el PIB. **Por Enrique S. Mantilla (\*)**



# Los próximos pasos

► Existe consenso generalizado de que, para que un proceso de crecimiento económico sea compatible con el desarrollo sostenible, debe ser inclusivo y sostenido en el tiempo. Inclusive porque los objetivos son la reducción de pobreza, la salud y educación de calidad, la generación de empleo y la igualdad de género. Y sostenido en el tiempo porque el desarrollo requiere que el ingreso per cápita crezca de manera continua.

El sistema político es el encargado de construir el marco institucional de la economía. Cuando existen situaciones marcadas por la exclusión, son frecuentes los conflictos sociales y, como consecuencia, se generan dinámicas políticas disfuncionales con el progreso institucional.

Dados los desbalances macroeconómicos y las restricciones de gobernabilidad que presenta nuestra economía, existen limitaciones en el espectro de metas, senderos e instrumentos de política que se pueden utilizar.

Los desafíos son grandes. Hay por lo menos seis obstáculos estructurales que enfrenta nuestro país: 1) debilidad institucional, 2) tamaño excesivo del Estado, 3) competitividad débil, 4) escasez de ahorro, 5) subdesarrollo financiero, y 6) debilidad económica estructural.

En este contexto, una estrategia de crecimiento socioeconómico inclusivo y sostenido necesita que las exportaciones tengan un papel más relevante y, para que esto sea factible, hay que revalo-

rizar a su vez el rol de la inversión, de modo que ambas variables puedan crecer a mayor ritmo que el PIB. Contra lo que se suele esgrimir en el debate público, esto es lo que posibilitaría que el consumo interno –el componente principal de la demanda agregada– crezca de manera continua.

La coyuntura mundial es compleja y muestra, hace ya varios años, una desaceleración del comercio y de las inversiones globales, o “slowbalization”. A esto se suman el incremento del proteccionismo en los países del G20 y la crisis del sistema multilateral de comercio con el bloqueo del funcionamiento del Sistema de Solución de Controversias de la OMC.

En este marco, hay que tener en cuenta los siguientes hechos.

**1** El número de empresas exportadoras argentinas pasó de 15.100 aproximadamente en 2006 a 9.500 en 2017. En este año, el 73% de las exportaciones fueron realizadas por sólo 102 de las empresas exportadoras.

**2** En 2018, las pymes manufactureras exportadoras representaron el 87% del total de firmas manufactureras que venden al mundo, pero sólo dieron cuenta del 9% de las exportaciones.

**3** El máximo histórico de Pymex manufactureras se alcanzó en 2008 con 6.000 empresas que pasaron a ser 4.100 en 2017. En el mismo período el número de grandes em-

presas manufactureras exportadoras pasó de 845 a 638.

**4** Cuando evaluamos las exportaciones de servicios (servicios basados en el conocimiento, turismo, transporte, otros), en 2018 tenían valores similares a los de 2011 de alrededor de USD 14.000 millones.

**5** Entre el año 2001 y 2018 el volumen físico de las exportaciones argentinas tuvo un crecimiento promedio de sólo el 0,9% anual.

En este contexto, es clave contar con una Estrategia Nacional Exportadora como base del desarrollo sostenible enfocada en la productividad como motor de la competitividad. El ámbito político debe realizar un esfuerzo permanente para generar credibilidad a partir del reforzamiento de las instituciones para el crecimiento con inclusión. A su vez, la creación de empleo productivo es fundamental para hacer viable la estrategia de promoción de la competitividad y las exportaciones.

Las empresas deben realizar inversiones fuertes en Industria 4.0 y adaptación al cambio climático. También es necesaria la modernización del funcionamiento de los organismos que afectan al comercio exterior con la digitalización de las operaciones y la introducción de programas para facilitar el comercio y certificar la trazabilidad y calidad de los productos.

Por otra parte, la competencia



para relocalizar inversiones mediante la reducción de los impuestos a las empresas no es sólo un arma comercial que utilizó Estados Unidos cuando redujo la tasa corporativa del 35% al 21%. Cada vez más países están adecuando sus estrategias impositivas. Se trata de crear preferencias regionales inversoras con nuevas restricciones sobre el origen de los productos, tal como surge del nuevo acuerdo comercial entre Estados Unidos, Canadá y México. En ese caso, además se ve comple-

mentada con el desarrollo de una política de producción de petróleo y gas en EE.UU. que tiene en cuenta que la provisión de energía es una de las claves de robotización de la industria.

Es conocido el marco fiscal argentino anti exportador con impuestos distorsivos que afectan las cadenas de valor, así como los derechos de exportación e insuficiente devolución de reintegros, más el efecto que tiene la inflación en la devolución del IVA exportador.

Como hechos cargados de futuro cabe mencionar las mejoras logísticas como el Belgrano Cargas, el papel decisivo del proyecto Vaca Muerta o el Proyecto Mercator acordado entre la Dirección General de Aduanas y la Organización Mundial de Aduanas.

Asimismo, dentro de una perspectiva de Gobierno Abierto, sería positivo constituir un Consejo Público-Privado Exportador e integrar el Consejo Nacional para la Facilitación del Comercio dispuesto por el Convenio de Facilitación del Comercio de la OMC que fue ratificado en enero de 2018 pero que aún sigue pendiente.

Lo que está claro es que, para tener éxito, cualquiera sea la estrategia de crecimiento que se elija para posibilitar el aumento del consumo sostenible, la exportación y la inversión deben crecer a un ritmo sustancialmente más elevado que hasta ahora.

(\*) *Presidente de la Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA)*