

Negocios con el mundo: el desafío de exportar en un contexto volátil



Manuel Sobrado, Gastón Pérez Izquierdo, José Del Rio (LA NACION), Máximo Cavazzani y Hernán Vázquez

Crédito: Fabián Malavolta

Más de 20 especialistas convocados por LA NACION debatieron sobre los retos del comercio exterior

[Lucila Lopardo](#)

2 de septiembre de 2018

¿Te gustó esta nota?



[Ver comentarios 0](#)

En un contexto internacional difícil, que encuentra a la Argentina con una economía vulnerable, especialistas y empresarios dedicados al comercio exterior se encontraron en Negocios con el Mundo, un evento organizado por **LA NACION** el miércoles 22 de agosto en el auditorio del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba).

El punto de partida resulta desalentador si se compara la actividad local con la de la región. Fernando Negri, *head of global markets* de ICBC Argentina, explicó que mientras las exportaciones locales representan el 12% del PBI, las de la región llegan a un promedio del 22%. En la misma línea, Marcelo Elizondo, director de la consultora DNI, llamó a incentivar la agenda exportadora, dado que permite disponer de una mayor cantidad de dólares comerciales y no depender de los dólares financieros, que "entran fácil, pero también salen fácil".

Por su parte, emprendedores que colocaron sus creaciones en el mundo, como la firma de indumentaria Juana de Arco, el fabricante de artículos con cuero reciclado Vacavaliente y el reciente proyecto de la chef Fernanda Tabares de abrir un bar de mate en Nueva York, coincidieron al momento de establecer que la corrección del tipo de cambio ayuda para fomentar el comercio exterior, pero no es la única variable necesaria para mejorar la balanza comercial. En la misma línea se pronunciaron empresarios pyme como Antonio Bouzada (Eriochem), Esteban Lombardía (Terragene) y Martín Castelli (Todomoda e Isadora).

Los CEO de grandes firmas también dijeron presente. Fue el caso de Hernán Vázquez (Volkswagen), Gastón Pérez Izquierdo (Bodega Catena Zapata), Máximo Cavazzani (Etermax) y Manuel Sobrado (Grupo Insud), quien pidió: "No solo el tipo de cambio tiene que ser competitivo; el costo logístico y la presión fiscal tienen que ser competitivas".

En tanto, Paula Ortega, gerenta de productos de comercio exterior de ICBC, coincidió y agregó a la inflación la falta de seguridad jurídica y el acceso al crédito como los problemas más importantes de las pymes a la hora de exportar.

Vicente Donato (Fundación Observatorio Pyme), Enrique Mantilla (Cámara de Exportadores) y Fernando Vilella (Facultad de Agronomía de la UBA) destacaron la

necesidad de una mayor natalidad empresarial, la orientación a la fabricación de productos boutique y la aplicación de tecnología como los caminos a seguir.



Manuel Sobrado, Gastón Pérez Izquierdo, José Del Río (LA NACION), Máximo Cavazzani y Hernán Vázquez

Crédito: Fabián Malavolta

Los especialistas aseguraron que el *blockchain* llegó para revolucionar el mercado. "Permite una trazabilidad perfecta del producto desde su lugar de origen hasta el puerto", detalló Sebastián Resano, *VP business development* de Kynetix, quien, junto a María Munaro, líder de *blockchain* de IBM Argentina, explicó los beneficios de aplicar este sistema.

Andrés Ibarra, ministro de Modernización, también dijo presente y, en un mano a mano con José Del Río, secretario general de Redacción de **LA NACION**, aclaró que el Estado nacional ya aplicó *blockchain*. "La Ventanilla Única de Comercio Exterior generó ahorros del 40%", agregó.

El cierre estuvo a cargo de Juan Pablo Trípodí, presidente de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, quien reconoció que el contexto económico y la causa de los cuadernos generaron un cóctel que reducirá el ingreso de inversiones en 2018, pero intentó ser optimista. "Las condiciones actuales no son las mismas que hace un par de años, pero el rumbo sigue siendo el mismo", concluyó.



Andrés Ibarra, ministro de Modernización

Fuente: Archivo

La Ventanilla Única generó ahorros del 40%

Durante su primer mes de gestión, Andrés Ibarra, ministro de Modernización de la Nación, les sacó una foto a algunas de las personas que estaban tramitando expedientes de compras. "Les dije: 'En dos años no vas a ver más esas carpetas'", sostuvo durante su participación en la jornada de Negocios con el Mundo. Consultado sobre la digitalización total del Estado, el ministro confirmó que los trámites en papel dejarán de existir. "Esa montaña de documentos que estábamos acostumbrados a ver y las parodias sobre ese tema dejan de existir en el Estado nacional a partir de ahora y a partir de enero en algunos organismos que pertenecen al sector público", aseguró.

"La Ventanilla Única de Comercio Exterior, donde están organismos como el Senasa, la Aduana y la AFIP, generó ahorros del 40% cuando se lo ve punta a punta", dijo. Ibarra describió el proceso como un cambio cultural y habló de cómo aplicaron la tecnología blockchain en el sistema de compras digitales y en el desarrollo del nuevo sistema llamado Contratar. "Es el sistema de licitaciones públicas, un lugar en donde la

corrupción, como todos estamos viendo, ha sido un desastre y les está costando a los argentinos miles de millones de dólares", reconoció. "Hoy existe en el Estado nacional un sistema que permite tener toda la trazabilidad de una licitación pública desde el momento en que se cotiza, quiénes la cotizan, cuál es la documentación existente y las aperturas de precio, entre otros procesos de la cadena", concluyó.



Juan Pablo Trípodí, Agencia Argentina de Inversiones

Fuente: Télam

La entrada de inversiones será menor

"Las condiciones actuales no son las mismas que hace un par de años, pero el rumbo sigue siendo el mismo", aseguró Juan Pablo Trípodí, presidente de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional desde agosto de 2017. Encargado de cerrar la jornada de Negocios con el Mundo, Trípodí aseguró que desde la agencia tendrán que ser más creativos y buscar nuevas herramientas para que las empresas argentinas puedan desarrollarse.

Además, afirmó que la entrada de inversiones será menor. "La inestabilidad juega en contra de las inversiones. Para este tercer trimestre, creemos que la inversión va a caer y nos va a llevar a valores por debajo del año pasado", evaluó, y aclaró que, por el contexto económico, las grandes compañías pusieron sus decisiones de inversión en stand-by. Sin embargo, hizo hincapié en aclarar que el Gobierno comenzó su gestión desde un piso muy bajo. "El año pasado tuvimos US\$11.500 millones de inversión extranjera directa, pero veníamos de US\$3500 en 2016", insistió.

Consultado por el efecto que tendrá la causa de los cuadernos en el ingreso de divisas, Trípodí aseguró que "es algo que está muy bien en el largo plazo". Sin embargo, reconoció el efecto no deseado que generó la causa sobre los PPP: "Frenó toda la inversión en infraestructura y los PPP son una apuesta importante", sentenció, y festejó el armado del fideicomiso con el BID.



Fernando Negri, Head of Global Markets de ICBC

Pensar la economía a largo plazo

"Cada vez que el país crece, se endeuda y viene un shock del exterior que nos hace caer en una recesión", diagnosticó Fernando Negri, head of global markets de ICBC Argentina, durante la jornada de Negocios con el Mundo. En un mano a mano con José Del Rio, secretario general de Redacción de **LA NACION**, el ejecutivo llamó al país a trabajar sobre la oferta de dólares, y es allí en donde las exportaciones toman protagonismo.

"Cuando uno mira las exportaciones de la Argentina en términos del PBI, son el 12%. Cuando uno mira el promedio de Latinoamérica, no Alemania o Japón, estamos yendo a un promedio regional del 22%", sentenció. En paralelo, explicó que de 2014 a 2017 las exportaciones argentinas cayeron en más de US\$10.000, casi un 15% del total, de US\$ 68.000 a US\$ 57.000 millones. "Esto lo explica el sector automotor, por la recesión en Brasil; la caída de gas y petróleo, y las materias primas, que cayeron alrededor de US\$3500 millones por los precios internacionales", argumentó. A este escenario se deben sumar las pérdidas generadas por la sequía, que acumularon otros US\$3500 millones.

Negri señaló que existen sectores, como minería, turismo o propiedad intelectual y servicios profesionales, en los que la Argentina tiene capacidad competitiva: "Hay que encarar un programa donde las exportaciones estén en la agenda de la política en el largo plazo", dijo, y agregó que sería la manera de ganar independencia y perder "la vulnerabilidad que nos condena a seis meses de recesión".

El reto de producir en la Argentina

"Generar energía o alcanzar la eliminación del envejecimiento y de las enfermedades son cosas para lograr en este siglo. Cuando lo digo, me miran como a un loco, igual que cuando dije que iba a hacer una empresa de juegos", aseguró Máximo Cavazzani, CEO y fundador de Etermax, firma creadora de los juegos Preguntados, en un panel moderado por José Del Rio, de **LA NACION**.

El emprendedor reconoce que la salida al mundo se hace más sencilla para los servicios. "Es lo más fácil de exportar, no hay problemas de transporte. A una empresa de juegos de EE.UU. le cuesta lo mismo allá que acá hacer un juego", explicó.

"El vino argentino está tratando de recuperar el papel protagónico que empezó a perder hace seis años", describió Gastón Pérez Izquierdo, CEO de Bodega Catena Zapata. El ejecutivo agregó que no se perdieron mercados, sino segmentos: "Desde 2011, con el

sector de precios bajos no sos competitivo, te sacan mercado países como España y Chile".

Por su parte, Hernán Vázquez, presidente y CEO de Volkswagen Argentina, reconoció que la industria automotriz se enfrenta a un "cóctel extremadamente complejo" formado por los costos internos y el impacto de Brasil, pero afirmó que los vehículos que Volkswagen fabrica en la Argentina y Brasil tienen el mismo nivel tecnológico que en Europa. "Las 700.000 cajas de cambio que fabricamos en Córdoba salen al mundo. Esperamos exportar 270.000 unidades al año del nuevo producto", confirmó.

Manuel Sobrado, director ejecutivo de Grupo Insud, aseguró que la firma lleva adelante cinco proyectos de inversión en el país, pero reconoció que los costos siguen siendo un inconveniente, e hizo hincapié en la logística: "No solo el tipo de cambio tiene que ser competitivo, también deben serlo el costo logístico y la presión fiscal".

Las pymes que cruzan fronteras

"Los procesos de exportación cortos son una casualidad del destino", aseguró Antonio Bouzada, presidente de Eriochem, laboratorio argentino que exporta a Estados Unidos, posee 11 patentes en 24 países y tiene filiales en Uruguay, Brasil, México y en EE.UU.

Sin embargo, no son muchas las pymes que se destacan como exportadoras exitosas. "Las principales dificultades son las condiciones poco previsibles. La inflación, la carga impositiva, la seguridad jurídica y la falta de acceso al crédito son los problemas más importantes", detalló Paula Ortega, gerente de productos de comercio exterior en ICBC, entidad que otorga el premio al comercio exterior, que, entre otros beneficios, lleva a la firma ganadora a una misión comercial a China.

La empresa de biotecnología Terragene lo ganó y hoy exporta el 95% de su producción a 68 países. "Exportar valor agregado es clave, no veo la exportación de otra manera que no sea a través de la tecnología", dijo Esteban Lombardía, presidente de la firma. Sin embargo, para alcanzar ese nivel de desarrollo, en Terragene tuvieron que verticalizar la producción, dado que no encontraban "proveedores que estuvieran a la altura de las circunstancias".

Blue Star Group, grupo que opera las marcas Todomoda e Isadora, también apostó a la tecnología para escalar su negocio. Hoy tiene 850 tiendas alrededor del mundo y, para 2024, quiere alcanzar las 2000. "Procesamos 100 millones de datos por semana para

hacer data mining e inteligencia artificial sobre reposición, control de merma, ventas y liquidación de productos", detalló Martín Castelli, presidente del grupo, quien animó a quienes quieran exportar a pensar global y viajar mucho. "Las empresas exitosas plantean la exportación como estrategia fundamental y no como algo de segunda instancia", coincidió Ortega.

Estar preparados para el futuro

En la Argentina hay 850.000 pymes que representan el 95% del universo de empresas locales. De ellas, solo 6000 exportan. El escenario lo planteó Vicente Donato, director ejecutivo de la Fundación Observatorio Pyme, para quien, sin mayor natalidad de firmas, el país no podrá superar el 10% de participación de las exportaciones sobre el PBI, según explicó en un panel moderado por Ignacio Federico, periodista de **LA NACION**.

Enrique Mantilla, presidente de la Cámara de Exportadores, agregó que el FMI le avisó a la Argentina durante dos años seguidos que el tipo de cambio estaba atrasado. "Un día se adecuó por la realidad", sentenció. A la hora de plantear cómo afecta a las empresas, Mantilla puso a la industria automotriz como ejemplo. "El auto posee un 40% de valor local y un 60% de componentes importados. El valor local tiene costos extra. Sube la tasa de interés, le devuelven el IVA con atraso sin ajuste por inflación y, además le sacan un poco de reintegros", comentó y aunque aclaró que el panorama varía según el producto, el sector sirve como ejemplo.

Fernando Vilella, director del programa de Bioeconomía de la Facultad de Agronomía de la UBA, y quien acuñó el concepto de "supermercado del mundo", dicho objetivo queda a medio camino, por lo que el país debería avanzar sobre la elaboración y exportación de "productos boutique". Para esto, Donato aseguró que también se debe resolver el problema de la modernización de las empresas en lo comercial: "Tenemos pymes que exportan, pero lo hacen solas y no están coordinadas", comentó. Para Mantilla, es necesario, además, tener en cuenta la adaptación de las nuevas tecnologías: "China, Estados Unidos, Francia y Alemania tienen una estrategia nacional de inteligencia artificial definida. Funciona como un elemento central del futuro", concluyó.

Emprendedores for export

Exportar a Japón, protagonizar una muestra en el MoMa de Nueva York o abrir un bar de mate y empanadas en Williamsburg, barrio de moda del distrito de Brooklyn, son

algunos de los objetivos que cumplieron los protagonistas del panel "Emprendedores que venden al mundo".

Mariana Cortés, fundadora y directora creativa de Juana de Arco, calificó como fortuita la llegada de la firma a Japón. "Estábamos vendiendo en Nueva York y una chica japonesa se hizo fan", relató. Pero no era una persona cualquiera, ella trabajaba para Takanao Muramatsu, CEO de H.P. France, una de las tiendas más importantes del país. "Vino con sus asistentes y compraron todo el perchero que teníamos, eran US\$7000", recordó Cortés. Pero a veces salir al mundo no es rentable. "Había momentos en que exportar a Japón no nos daba ganancias, pero lo mantuvimos porque fuimos ganando en cantidad y creciendo; es una inversión a largo plazo", reconoció la diseñadora.

El despegue de Vacavaliente -empresa que diseña productos con cuero reciclado- se dio gracias a que sus productos fueron preseleccionados por la muestra de diseño Destination BA para exponerse en el MoMa. A los tres días de iniciada, multiplicaron por 15 la orden de compra inicial. "Tuvimos que entender que lo que más demanda nos generaba no pasaba por el producto ni por el cuero, sino por el proceso exportador en sí mismo", contó Matías Fernández Moores, dueño de la firma.

Fernanda Tabares, chef y propietaria de Raíces Restaurante, en octubre abrirá en Nueva York Porteñas, el primer bar enfocado en mate y empanadas. "El mate es poco conocido y explorado a nivel mundial como infusión. La idea es enamorar a los paladares americanos para que lo prueben, lo consuman y lo tomen como hábito", contó.

Blockchain revoluciona el sector

"Tener un repositorio donde todos los integrantes de la cadena puedan acceder a la misma información genera un efecto de red que lleva a mayor eficiencia, menos fricción y nos permite una trazabilidad perfecta del producto desde su lugar de origen al puerto". Así define Sebastián Resano, VP de business development de Kynetix, cuál es el impacto que genera aplicar la tecnología blockchain a las operaciones de comercio exterior.

Desde IBM ya trabajan en la aplicación de este sistema a nivel global. "Está dando buenos resultados. Por ejemplo, en Walmart, un gerente pudo mostrar cómo con algo que antes tardaba varios días en registrarse, gracias al uso de blockchain pudieron encontrar la trazabilidad en segundos", destacó María Munaro, líder de Blockchain en IBM Argentina y Arquitecta Soluciones Sector Público, quien también agregó que el uso de esta tecnología resulta fundamental a la hora de hablar de alimentos. "Es importante

saber la información de origen de los alimentos para saber si tengo que hacer una rellamada", explicó.

El desafío recae en la regulación. "Hay un proceso de digitalización y mejora del Estado en cuanto a agilidad de trámites que es fundamental. Mientras tengamos a la economía en papel, pensar en blockchain, donde todo es digital, es difícil", señaló Resano. Munaro fue más allá y agregó que la tecnología permite mejorar la asignación de responsabilidades. "Gracias a la tecnología nadie podrá decir que 'no dijo nada' porque queda todo registrado, qué día y qué hora", ejemplificó, y reconoció que quienes tengan pensado incorporar este tipo de sistema también deberán tener en cuenta que van de la mano de una reingeniería de los procesos. "Es difícil pensar que se pueden mantener exactamente igual a como era el papel burocráticamente", remató.

El escenario inestable no ayuda

"La Argentina es uno de los países con menor ratio de las exportaciones sobre el PBI del planeta", disparó Marcelo Elizondo, titular de la consultora DNI, al iniciar su presentación en el evento Negocios con el Mundo y dar cuenta del bajo nivel exportador que presenta la economía argentina. El especialista se encargó de explicar cuáles serían los pasos a seguir para revertir esta situación. "Tenemos que mejorar nuestros resultados en materia internacional, no porque está de moda, sino porque hay beneficios probados", aseguró.

Entre estos beneficios, destacó que los países que más exportan elevan la calidad de la oferta de los servicios y bienes que producen e incrementan su tasa de inversión. Por otro lado, afirmó que la apertura al mundo ayuda a disminuir la volatilidad cambiaria. "Es lógico que se produzca si uno solo tiene dólares financieros, que entran fácil y salen fácil. El acceso a dólares comerciales hace que el tipo de cambio sea más estable", detalló. Por último, destacó que el aumento de las exportaciones netas deriva en la actividad económica e incrementa el PBI.

Elizondo no solo hizo hincapié en los beneficios; también habló de las modificaciones que se deben dar en la economía para acompañar el cambio en el comercio exterior. Entre ellas, llamó a mirar hacia nuevos mercados emergentes e importadores, como Emiratos Árabes o México, y a desarrollar atributos competitivos dentro de las empresas para aumentar la oferta exportable. Pero, antes que nada, invitó a normalizar la macroeconomía.

"Con altas tasas de inflación y de interés y poca predictibilidad cambiaria, es difícil", sentenció, y agregó: "Los negocios internacionales son de mediano y largo plazo, un escenario inestable, complejo y aleatorio no alienta el comercio exterior".

Por: [Lucila Lopardo](#)