

## **El tiempo consolida el espíritu asociativo de las empresas y enseña**

Por Elvio Baldinelli, director del Instituto para el Desarrollo de Consorcios de Exportación de Fundación BankBoston.

Las exportaciones de manufacturas de origen industrial (MOI) que se expandieron en un 24% durante 2004 y en un 25% en 2005 muestran una desaceleración en los últimos meses.

Las ventas al exterior de este tipo de bienes entre el trimestre noviembre 2004/enero 2005 y noviembre 2005/enero 2006 pasaron de US\$ 2856 millones a US\$ 3031 millones, un avance de sólo el 6 por ciento.

Mejor comportamiento están teniendo los restantes productos que se exportan, ya que si bien se expandieron en un 15% durante 2004 para bajar al 12,7% en 2005 son mucho mejores los resultados entre el trimestre noviembre 2004/enero 2005 y noviembre 2005/enero 2006, al pasar de US\$ 5892 millones a US\$ 6859 millones, un avance del 15,4% superior al de los dos años pasados.

La Fundación ExportAr y la Fundación BankBoston acaban de dar a conocer el informe que refleja lo sucedido durante 2005 con las exportaciones de los grupos y consorcios del programa que llevan conjuntamente adelante. Allí se señala que las 300 empresas que integran los 41 grupos existentes pasaron de exportar por US\$ 97,5 millones en 2004 a US\$ 117 millones el año pasado, un incremento del 20 por ciento.

### **Comportamiento**

Sin embargo, entre 2003 y 2004 éste había sido del 29%, por lo que si bien el avance continúa el ritmo es menor. No obstante, se nota un comportamiento diferente entre los grupos formados desde hace años respecto de los recientes.

Entre los 18 grupos que tienen dos y más años de formados las exportaciones han pasado de US\$ 58,5 millones en 2004 a US\$ 78,2 millones en el 2005, o sea que aumentaron en un 34 por ciento.

En cambio, los restantes 23 grupos exportaron por US\$ 39 millones tanto en 2004 como en 2005, relación que muestra en cuánto mejoran los resultados de los grupos a medida que, con el correr del tiempo, se consolida el espíritu asociativo.

También es una buena noticia que muchas firmas hayan aprendido de las experiencias pasadas qué es lo que conviene hacer cuando, como está ocurriendo ahora, la demanda local aumenta a niveles iguales o superiores a los registrados antes de la depresión iniciada en 1999.

La experiencia les ha enseñado que en la Argentina, como en los demás países, los ciclos de expansión de la actividad económica se suceden con otros de recesión y que, para enfrentar estos últimos tiempos, la existencia de clientes en el exterior ayuda a superar la crisis con menor daño.