

Nota de Actualidad Número 8-Febrero de 2008

Asia: segundo socio comercial argentino

Marcelo Santoro
Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Palermo

Los países asiáticos se convirtieron en el segundo destino de nuestras ventas al exterior y los segundos proveedores de nuestras compras internacionales (en gran parte debido en gran parte al “boom” de los precios de las “commodities”), lo que marca un hito trascendental en la historia comercial de nuestro país.

Las exportaciones argentinas están constituidas principalmente por productos primarios (porotos de soja a China) y manufacturas de origen agropecuario (en particular aceite de soja a China e India y harinas y pellets de soja a Tailandia y Malasia). Por otra parte, los productos asiáticos que importa nuestro país están conformados por bienes intermedios (fosfato diamónico y ácido fólico de China, éteres acíclicos y sus derivados de Japón y etilenos en formas primarias de Corea del Sur), bienes de capital (aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido de China y máquinas de moldear por inyección de Taiwán) y bienes de consumo como motocicletas de China y medicamentos de Japón.

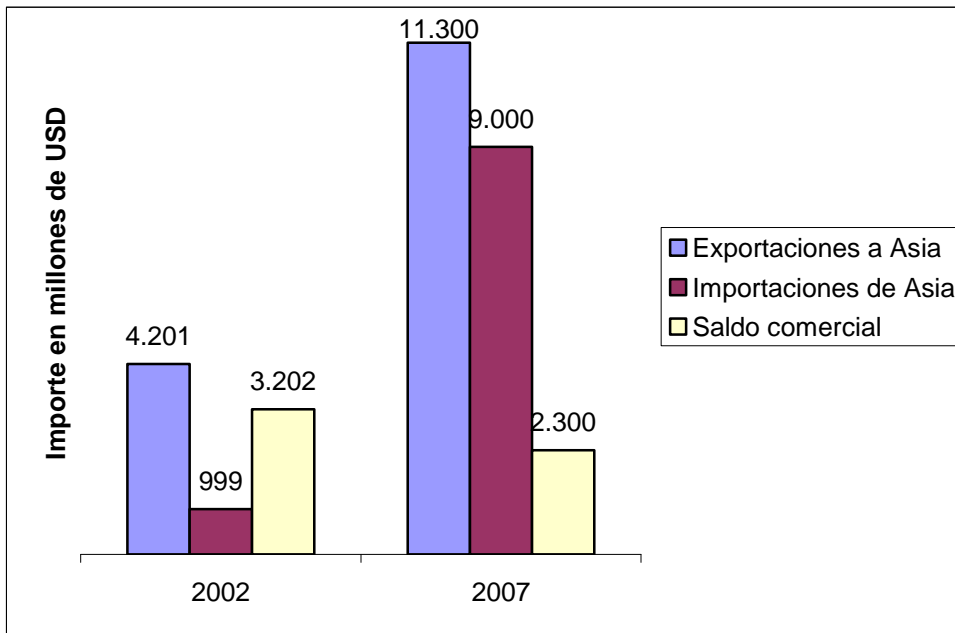
En el 2007 el intercambio comercial con el bloque ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático – integrada por Brunei, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia y Vietnam), China, Japón, India y Corea del Sur registró un saldo positivo de USD. 1.222.- millones, favorecidos por los altos precios de las commodities que Argentina le vende al continente que permite mantener dicho superávit. Sin embargo, el mismo se sigue reduciendo por las crecientes importaciones de productos asiáticos.

El grueso del intercambio se produce con naciones del Lejano Oriente y si bien continúan incrementándose las operaciones con el Medio Oriente, las mismas son marginales en el total. Medio Oriente comprende, a los fines estadísticos argentinos, a Arabia Saudita, Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Irán, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Qatar, República de Yemen, Siria y Territorio Autónomo Palestino, con este bloque regional la Argentina tuvo en 2007 un saldo positivo en su balanza comercial de USD 1.306 millones.

El continente asiático participa con el 20% en el total de destinos de las exportaciones argentinas (acercándose año tras año al MERCOSUR, el primero de los destinos), mientras que en materia de importaciones representa el 19% de las compras externas Argentinas. Así, Asia se ha convertido en el segundo destino de las ventas externas y en el segundo abastecedor de productos para Argentina detrás de Brasil. Hace cinco años, en el 2002, el saldo del intercambio bilateral con Asia marcaba un superávit a

nuestro favor de USD. 3.046.- millones, con una participación del 17% en las exportaciones argentinas y del 12% de las importaciones.

En el 2007, las exportaciones argentinas a Lejano Oriente y Medio Oriente representaron aproximadamente unos USD 11.300 millones. Las ventas al Lejano Oriente crecieron un 39% y al Medio Oriente un 40% (los dos destinos con mayor crecimiento fueron los del Magreb y Egipto, que aumentaron 53%). A su vez, las importaciones desde Asia totalizaron aproximadamente unos USD 8.765 millones, siendo las compras a este continente las que más crecieron porcentualmente en comparación con el año 2006. A nivel subregional, las efectuadas a la Asean, Corea del Sur, China, Japón e India se incrementaron un 45% y las realizadas a Medio Oriente aumentaron un 85%.



Fuente: Indec

Analizando por grandes rubros, el grueso de las ventas en términos de valor se realizó a China con USD. 2.811 millones en productos primarios y USD 2.026 millones en manufacturas de origen agropecuario (creciendo ambos rubros un 83% y un 90% respectivamente con relación al 2006). Es importante resaltar que las ventas de productos primarios y manufacturas de origen agropecuario a Medio Oriente crecieron 106% y 68% respectivamente. Las ventas a la India cayeron un 5% y las exportaciones al Japón crecieron un 73%.

Respecto a las importaciones, China es sin dudas el país más importante como abastecedor de productos. Argentina importó bienes de dicha procedencia por USD. 5.127 millones el año pasado (un 63% más que en 2006) y Japón se ubicó segundo

con ventas por USD. 1.279 millones (un 37% más que en 2006). Las principales adquisiciones a China fueron en materia de bienes de capital con USD 1.684 millones, bienes intermedios con USD 1.406 millones y bienes de consumo con USD 1.239 millones.

Como resultado de lo anterior, las balanzas comerciales bilaterales por país son superavitarias a favor de la Argentina con Corea del Sur, ASEAN, India y Medio Oriente, casi cero con China y deficitaria con Japón (en USD 592 millones). En los últimos 4 años el saldo de la balanza comercial con China era netamente positivo a nuestro país y en 2007 se ha prácticamente compensado por las compras efectuadas al país de Mao.

“Publicado en Revista Fortuna, 7 de Abril de 2008”

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

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

Director:

Daniel Seva
dseva@palermo.edu

Coordinador general de investigación:

Diego Gauna
dgauna@palermo.edu

Finanzas y economía:

Conrado Martínez
cmarti1@palermo.edu

Rubén Ramallo
rramal1@palermo.edu

Marketing:

Gabriel Krell
gkrell@palermo.edu

Management:

Patricio O' Gorman
pogorman@palermo.edu

