

El plan de exportaciones Argentina-Asia 2021

Lucas Candia¹

24 DE MAYO DE 2021

La importancia de Asia en el contexto actual

La importancia de Asia en el concierto internacional, y para el comercio en particular, se ha vuelto auto explicativa al punto que uno podría afirmar que Asia es una de las regiones más importantes del mundo sin enumerar las razones, y la persona que recibe tal afirmación seguramente estaría de acuerdo, indistintamente de si se tratase de un/a experto/a en la materia o de alguien sin mayores conocimientos al respecto.

En este último caso, probablemente quien coincidiera en tal afirmación podría no conocer el rol que cumplen países de esta región en foros como el G7, el G20, los Órganos de las Naciones Unidas o el FMI. También podría desconocer el acervo de recursos estratégicos de la región, tales como las tierras raras, las materias primas, los insumos tecnológicos o diversos recursos energéticos. Incluso quizás no conozca que varios países de la región poseen avanzada tecnología nuclear o satelital.

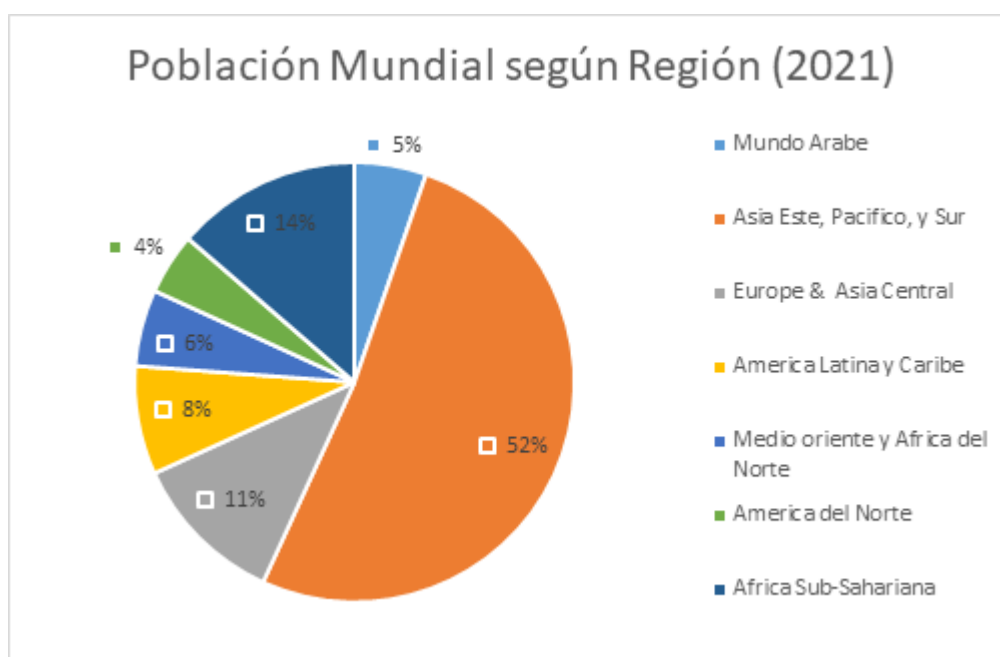
No obstante el potencial desconocimiento de estos elementos en sí mismos nada despreciables, si se le preguntara a este hipotético oyente por qué considera que Asia es una de las regiones más importantes de la actualidad, probablemente en su

¹ Lic. en Ciencia Política y Maestrando en Relaciones Internacionales. Se desempeña como funcionario del Servicio Exterior de la Nación. El contenido de este artículo es responsabilidad del autor y no necesariamente representan la visión de la Red Argentina de Profesionales para la Política Exterior (REDAPPE) ni de la Cancillería Argentina.

respuesta mencionaría la magnitud demográfica de la región, el sostenido crecimiento económico de sus países, el desarrollo tecnológico que podría comprobar en la mayoría de los electrodomésticos que posea, la preponderancia como socio comercial para la Argentina, y quizás alguna noticia que haya leído recientemente respecto a la región.

En líneas generales, este tipo de abordajes no suele ser el mejor para analizar la importancia de una región, sin embargo, en este caso en particular es realmente ilustrativo porque en efecto todos los argumentos nombrados son fácticamente correctos, y el hecho de que sean conocidos incluso por personas sin afinidad por la materia revela la magnitud de tales indicadores.

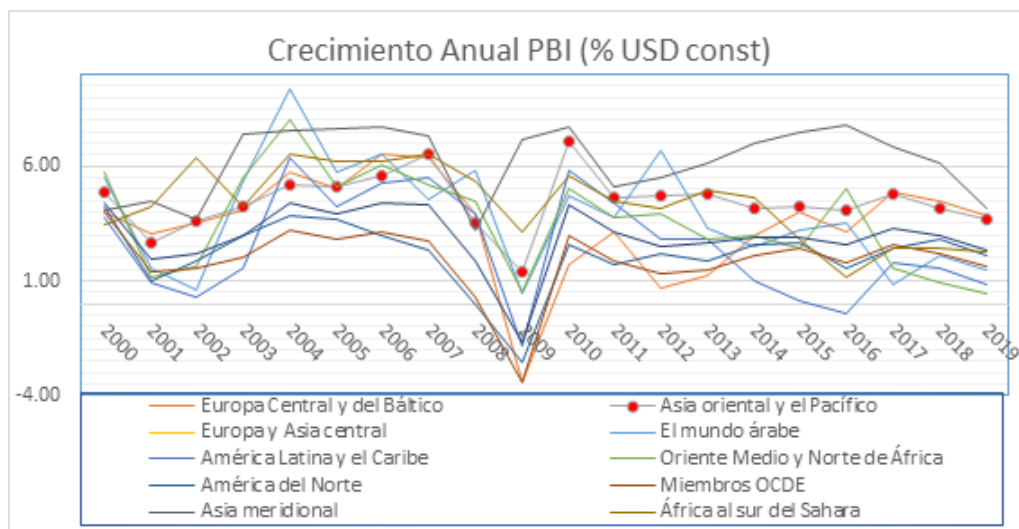
Si realizáramos un análisis más detallado, veríamos que efectivamente sólo en las subregiones de Asia del Este, Pacífico y Sur se encuentra el 52% de la población mundial, representando un mercado de 4.176 millones de personas.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

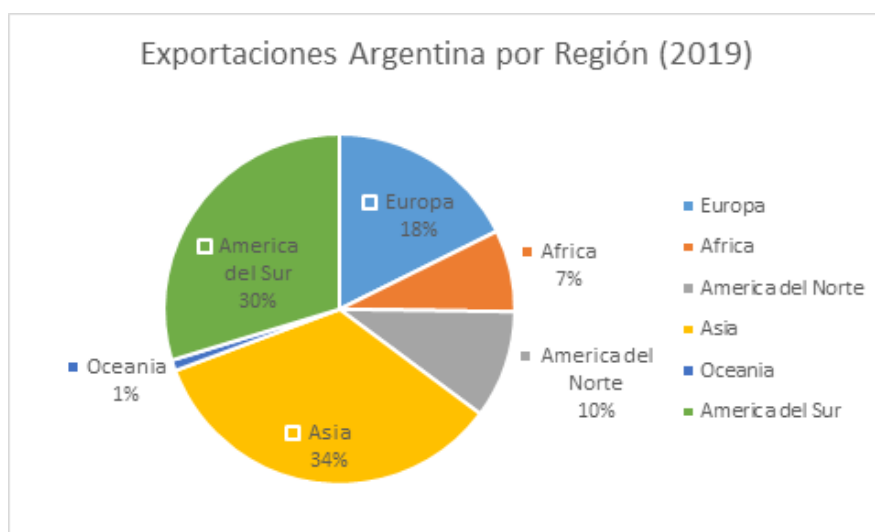
Asimismo, al observar cómo ha sido el crecimiento económico de la región en los últimos 20 años pre-pandemia, observamos que ha sido siempre positivo – aún durante la crisis de 2008/09 – y con una media cercana al 5%, superando en todo

momento la media mundial. Esto es aún más impresionante si se considera que si desagregaremos la región, encontraríamos países que han crecido a tasas cercanas al 10% durante varios años.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Banco Mundial

Finalmente, si quisiéramos medir que tan real es esta concepción popular respecto a que Asia es el destino de gran parte de nuestras exportaciones, veríamos que efectivamente en el 2019 la región concentró el 34% de las exportaciones nacionales.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

En tal sentido, visto desde el interés exportador de la Argentina, Asia aparece como una región cuyo mercado está compuesto por más de la mitad de la población mundial, con un poder adquisitivo que ha crecido considerable y sostenidamente durante al menos las últimas dos décadas y cuya participación en el intercambio comercial argentino es fundamental. Visto desde esta perspectiva, el desafío para nuestro país es entonces cómo aprovechar estas tendencias para aumentar y diversificar las exportaciones a esta pujante región.

El Plan de Promoción de Exportaciones 2021

Es en este contexto, el Plan de Promoción de Exportaciones 2021 surge como un elemento estratégico para canalizar las acciones comerciales hacia los objetivos deseados. Si bien el Plan contempla 657 acciones comerciales a realizarse en 7 agrupamientos de países que cubren todo el mundo, quizás por los elementos que comentáramos anteriormente fue que cuando se acordaron las acciones comerciales, Asia apareció como un mercado objetivo en prácticamente cada una de las 16 mesas sectoriales.

Un elemento a destacar, y que en línea con la conversación hipotética de la introducción revela lo instalada que está la concepción de Asia como destino estratégico, es que el Plan de Promoción de Exportaciones 2021 no es un experimento de probeta creado en la soledad de los escritorios híper-especializados, sino que es el fruto del trabajo interdisciplinario entre actores del sector público y privado.

En efecto, el Plan fue elaborado por la Subsecretaría de Promoción de Comercio e Inversiones, en base al trabajo realizado conjuntamente por la Cancillería y más de 240 cámaras empresariales en el marco de Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones². En este sentido, que las acciones comerciales surjan

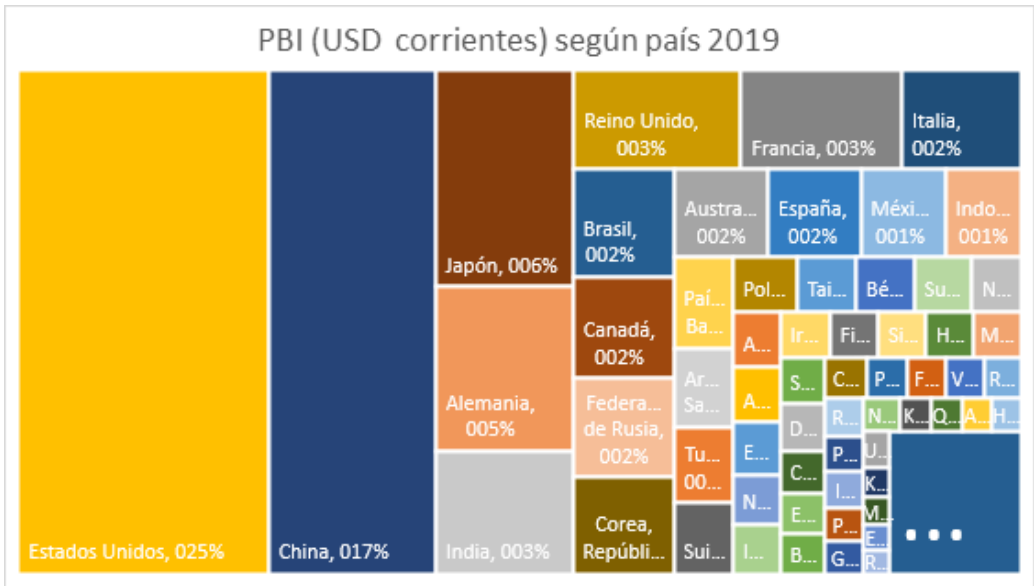
² Dicho Consejo, lanzado en el año 2020, se compone por 16 comisiones de trabajo en las que participan 247 cámaras que representan aproximadamente 18.300 empresas de 68 complejos productivos.

del trabajo con las cámaras empresariales demuestra no sólo que existe un interés real desde el sector privado en ampliar la participación de las exportaciones argentinas, sino también la necesidad de coordinación entre dicho interés y las acciones de política exterior para que dicho objetivo pueda realizarse.

Es así que la definición de los mercados objetivos y las estrategias de inserción para cada uno de ellos no pueden responder a una visión parcial teorizada únicamente desde un sector particular. Para que se concrete efectivamente el objetivo deseado, las acciones deben ser el resultado de complementar el conocimiento específico y las capacidades estatales con las demandas e intereses de los diversos complejos productivos, y es por eso que resulta valioso el trabajo mancomunado en el marco del Consejo Público Privado.

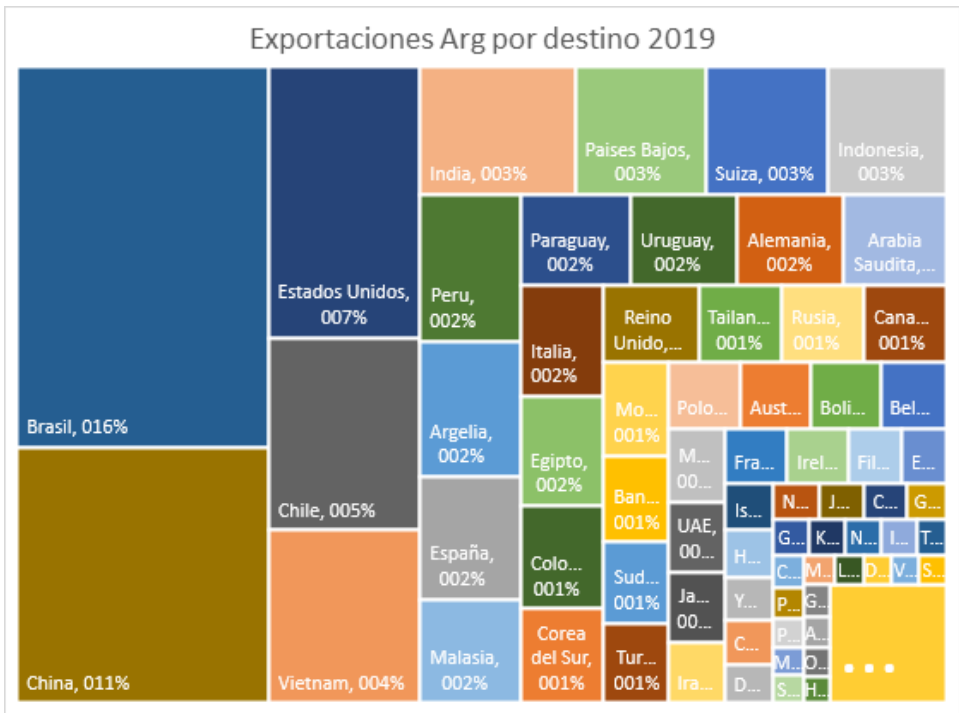
En este contexto, se desprende del análisis de las acciones contenidas en el Plan de Exportaciones³ que respecto a Asia existe un interés en casi la totalidad de las mesas sectoriales y principalmente en aquellas relacionadas a los productos alimenticios. Asimismo, se observa en esta primera etapa que diversas cámaras empresariales han elegido a China como mercado sobresaliente de entre los destinos asiáticos. Esto puede responder no solo a la importancia de China dentro de la balanza comercial argentina, sino también a su peso dentro de los destinos de exportación en Asia.

³ Para ver la totalidad de las acciones contenidas en dicho Plan, así como los países destino, se sugiere consultar el siguiente enlace: https://www.cancilleria.gob.ar/userfiles/ut/agenda_2021.pdf



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

Asimismo, de acuerdo a datos de Comtrade, durante los últimos años China ha representado aproximadamente el 10% de las exportaciones nacionales, lo cual la ubica como el segundo destino de los productos nacionales, solo superado por Brasil con valores cercanos al 16%.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

Sin embargo, a pesar de la magnitud de las exportaciones argentinas a China, se observa una fuerte concentración de la oferta exportable en la que los primeros 5 productos explican más del 80% de las exportaciones nacionales a ese país. A su vez, resulta interesante que dichos productos sean porotos de soja (47%), carne bovina deshuesada (31%), camarones y langostinos (4%), despojos de pollo (3%), y aceite de soja (3%) en tanto revela por un lado que efectivamente la Argentina posee ventajas competitivas en la exportación de productos alimenticios, pero plantea el desafío de avanzar no solo hacia una mayor diversificación de la exportación sino principalmente hacia un mayor agregado de valor.

Acciones y herramientas

En línea con los objetivos planteados, el Plan de Exportaciones 2021 ha planificado Misiones Comerciales por complejo exportador, Talleres de Oferta Exportable, participación en ferias temáticas y acciones de posicionamiento para los productos argentinos. Cabe destacar que, así como el armado del Plan ha tenido un componente público-privado, se ha incluido también un abordaje federal en línea con el marco de Política Exterior Federal que lleva a cabo la Cancillería argentina.

En tal sentido, las actividades contenidas en el Plan de Exportaciones buscan, entre otras cuestiones, potenciar la exportación de productos y servicios argentinos con un fuerte componente federal que permita un mayor desarrollo en su zona de origen. Estas iniciativas se ven complementadas a su vez por las actividades de capacitación llevadas a cabo desde la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y otras áreas de la Cancillería que buscan mejorar las capacidades exportadoras y las estrategias de inserción de las y los productores argentinos en función de su rubro, destino y características particulares.

A modo de ejemplo, puede destacarse la existencia varios Programas Federales de Asistencia, los múltiples webinars y talleres sobre diversos aspectos del proceso de exportación, la asistencia en cuanto a la estrategia de posicionamiento y la cultura

empresarial de mercados destino, así como la existencia directorios online que integran diferentes ofertas exportables argentinas de acuerdo al sector y las conectan con compradores a nivel global facilitando la concreción de operaciones.

A su vez, la Argentina cuenta actualmente con 4 representaciones en China, las cuales trabajan activamente para promocionar los productos argentinos, remover los obstáculos innecesarios al comercio y asesorar a potenciales exportadores/as entre otras cuestiones. Se trata en efecto de la Embajada Argentina ante China en Beijing, el Consulado General y Centro de Promoción en Shanghai, y los Consulados en Guangzhou y Hong Kong. Asimismo, existe el proyecto de abrir una quinta representación argentina en Chengdu o Chongqing, a fin de ganar mayor presencia en la China interior y capitalizar la estrategia “Go West” de dicho país.

En conclusión, el Plan de Exportaciones 2021 ofrece una perspectiva positiva como ejercicio conjunto entre el sector público y privado para poder aumentar y diversificar las exportaciones nacionales al mundo.