

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA ARGENTINA EN EL MERCADO DE ASIA ORIENTAL

RESUMEN EJECUTIVO

Una región que alberga al 30% de la población mundial –1.700 millones de habitantes– y produce el 14% de la economía global, y que además muestra las mayores tasas de crecimiento del comercio de las últimas dos décadas, aparece como un destino inexorable para un país que necesita incrementar sustantivamente su inserción exportadora.

En ese caso, Asia Oriental ofrece un mercado promisorio para los productos argentinos, tanto por el tamaño y el dinamismo de su economía, como por la complementariedad entre su demanda de importaciones y nuestra oferta exportable.

A pesar de tratarse de una región plenamente integrada al circuito comercial internacional (genera el 24% de las exportaciones mundiales y absorbe el 21% de las importaciones), el intercambio comercial de nuestro país con Asia Oriental está claramente subexplotado, representando apenas el 10,2% de nuestras ventas externas y el 10,4% de nuestras compras.

No obstante, existen múltiples oportunidades comerciales para nuestros productos en la región. Se han identificado los productos argentinos que cuentan con mayores oportunidades de incrementar sus ventas a estos países, dividiéndolos entre los que ya se venden y los que aún no han ingresado –las oportunidades no explotadas.

En el primer grupo, los países asiáticos han efectuado importaciones por 107 mil millones de dólares, y la Argentina sólo ha vendido 1992 millones. Las mayores oportunidades se verifican en los rubros con complementariedad entre la estructura exportadora argentina y la estructura importadora de los países asiáticos: rubros alimentarios –oleaginosas, sea como semillas, aceites o harinas, cereales, pescados y frutas–, combustibles, químicos, manufacturas de metales –acero y aluminio– y cueros. De estos, los que registran la mayor inserción son los productos del sector oleaginoso,

mientras que con una inserción entre media y baja se encuentran los cueros y las manufacturas de acero.

En el segundo grupo, el de las oportunidades aún no explotadas, el mercado importador de los países de Asia Oriental es de 145 mil millones de dólares, y se concentran en combustibles, químicos, máquinas mecánicas y eléctricas, productos siderúrgicos y cereales.

Adicionalmente, y bajo un prisma de más largo plazo, se plantean las oportunidades y amenazas que surgirían de un acuerdo comercial entre nuestro país y dicha región, basado en la reducción de aranceles. A pesar de no tratarse de una negociación en marcha, es pertinente pensar la posibilidad futura de un acuerdo de este tipo a partir del cambio en la política comercial de estos países en los últimos años, que imprimieron mayor énfasis a los acuerdos de integración como alternativa a las negociaciones multilaterales, como una forma de no perder mercados ante la proliferación de acuerdos de libre comercio ya en marcha o en negociación avanzada en la cuenca del Atlántico. Nuevos acuerdos se están celebrando entre los países de Asia Oriental, y con países de otras regiones: tras el pacto precursor entre los países del ASEAN¹ en 1992, le siguieron otros más recientes como los firmados entre Japón y Singapur (2002), China y ASEAN (2002), y Corea y Chile (2003).

Una reducción de las barreras comerciales entre nuestro país y Asia Oriental –producto de negociaciones bilaterales, birregionales o multilaterales– puede tener impactos sustanciales sobre nuestras cuentas externas: presumiblemente, aumento del intercambio –tanto ventas como compras– con esa región y disminución de exportaciones a Brasil –por la pérdida de la preferencia arancelaria que brinda el Mercosur–. En este trabajo se ha desarrollado una metodología para identificar los productos argentinos que cuentan con mayores oportunidades de incrementar sus ventas a estos países, siguiendo un criterio que se basa en las barreras al comercio y en

¹ Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: Brunei, Indonesia, Filipinas, Malasia, Singapur, Tailandia, Vietnam, Laos, Myanmar, Camboya.

indicadores vinculados a la complementariedad de las estructuras comerciales y al comercio actual.

En este punto es pertinente mencionar que los países de Asia Oriental no conforman un grupo homogéneo cuando se analizan los requisitos de acceso a sus mercados. Por ejemplo, se encuentran países librecambistas como Hong Kong y Singapur; otros más proteccionistas, en especial respecto a su ayuda al sector agropecuario, como Corea, Japón y China; otros como Indonesia, Malasia y Tailandia, miembros del Grupo Cairns, que busca reducir la protección y la ayuda al agro; mientras que China y Taiwan se han integrado hace poco al sistema multilateral de comercio (diciembre de 2001 y enero de 2002, respectivamente).

Estas diferencias se aprecian al analizar los aranceles, que presentan estructuras complejas y poco transparentes, con tarifas promedio más altas para el agro, rubro también protegido por picos y aranceles escalonados que traban el ingreso de productos con mayor grado de elaboración. Además, los productos más “sensibles” reciben la protección complementaria de barreras no arancelarias, entre las que se destacan cuotas arancelarias, licencias no automáticas de importación, salvaguardias, derechos antidumping, medidas sanitarias y fitosanitarias y la presencia de empresas estatales con monopolio de las compras externas.

Como sus políticas benefician en especial a los rubros alimentarios, donde la Argentina muestra claras ventajas comparativas, el agro y la pesca cuentan con un gran potencial de aumento de ventas ante una mejora en las condiciones de acceso. El hecho de que las oportunidades se concentren en bienes agrícolas primarios y procesados, muestra que el país está en condiciones favorables de participar de manera destacada en la creciente demanda de alimentos que experimentan los países asiáticos. Sin embargo, también hay oportunidades en manufacturas industriales.

Las oportunidades fuertes –aquellos sectores donde existen barreras comerciales significativas y coincide la especialización exportadora de Argentina y la especialización importadora de Asia Oriental– se registran en productos donde las importaciones totales

de los países asiáticos suman 98 mil millones de dólares (y las ventas argentinas no llegan a los mil millones). Los principales productos son de los rubros combustibles, cereales, plásticos, máquinas, algodón y oleaginosas.

Los productos con oportunidades débiles –donde existen barreras comerciales significativas pero no existe complementariedad comercial entre la Argentina y el socio– comprenden un mercado importador de 60 mil millones de dólares, mientras las ventas argentinas de estos productos a estos países suman sólo 7 millones y medio. Los principales productos son manufacturas industriales, como textiles, máquinas, plásticos y manufacturas de cuero. Dentro de los agroalimentos se encuentran productos de la carne, bebidas y preparaciones de frutas y hortalizas

En el conjunto de productos con oportunidades fuertes y débiles el comercio argentino es poco significativo, tanto si se analiza desde la importancia de nuestro país como proveedor de esos países (baja participación de los productos argentinos en las importaciones) como si se evalúa la relevancia de esa región como “cliente” (reducida participación de Asia Oriental en nuestras exportaciones).

En relación a las amenazas a las exportaciones argentinas, una reducción o eliminación arancelaria para el ingreso de productos asiáticos en Brasil, podría afectar a cerca del 60% de las exportaciones argentinas a dicho mercado. Por el valor de la presencia de estos países en Brasil, las mayores amenazas provienen de Japón, Corea y China.

Las amenazas fuertes –subpartidas con alta complementariedad comercial entre las exportaciones asiáticas y las importaciones brasileñas– se dan en productos donde la Argentina exporta a Brasil 3270 millones de dólares. En su mayoría está compuesto por manufacturas industriales, como productos del rubro automotriz, máquinas mecánicas y eléctricas y plásticos.

Las amenazas débiles –subpartidas con baja complementariedad comercial entre las exportaciones asiáticas y las importaciones brasileñas– se presentan

en productos con ventas a Brasil por 860 millones de dólares, donde también los principales rubros son manufacturas de origen industrial, como productos farmacéuticos y manufacturas de acero.

Respecto al aumento de importaciones desde estos países de Asia Oriental a partir de una baja en los aranceles argentinos, el potencial se da en productos que corresponden a más de la mitad de las importaciones argentinas totales. Al ser baja la presencia de productos asiáticos en estos rubros –15% de las importaciones de productos con potencial–, es amplio el margen para el incremento de la participación de estos países.

Los productos industriales son los que presentan mayor potencial de aumento de importaciones, debido al nivel de arancel aplicados en el país como también a su participación en las importaciones actuales. Entre estos se destacan productos del sector automotriz, máquinas,

plásticos e instrumentos de óptica y precisión.

En suma, respecto a su potencialidad, existe un comercio subdesarrollado entre nuestro país y la región de Asia Oriental. No obstante, adecuadas y persistentes acciones de promoción comercial pueden abrir el canal a numerosos productos argentinos en oportunidades ya existentes pero aún desaprovechadas, destacándose el caso de los rubros alimentarios, combustibles, químicos, acero, aluminio, cueros y máquinas.

Asimismo, la negociación comercial, vía mejora de la condición de acceso a mercados, puede abrir nuevas puertas a nuestros productos, particularmente en actividades que hoy participan poco como abastecedores del mercado asiático: combustibles, cereales, plásticos, máquinas, algodón, manufacturas de cuero, pueden mencionarse entre los potenciales beneficiarios de un acuerdo de libre comercio.

