

**ESTUDIO DE PERSPECTIVAS Y**  
**OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA**  
**LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN EN ASIA**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**PROVINCIA DEL NEUQUÉN**

**Informe Final**

**01-01-2018**

# **AUTORIDADES**

## **PROVINCIA DEL NEUQUÉN**

### **Gobernador**

Cr. Omar Gutiérrez

### **Secretario del COPADE**

Lic. Sebastián González

### **Directora Provincial de Cooperación Técnica**

Ing. Miriam Viviana Robino

## **CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

### **Secretario general**

Ing. Juan José Ciáccera

### **Director de Recursos Financieros**

Ing. Ramiro Otero

### **Jefe de Área Financiamiento del Desarrollo Empresarial Regional**

Lic. Diego Gómez

*ESTUDIO DE PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES  
PARA LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN EN ASIA*

**Autor**

Fundación Nuevas Generaciones

**Dotación**

Fernando Campio Ferverza (Responsable Del Estudio)

Nicolás Vicente Giorgio

Bernarda Notta

**CONTRAPARTE TÉCNICA PROVINCIAL**

Lic. Ivana Rivero

**CONTRAPARTE TÉCNICA CFI**

Lic. María Victoria Barzola

INFORME FINAL

1-01-2018

## ÍNDICE GENERAL

<b>1. DETECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, EXTRACTIVAS Y DE SERVICIOS QUE SE DESARROLLAN EN NEUQUÉN.</b> .....	13
i. Actividades productivas, extractivas y de servicio que se desarrollan en la provincia.....	13
ii. Oferta exportable.....	42
iii. Análisis FODA de interacción comercial con Asia.....	61
<b>2. ENTREVISTAS REALIZADAS CON REFERENTES DE LA PROVINCIA</b> .....	65
i. Ministerio de Producción y Turismo de la Provincia de Neuquén.....	65
ii. COPADE.....	66
iii. ADI.....	68
<b>3. ÁREAS DE INTERES PARA LA INVERSIÓN ASIÁTICA EN NEUQUÉN</b> .....	70
i. Nichos productivos neuquinos de interés para inversores asiáticos. ....	70
ii. Relevamiento de empresas interesadas en incorporar asociados extranjeros asiáticos para potenciar su producción. ....	72
<b>4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LA PRODUCCIÓN DE NEUQUÉN EN ASIA, ESPECIALMENTE EN CHINA. RELEVAMIENTO DE LA DEMANDA.</b> .....	75
i. Principales mercados.....	75
China.....	82
Vietnam .....	84
Indonesia .....	85
Japón .....	87
India .....	88
Malasia .....	89
Tailandia .....	91
Singapur .....	92
Corea del Sur.....	94
Filipinas.....	95
ii. Productos demandados por los mercados asiáticos .....	97

<b>China</b> .....	97
<b>Vietnam</b> .....	102
<b>Indonesia</b> .....	106
<b>Japón</b> .....	110
<b>India</b> .....	114
<b>Malasia</b> .....	118
<b>Tailandia</b> .....	122
<b>Singapur</b> .....	125
<b>Corea del Sur</b> .....	129
<b>Filipinas</b> .....	133
<b>iii. Compatibilidad entre la demanda asiática y la oferta exportable neuquina</b> .	138
<b>China</b> .....	138
<b>Vietnam</b> .....	140
<b>Indonesia</b> .....	140
<b>Japón</b> .....	141
<b>India</b> .....	143
<b>Malasia</b> .....	144
<b>Tailandia</b> .....	144
<b>Singapur</b> .....	145
<b>Corea del Sur</b> .....	146
<b>Filipinas</b> .....	147
<b>iv. Relación de precio y competitividad de la producción neuquina</b> .....	148
<b>v. Niveles de consumo y demanda</b> .....	151
<b>China</b> .....	151
<b>Vietnam</b> .....	157
<b>Indonesia</b> .....	160
<b>Japón</b> .....	163
<b>India</b> .....	166
<b>Malasia</b> .....	167
<b>Tailandia</b> .....	168
<b>Singapur</b> .....	170
<b>Corea del Sur</b> .....	171

<b>Filipinas</b> .....	172
<b>vi. Canales de venta, distribución y perfil del consumidor asiático en general y chino en particular</b> .....	174
<b>China</b> .....	174
<b>Vietnam</b> .....	175
<b>Indonesia</b> .....	175
<b>Japón</b> .....	176
<b>India</b> .....	177
<b>Malasia</b> .....	178
<b>Tailandia</b> .....	178
<b>Singapur</b> .....	179
<b>Corea del Sur</b> .....	179
<b>Filipinas</b> .....	180
<b>5. PLANIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LA PROVINCIA EN LAS FERIAS Y ENCUNTROS REGIONALES E INTERNACIONALES DE ASIA DE MAYOR NIVEL Y RELEVANCIA. RELEVAMIENTO DE ACCIONES DE PROMOCIÓN.</b> .....	181
<b>6. CONCLUSIÓN</b> .....	195
<b>7. ANEXO</b> .....	197
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	198

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producción de petróleo por año según jurisdicción. Período 2011-2015.....	14
Tabla 2: Producción de gas por año según jurisdicción. Período 2011-2015... 14	
Tabla 3: Producción de gas licuado de petróleo (GLP) por año según planta. Período 2011-2015.....	15
Tabla 4: Subproductos obtenidos del petróleo por año según tipo. Período 2011-2015. ....	16
Tabla 5: Gas Procesado y productos obtenidos por año según tipo. Período 2011-2015. ....	17
Tabla 6: Reservas recuperables remanentes de petróleo por año según jurisdicción. Período 2011-2015.....	18
Tabla 7: Reservas recuperables remanentes de gas por año según jurisdicción. Período 2011-2015.....	18
Tabla 8: Producción de minerales por año según tipo. Período 2011-2015.....	19
Tabla 9: Producción de minerales metalíferos por año según tipo. Período 2011-2015. ....	19
Tabla 10: Producción de minerales no metalíferos por año según tipo. Período 2011-2015.....	20
Tabla 11: Producción de rocas de aplicación por año según tipo. Período 2011-2015. ....	21
Tabla 12: Producción de minerales según departamento y tipo. Año 2015. ....	21
Tabla 13: Energía eléctrica generada por tipo de central según año. Período 2011-2015 .....	27
Tabla 14: Potencia instalada y energía eléctrica generada según central de uso público y tipo. Año 2015. ....	28
Tabla 15: Producción, superficie ocupada y plantas de frutales según especie de las zonas de mayor producción (Departamento de Añelo y Confluencia) Año 2014. ....	29
Tabla 16: Viñedos y superficie vitivinícola por jurisdicción. Período 2011-2016....	30
Tabla 17. Superficie vitivinícola por año según variedad .....	31

Tabla 18: Superficie forestada por año según especie. Período 2011-2015.....	32
Tabla 19: Superficie a forestar por año según especie. Período 2011 – 2015.....	32
Tabla 20: Evolución de la ganadería. Período 2011-2015. ....	33
Tabla 21: Ganado faenado por especies. Período 2011-2015.....	34
Tabla 22: Subproductos por año según especie. Período 2011-2015.....	35
Tabla 23: Establecimientos hoteleros por año según clase y categorías. ....	40
Tabla 24: Exportaciones de la Provincia de Neuquén. Período 2006-2016. ....	43
Tabla 25: Total Exportaciones Capítulo 27. Período 2006-2016. ....	48
Tabla 26: Exportaciones Capítulo 8. Período 2006-2016.....	50
Tabla 27: Exportaciones Capítulo 20. Período 2006-2016.....	53
Tabla 28: Exportaciones Capítulo 29. Período 2006-2016.....	54
Tabla 29: Exportaciones Capítulo 22, período 2006-2016. ....	56
Tabla 30: Exportaciones Capítulo 25. Período 2006-2016.....	58
Tabla 31: Exportaciones Capítulo 84. Período 2006-2016.....	59
Tabla 32: Exportaciones Capítulo 26. Período 2006-2016.....	60
Tabla 33: Exportaciones de Neuquén a Asia. Período 2006-2016.....	62
Tabla 34: Ranking de principales productos exportados por Neuquén a Asia. Período 2006-2016.....	62
Tabla 35: Ranking de principales productos exportados por Neuquén a China, India, Japón, Filipinas, Malasia, Indonesia, Singapur, Vietnam, Corea del Sur y Tailandia.....	64
Tabla 36: Listado de países asiáticos .....	76
Tabla 37: Importaciones de Asia en miles de USD FOB. Período 2015-2016 .....	79
Tabla 38: PBI Nominal de las principales economías de Asia .....	81
Tabla 39: Importaciones y exportaciones totales de China en millones de dólares. Período 2006-2016.....	97
Tabla 40: Importación de China por producto, en millones de dólares. Año 2016	98
Tabla 41: Principales orígenes de las importaciones a China en millones de dólares. Año 2016. ....	99
Tabla 42: Balanza Comercial Argentina – China, en millones de dólares. ....	101
Tabla 43: Importaciones por producto de Vietnam, en millones de dólares. ....	103

Tabla 44: Balanza comercial Argentina-Vietnam en millones de dólares.....	105
Tabla 45: Importaciones de Indonesia por rubro, en millones de dólares. ....	107
Tabla 46: Exportaciones e importaciones de Argentina a Indonesia, en millones de dólares. Período 2007-2016.....	109
Tabla 47: Importaciones totales de Japón, en millones de dólares. ....	111
Tabla 48 : Importaciones y exportaciones entre Argentina y Japón, en millones de dólares. ....	113
Tabla 49: Demanda total de India, en millones de dólares. Período 2015-2016.	115
Tabla 50: Balanza comercial entre Argentina e India, en millones de dólares. Período 2006-2016.....	117
Tabla 51: Total importaciones de Malasia, en millones de dólares. ....	119
Tabla 52: Balanza comercial Argentina – Malasia, en millones de dólares.....	121
Tabla 53: Importaciones totales de Tailandia, en millones de dólares. ....	122
Tabla 54 Balanza Comercial Argentina – Tailandia, en millones de dólares. Período 2007-2016.....	124
Tabla 55: Importaciones totales de Singapur, en millones de dólares. ....	126
Tabla 56 : Exportaciones e importaciones entre Argentina y Singapur, en millones de dólares. Período 2005-2016. ....	128
Tabla 57: Demanda total de Corea del Sur, en miles de millones de dólares. ....	130
Tabla 58: Exportaciones e importaciones entre Argentina y Corea del Sur, en millones de dólares. ....	132
Tabla 59: Importaciones totales de Filipinas, en millones de dólares.....	134
Tabla 60: Exportaciones e importaciones entre Argentina y Filipinas, en millones de dólares.....	136
Tabla 61 Exportaciones de Peras de Neuquén a Indonesia. ....	141
Tabla 62 Exportación de Vinos Finos de Neuquén, en miles de dólares. ....	142
Tabla 63: Exportación de Vinos Espumantes de Neuquén, en miles de dólares, Período 2014-2016.....	142
Tabla 64: Exportación de Frutas Frescas de Neuquén, en miles de dólares. Período 2015-2016.....	143

Tabla 65: Exportación de Máquinas y aparatos mecánicos de Neuquén a India, en miles de dólares. Período 2014-2016.....	143
Tabla 66: Exportación de Frutas Frescas de Neuquén a Malasia, en miles de dólares. ....	144
Tabla 67: Exportaciones de Neuquén a Singapur, por producto. ....	145
Tabla 68: Exportaciones de Neuquén a Corea del Sur. Año 2016. ....	146
Tabla 69: Exportaciones de Neuquén a Filipinas. Período 2006-2016.....	147
Tabla 70: Productos compatibles con la oferta de Neuquén en supermercados de China. Año 2016.....	149
Tabla 71: Exportaciones Argentinas a China por rubro, millones de dólares. Período 2015-2016.....	152
Tabla 72: Exportación Argentina a China por productos, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	154
Tabla 73: Exportaciones Argentinas a Vietnam por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	157
Tabla 74: Exportaciones Argentinas a Vietnam por producto, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	158
Tabla 75: Exportaciones Argentinas a Indonesia por rubros en millones de dólares, Período 2015-2016.....	161
Tabla 76: Argentinas a Indonesia por producto, en millones de dólares. ....	162
Tabla 77 Exportaciones Argentinas a Japón por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	164
Tabla 78: Exportaciones argentinas a Japón por producto, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	165
Tabla 79: Exportaciones de Argentina a India por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	166
Tabla 80: Exportaciones Argentinas a Malasia por rubro, en millones de dólares. ....	168
Tabla 81: Exportaciones Argentinas a Tailandia por rubro, en millones de dólares. ....	169

Tabla 82: Exportaciones Argentinas a Singapur por rubros, en millones de dólares. Período 2015-16.....	170
Tabla 83: Exportaciones desde Argentina hacia Corea del Sur por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.....	172
Tabla 84: Exportaciones desde Argentina hacia Filipinas por rubro, en millones de dólares. ....	173

## INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente estudio es detectar oportunidades comerciales y de inversión que permitan insertar los productos neuquinos en Asia, especialmente en China. De esta forma, se busca aumentar la presencia de las empresas de la provincia en mercados en los que actualmente tienen escasa o nula presencia. En base a ello, se describen las principales características de la provincia de Neuquén y su matriz productiva, extractiva y de servicios. Por otro lado, se intentará detectar aquellos nichos productivos capaces de atraer inversiones del continente asiático.

En el estudio se detallan las distintas actividades productivas, de servicios y turísticas, indicando cuáles son las de mayor peso específico para la economía provincial. Entre las más relevantes se encuentran la producción de hidrocarburos convencionales y no convencionales, petróleo y gas, generación de energías renovables, en sus diferentes alternativas - hídrica, eólica, termoeléctrica o geo eléctrica. La industria del turismo también ocupa un rol preponderante, es la segunda actividad económica de importancia para la provincia. Por otro lado, se destaca la actividad agroindustrial, considerando que Neuquén, no solo es la principal productora de frutos con pepitos del país, sino que también se caracteriza por haber desarrollado diversas industrias vinculadas a la alimentación, como la acuícola, la olivicultura o la vitivinicultura.

Además, el estudio incluye la descripción de iniciativas que la provincia ha desarrollado para dinamizar la actividad económica, entre los que se encuentran 7 parques industriales, varias zonas de actividad logística, una zona primaria aduanera y polos tecnológicos.

Por último, se identifican aquellos sectores productivos y/o de servicios donde la provincia podría recibir capitales asiáticos que contribuyan al desarrollo de proyectos empresariales locales.

## **1. DETECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, EXTRACTIVAS Y DE SERVICIOS QUE SE DESARROLLAN EN NEUQUÉN.**

### **i. Actividades productivas, extractivas y de servicio que se desarrollan en la provincia.**

Las principales actividades productivas, extractivas y de servicios que se desarrollan en de la provincia de Neuquén son las siguientes:

- 1- Hidrocarburos e Hidrocarburos no convencionales
- 2- Energía
- 3- Agroindustria/Agro alimentos
- 4- Servicios
- 5- Turismo

#### **1- Hidrocarburos e hidrocarburos no convencionales**

La principal actividad productiva de la provincia es la explotación de hidrocarburos. Si bien no se ha podido contar con la cifra correspondiente a la participación económica de la actividad en el PBI provincial, vale destacar que el 49% de las exportaciones neuquinas corresponden a este sector.

La provincia de Neuquén se identifica como una fuente de energía muy importante para el país, ya que genera el 50% del gas y el 20% del petróleo producido en Argentina (Ver Tabla 1, 2 y 3).

La cuenca de hidrocarburos se desarrolla en un área de 124.000 km<sup>2</sup>, que Neuquén comparte con Río Negro, La Pampa y Mendoza. Del total de la extensión territorial, unos 80.000 km<sup>2</sup> presentan actividad exploratoria y extractiva. Tanto la información referida a los actores que integran esta actividad como la mano de obra empleada por el sector no se han podido obtener. Más allá de que continúa la investigación para obtener todas las cifras requeridas, consideramos que algunas de ellas corresponden al ámbito nacional o quedan bajo reserva del ámbito privado.

Al año 2014, las reservas comprobadas ascendían a 41.73 millones m<sup>3</sup> en petróleo (11% en la participación nacional) y a 125.205 millones m<sup>3</sup> en gas (38% participación nacional). Ese año, la producción de petróleo fue de 5,8 millones m<sup>3</sup>

(20% de participación nacional) y la de gas, representó 18.791 millones m<sup>3</sup> (47% participación nacional).

En adición, la provincia cuenta con cuatro oleoductos troncales que transportan el crudo neuquino hacia distintos puntos del país, como Río Negro, Buenos Aires, Mendoza y República de Chile.

A su vez, es cabecera de cuatro gasoductos troncales (NEUBA I, NEUBA II, Cordillerano y Pacífico) y está atravesada por gasoductos regionales - como el Cordillerano -, que suministran gas natural a numerosas localidades de la región Norpatagónica y eventualmente a Chile.

Tabla 1: Producción de petróleo por año según jurisdicción. Período 2011-2015.

Jurisdicción	Año				
	2011	2012	2013	2014 *	2015
Millones de m <sup>3</sup>					
Neuquén	6,5	5,9	5,8	5,8	5,6
Cuenca Neuquina	13,3	12,6	12,4	11,9	11,7
País	31,2	31,0	30,5	30,0	29,7

\*Dato rectificado por la fuente

Nota: No incluye la producción de gasolina y condensado. Dato provisorio.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Secretaría de Energía de la Nación.

Tabla 2: Producción de gas por año según jurisdicción. Período 2011-2015.

Jurisdicción	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Miles de millones de m <sup>3</sup>					
Neuquén	21,2	19,5	18,1	18,8	20,2
Cuenca Neuquina	25,2	23,9	22,6	23,2	24,6

País	45,5	44,1	41,7	41,5	42,9
------	------	------	------	------	------

**Nota:** Datos provisorios.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Secretaría de Energía de la Nación.

Tabla 3: Producción de gas licuado de petróleo (GLP) por año según planta.  
Período 2011-2015.

Planta	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
tn					
<b>Total</b>	<b>257.586</b>	<b>213.222</b>	<b>240.092</b>	<b>220.196</b>	<b>199.363</b>
Agua del Cajón	49.347	44.947	39.082	37.334	34.214
Centenario	38.511	31.956	34.593	33.305	28.897
El Portón	123.417	103.095	127.703	119.182	108.479
Filo Morado	-	-	-	-	-
Loma Negra	46.312	32.991	36.145	29.652	27.773
Loma de la Lata	-	-	-	-	-
Senillosa	-	209	45	26	-
Petrolera Argentina	-	24	2.524	696	-

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de hidrocarburos y Energía.

### Combustibles e Insumos Industriales

Se desarrolló en Neuquén un clúster<sup>1</sup> industrial basado en la disponibilidad de petróleo y gas, así como en la abundancia y precios competitivos de la

<sup>1</sup> Un Clúster es un agrupamiento de instituciones y empresas pertenecientes a un espacio geográfico determinado que se vinculan para la producción de un producto homogéneo (o

electricidad. Las principales actividades industriales son llevadas a cabo por las destilerías de petróleo, la planta de metanol y productos químicos, las recuperadoras de gas licuado, y la planta industrial de agua pesada, que producen insumos esenciales para las centrales nucleares argentinas y del exterior (Ver Tablas 4,5,6 y 7).

Tabla 4: Subproductos obtenidos del petróleo por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo de Producto	U. de m.	Año				
		2011	2012	2013	2014	2015
Gas de refinería	Miles de m <sup>3</sup>	17.169	25.506	31.832	48.865	39.599
Combustible para retropropulsión	m <sup>3</sup>	32.352	57.086	54.513	44.710	53.004
Aguarrás	m <sup>3</sup>	491	637	940	598	630
Nafta común	m <sup>3</sup>	134	209	-	73	-
Nafta súper	m <sup>3</sup>	152.425	174.184	172.038	187.506	205.961
Nafta virgen	m <sup>3</sup>	78.100	41.374	92.541	43.175	7.508
Nafta Ultra	m <sup>3</sup>	47.140	53.979	65.198	68.555	79.384
Otras naftas	m <sup>3</sup>	10.380	41.338	96.111	55.151	31.622
Kerosene	m <sup>3</sup>	5.171	2.326	1.964	2.102	3.087
Diésel oil	m <sup>3</sup>	7.371	14.909	27.614	10.233	17.244
Fuel oil	m <sup>3</sup>	34.068	36.107	39.301	40.428	34.555
Gas oil	m <sup>3</sup>	415.095	447.327	496.554	523.276	549.202

---

productos interrelacionados). El Clúster tiene como principal objetivo mejorar la competitividad del sector y promover así el desarrollo socioeconómico de la región.

Butano	m <sup>3</sup>	166	306	2.128	1.042	-
Propano	m <sup>3</sup>	166	306	2.128	1.043	-
Otros cortes de gas oil sin terminar	m <sup>3</sup>	10.622	20.849	21.173	13.561	398
Solventes alifáticos	m <sup>3</sup>	22.152	21.688	27.222	33.311	24.893
Otros productos livianos	m <sup>3</sup>	288.540	293.368	289.321	291.974	293.148
Otros productos medios	m <sup>3</sup>	669.080	758.081	773.775	738.080	787.557
Otros productos pesados	m <sup>3</sup>	41.031	25.023	28.443	36.095	23.122
Mezclas IFO	m <sup>3</sup>	2.676	295	727	162	63

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Secretaría de Energía de la Nación.

Tabla 5: Gas Procesado y productos obtenidos por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo de Producto	U. de m.	Año				
		2011	2012	2013	2014	2015
Gas procesado	Mm <sup>3</sup> a 9.300 Kcal	9.824.642	8.751.440	8.500.324	9.093.755	9.368.966
Obtenidos Metanol	tn	353.538	361.524	318.185	327.316	350.974
Gas natural licuado	tn	1.203.615	1.189.050	1.155.335	1.277.818	1.332.729
Gas seco	Mm <sup>3</sup> a	6.184.603	6.996.520	6.792.050	7.212.940	7.370.348

	9.300 Kcal					
--	---------------	--	--	--	--	--

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de hidrocarburos y Energía.

Tabla 6: Reservas recuperables remanentes de petróleo por año según jurisdicción. Período 2011-2015.

Jurisdicción	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Miles de m <sup>3</sup>					
Neuquén	41.865	40.535	41.663	41.732	44.159
Cuenca Neuquina	84.912	81.224	78.604	82.423	86.690
País	393.996	374.289	370.374	378.343	380.730

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de hidrocarburos y Energía y de la Secretaría de Energía de la Nación.

Tabla 7: Reservas recuperables remanentes de gas por año según jurisdicción. Período 2011-2015.

Jurisdicción	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
millones de m <sup>3</sup>					
Neuquén	128.125	117.391	121.330	125.205	133.614
Cuenca Neuquina	145.295	133.699	138.960	147.855	156.485
País	332.510	315.508	328.260	332.164	350.483

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de hidrocarburos y Energía y de la Secretaría de Energía de la Nación.

## Recursos Mineros

En la provincia, la industria minera se encuentra ligada a la producción hidrocarburífera. Recibe el impulso de este sector, debido a que algunos minerales industriales se utilizan en la elaboración de lodos de inyección. Por ejemplo, la extracción y aprovechamiento de Baritina ha registrado durante el primer semestre de 2015 un incremento del 43,5% en comparación con el mismo período de 2014.

Además, hay un gran potencial para el desarrollo de los yacimientos minerales metalíferos, no metalíferos y rocas ornamentales (Ver Tablas 8, 9, 10, 11 y 12).

Tabla 8: Producción de minerales por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo	U. de m.	Año				
		2011	2012	2013	2014	2015
Minerales metalíferos	Kg	5.407	5.060	5.975	/// <sup>1</sup>	-
Minerales no metalíferos	tn	228.990	180.430	213.022	201.702	239.379
Rocas de aplicación	tn	2.144.793	1.179.349	1.128.492	1.604.828 <sup>2</sup>	1.727.879

<sup>1</sup> El dato disponible corresponde a “concentrado de oro y plata” por lo que no puede desagregarse por tipo de mineral

<sup>2</sup> Dato rectificado.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de Minería.

Tabla 9: Producción de minerales metalíferos por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo	Año				
	2011	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015

Kg					
<b>Total</b>	<b>5.407</b>	<b>5.060.</b>	<b>5.975</b>	<b>///</b>	<b>-</b>
Plata	5.330	5.000	5.940	///	-
Oro	77	60	35	///	-

<sup>1</sup> El dato disponible corresponde a “concentrado de oro y plata” por lo que no puede desagregarse por tipo de mineral.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de Minería.

Tabla 10: Producción de minerales no metalíferos por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Tn					
<b>Total</b>	<b>228.990</b>	<b>180.430</b>	<b>213.022</b>	<b>201.702</b>	<b>239.379</b>
Arcilla	162.134	92.174	106.133	104.471	152.190
Asfaltita	2.940	1.411	1.110	5.021	2.197
Baritina	4.980	9.932	25.744	14.365	11.017
Bentonita	23.430	22.240	19.504	22.736	24.945
Celestina	1.560	22.750	5.246	700	-
Dolomita	33.245	30.468	53.132	52.051	46.447
Pirofilita	340	1.348	2.011	2.231	2.568
Sal de Roca	361	108	142	127	15

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de Minería.

Tabla 11: Producción de rocas de aplicación por año según tipo. Período 2011-2015.

Tipo	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Tn					
<b>Total</b>	<b>2.144.793</b>	<b>1.179.349</b>	<b>1.128.495</b>	<b>1.604.828</b>	<b>1.727.879</b>
Áridos <sup>1</sup>	1.584.375	604.850	666.136	1.047.428	1.206.672
Caliza	506.372	520.534	401.773	495.831	477.179
Material Volcánico <sup>2</sup>	18.621	5.461	14.704	12.677	15.736
Ornamentales <sup>3</sup>	4.239	7.057	2.763	1.619	1.255
Yeso	31.186	41.447	43.119	47.273	27.037

<sup>1</sup> No incluye extracción de áridos de la Dirección Provincial de Vialidad.

<sup>2</sup> Incluye toba y puzzolana.

<sup>3</sup> Incluye piedra laja y mármol travertino.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de Minería.

Tabla 12: Producción de minerales según departamento y tipo. Año 2015.

Departamento	Tipo de Mineral	Producción
tn		
<b>Total<sup>1</sup></b>		<b>1.967.258</b>
Aluminé	Áridos	30
Añelo	Áridos	804.313
	Arcilla	5.820
Chos Malal	Piedra laja	180

Confluencia	Áridos	215.183
Lacar	Áridos	14.717
Loncopué	Baritina	5.729
Minas	Áridos	3.390
	Pirofilita	2.568
Norquín	Baritina	2.720
	Halita	15
Pehuénches	Áridos	145.115
	Asfaltita	2.197
Picún Leufú	Áridos	1.307
Picunches	Áridos	1.290
	Baritina	2.568
	Caliza	81.793
	Dolomita	46.447
	Puzzolana	2.502
	Yeso	27.037
Zapala	Áridos	21.327
	Arcilla	146.370
	Bertonita	24.945
	Caliza	395.386
	Piedra laja	1.075
	Toba	13.234

<sup>1</sup> No incluye extracción de áridos de la dirección Provincial de Vialidad.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección Provincial de Minería.

### Hidrocarburos no convencionales

Neuquén es la provincia argentina con mayores recursos gasíferos del país, incluyendo los no convencionales. Del total de recursos en el plano nacional, un total de 802 trillones de pies cúbicos (TCF), 583 corresponden a Neuquén - 275 en la formación Los Molles y 308 en Vaca Muerta. Dichos recursos están concentrados en una zona de más de 30.000 km<sup>2</sup>, con espesores cuatro veces superiores a los promedios de las cuencas estadounidenses.

Las condiciones geológicas y de infraestructura neuquinas son inmejorables, y han sido reconocidas por los principales organismos internacionales del mundo de la energía.

### Proyección 2019

- 50 equipos especiales de perforación + 1.500 pozos para perforación
- Inversión
- 2014. 310 pozos perforados. Inversión asociada US\$ 2.800 millones
- 2015. 323 pozos perforados. Inversión asociada US\$ 4.000 millones
- A 5 años. + 1.500 pozos perforados. Inversión asociada US\$ 15.000 millones

## **2- Energía**

A continuación, se detallan las diferentes actividades de producción de energía que dispone la provincia de Neuquén. Dada la heterogeneidad del sector, no se han podido individualizar con precisión los actores involucrados ni la mano obra empleada. Si bien se trata de una actividad económica relevante, no se ha podido contar con la cifra correspondiente al porcentaje de su participación en el PBI provincial.

## Cuenca Hídrica

Debido a que cuenta con una de las cuencas hídricas más importantes de Argentina, seis centrales hidroeléctricas se instalaron en la provincia, convirtiendo a Neuquén en la principal productora de energía eléctrica del país.

Las cuencas hídricas están constituidas por los ríos Limay, Neuquén y Negro que vierten sus aguas sobre el Océano Atlántico. En su conjunto, el caudal medio de los ríos Limay, Neuquén y Negro es del orden de los 1.200 m<sup>3</sup>/seg. y representa el 45% de la oferta de las cuencas argentinas.

## Energía Eléctrica

Neuquén es la principal productora de energía eléctrica del país con 4.600 MW de potencia total instalada. El 63% corresponde a energía hidroeléctrica y el resto a energía térmica. La energía generada satisface la totalidad de las necesidades del mercado eléctrico provincial y permite enviar el excedente al resto del país mediante 5 electroductos de 500 KW

## Aprovechamientos hidroeléctricos

De las seis centrales hidroeléctricas existen en la Provincia, cinco están sobre el río Limay y son compartidas con la Provincia de Río Negro, mientras que la sexta se ubica sobre el río Neuquén.

- 14.800 GWh/a generación anual

## Nuevos Emprendimientos Hidroeléctricos

Con el objetivo de sumar más energía al mercado eléctrico nacional se proyecta construir un nuevo complejo hidroeléctrico: Chihuido I, sobre el río Neuquén. Tendrá una potencia instalada de 637 MW y una producción anual de 1.750 GWh/año. Para construir y operar el complejo se lanzó una amplia convocatoria a inversores que incluye un contrato de concesión por quince años, al cabo del cual el emprendimiento quedará en propiedad de la provincia.

Además, Neuquén tiene gran potencial para concretar otros emprendimientos hidroeléctricos en la cuenca media y alta del río Neuquén, que permitirían más que duplicar la potencia y generación actual (Curamileu, Manzano Amargo, Roblecillos, Matancilla, Atreuco y Covunco). A esto hay que sumarle los

beneficios que pueden generar los aprovechamientos múltiples que, a partir de las aguas de un embalse, permiten atenuar crecidas, crear nuevas explotaciones agroindustriales, abastecer de agua potable a las poblaciones o fomentar el desarrollo turístico.

### Energía Eólica

La provincia dispone de un recurso eólico de excelente calidad, el cual la ubica entre clase I y II a nivel internacional. También presenta grandes condiciones para el desarrollo de la energía termoeléctrica y geotérmica.

Neuquén promueve el aprovechamiento de energías renovables no convencionales. Registra velocidades promedio de viento de entre 7,5 a 10 metros por segundo, determinando un factor de capacidad del recurso en general superior al 40%, permitiendo obtener proyectos económicamente competitivos de producción de energía eólica.

Además, dispone de líneas de transmisión con gran capacidad de despacho, indispensables para transportar la energía generada, en casi la totalidad de su superficie y cuenta con infraestructura logística e industrial impulsada en gran parte por la actividad petrolera.

### Generación eólica (detalle)

#### 1. Añelo I

- Titular: Abo Wind
- Potencia a instalar: 100 MW
- Inversión estimada: 200 MM US\$

#### 2. Añelo II

- Titular: Abo Wind
- Potencia a instalar: 100 MW
- Inversión estimada: 200 MM US\$

#### 3. Cerro Senillosa

- Titular: ADI- NQN S.E.P.
- Potencia a instalar: 100 MW

- Inversión estimada: 200 MM US\$

#### 4. Picún Leufú

- Titular: ADI- NQN S.E.P.
- Potencia a instalar: 50 MW
- Inversión estimada: 95 MM US\$

#### 5. Vientos neuquinos

- Titular: Vientos Neuquinos S.A.
- Potencia a instalar: 100 MW
- Inversión estimada: 200 MM US\$

#### 6. La Americana

- Titular: ADI- NQN S.E.P.
- Potencia a instalar: 50 MW
- Inversión estimada: 94,5 MM US\$

#### 7. Los Pocitos

- Titular: ADI- NQN S.E.P.
- Potencia a instalar: 75 MW
- Inversión estimada: 142 MM US\$

### Energía Termoeléctrica y Geotérmica

El aprovechamiento del gas en origen permitió expandir fuertemente la generación térmica en los años recientes, llevando la potencia instalada a 1.526 MW. Las 6 centrales termoeléctricas de Neuquén generaron 7.384 GWh por año que representan el 10,5% de la producción nacional de energía eléctrica térmica en 2014 (Ver Tablas 13 y14).

Por otra parte, existe un proyecto geotérmico que, por su potencial, coloca a la provincia a la par de los campos de mayor calidad del mundo. Estudios iniciados a partir de 1973 confirmaron la factibilidad técnica y económica de explotar en el área de Copahue, una central geotermoeléctrica de 30 MW de potencia a partir del recurso allí existente. Con una inversión de 130 millones de dólares se podría

construir la nueva central y abastecer 1/3 de la demanda energética total de Neuquén con energía geotérmica en un plazo de cuatro años.

### Generación Geotérmica

#### Proyecto geotérmico Domuyo

- Estado del proyecto: trabajos de exploración
- geofísica en proceso de adjudicación.
- Potencia a instalar: a determinar

#### Proyecto geotérmico Copahue

- Estado del proyecto: en búsqueda de inversores.
- Potencia a instalar: 30 MW
- Inversión estimada: 117 MM US\$

Tabla 13: Energía eléctrica generada por tipo de central según año. Período 2011-2015

Año	Total	Diésel	Hidroeléctrica	Turbinas a gas y a vapor	Eólica
MWh					
2011	10.582.667	25.640	5.163.679	5.393.348	-
2012	11.842.852	27.674	5.217.980	6.597.199	-
2013	11.289.666	36.386	5.548.798	5.704.483	-
2014	12.900.960	35.456	5.471.785	7.393.668	51
2015	13.119.896	33.981	6.392.488	6.693.402	26

<sup>1</sup> Se consideró el 50% de los aprovechamientos compartidos con la Provincia de Río Negro

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a los datos del Ente Provincial de Energía del Neuquén (EPEN),

Subsecretaría de Energía y Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico (CAMMESA).

Tabla 14: Potencia instalada y energía eléctrica generada según central de uso público y tipo. Año 2015.

Año	Total	Diésel	Hidro-electrica <sup>1</sup>	Turbinas a gas y a vapor	Geotérmica	Eólica
MW						
2011	4.037,1	31,5	2.530,6	1.474,0	0,6	0,4
2012	4.056,1	31,5	2.530,6	1.493,0	0,6	0,4
2013	4.083,7	30,1	2.530,6	1.522,0	0,6	0,4
2014	4.085,7	29,2	2.530,6	1524,8	0,6	0,5
2015	4.089,8	29,3	2.534,5	1.524,9	0,6	0,5

<sup>1</sup> Se consideró el 50% de los aprovechamientos compartidos con la Provincia de Río Negro

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a los datos del Ente Provincial de Energía del Neuquén (EPEN), Subsecretaría de Energía y Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico (CAMMESA).

### 3- Agroindustria/Agro alimentos

La provincia cuenta con extensas áreas de riego en funcionamiento. Estas abarcan una superficie total de 27.610 hectáreas. Estudios recientes de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura (FAO) indican que podrían incorporarse y sistematizarse 277.787 hectáreas que, junto a la superficie actual, totalizarían 305.397 hectáreas de suelo apto para el desarrollo agrícola en Neuquén.

Este sector comprende principalmente las siguientes actividades: frutihorticultura, olivicultura y frutas secas, vitivinicultura, ganadería, foresto-industria y acuicultura. No se encuentra disponible la información sobre los actores intervinientes en los diferentes subsectores ni la mano de obra por ellos empleada. Este sector tiene un peso importante en la economía provincial, sin embargo, no

hemos podido determinar, ante la ausencia de datos pertinentes, su participación en el PBI provincial.

#### A- Frutihorticultura

La región patagónica es la principal productora de frutales de pepita del país (Ver Tabla 15). La producción se realiza en contra estación con respecto a los países del hemisferio norte. Asimismo, a nivel producción agropecuaria, es la cadena de valor más importante de la región en generación de empleos.

La estructura industrial del sector consta de 21 empaques, 26 frigoríficos y la industria de jugos concentrados.

La Patagonia es área libre de mosca de los frutos y en Neuquén se han alcanzado valores menores al 0,5% de daño de carpocapsa en frutales de pepita.

Tabla 15: Producción, superficie ocupada y plantas de frutales según especie de las zonas de mayor producción (Departamento de Añelo y Confluencia) Año 2014.

<b>Especie</b>	<b>Producción</b>	<b>Superficie</b>	<b>Plantas</b>
	tn	ha	
<b>Total</b>	<b>215.639,7</b>	<b>8.378,4</b>	<b>12.704.127</b>
Manzana	108.653,2	3.683,0	3.704.447
Pera	71.916,4	2.369,5	2.502.592
Durazno	1.591,8	70,3	71.587
Nectarina	2.762,5	135,9	149.290
Ciruela	1.759,7	133,7	155.132
Cereza	1.094,1	200,8	263.482
Vid vinífera	27610,1	1710,6	5.857.597
Otras	251,9	74,6	///

**Fuente:** Elaborado por la Dirección de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Encuesta Provincial Frutícola 2014.

### B- Olivicultura y Frutos Secos

La provincia cuenta con 2.000 hectáreas aptas para desarrollar olivicultura de las cuales 300 hectáreas están plantadas. La actividad se concentra en la producción de aceitunas de mesa y aceites.

La producción de frutos secos crece como alternativa a la obtención de frutas de pepitas y carozo en la zona de Confluencia y el norte neuquino. Hay 30 productores y 250 hectáreas en producción. La provincia integra la Asociación Civil del Clúster de Frutos Secos de la Norpatagonia junto a la Provincia de Río Negro, organizaciones de productores, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la Universidad Nacional de Río Negro, entre otros, para promover el desarrollo de la actividad y sus derivados.

### C- Vitivinicultura

La provincia es una zona ecológicamente limpia y favorable para el cultivo de vides. En el año 2016, se registraron 1.758 hectáreas en producción (Ver Tabla 16). Con la ampliación del área irrigada y las inversiones internas y externas, el sector vitivinícola neuquino incorporó uvas finas (Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Syrah, Sauvignon Blanc y Chardonnay) y adoptó la mejor tecnología disponible en el mundo, tanto en el cultivo de viñedos como en la elaboración de vinos varietales y espumosos (Ver Tabla 17). Diez bodegas producen en conjunto 10 millones de litros al año, de los cuales el 53% se destina al consumo interno y el 47% a la exportación. El mosto sulfatado y concentrado se orienta casi exclusivamente a mercados externos.

Tabla 16: Viñedos y superficie vitivinícola por jurisdicción. Período 2011-2016.

Año	Viñedos			Superficie vitivinícola		
	Total País	Provincia del Neuquén	Participación	Total País	Provincia del Neuquén	Participación
			%	ha	ha	%

2011	24.905	71	0,29	218.499	1.660	0,76
2012	25.207	76	0,30	221.202	1.683	0,76
2013	25.372	83	0,33	223.580	1.689	0,76
2014	25.482	88	0,35	226.388	1.742	0,77
2015	25.049	90	0,36	224.707	1.751	0,78
2016	24.702	92	0,40	223.944	1.758	0,80

**Fuente:** Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Tabla 17. Superficie vitivinícola por año según variedad

Período 2011-2015.

Variedad	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	<b>1.660,0</b>	<b>1.683,1</b>	<b>1.689,0</b>	<b>1.742,0</b>	<b>1.751,2</b>
Cabernet Sauvignon	265,7	265,7	265,7	271,7	269,7
Malbec	588,1	599,5	602,4	646,7	648,2
Merlot	238,1	238,1	238,8	244,2	239,5
Pinot Negro	224,5	229,8	229,9	229,9	229,9
Sirah	35,2	35,2	35,2	35,2	35,2
Chardonnay	124,1	127,5	128,3	136,0	136,8
Sauvignon Blanco	81,8	81,9	81,8	83,6	81,8
Otras	102,5	105,3	107,0	94,7	110,2

**Fuente:** Instituto Nacional de Vitivinicultura.

#### D- Industria Forestal

La superficie aproximada de tierras con aptitud para el desarrollo de forestaciones comerciales de coníferas en seca no supera las 500.000 hectáreas.

En los últimos 30 años, como consecuencia de una fuerte inversión estatal, se realizaron forestaciones en más de 60.000 hectáreas. La Corporación Forestal Neuquina (CORFONE S.A.) produce 650.000 plantas y registra 550.000 pies cuadrados (p2) de madera aserrada por mes. Recientemente, la empresa invirtió 10 millones de pesos en la ampliación del aserradero de Abra Ancha, la modernización del aserradero de Junín de los Andes y la instalación del aserradero de Las Ovejas. En zona cordillerana hay más de 40 aserraderos con muy variada capacidad y nivel de tecnificación (Ver Tabla 18 y 19).

Tabla 18: Superficie forestada por año según especie. Período 2011-2015.

Especie	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
ha					
<b>Total</b>	<b>1.060,0</b>	<b>586,0</b>	<b>686,9</b>	<b>411,4</b>	<b>701,3</b>
Coníferas	1.060,0	586,0	686,9	411,4	700,0
Salicáceas	-	-	-	-	1,3

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Subsecretaría de Producción y Desarrollo Económico. Dirección General de Bosques Provinciales y Corporación Forestal Neuquina S.A. (CORFONE)

Tabla 19: Superficie a forestar por año según especie. Período 2011 – 2015.

Especie	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Hectáreas					

<b>Total</b>	<b>1.141,0</b>	<b>528,6</b>	<b>933,0</b>	<b>614,8</b>	<b>725,3</b>
Coníferas	951,0	526,6	933,0	609,8	720,0
Salicáceas	190,0	2,0	-	5,0	5,3

**Fuente:** Elaborado por Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Subsecretaría de Producción y Desarrollo Económico. Dirección General de Bosques Provinciales

#### E- Ganadería Bovina, Ovina y Caprina

El stock ganadero provincial se compone de más de 1.200.000 cabezas de ganado, según cifras de 2015. Más de 840.000 cabezas pertenecen al ganado caprino, siendo Neuquén la tercera provincia a nivel país en cantidad de cabezas de este tipo. (Ver Tabla 20, 21 y 22).

Tabla 20: Evolución de la ganadería. Período 2011-2015.

Año	Especie					
	Bovina	Ovina	Caprina	Porcina	Equina	Asnal y mular
Cabezas de Ganado						
2011	207.000	165.812	873.681	12.008	36.745	2.895
2012	181.776	136.844	658.750	11.295	31.903	2.674
2013	183.828	156.936	629.517	15.736	32.613	423
2014	203.328	190.302	838.079	17.817	40.020	2.908
2015	206.737	201.904	840.269	22.682	43.389	3.030

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA), y del Servicio Nacional de Sanidad Animal y Calidad Agroalimentaria (SENASA), Centro Regional Patagonia Norte.

Tabla 21: Ganado faenado por especies. Período 2011-2015.

Año	Especie							
	Bovina		Ovina		Caprina		Porcina	
	cab	Kg	cab	Kg	cab	Kg	cab	Kg
2011	39.698	8.185.313	1.325	21.418	8.640	94.322	6.362	173.875
2012	35.009	7.120.120	1.009	14.738	5.607	60.300	7.822	231.867
2013	25.769	5.274.794	816	12.645	3.936	40.017	9.417	286.088
2014	26.518	5.500.508	507	8.721	1.897	20.721	8.779	332.838
2015	30.372	6.341.228	933	15.622	2.531	26.214	4.878	274.304

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de los municipios y de empresas del sector privado.

El engorde del componente ganadero se realiza sobre pastizales naturales (mallines) aunque existen emprendimientos que incorporan esquemas de *feed-lot*. Neuquén cuenta actualmente con 2.640 establecimientos ganaderos.

Por otro lado, la provincia junto al Programa de Servicios Agropecuarios Provinciales (PROSAP) está invirtiendo en un proyecto pecuario y comercial para crear y reequipar una red de 11 mataderos habilitados en distintas categorías (tránsito federal, provincial y municipal) y una planta elaboradora de subproductos de origen animal.

También se fomenta la inversión para generar valor agregado a la producción caprina, a través de la instalación, por un lado, de una planta de lavado y peinaduría de mohair y otras fibras, y por el otro, de una fábrica de clasificación, hilado y confección de prendas de *cashmere* (mini mills).

Tabla 22: Subproductos por año según especie. Período 2011-2015.

Subproductos	U. de m.	Año			
		2011	2012	2013	2014
Cueros bovino	Pieza	26.827	14.765	39.726	14.165
Cueros ovinos	Pieza	3.184	322	6.149	2.835
Cueros caprinos	Pieza	27.387	53.659	44.738	37.108
Cueros equinos	Pieza	-	-	-	-
Lana ovina	Kg	613.786	392.814	294.665	520.212
Pelo caprino	Kg	77.702	45.461	47.786	74.908

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Registro Provincial de Marcas, Señales e Identificación. Dirección General de Coordinación Política Ganadera.

#### F- Acuicultura

En lo que se refiere a la distribución de la producción acuícola en el territorio nacional, la provincia de Neuquén es la que muestra una mayor participación de producción nacional, con el 36,69 % del total, seguida por la provincia de Misiones con el 32,74 %. Las dos provincias en conjunto suman cerca del 69,43 % de la producción acuícola nacional. Luego se encuentra Formosa, con el 19,82 %. El resto del país presenta una baja participación, con apenas el 7,20 %.

En la provincia neuquina encontramos dos especies en producción: la trucha (*Oncorhynchus mykiss*) y el salmón de río (*Brycon orbignyanus*). La cuenca del río Limay es ideal para la producción de salmónidos ya que los niveles de renovación de agua son altos en relación con los lagos naturales. Según datos

estadísticos relevados por la Secretaría de Acuicultura, dependiente del Ministerio de Agroindustria, en 2015 la producción del salmón de río fue de 1,58 toneladas.

Por otro lado, en el Lago Alicurá se encuentra la mayoría de los centros de engorde de trucha. Esta región concentra el 95% de la producción nacional de esta especie. En 2015 la producción fue de 1.455 toneladas aproximadamente.

La trucha se comercializa en pieza entera, desespinaada o filet, en fresco o congelado. Las ventas alcanzan restaurantes, supermercados, empresas de catering o aquellas dedicadas a delicatessen. En este último caso como trucha ahumada enlatada o al vacío y patés. La ciudad de Buenos Aires es el mayor mercado receptor, seguido de otras importantes como Rosario y Córdoba. Es además comercializada en numerosos centros turísticos del país. El mercado internacional está cubierto por una sola empresa que exporta un reducido volumen hacia Estados Unidos.

Se aspira a incrementar la producción acuícola a un promedio anual de 5.000 toneladas. En simultáneo, se busca instalar una planta de elaboración de alimento balanceado, una de faena y procesado, un laboratorio y servicios para el desarrollo de un Polo Industrial para el sector.

Por otro lado, dentro de la plataforma de Centro PyME-ADENEU2, existe el “Programa Acuícola” en dicho programa se trabaja para el desarrollo del sector a nivel primario, con asistencia a los productores a través de proyectos de investigación que permiten generar el conocimiento necesario para elaborar junto con SENASA, un protocolo para las buenas prácticas en el manejo de las concesiones en los embalses de Alicurá y Piedra del Águila, buscando de esta manera garantizar el estatus sanitario de la provincia.

A su vez, mediante el “Programa Acuícola” se impulsan estudios para continuar los controles sobre la actividad, y redefinir la capacidad de carga en los embalses mencionados, cuencas compartidas con la Provincia de Río Negro. El principal propósito es expandir el potencial productivo de la acuicultura a nuevas concesiones.

No obstante, hoy la atención de Centro PyME-ADENEU está puesta en conseguir inversiones para finalizar una obra fundamental para la competitividad del sector que es la “Planta de Procesamiento de Pescado” ubicada en Piedra del

---

<sup>2</sup> Fuente: <http://cpymeadeneu.com.ar/>

Águila. Esto permitirá desarrollar la faena de la trucha Arco Iris en la provincia y así sumar valor agregado al producto. De acuerdo con la última información de CENTRO PyME-ADENEU la obra se encuentra actualmente al 65% de avance.

#### **4- Servicios**

La provincia de Neuquén apostó a la instalación de industrias para la extracción, elaboración y aprovechamiento de recursos minerales, agropecuarios y forestales, así como emprendimientos hidroeléctricos y turismo, para la creación de nuevas fuentes de trabajo. En la actualidad, cuenta con:

- 7 parques industriales provinciales
- 12 parques o áreas industriales municipales
- + 400 empresas radicadas en parques industriales

El Parque Industrial Neuquén (PIN) fue el primero de la provincia. Al presente, hay más de 250 empresas instaladas allí que dan empleo a unas 3.000 personas, entre empleo permanente, temporario e itinerante.

Dada la diversidad de actividades, y considerando que muchas de ellas se vinculan a las categorías analizadas anteriormente, no hemos podido individualizar los actores intervinientes ni la mano de obra empleada que participan de los diferentes espacios para el desarrollo de actividades que brinda la provincia

##### 1- Polos Tecnológicos

###### A- Polo Biotecnológico

El Polo Científico Tecnológico recientemente inaugurado en la localidad de Centenario, en el corazón de Vaca Muerta, brinda las condiciones necesarias para realizar investigación multidisciplinaria en un conjunto de ramas de la biología, afines entre sí. Permite hacerlo en condiciones competitivas en el mundo académico internacionalizado de hoy, extendiendo su influencia al medio educativo, productivo y de servicios. En él ya se ha instalado el Centro de Investigación y Asistencia Técnica (CIATI) y se prevé la instalación de otros dos laboratorios: el de Servicios Agrarios y Forestales (LASAF) y el laboratorio Provincial de Sanidad Animal.

###### B- Polo Tecnológico Eólico

En la ciudad de Cutral C6 se ha instalado una f6brica de torres y aerogeneradores e6licos. En simult6neo, el INVAP - Sociedad del Estado dedicada al desarrollo de altas tecnolog6as - trabaja en el dise1o de los molinos que se construir6n all6.

## 2- Zona de Actividades Log6sticas Zapala

Constituye un concepto integral de servicios y actividades ligadas al comercio nacional e internacional y la producci6n sustentable, tanto para la provincia como para el Corredor Bioce6nico Sur.

## 3- Parques Industriales

### A- Parque Industrial Minero

Dispone de un predio de 53 hect6reas para radicaci6n de industrias mineras. Cuenta con mensura y proyectos b6sicos de infraestructura vial, tendido de red el6ctrica y provisi6n de agua.

### B- Parque Industrial Log6stico

Se puso en valor un predio de 38,3 hect6reas destinado a la radicaci6n de industrias con actividad no contaminante y un sector para el desarrollo de servicios de log6stica. Dispone de redes de energ6a el6ctrica y agua e iluminaci6n en el acceso al parque.

## 4- Zona Primaria Aduanera

La Zona Primaria Aduanera est6 junto a la playa de maniobras del Ferrocarril Trasandino del Sur. Ocupa 9 hect6reas en las que se ubican edificios para el funcionamiento de la Aduana, la rampa revisora cubierta y la b6scula fiscal para que los agentes econ6micos del comercio exterior realicen los tr6mites aduaneros necesarios en la importaci6n y exportaci6n de mercader6as.

## 5- Otros

Se est6 considerando un proyecto para determinar una futura Zona Franca, contigua a la Zona Primaria Aduanera. La provincia dispone de un predio de 300 hect6reas reservado en el cual, una vez habilitada la Zona Franca, se podr6n radicar emprendimientos que operen con los beneficios que otorga ese r6gimen.

## 5- Turismo

La generosidad de paisajes y climas ofrece una amplia gama de propuestas que atraen, durante todo el año, a visitantes de todas las provincias argentinas y del mundo (Ver Tabla 23).

El turismo la segunda actividad económica de la provincia, sin embargo, no contamos con la información precisa de su participación en el PBI provincial. Dispone de importantes atractivos naturales -como lagos, ríos, montañas, volcanes, aguas termales y bosques- que se conjugan con propuestas culturales de singular valor. Las fiestas populares, religiosas o productivas, involucran la participación comunitaria, tienen gran tradición y se distinguen por la gastronomía regional y la hospitalidad de la gente.

Entre los productos turísticos neuquinos se destacan los centros deportivos invernales; la pesca y caza deportiva; el agroturismo y el enoturismo; el turismo termal, de reuniones, religioso, paleontológico y arqueológico; el montañismo, trekking, senderismo; las cabalgatas y el campamentismo, la observación de aves y el rafting.

Una empresa estatal provincial – NeuquénTur S.E. – se dedica a la promoción turística internacional, nacional y regional.

El turismo en números:

- 776 hoteles habilitados
- 22.242 plazas hoteleras habilitadas
- 3.100.000 pernoctes temporada 2015

Dada la cantidad de actores intervinientes en el sector no se han podido individualizarlos, a los fines de este estudio. Sin embargo, se incluye en la tabla número 24 la clasificación de establecimientos por categoría. Tampoco se ha podido acceder a los datos referidos a la mano de obra empleada en el sector.

Tabla 23: Establecimientos hoteleros por año según clase y categorías.

Período 2011-2015.

Clase	Categoría	Año				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>		<b>709</b>	<b>700</b>	<b>725</b>	<b>745</b>	<b>776</b>
Hotel	*	16	15	14	12	10
	**	27	25	26	30	30
	***	26	28	32	33	34
	****	6	6	6	7	11
	*****	3	3	3	3	2
	s/c	8	7	9	9	9
Hostería	*	27	26	26	25	25
	**	36	36	38	37	36
	***	60	61	60	61	63
	****	13	13	14	14	14
	*****	1	1	1	1	1
	s/c	12	13	17	17	19
Motel	*	2	2	2	2	2
	**	2	2	2	1	1
	***	1	1	1	1	1
Cabaña	*	35	34	32	29	29
	**	71	70	73	73	72

	***	66	66	68	70	73
	****	1	1	1	1	2
	s/c	38	36	37	45	44
Apart-Hotel	*	19	18	17	17	16
	**	35	35	35	33	32
	***	54	51	54	53	52
	****	1	1	1	2	3
	s/c	6	7	8	9	11
Dormis	*	3	3	3	3	3
	**	2	2	2	2	2
	***	1	1	1	1	1
	s/c	8	9	10	11	12
Residencial	c/u	14	14	13	10	10
Albergue turístico	c/u	33	29	31	35	38
Albergue turístico alternativo <sup>1</sup>	c/u	68	70	74	82	103
Alojamiento rural	c/u	14	14	14	16	14
Turismo rural comunitario mapuche	c/u	.	.	.	.	1

<sup>1</sup> Incluye modalidades: cama/desayuno y viviendo turística

s/c: sin categoría

c/u: categoría única

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Subsecretaría de Turismo.

### Movimiento de pasajeros y vuelos según año y mes en el Aeropuerto Internacional de Neuquén durante el primer semestre del período 2014-2016

La Dirección Provincial de Estadística y Censos, a partir de la información proporcionada por Aeropuertos del Neuquén, presenta datos sobre el movimiento de pasajeros y vuelos a la Ciudad de Neuquén correspondiente a los primeros seis meses de los últimos 3 años. Al realizar un análisis de la evolución de los indicadores se denota que, por un lado, la cantidad de pasajeros muestra un crecimiento, mientras que la cantidad de vuelos manifiesta reducciones en los valores acumulados.

- Movimiento de personas: los mejores totales semestrales se dieron en el año 2016, llegando a un total de 344.005 pasajeros. Comparativamente, creció un 14,6% y 6,8% con relación a 2014 y 2015 respectivamente.
- Movimiento de vuelos: Para el período semestral analizado, en el año 2014 se registró la mayor cantidad de vuelos, alcanzando una oferta de 7.582 aeronaves. Durante los años subsiguientes se produjeron variaciones negativas, en un 5,3% con relación a 2015, y 14,4% con respecto al año 2016. Las disminuciones registradas en la cantidad de vuelos comenzaron desde el primer bimestre del año en curso, producto de la eliminación de al menos un 50,0% de los vuelos semanales al sur del país.

#### **ii. Oferta exportable.**

La evolución de las exportaciones de la provincia de Neuquén durante el período 2006 –2016 demuestra una caída drástica, en la cual todos los rubros de exportación han visto disminuir sus ventas, de acuerdo con la información estadística provista por la Subsecretaría de Comercio Exterior (Ver Tabla 24 y Gráfico 1).

Si bien se observa que las exportaciones nacionales en los últimos años han oscilado levemente, ha habido una caída contundente del 75% a nivel nacional según datos del INDEC (Ver Anexo 1) en el rubro combustibles y energía. Esta información es muy relevante para la provincia, dado que el rubro “Combustibles y Energía” se trata de la primera actividad de exportación de Neuquén. Esta situación explica la considerable disminución de las exportaciones provinciales.

El cepo cambiario, la inflación, el aumento de los costos de producción y costos logísticos, la falta de competitividad y la crisis de la economía mundial fueron algunos de los múltiples factores que han perjudicado la exportación de la provincia. Pese a ello, se espera que la próxima década se retome el camino alcista.

Tabla 24: Exportaciones de la Provincia de Neuquén. Período 2006-2016.

<b>Año</b>	<b>FOB Dólares</b>	<b>Porcentaje Tendencia Interanual</b>
2006	925,685,613	
2007	670,258,539	-27,59%
2008	513,067,326	-23,45%
2009	404,901,730	-21,08%
2010	328,329,664	-18,91%
2011	362,165,253	10,31%
2012	283,569,222	-21,70%
2013	254,411,123	-10,28%
2014	211,603,175	-16,83%
2015	155,913,320	-26,32%
2016	90,382,399	-42,03%

**Fuente:** Subsecretaría de Comercio Exterior.

Gráfico 1: Exportaciones de la Provincia de Neuquén. Período 2006-2016



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

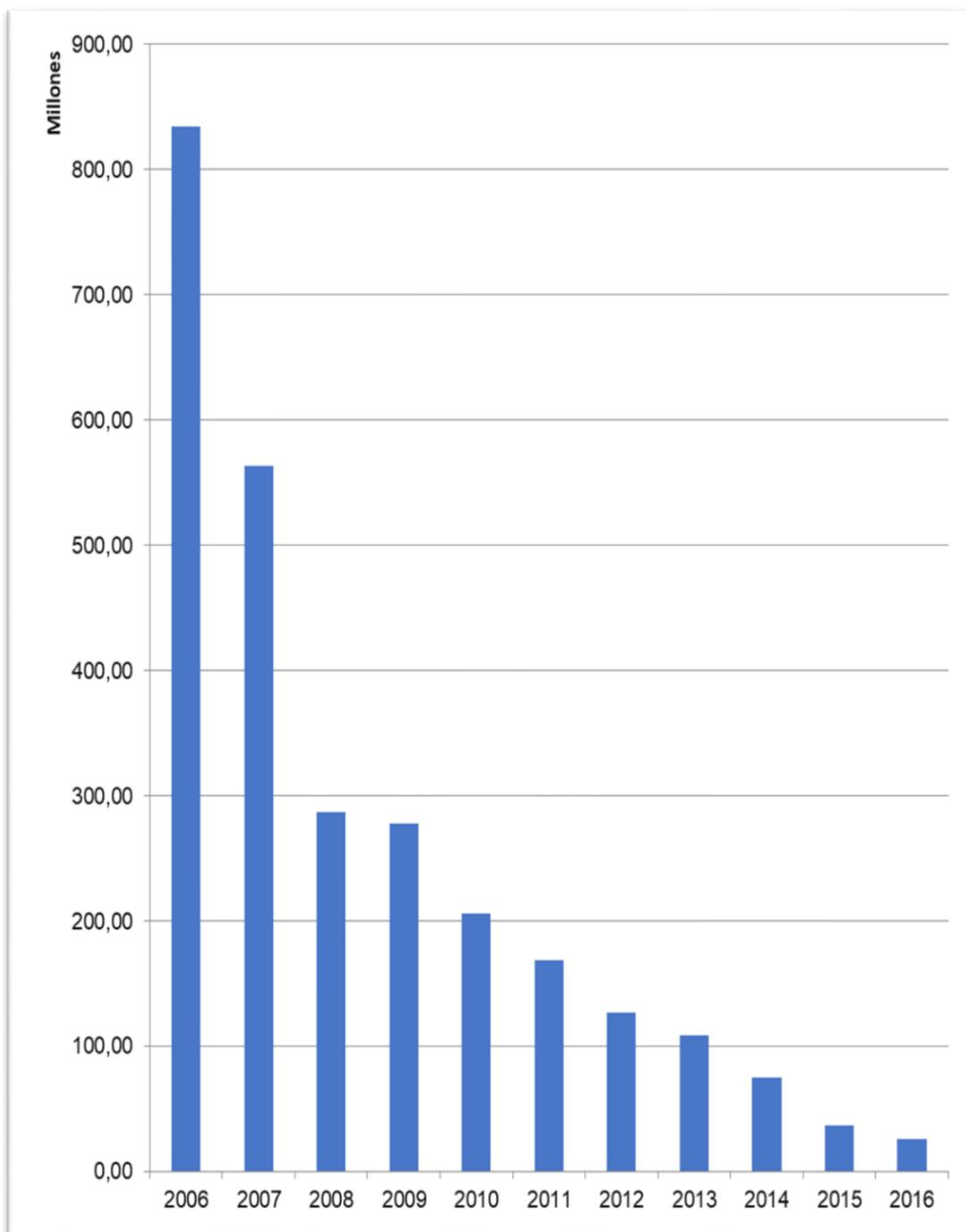
El total de las exportaciones de la provincia de Neuquén para el período analizado, es decir 2010-2016, abarca 71 capítulos del Código Arancelario.

Del análisis de las estadísticas de exportación surge que sólo 8 capítulos o grandes rubros del Código Arancelario concentraron más del 97% de la exportación de la provincia de Neuquén – medido en valor FOB USD.

Para poder ilustrar la incidencia de los distintos rubros en la exportación de la provincia se han desarrollado 3 gráficos, en función al valor FOB USD. Luego se analizan 8 grandes capítulos de exportación de la provincia por separado.

El primer gráfico releva exclusivamente la exportación de “Gas de Petróleo y otros hidrocarburos” dado que es el capítulo más relevante; y como se mencionó anteriormente, el sector productor de combustibles y energías constituye la principal actividad exportadora de la provincia, concentrando más del 64% del total FOB USD exportado en el período analizado. (Ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Capítulo 27 – Exportación de Gas de petróleo y otros hidrocarburos  
2006-2016 – en valor FOB USD

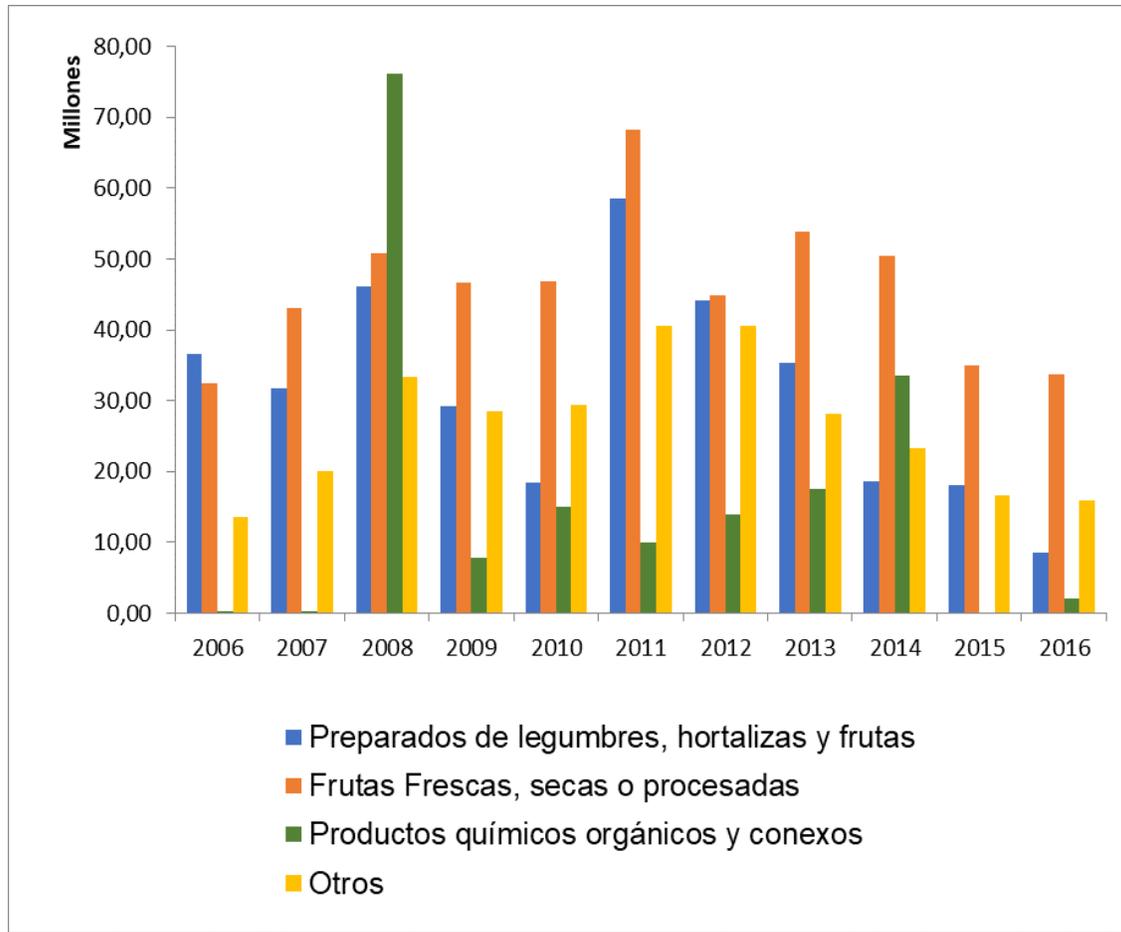


**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

En el gráfico a continuación, (Ver Gráfico 3) se detallan los rubros que han exportado más de 10.000.000 de dólares durante el período 2006-2016.

Son 12 rubros donde la exportación de Productos Químicos Orgánicos, Frutas Frescas y Preparaciones de Hortalizas y Frutas son los más relevantes, con un porcentaje mayor al 77%. Luego encontramos rubros menores como Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; Máquinas y aparatos, material eléctrico o Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos o Resto de productos primarios (reino animal, vegetal y minerales), que en su conjunto suman el 18%.el total.

Gráfico 3: Exportaciones < USD 10.000.000. Período 2006-2016



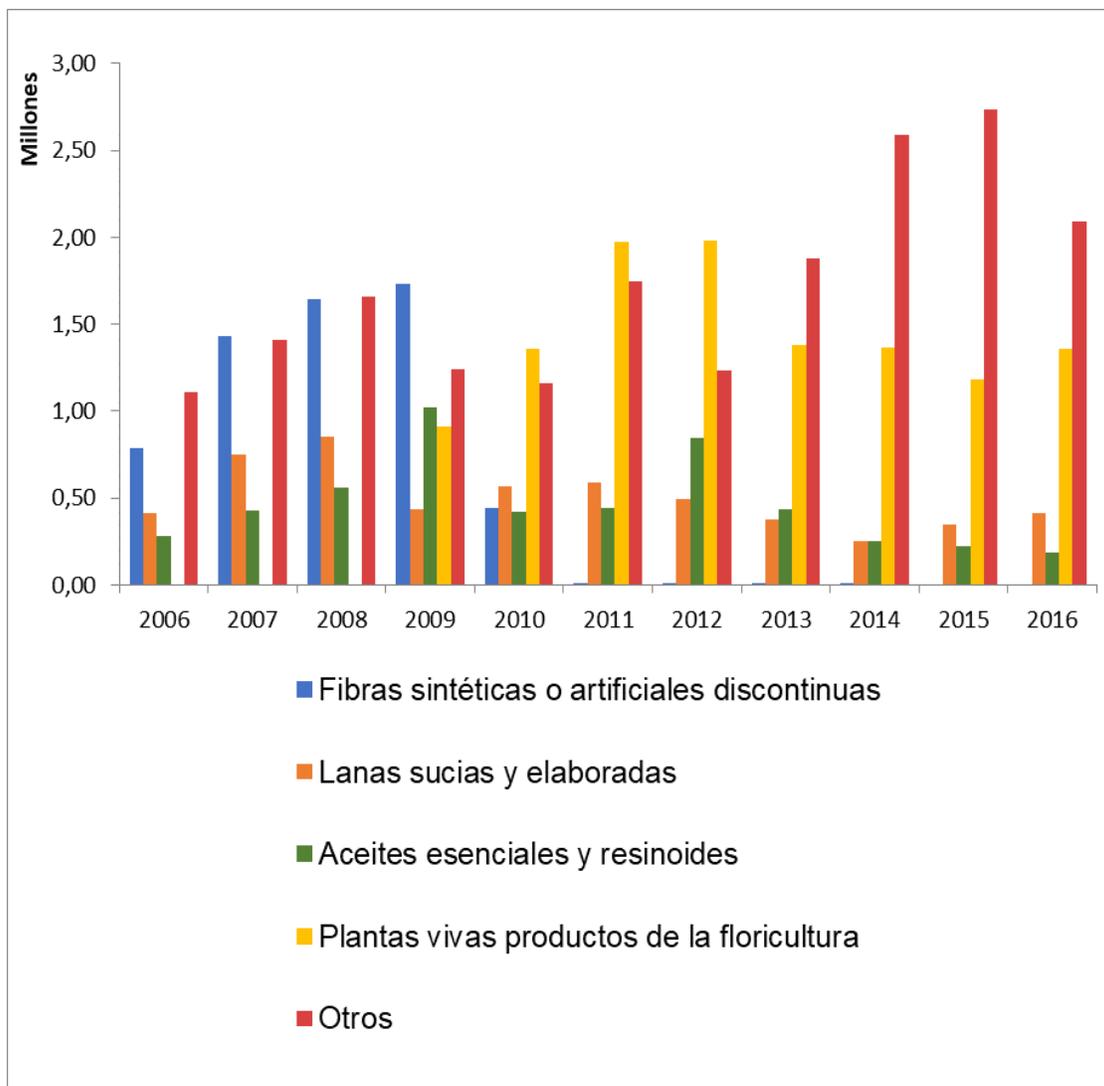
**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaria de Comercio Exterior.

En el tercer gráfico de detallan las exportaciones con valor FOB por debajo de 10.000.000 de dólares totales, durante el período 2006-2016 (Ver gráfico 4).

Los principales rubros son el de “Fibras sintéticas, Lanás sucias y elaboradas”, “Aceites esenciales y resinoides” o “Plantas vivas, las cuales en conjunto representan más del 61% del total. Dentro de la categoría “Otros”

encontramos rubros como “Productos diversos de las industrias químicos y conexos” o “Materias plásticas y sus manufacturas”, como más representativos.

Gráfico 4: Exportaciones > USD 10.000.000. Período 2006-2016



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Los 8 principales Capítulos o Rubros del Código Arancelario exportados por Neuquén durante el período 2006-2016 son los siguientes:

**1. Capítulo 27 (Ver Tabla 25 y Gráfico 5):**

- Combustibles Minerales, Aceites Minerales y Productos de su destilación; Materias Bituminosas; Ceras Minerales.

Tabla 25: Total Exportaciones Capítulo 27. Período 2006-2016.

<b>Año</b>	<b>Capítulo</b>	<b>FOB USD</b>
2006	27	834,665,350.00
2007	27	563,674,542.00
2008	27	287,254,831.64
2009	27	278,143,000.02
2010	27	205,910,108.06
2011	27	169,288,491.29
2012	27	127,007,586.33
2013	27	109,242,865.28
2014	27	75,291,126.42
2015	27	36,631,169.79
2016	27	25,857,230.25
<b>Total General</b>		<b>2,712,966,301.08</b>

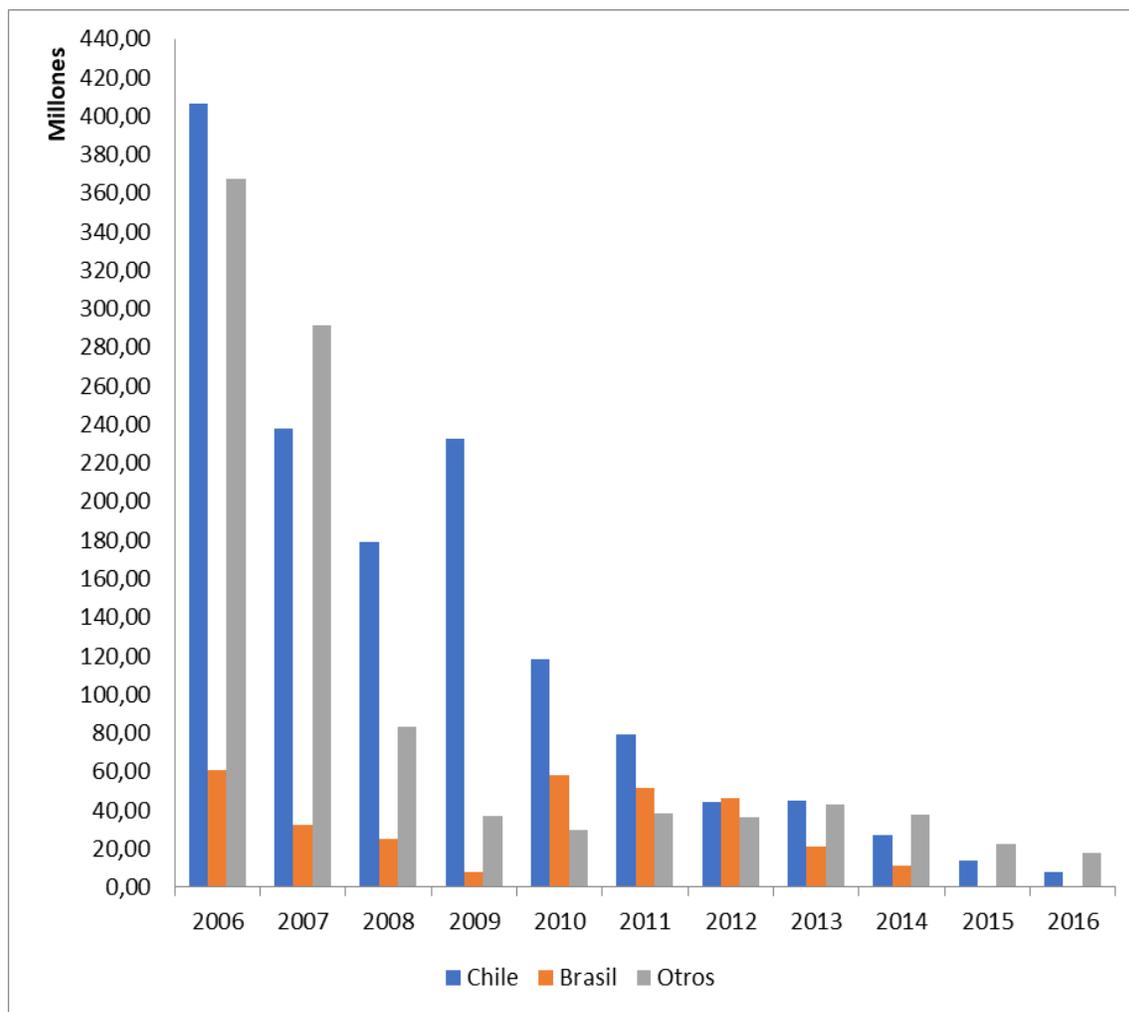
Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

El capítulo 27 incluye la exportación de productos como el Gas de petróleo y otros hidrocarburos, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.

Se mantuvo constante como el primer Capítulo/Rubro exportado por la provincia de Neuquén durante el periodo 2006/2014, aunque siempre la tendencia fue a la baja. Esto se explica por la gran demanda interna de gas y los mejores precios en el comercio nacional por sobre el ámbito internacional para los hidrocarburos. Particularmente para el gas, esta situación motivo su reinsertión en el mercado local. Esta situación dejo a muchos mercados – sobre todo los limítrofes - sin abastecimiento desde Argentina.

En el periodo 2015-2016, la exportación del Capítulo 27 descendió al segundo lugar, en base al valor FOB USD. Fue superado por la exportación de productos químicos orgánicos (Capítulo 29) y Frutas y frutos comestibles (Capítulo 8).

Gráfico 5: Destinos de Exportaciones Capítulo 27. Período 2006-2016\_



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

El destino más relevante fue Chile, mientras que Brasil mantuvo su demanda a lo largo del período con altibajos y sobre el final del mismo perdió relevancia. Estados Unidos y Uruguay, dentro de la categoría “Otros” también tuvieron cierta importancia, pero las exportaciones a lo largo de los años fueron perdiendo fuerza.

## 2. Capítulo 8 (Ver Tabla 29 y Gráfico 6):

- Frutas y frutos comestibles

Tabla 26: Exportaciones Capítulo 8. Período 2006-2016.

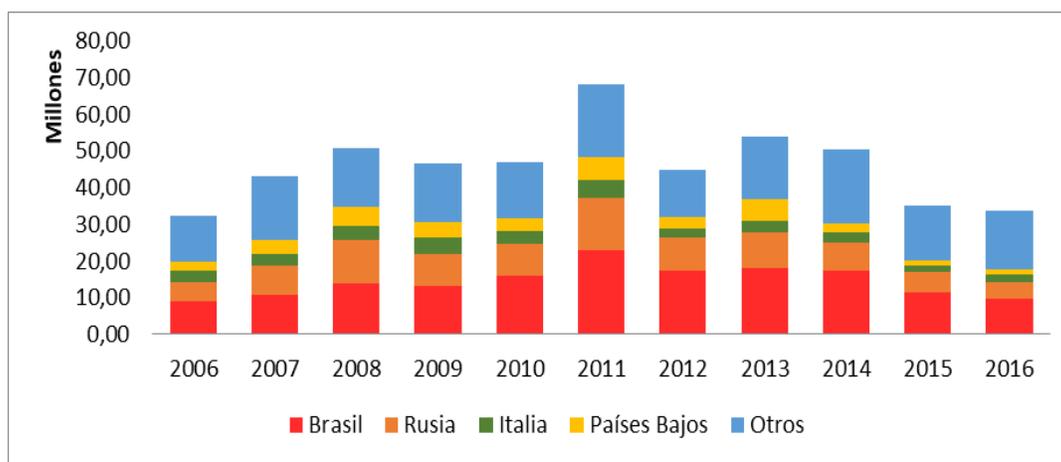
Año	Capítulo	Suma de PESO KG	Suma de FOB USD
2006	8	60,897,683.00	32,436,622.00
2007	8	71,091,865.00	43,117,284.00
2008	8	67,105,040.80	50,814,445.05
2009	8	62,282,648.90	46,626,668.17
2010	8	57,127,221.00	46,904,129.79
2011	8	78,654,056.13	68,255,578.44
2012	8	47,265,175.72	44,848,571.98
2013	8	54,454,844.66	53,795,009.06
2014	8	50,269,431.67	50,440,264.60
2015	8	39,416,497.96	35,034,424.35
2016	8	35,878,964.17	33,705,423.98
<b>Total general</b>		<b>624,443,429.01</b>	<b>505,978,421.42</b>

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

En este capítulo se incluye la exportación de Peras, Manzanas, Ciruelas y Cerezas. En todos los casos se trata de fruta fresca.

La provincia compite con países como Chile, Brasil, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda y exporta en contra estación con el hemisferio norte. Incluso, en el caso de las cerezas, la provincia cuenta con la ventaja de tener la cosecha 15 días aproximadamente antes que la de Chile, situación que le permite llegar a los mercados internacionales con anticipación.

Gráfico 6: Destinos de Exportaciones Capítulo 8, período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Los principales mercados de exportación fueron Brasil, Rusia, Estados Unidos, Países Bajos. Vale destacar que en el caso de las Cerezas, China es un mercado que ha ido creciendo. Es importante remarcar que parte del producto que se destina al país asiático ingresa por Hong Kong.

Ahora bien, de acuerdo con el informe del Observatorio de Políticas Públicas de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNAV) publicado en la sección "Campo" del diario *Ámbito Financiero* del 6 de marzo del corriente año, el sector de peras y manzanas atraviesa una crisis de producción donde la misma fue la más baja de los últimos 10 años. El informe manifestaba:

*"El panorama en el sector externo de la cadena frutícola de las peras y manzanas ha venido sumando inconvenientes, tanto en términos de la locación de productos en el mercado interno, como en cuanto a las colocaciones de productos primarios y procesados en los principales destinos de exportación". Al respecto, sostiene que "en un contexto de inflación de costos creciente, de una deficiente infraestructura de rutas para distribuir la producción y de un sistema tributario que recae en mayor medida sobre el eslabón más débil de la cadena, la crisis sistémica del sector no parece estar cerca de verificar un cambio de tendencia".*

Por otro lado, un informe del SENASA, publicado por el diario *Clarín* el 29 de mayo del corriente año, en la sección Economía, también da cuenta de la situación de crisis que viven los productores de peras y manzanas. A continuación detallamos algunos puntos interesantes:

*Las exportaciones que alimentan la economía del Alto Valle de Río Negro y Neuquén sumaron en el primer trimestre de 2017, 140.668 toneladas, un 18,5% por debajo de lo que se comercializó en el mismo periodo de 2016, es decir 172.678 toneladas.*

*Las manzanas cayeron un 37% y las peras un 15% , en toneladas.*

*El mayor comprador de manzanas fue Paraguay, con 2.983 toneladas seguido por Rusia, que adquirió 2.720 toneladas en el primer trimestre de 2017.*

*Los demás compradores tradicionales registraron bajas importantes. El caso más notorio es el de Brasil que importó apenas 1.600 toneladas de manzanas durante la primera parte del presente año, contra las casi 8.000 del año pasado, lo que representa un derrumbe del 71%. En el caso de las peras, Rusia compró 29.651 toneladas durante el primer trimestre del 2017 y Brasil 29.139. En el caso*

*de Estados Unidos e Italia, compraron 23.547 y 17.188 toneladas, registrando cifras por debajo de las del 2015.*

*La crisis del sector frutícola no muestra señales de recuperación. Sin embargo, los 540 millones pesos que el gobierno destinará a paliar la situación representan un alivio parcial para los productores locales.*

*Según la Federación de Productores de Frutas, en 2015 las necesidades de reactivación del sector ya se traducían en 1.500 millones de pesos. En la actualidad esta cifra podría superar los 2.000 millones de peso.*

*La falta de competitividad frente a los otros actores del mercado internacional está golpeando severamente las posibilidades de los chacareros y las comercializadoras.*

*Uno de los propietarios de la empresa San Formerio, una de las mayores productoras del Alto Valle, hoy a punto del cierre, relató a al Diario Clarín que para equilibrar sus costos tendrían que vender la caja de 18 kilos de manzana a un valor de entre 18 y 19 dólares. Sin embargo, Chile la ofrece a 14 dólares. El consumo interno de 240 mil toneladas de manzanas no compensa las necesidades de la industria.*

*Chile se convirtió en un competidor directo de Argentina en el mercado brasileño en los últimos dos años. En 2014 el país trasandino poseía el 36,32% del mercado y en 2015 trepó al 71,82%. En tanto que la Argentina, en el mismo periodo, pasó de tener un 42,6% a un 19,41%.*

*Los productores nacionales le han pedido al gobierno nacional una mejor financiación para actualizar la industria en materia de tecnología y cultivo de variedades, baja de impuestos, reducción de los costos laborales y mejores condiciones competitivas que ayudarían a enfrentar el avance de países como Chile y Nueva Zelanda.*

*Una de ellas sería negociar la supresión del Sistema de Mitigación de Riesgo (SMR) que, no incluye a otros competidores, y condiciona la velocidad y los destinos de la fruta argentina.*

### 3. Capítulo 20 (Ver Tabla 31 y Gráficos 7 y 8):

- Preparaciones de hortalizas, de frutas y otros frutos o demás partes de plantas.

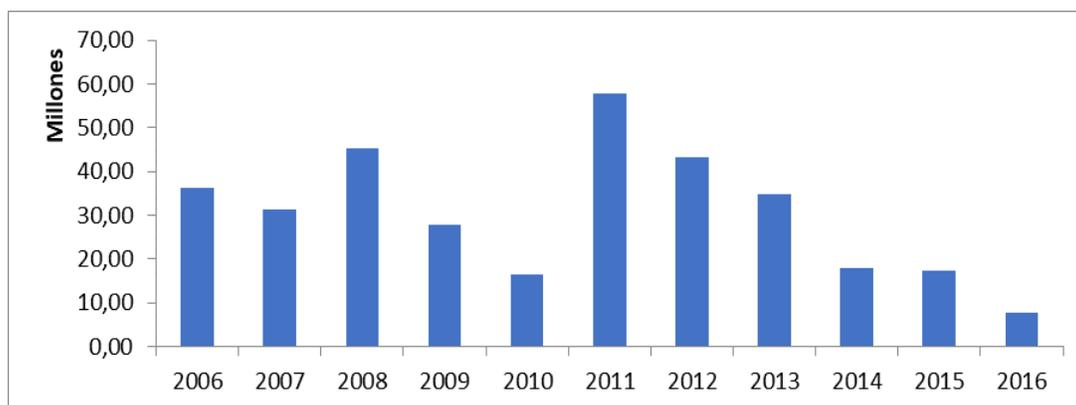
Tabla 27: Exportaciones Capítulo 20. Período 2006-2016.

Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	36,530,081.00	
2007	31,663,995.00	-15
2008	46,170,435.07	31
2009	29,186,061.26	-58
2010	18,417,337.17	-58
2011	58,576,463.13	69
2012	44,151,239.71	-33
2013	35,386,647.11	-25
2014	18,681,532.45	-89
2015	18,025,617.07	-4
2016	8,559,735.23	-111
<b>Total general</b>	<b>345,349,144.20</b>	

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Dado que más del 90% de la exportación del capítulo 20 tuvo como destino el mercado de los Estados Unidos, se realizará un análisis separado de dicho mercado (Ver Gráfico 7). El producto exportado se presenta como jugo de manzana o de otras frutas.

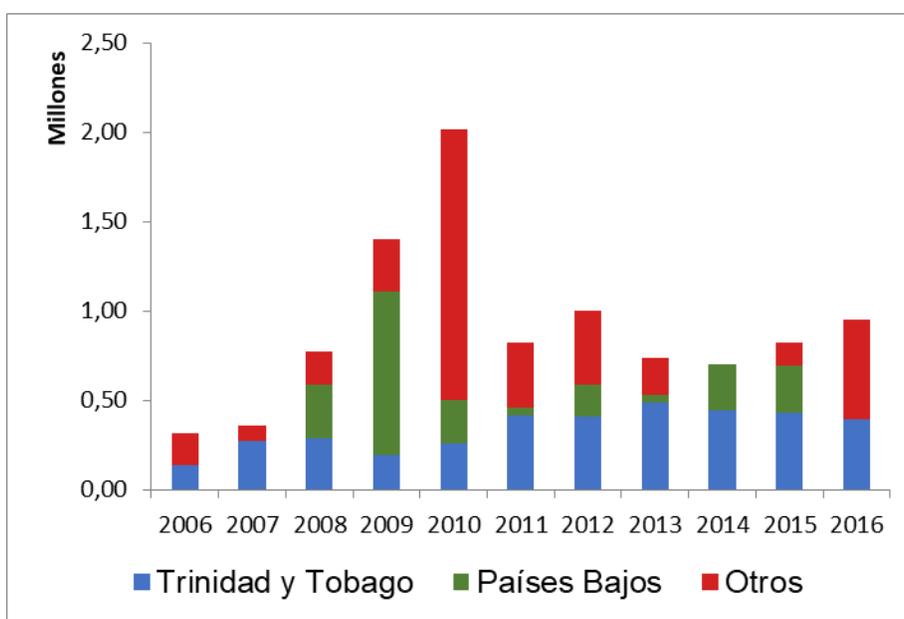
Gráfico 7: Exportaciones Capítulo 20 a Estados Unidos, período 2006-2016 en millones de dólares FOB.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Vale mencionar que la crisis del sector frutícola ha arrastrado a los subproductos. Si bien Estados Unidos es el principal mercado, la estadística muestra una disminución de los despachos en forma constante desde el año 2012. Casi el 10% del total exportado por la provincia, durante el período 2006-2016, se divide en más de 12 destinos diferentes. Trinidad y Tobago y Países Bajos son los principales mercados mientras que Alemania, dentro de la categoría “Otros”, es el destino más destacado (Ver Gráfico 8).

Gráfico 8: Destinos de Exportaciones Capítulo 20. Período 2006-2016.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior

#### 4. Capítulo 29 (Ver Tabla 28 y Gráficos 9 y 10):

- Productos químicos orgánicos

Tabla 28: Exportaciones Capítulo 29. Período 2006-2016.

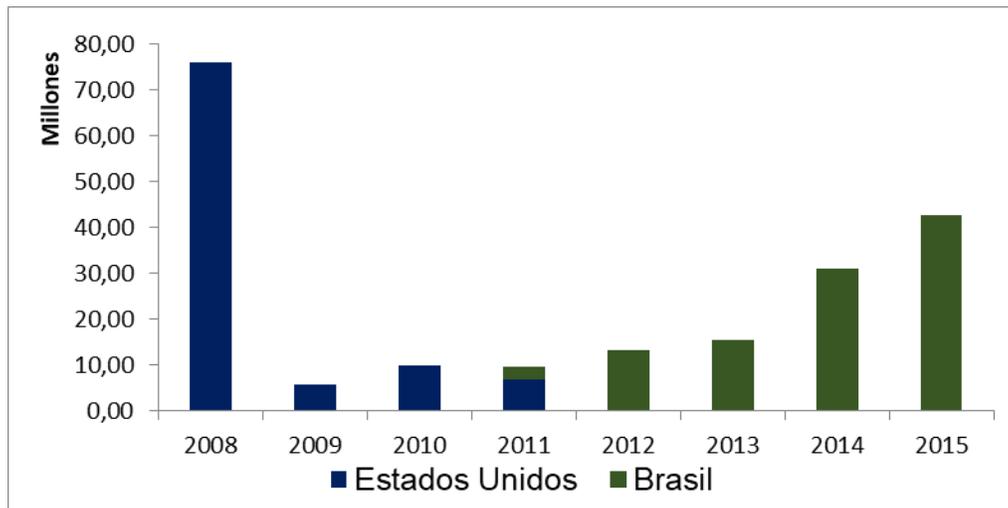
Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	177,504.00	
2007	151,280.00	-17
2008	76,185,842.60	100
2009	7,822,549.40	-874
2010	14,977,090.05	48

2011	9,994,757.52	-50
2012	13,940,988.67	28
2013	17,449,524.07	20
2014	33,437,744.17	48
2015	44,698,313.55	25
2016	2,011,145.00	-2123
<b>Total general</b>	<b>220,846,739.03</b>	

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Este capítulo incluye metanol<sup>3</sup> y los ácidos fumaricos, sus sales y esteres. Precisamente el metanol fue el producto que más se exportó. Este producto representa más del 90% de la exportación del capítulo 29. Brasil representó el principal destino de exportación, seguido por los Estados Unidos. Entre ambos países concentraron más del 90% del total de la exportación de Metanol.

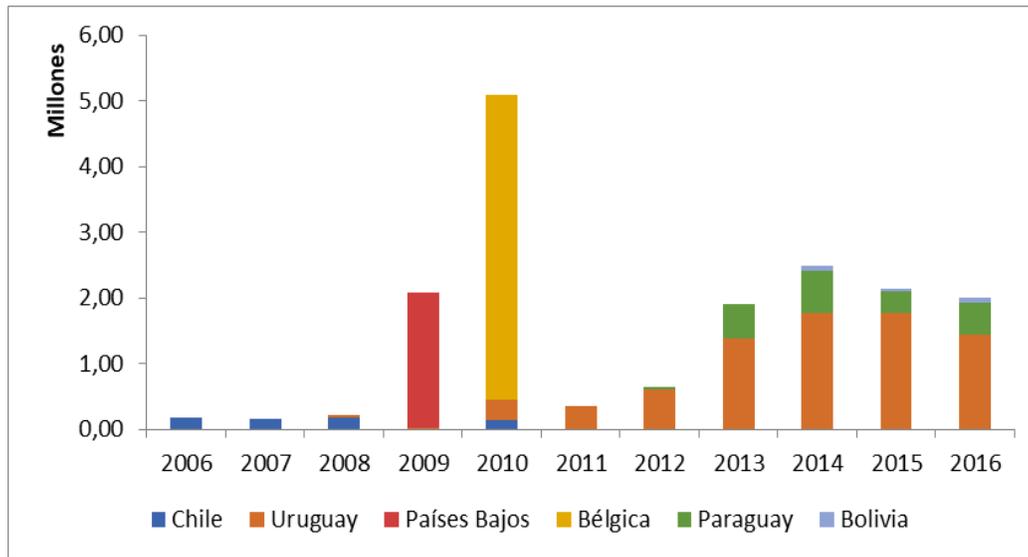
Gráfico 9: Exportaciones Capítulo 29 a Estados Unidos y Brasil, período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

<sup>3</sup> El metanol tiene múltiples aplicaciones en la industria.

Gráfico 10: Destinos de Exportación Capítulo 29. Período 2006-2016.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Mercados como Chile, Países Bajos o Bélgica han sido reemplazados por otros más estables como Uruguay, Paraguay o Bolivia. Vale destacar que, en dichos países la industria química es muy incipiente en relación de Argentina.

## 5. Capítulo 22 (Ver Tabla 29 y Gráfico 11):

- Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre

Tabla 29: Exportaciones Capítulo 22, período 2006-2016.

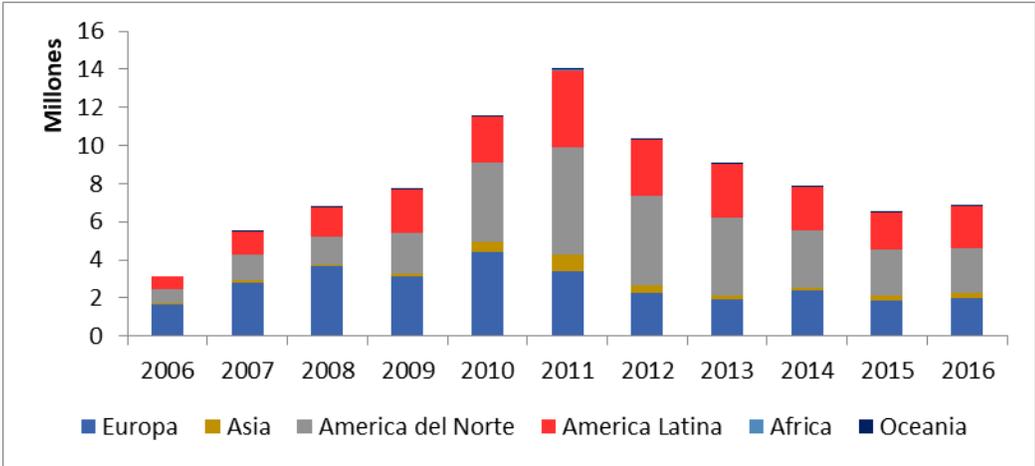
Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	3,131,969.00	
2007	5,439,504.00	42
2008	6,574,452.44	17
2009	7,477,588.15	12
2010	10,881,090.48	31
2011	13,920,221.02	22
2012	10,137,810.63	-37
2013	9,074,068.53	-12
2014	7,847,846.45	-16
2015	6,516,557.61	-20
2016	6,764,202.63	4
<b>Total</b>	<b>87,765,310.94</b>	

**Fuente:** Subsecretaría de Comercio Exterior.

Los principales productos exportados son los vinos finos, en envases igual o inferior a 2 litros, y los vinos espumosos, tipo champagne. Vale destacar que este es uno de los pocos rubros exportados por la provincia de Neuquén que se ha mantenido constante en términos de exportación, sin registrar bajas abruptas como en otros sectores de la economía de la provincia. Esto se debe a un reconocimiento a la calidad y a la mejor inserción y madurez del producto en los distintos mercados de exportación. La industria se ha reconvertido en los últimos 15 años, con grandes inversiones y muchas adquisiciones de bodegas emblemáticas en manos de empresas extranjeras.

Por otro lado, el sector privado, apoyado por el sector público, ha hecho hincapié en la calidad del producto trabajando en forma conjunta en distintos programas de desarrollo y capacitación. La búsqueda de la diferenciación – por calidad – frente a otros competidores de peso en el mercado mundial como así también su mayor difusión ha ayudado a los vinos finos a crecer tanto en el mercado local como en el exterior. Actualmente, es un rubro que está en crecimiento en diversos mercados como por ejemplo China. No obstante ello, los mercados tradicionales son Estados Unidos, Brasil, México y UE.

Gráfico 11: Destinos de Exportaciones Capítulo 22. Período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

**6. Capítulo 25 (Ver Tabla 30 y Gráfico 12):**

- Sal; Azufre; Tierra y Piedras; Yesos; Cales y Cementos

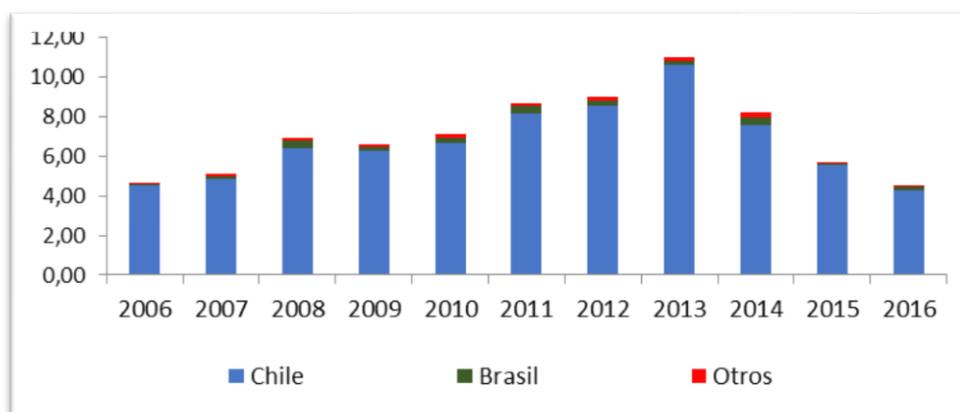
Tabla 30: Exportaciones Capítulo 25. Período 2006-2016.

Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	4,638,561.00	
2007	5,124,242.00	9
2008	6,900,833.03	26
2009	6,611,056.77	-4
2010	7,116,021.52	7
2011	8,660,988.18	18
2012	8,987,732.21	4
2013	11,037,997.73	19
2014	8,204,922.04	-35
2015	5,717,946.73	-43
2016	4,512,432.98	-27
<b>Total general</b>	<b>77,512,734.19</b>	

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Dentro del Capítulo 25 encontramos productos como dolomita, bentonita, cemento, yeso o piedras machacadas, entre otros. La exportación del capítulo 25 se concentró en el mercado de Chile, donde se destinó en promedio de 93% del total exportado. Luego le siguieron destinos como Brasil, que recibió el 3% del total. Dentro de “Otros” podemos ubicar a Uruguay, Paraguay o Colombia como los más relevantes. En todos los casos son productos primarios sin valor agregado.

Gráfico 12: Destinos de Exportaciones Capítulo 25. Período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

## 7. Capítulo 84 (Ver Tabla 31 y Gráfico 13):

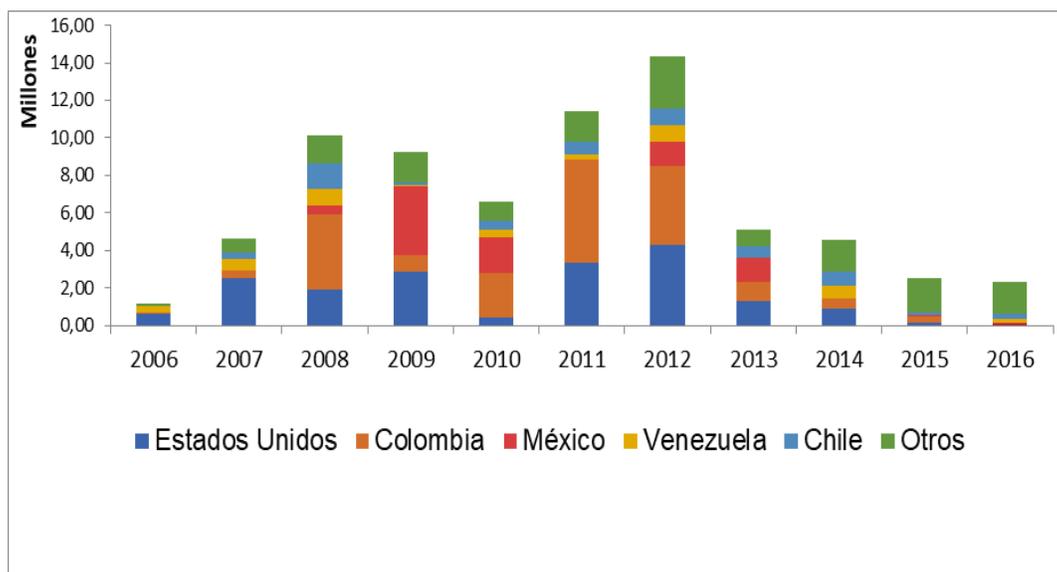
- Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.

Tabla 31: Exportaciones Capítulo 84. Período 2006-2016.

Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	1,184,112.00	
2007	4,606,767.00	74
2008	10,108,822.42	54
2009	9,270,300.86	-9
2010	6,633,322.30	-40
2011	11,455,238.54	42
2012	14,332,111.92	20
2013	5,087,205.42	-182
2014	4,574,873.18	-11
2015	2,495,185.06	-83
2016	2,303,653.17	-8
<b>Total general</b>	<b>72,051,591.87</b>	

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Gráfico 13: Destinos de Exportaciones Capítulo 84, período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Los principales mercados de exportación fueron Estados Unidos, México, Colombia, Venezuela y Chile, quienes conjuntamente concentraron el 70% de la exportación. Dentro de la categoría “Otros” se destacan Bolivia, Perú, Brasil y Ecuador.

**8. Capítulo 26 (Ver Tabla 332 y Gráfico 14):**

- Minerales metalíferos, escorias y cenizas

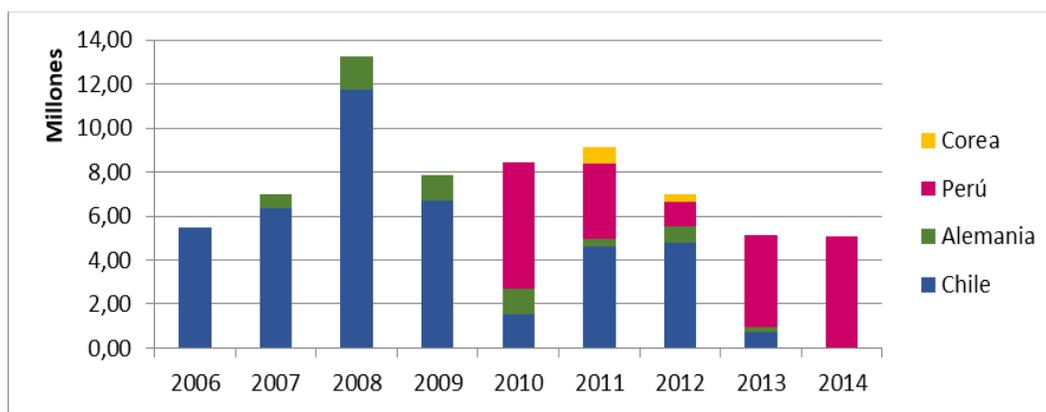
Tabla 32: Exportaciones Capítulo 26. Período 2006-2016.

Año	Suma de FOB USD	Tendencia Interanual (%)
2006	5,474,500.00	
2007	6,980,907.00	22
2008	13,256,811.30	47
2009	7,840,459.58	-69
2010	8,434,426.50	7
2011	9,130,507.44	8
2012	6,988,796.70	-31
2013	5,110,002.73	-37
2014	5,063,822.99	-1
<b>Total general</b>	<b>68,280,234.24</b>	

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Es dable decir que no se registraron exportaciones en este capítulo durante los años 2015 y 2016.

Gráfico 14: Destinos de Exportaciones Capítulo 26. Período 2006-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Corea del Sur, Perú, Alemania y Chile, concentraron el 100% del producto exportado bajo el Capítulo 26. Los países sudamericanos recibieron más del 70% del total exportado.

### iii. **Análisis FODA de interacción comercial con Asia.**

La provincia de Neuquén ha demostrado un creciente interés en fortalecer el comercio de bienes y servicios con Asia, y en particular con China (Ver tabla 34 y 35). Este desafío representa tanto una oportunidad como una amenaza para los sectores económicos locales. La provincia cuenta tanto con fortalezas como debilidades para afrontarlo. Estos conceptos se analizan a continuación.

#### Fortalezas

- Prometedoras perspectivas de crecimiento de la provincia para los próximos años.
- Productos naturales de excelente calidad y variedad.
- Industria minera y derivados del petróleo con fuerte perfil exportador
- Incentivos fiscales para invertir y producir en la provincia.
- Parques Industriales y Polos Tecnológicos.

#### Debilidades

- Costos de producción y mano de obra.
- Falta de infraestructura.
- Pequeña escala de producción
- Dependencia del sector de hidrocarburos.
- Falta de oferta de productos desarrollados o con valor agregado.

#### Oportunidades

- Productos agroindustriales con posibilidades de ingresar en el mercado asiático (vinos, manzanas, peras, jugos).
- Cercanía con Chile: permite salida de mercadería por la costa del Pacífico.
- Productos de contra estación con el hemisferio norte.
- Calidad e imagen de la provincia asociada a La Patagonia.
- Mercados asiáticos en crecimiento y ávidos de descubrir productos nuevos.

## Amenazas

- Competencia de otros países que apuntan a captar los mismos mercados.
- Falta de competitividad en PYMES
- Ausencia de economía de escala
- Costos logísticos y operativos para trasladar la mercadería.
- Barreras sanitarias.

Tabla 33: Exportaciones de Neuquén a Asia. Período 2006-2016.

<b>Destino</b>	<b>Total Valor FOB USD</b>
China	177,378,750
Singapur	7,773,189
Hong Kong	7,720,602
Japón	2,267,054
Corea	1,678,755
Indonesia	948,901
India	290,754
Taiwán	187,209
Malasia	163,062
Tailandia	16,276
Filipinas	9,167
Vietnam	4,441
<b>Total general</b>	<b>198,438,158</b>

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior.

Tabla 34: Ranking de principales productos exportados por Neuquén a Asia. Período 2006-2016.

<b>Ranking</b>	<b>Producto</b>	<b>Destino</b>	<b>FOB USD</b>
1	Aceite crudo de petróleo	China	173,898,862
2	Aceite crudo de petróleo	Singapur	5,625,350
3	Vino Fino	China/Corea del Sur/Filipinas/Japón/Malasia/Singapur/Vietnam	1,981,513
4	Peras	Corea del Sur/India/Indonesia/Malasia/Singapur	1,491,868
5	Glicerol en bruto	China	1,146,535

	-Los demás//Minerales de los metales preciosos y sus concentrados		
6		Corea del Sur	1,119,923
7	Propano	Japón	1,071,320
8	Membrillo	Indonesia/Singapur/Malasia	1,050,587
9	Cerezas	India/Malasia/Singapur/Tailandia	448,072
10	Cuernos, Astas, cascotes, pezuñas, garras y picos	Corea del Sur	422,768
11	Lana sucia	China/India	382,371
12	Gas de petróleo	Japón	190,193
13	Los demás. Pelo fino	China	183,682
14	Vino espumoso	Japón	160,229
15	Manzanas	Filipinas/India/Indonesia/Malasia/Singapur/Vietnam	135,917
16	Máquinas de sondeo o perforación	India/Singapur/Tailandia	127,382

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

En la tabla a continuación (Ver Tabla 35) se puede apreciar el ranking de productos exportados por Neuquén a los mercados bajo análisis durante 2016 dentro de los rubros ubicamos a las frutas frescas como el principal rubro de exportación en 2016, seguido por las bebidas alcohólicas.

Tabla 35: Ranking de principales productos exportados por Neuquén a China, India, Japón, Filipinas, Malasia, Indonesia, Singapur, Vietnam, Corea del Sur y Tailandia.

Período 2016.

Producto	Destino	FOB USD
Peras	China/India/Indonesia/Singapur	306,727.00
Cerezas	Singapur/India/Malasia	252,416.00
Vino fino	Corea del Sur/China/Singapur/Japón	169,862.00
Lana sucia	China	115,923.15
Vino espumoso	Japón	30,874.50
Máquinas de sonde o perforación	Singapur	7,456.88
Máquinas y aparatos	India	6,960.48
Manzanas	India	1,719.90

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

## 2. ENTREVISTAS REALIZADAS CON REFERENTES DE LA PROVINCIA

El jueves 3 de agosto de 2017, en las oficinas de la Asociación de Desarrollo de Inversiones (ADI)<sup>4</sup> se llevaron a cabo las entrevistas con diferentes actores relevantes de la provincia de Neuquén, los cuales se detallan a continuación.

### i. **Ministerio de Producción y Turismo de la Provincia de Neuquén**

En representación del Ministro de Producción y Turismo y la Dirección de Industria estuvo presente la Licenciada Ivana Rivero, directora Provincial de Industria y Comercio del Ministerio de Producción y Turismo.

La Lic. Ivana Rivero<sup>5</sup> expuso la coyuntura actual de la provincia en materia económica y de producción como así también los desafíos que tienen por delante para recuperar sectores de la agroindustria y afines que, representada mayoritariamente por pequeños y medianas empresas, han perdido competitividad en el mercado local. Además, expresó que algunas de ellas deben reconvertirse para poder seguir operando en el mercado.

La provincia cuenta tanto con incentivos fiscales para la radicación de industrias como con Parques Industriales y Polos Tecnológicos, cuyo objetivo es facilitar el desarrollo de nuevos emprendimientos.

No obstante, se remarca que la provincia tiene una gran dependencia de la industria de los hidrocarburos como principal generador de ingresos y empleo. El desafío es dinamizar el desarrollo de otras industrias con valor agregado, por fuera de los hidrocarburos y fruta fresca.

La industria debe orientarse a la elaboración de productos de calidad y con mayor valor agregado. Por otro lado, hay industrias como por ejemplo la de frutas secas, cerezas, vinos, acuicultura y forestación que están en crecimiento y la provincia debe apostar a su desarrollo.

Además, se debe incentivar el desarrollo de nuevas industrias o industrias de bienes y servicios conexas en el emprendimiento de Vaca Muerta. Con ese fin

---

<sup>4</sup> <http://www.adinqn.gov.ar>

<sup>5</sup> Directora Provincial de Industria y Comercio. Ministerio de Producción y Turismo

se ha creado un Polo Biotecnológico para realizar estudios multidisciplinarios y volcar en la industria local los nuevos desarrollos.

Por su lado, en representación del Subsecretario de Turismo estuvo presente la Directora General de Marketing Turístico, Licenciada Marta García, quien desde hace varios años viene trabajando en el área de turismo y hoy se desempeña como Directora General de Marketing, dependiente de la Subsecretaría de Turismo. La Lic. Marta García ha participado en la coordinación y elaboración del Plan Maestro de Turismo de la Provincia de Neuquén, entre otras actividades.

El turismo, para la economía de Neuquén, es una actividad clave, que dinamiza a las pequeñas y medianas economías del interior de la provincia y colabora activamente con el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales en zonas de turismo. Esta actividad es la segunda fuente de ingresos de la provincia.

Durante la reunión, se planteó la necesidad de conocer el gusto asiático por el turismo, por fuera de las grandes urbes, desde lo cultural, gastronómico, el interés por la naturaleza y por las diferentes actividades deportivas, como también demás necesidades que resulten relevantes para poder atraer al turista asiático a la provincia. De esta forma, se podría trabajar en armar un paquete turístico diseñado en base a los gustos del turista asiático y así lograr captar la atención del visitante y hacer crecer el turismo asiático en la provincia.

## ii. **COPADE**

En representación del Consejo de Planificación y Acción para el Desarrollo (COPADE)<sup>6</sup> se hizo presente la Licenciada Mariana Domínguez<sup>7</sup>, perteneciente a la Unidad de Promoción y Desarrollo de la Integración Fronteriza.

Vale la pena mencionar que el origen de COPADE se sitúa en los orígenes mismos de Neuquén como Provincia, donde hacia fines de los años 50 se comienzan a delinear opciones de desarrollo para hacer frente al atraso evidente respecto al resto del país. Se trataba de un escenario de un territorio nacional olvidado, incomunicado, desértico y escasamente poblado, sin caminos, escuelas

---

<sup>6</sup> <http://www.copade.gob.ar>

<sup>7</sup> Unidad de Promoción y Desarrollo de la Integración Fronteriza. Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo - COPADE

ni centros de salud. Frente a este panorama, las primeras autoridades provinciales empezaron a tejer el futuro de la provincia.

En 1963, cuando Felipe Sapag asumió su primera gobernación, se empezaron a delinear opciones de desarrollo para hacerle frente a esa situación. Entonces la planificación de la acción pública era un concepto novedoso, concebido como un instrumento para el progreso y la creación de una nueva sociedad. Planificar representaba el cambio y la posibilidad de concretar los sueños anhelados por todos los neuquinos.

Así nació el organismo que cumpliría esa función técnico-social, con el nombre de Consejo de Planificación y Acción para el Desarrollo (COPADE) y cuyos fundadores fueron el Ing. Pedro Salvatori, el Dr. Gregorio Moreno y el Ing. Silvio Tosello, al encargarse de materializar el proyecto a través de las leyes que lo pusieron en marcha, en septiembre de 1964.

El COPADE se caracterizó por mantener una continuidad de intenso trabajo, más allá de los regímenes políticos de turno y de a poco fue ganando renombre a nivel nacional.

En esta etapa del COPADE ya existía el convencimiento que había que transformar la riqueza de la provincia convirtiéndola en renovable, frente a la posibilidad de agotamiento del potencial petrolero. Y esa transformación debía producirse a través de la agricultura, el desarrollo de zonas de regadío, la actividad minera, el turismo, la producción de energía hidroeléctrica y eólica, siempre apoyado por la asistencia técnica y financiera del Consejo Federal de Inversiones - CFI.

Las necesidades eran básicas y se pensaba en abordarlas de forma sistémica. Todos los acontecimientos y problemas se relacionaban, para mejorar las condiciones de vida de las personas y sus localidades.

Algunas de las acciones más importantes que el COPADE realizó son las siguientes:

- Se impulsó el Plan Vial
- Se creó el Plan Educativo
- Creación de la Universidad de Neuquén
- Plan General de Viviendas

- Plan de Salud
- Se impulsó la ley 378 de Promoción Industrial y el Parque Industrial Neuquén (PIN).
- Se creó e implemento el Primer Plan de Turismo Provincial
- Se creó el Primer Plan de Telecomunicaciones
- Se conformaron tres importantes empresas públicas provinciales, orientadas a fortalecer el esfuerzo del Estado neuquino en el desarrollo económico y el logro de la diversificación industrial y nuevos canales de comercialización: la Corporación Forestal Neuquina (CORFONE), la Corporación Minera del Neuquén (CORMINE) y Artesanías Neuquinas S.E.

Desde ese entonces, el COPADE sigue trabajando en la planificación, la acción y el desarrollo de la provincia.

Anualmente COPADE realiza un informe de Gestión donde se recopilan los datos más relevantes sobre el trabajo realizado a lo largo de cada año por la Secretaría y sus áreas dependientes.

Por último, cabe remarcar que COPADE mantiene activamente una comunicación vía web actualizada de todos los programas, planes que se están desarrollando en las diferentes áreas y novedades informativas, como acceso a becas, cursos de capacitación, seminarios y demás actividades educativas y culturales.

### iii. **ADI**

Por último, en representación de la Agencia de Desarrollo de Inversiones (ADI) estuvo presente en la reunión con la Ingeniera María del Carmen Sambrin<sup>8</sup>, asesora técnica de dicho organismo.

La Agencia de Promoción y Desarrollo de Inversiones Sociedad del Estado de la Provincia del Neuquén -ADI NQN SEP- tiene el propósito de promover la expansión de inversiones locales y la captación de inversiones extranjeras, orientadas a generar actividades de alto efecto multiplicador, alentando la

---

<sup>8</sup> Asesora técnica en Agencia de Inversiones de la provincia del Neuquén

innovación tecnológica, la industria, el comercio y el fomento de las exportaciones, en función del potencial de recursos humanos y naturales de que dispone la provincia; como única forma de crear fuentes de trabajo genuinas y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Entre los sectores que se trabajan desde el ADI encontramos:

- Eólicos
- Geotérmicos
- Hidráulicos
- GIRSU (Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos)
- Planta Fertilizantes
- Ferrocarril Trasandino del Sur

Se está trabajando en numerosos proyectos entre los que se encuentran parques eólicos, los proyectos geotérmicos Copahue y Domuyo y los planes hidráulicos como Nahueve, Los Guiones y Colo Michi Co, entre otros.

Para llevar adelante los proyectos es muy importante la búsqueda de inversores externos, por consiguiente, el ADI ha desarrollado una guía de inversores, en inglés y castellano como así también ha puesto a disposición de los interesados las leyes de promoción económica con las que cuenta la provincia a fin de captar recursos económicos nacionales e internacionales. La información se detalla en la página web del organismo<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup>Fuente: <http://online.anyflip.com/cetj/udjt/mobile/index.html#p=1>

### 3. ÁREAS DE INTERES PARA LA INVERSIÓN ASIÁTICA EN NEUQUÉN

#### i. Nichos productivos neuquinos de interés para inversores asiáticos.

De acuerdo con un estudio relevado por la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional<sup>10</sup>, desde mediados de diciembre de 2015 hasta el 31 de octubre del corriente año, la provincia de Neuquén ha recibido 36 proyectos de inversión por un valor de 14.695 millones de dólares por parte de 19 empresas. El principal sector de destino de la inversión es Petróleo y Gas. A continuación lo siguen Generación y Servicios Públicos; Minería; Energías Renovables y Transporte e Infraestructura.

A nivel nacional Neuquén es la quinta provincia – luego de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza – en cantidad de proyectos de inversión y la segunda en términos de valor de la inversión.

A su vez, en la provincia, la Secretaria de Planificación y Acción para el Desarrollo – COPADE –, en conjunto con el Consejo Federal de Inversiones – CFI - presentó en 2016 un trabajo denominado “Guía de Inversores”, donde describe la provincia de Neuquén, partiendo de su ubicación geográfica, demográfica, educativa, de salud y en especial de recursos naturales (hídrica, energía, hidrocarburos) y haciendo énfasis en su fortaleza como generadora de recursos económicos. Además, realiza una descripción de su agroindustria, las economías domésticas, los parques industriales, la logística, las exportaciones, el turismo y los incentivos públicos para inversores.

La guía está disponible en castellano e inglés y si bien no está apuntada específicamente a un inversor en particular, sirve para ilustrar las riquezas con las que cuenta la provincia en donde la explotación de los hidrocarburos y la generación energía hidráulica son preponderantes. Tal como se mencionó ut supra, la provincia de Neuquén produce aproximadamente el 50% del gas y el 20% del petróleo del país. Además dispone del 45% del recurso hídrico nacional.

Desde el descubrimiento de Vaca Muerta<sup>11</sup> la provincia ha sido el centro de atención para la inversión local y extranjera. El CEO y presidente del Grupo

---

10 <http://www.investandtrade.org.ar/mapadelainversion.php>

11 Vaca Muerta es la principal formación de shale en la Argentina. Su gran potencial se debe a sus características geológicas y su ubicación geográfica en la Cuenca Neuquina, al sudoeste del país. Tiene una superficie de 30 mil km<sup>2</sup>.

Techint, Paolo Rocca, declaró en una entrevista al diario La Nación<sup>12</sup> que “Vaca Muerta es muy importante para el futuro de la industria del país”.

De acuerdo con declaraciones del Gobierno Nacional, se estima que la inversión en Vaca Muerta en 2018 será el doble de la realizada en 2017. Asimismo, el Ministerio de Energía ha impulsado una serie de estímulos a la producción de Gas en Vaca Muerta<sup>13</sup>.

Por otro lado, la provincia representada por el gobernador Omar Gutiérrez, también ha realizado acciones directas para dinamizar la inversión. El gobernador ha acompañado al presidente de la Nación, el Ing. Mauricio Macri, en su visita a China. Gutiérrez calificó de "auspiciosa" para el país y para la provincia la visita realizada porque “abre puertas para integrarnos institucionalmente y comercialmente<sup>14</sup>”.

El mandatario neuquino destacó el acuerdo firmado en mayo del corriente año en Beijing entre Helport, líder de la UTE ganadora de la licitación, y la empresa Yellow River Engineering Consulting, para la construcción del proyecto multipropósito Chihuido, sobre el río Neuquén, con financiamiento del Bank of China.

Otras áreas de la provincia que podrían resultar de interés, por fuera de los sectores de hidrocarburos y energías renovables, son las actividades vinculadas al turismo y a la agroindustria como así también a la infraestructura y logística.

El turismo, como se ha informado en el presente trabajo, es la segunda actividad económica en orden de importancia, por lo que también sería auspicioso atraer capitales asiáticos para inversión en infraestructura hotelera. Sería conveniente tener en cuenta los gustos del turista asiático, para impulsar aún más su acercamiento e interés por la provincia.

El sector agroindustrial representa una gran oportunidad para la provincia dado que Neuquén es el principal productor de frutales con pepita del país. Además, la provincia cuenta con industrias con diferentes niveles de desarrollo, en sectores como producción de frutas secas, olivicultura, acuicultura o vitivinicultura, todas para terceros mercados. Las cerezas son un producto en crecimiento que

---

12 Diario La Nación del 24/03/2017 – Sección Economía

13 [https://www.clarin.com/economia/vaca-muerta-esperan-doble-inversiones\\_0\\_r1412IXib.html](https://www.clarin.com/economia/vaca-muerta-esperan-doble-inversiones_0_r1412IXib.html)

14 Declaraciones del Gobernador Omar Gutiérrez a la radio Universidad-Calf, de Neuquén, al regresar al país después de participar de la misión oficial argentina que acompañó al jefe de Estado a China.

busca una mayor penetración en el mercado asiático. Estas industrias generan productos de gran potencial exportable, tanto para Asia como para otros mercados.

La acuicultura es una actividad en crecimiento en la provincia y con fuerte interés en el mercado asiático. La provincia está desarrollando actividades para incentivar la acuicultura, en conjunto con la provincia de Río Negro. Ambas buscan aumentar la producción a través de la construcción de una planta de faena y frío de truchas para exportación en Piedra de Águila.

Cabe destacar que el sector de vinos finos también es de gran interés para el mercado asiático. Este sector muestra predisposición en la búsqueda de socios comerciales para incrementar su participación en el total exportado por el país.

Por último, el proyecto más relevante vinculado al sector de infraestructura y logística está ligado en gran medida a la Zona Franca de Zapala. El ex Ministro de Producción y Turismo, José Brillo manifestó que *“la provincia proyecta una zona franca industrial donde se va a poder ingresar al país equipamiento de alta tecnología con exenciones impositivas muy fuertes vinculadas a hidrocarburos no convencionales, minería, actividades industriales, y que permitirá almacenar y desaduanizar”*<sup>15</sup>.

Una relación directa con esta iniciativa tiene el Ferrocarril Trasandino, cuyo recorrido alcanza hasta la ciudad de Zapala. Para finalizar esta obra se requiere una inversión de 281 millones de dólares del lado argentino. Por otro lado, se requieren 719 millones de dólares del gobierno chileno para lograr una salida al Pacífico. No caben dudas de que la inversión asiática podría contribuir a extender el recorrido del ferrocarril, y con ello reducir el costo del transporte local.

## **ii. Relevamiento de empresas interesadas en incorporar asociados extranjeros asiáticos para potenciar su producción.**

En virtud del estudio de perspectivas y oportunidades en Asia, se efectuó un relevamiento de un número reducido de empresas neuquinas seleccionadas de la recientemente actualizada Guía de Oferta Exportable provincial. Las mismas fueron elegidas abarcando a todos los sectores económicos más relevantes. Asimismo, se tuvo en cuenta tanto su gran potencial exportador como su capacidad para atraer inversiones extranjeras.

---

<sup>15</sup> Fuente: <https://www.lmneuquen.com>

Se consultó a las empresas seleccionadas sobre la posibilidad de recibir inversiones asiáticas. En el caso de que la respuesta fuera positiva, se recabó información sobre el sector al cual la empresa destinaría el capital invertido. Asimismo, se consultó sobre los posibles motivos para rechazar la incorporación de capitales de origen asiático. Las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

- Servicios Frutícolas S.A. Es una empresa dedicada a la venta al por mayor de materias primas agrícolas y a la silvicultura. Manifestaron que se encuentran muy interesados en recibir inversiones asiáticas, situación que les permitiría ampliar y desarrollar su producción, principalmente de peras, manzanas y cerezas.

- Bodega del Fin del Mundo S.A.: Es una empresa vitivinícola que busca expandirse hacia la producción de fruticultura como las cerezas. Por ello, se encuentran especialmente interesados en recibir inversiones asiáticas, no solo en las instalaciones de la bodega sino en las plantaciones de cerezas. Precisamente, el principal destino de los productos que producen es China.

- Truchas Bariloche SRL: Es una empresa dedicada a la acuicultura, específicamente a la cría de truchas arco iris de alta calidad. Manifestaron que se encuentran muy interesados en recibir inversiones asiáticas. Por otro lado, nos informaron que hace 10 años están interesados en exportar y que sin embargo esta tarea se ve dificultada por las exigencias administrativas provinciales y nacionales. En relación a otras propuestas de inversión recibidas, comentaron que la empresa presentó un anteproyecto al INTI de Mar del Plata para instalar un frigorífico y la misma fue aceptada. La cría se lleva a cabo reutilizando el agua, con el propósito de cuidar el medio ambiente. En dicho proyecto se buscaba asimismo exportar al mercado de Emiratos Árabes Unidos, particularmente a Dubái. Asimismo, han efectuado una ronda de negocios con Asia desde Mar del Plata. Por último, comentaron que la provincia les ofreció tener una planta en la localidad de Piedra de Águila. Sin embargo, según expresa la empresa, la calidad del pez de la planta de Villa Alicurá, donde actualmente está instalada, es superior. Esto se debe, principalmente, a que el agua está libre de enfermedades. Además han recibido la misma propuesta por parte del intendente de El Bolsón pero, al igual que en Piedra de Águila, el agua no se encuentra totalmente libre de enfermedades.

- Vista Alegre SRL. Esta empresa se dedica a la fruticultura. Remarcaron la intención de recibir inversiones de cualquier origen, para destinarla a aumentar la producción.

- Chocolatería Haltrich. La empresa se dedica a vender y elaborar productos de chocolatería y afines. Entre los productos exportables poseen los pétalos de rosa cultivados orgánicamente, de color rosa o glaseado en forma artesanal. Hace varios años están intentando exportar y no logran acuerdos con la provincia. Se mostraron muy interesados en recibir inversiones asiáticas para ampliar la escala de producción.

- La Deliciosa SA. Se dedican a la producción y exportación de frutas frescas, principalmente manzanas y peras. Se mostraron interesados en recibir inversiones para aumentar la producción.

- Eximo SA. Empresa dedicada a la producción de desarrollo de Software, aplicaciones y servicios informáticos. Se mostraron muy interesados en recibir inversiones asiáticas. Solicitaron recibir mayor información al respecto.

- Ambar Compañía Minera S.A: Esta empresa produce, desde el año 1978, cales para construcción de alta calidad, cales industriales y minerales industriales. Les interesaría recibir inversiones y solicitaron mayor información al respecto. Persona de contacto: Rodolfo Gropo

- Minería José Cholino e Hijos SRL: Esta empresa se dedica a la exploración, extracción procesamiento y comercialización de minerales industriales tales como bentonitas, utilizadas en la perforación de petróleo e industrias de la fundición, detergentes, absorbentes domésticos, industriales, impermeabilizantes, alimentos balanceados, perforaciones mineras y otras; Yeso; diatomita y rocas de aplicación como piedra laja. Si bien ya exportan, solo lo hacen a países limítrofes, por lo cual creen que sería conveniente acceder al mercado asiático. Se mostraron muy interesados en recibir inversiones asiáticas y solicitan recibir más información.

Tal como se observa, existe gran interés de todos los sectores en recibir inversiones asiáticas, orientadas principalmente a aumentar su capacidad productiva. Es necesario profundizar los lazos con las empresas locales a fin de vincularlos con los inversores extranjeros.

#### **4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LA PRODUCCIÓN DE NEUQUÉN EN ASIA, ESPECIALMENTE EN CHINA. RELEVAMIENTO DE LA DEMANDA.**

##### **i. Principales mercados**

El presente estudio tiene como objetivo analizar las perspectivas y oportunidades comerciales y de inversión para el sector productivo y exportador de la provincia de Neuquén en Asia. En el análisis efectuado, ha centrado el interés en la República Popular de China como principal destino a impulsar. Esto se debe principalmente al tamaño de su mercado, su economía en constante crecimiento y su importancia como socio estratégico y comercial para nuestro país.

Más allá de concentrar los esfuerzos en China, es necesario contar con una mirada amplia sobre el continente asiático, considerando que se trata más extenso y poblado de nuestro planeta. Con más de 4.000 millones de habitantes, representa el 61% de la población mundial y posee aproximadamente 44 millones de km<sup>2</sup> y comprende el 8,70% de la superficie.

La economía de Asia influye en el 60 % de la población mundial ya que es el mayor consumidor de alimentos y sus economías se han ido desarrollando hacia la industrialización. Concentran el mayor crecimiento económico, consume la mayoría del crédito global, tiene un 80% del crecimiento económico mundial, también el mayor crecimiento de inversión en ciencia y tecnología, inversión en educación, y en el sector económico.

Por su parte, cabe destacar que la República Popular China se ha convertido en la segunda economía mundial manteniendo una tasa media de crecimiento económico superior al 8% desde los años 1980.

Sin embargo, muchas zonas de Asia están económicamente subdesarrolladas. Hay muchos sectores del continente que se dedican a la agricultura, pese a lo cual gran parte de la actividad agrícola se caracteriza por cosechas y productividad laboral relativamente bajas. Las zonas urbanas de gran desarrollo no están vinculadas apropiadamente con las zonas rurales, hay una gran parte de la población empleada en industrias manufactureras que se destacan por el bajo nivel de costos salariales. Se caracterizan así por ser economías emergentes.

La región de Asia está compuesta por 47 países: Afganistán, Arabia Saudita, Armenia, Azerbaiyán, Bahrein, Bangladesh, Brunei, Bután, Camboya, Qatar, China, Corea del Norte, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, Georgia, India, Indonesia, Irán, Iraq, Israel, Japón, Jordania, Kazajistán, Kirguistán, Kuwait, Laos, Líbano, Malasia, Maldivas, Mongolia, Myanmar, Nepal, Omán, Pakistán, Qatar, Singapur, Siria, Sri Lanka, Tailandia, Tayikistán, Timor Oriental, Turkmenistán, Turquía, Uzbekistán, Vietnam y Yemen (Ver tabla 37).

Tabla 36: Listado de países asiáticos

<b>Nombre/Nombre oficial</b>	<b>Población</b>	<b>Capital</b>
<b>Afganistán</b>	33.332.025	Kabul
<b>República Islámica de Afganistán</b>		
<b>Arabia Saudí</b>	28.160.273	Riad
<b>Reino de Arabia Saudita</b>		
<b>Armenia</b>	3.229.900	Ereván
<b>República de Armenia</b>		
<b>Azerbaiyán</b>	9.872.765	Bakú
<b>República de Azerbaiyán</b>		
<b>Bangladés</b>	156.186.882	Daca
<b>República Popular de Bangladés</b>		
<b>Bahréin</b>	1.378.904	Manama
<b>Reino de Bahréin</b>		
<b>Birmania</b>	56.890.418	Naipyidó
<b>República de la Unión de Myanmar</b>		
<b>Brunéi</b>	436.620	Bandar Seri Begawan
<b>Estado de Brunéi Darussalam</b>		
<b>Bután</b>	750.125	Timbu
<b>Reino de Bután</b>		
<b>Camboya</b>	15.957.223	Phnom Penh
<b>Reino de Camboya</b>		
<b>Catar</b>	2.258.283	Doha
<b>Estado de Catar</b>		
<b>China</b>	1.373.541.278	Pekín
<b>República Popular China</b>		
<b>Chipre</b>	1.205.575	Nicosia
<b>República de Chipre</b>		

<b>Corea del Norte</b>	25.115.311	Pyongyang
<b>República Popular Democrática de Corea</b>		
<b>Corea del Sur</b>	50.924.172	Seúl
<b>República de Corea</b>		
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	5.927.482	Abu Dabi
<b>Federación de los Emiratos Árabes Unidos</b>		
<b>Filipinas</b>	102.624.209	Manila
<b>República de Filipinas</b>		
<b>India</b>	1.266.883.598	Nueva Delhi
<b>República de la India</b>		
<b>Indonesia</b>	258.316.051	Yakarta
<b>República de Indonesia</b>		
<b>Irak</b>	38.146.025	Bagdad
<b>República de Irak</b>		
<b>Irán</b>	82.801.633	Teherán
<b>República Islámica de Irán</b>		
<b>Israel</b>	8.174.527	Jerusalén <sup>14</sup>
<b>Estado de Israel</b>		
<b>Japón</b>	126.702.133	Tokio
<b>Estado de Japón</b>		
<b>Jordania</b>	8.185.384	Amán
<b>Reino Hachemita de Jordania</b>		
<b>Kazajistán</b>	18.360.353	Astana
<b>República de Kazajistán</b>		
<b>Kirguistán</b>	5.727.553	Biskek
<b>República Kirguisa</b>		
<b>Kuwait</b>	2.832.776	Ciudad de Kuwait
<b>Estado de Kuwait</b>		
<b>Laos</b>	7.019.073	Vientiane
<b>República Democrática Popular Lao</b>		
<b>Líbano</b>	6.237.738	Beirut
<b>República Libanesa</b>		
<b>Malasia</b>	30.949.962	Kuala Lumpur
<b>Federación de Malasia</b>		
<b>Maldivas</b>	317.960	Malé
<b>República de las Maldivas</b>		
<b>Mongolia</b>	3.031.330	Ulán Bator
<b>República de Mongolia</b>		

<b>Nepal</b>	29.033.914	Katmandú
<b>República Federal Democrática de Nepal</b>		
<b>Omán</b>	3.355.262	Mascate
<b>Sultanato de Omán</b>		
<b>Pakistán</b>	201.995.540	Islamabad
<b>República Islámica de Pakistán</b>		
<b>Rusia</b>	142.355.415	Moscú
<b>Federación Rusa</b>		
<b>Singapur</b>	5.781.728	Singapur
<b>República de Singapur</b>		
<b>Siria</b>	17.185.170	Damasco
<b>República Árabe Siria</b>		
<b>Sri Lanka</b>	22.235.000	Sri Jayawardenepura Kotte
<b>República Democrática Socialista de Sri Lanka</b>		
<b>Tailandia</b>	68.200.884	Bangkok
<b>Reino de Tailandia</b>		
<b>Tayikistán</b>	8.330.946	Dusambé
<b>República de Tayikistán</b>		
<b>Timor Oriental</b>	1.261.072	Dili
<b>República Democrática de Timor Oriental</b>		
<b>Turkmenistán</b>	5.291.317	Asjabad
<b>República de Turkmenistán</b>		
<b>Turquía</b>	80 274 604	Ankara
<b>República de Turquía</b>		
<b>Uzbekistán</b>	29.473.614	Taskent
<b>República de Uzbekistán</b>		
<b>Vietnam</b>	95.261.021	Hanoi
<b>República Socialista de Vietnam</b>		
<b>Yemen</b>	27.392.779	Saná
<b>República de Yemen</b>		
	<b>4.467.639.762</b>	

**Fuente:** Datos de población consultados en "The World Factbook" actualizados 1 junio de 2016.

Asia representa más del 37% del comercio mundial con aproximadamente 6.000 de millones de dólares importados en 2016 (Ver tabla 37 y 38).

China es el principal jugador a nivel mundial en lo que respecta al comercio internacional, importando el 11,39% de lo que consume Asia del mundo, el equivalente a 1.827 millones de dólares. En segundo lugar podemos encontrar a Japón (3,78%). Seguidamente se ubican Hong Kong (3,41%), Corea del Sur (2,53%) e India (2,22%).

Sin embargo, se observa una caída del comercio internacional de este continente, fundamentada principalmente en la caída de los principales 5 compradores. No obstante ello, tanto Vietnam como Filipinas denotan una tendencia positiva del 21% y 22,46% en las importaciones respectivamente, entre 2015 y 2016.

Tabla 37: Importaciones de Asia en miles de USD FOB. Período 2015-2016

	<b>Importadores</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>%</b>	<b>Var. 2015-2016</b>
	<b>Mundo</b>	16,045,698,257.00		
	<b>Asia</b>	5,950,955,036.00	37.09%	-4.17%
<b>1</b>	China	1,827,797,119.00	11.39%	-4.74%
<b>2</b>	Japón	606,924,047.00	3.78%	-2.98%
<b>3</b>	Hong Kong, China	547,124,448.00	3.41%	-2.17%
<b>4</b>	Corea del Sur	406,181,944.00	2.53%	-6.94%
<b>5</b>	India	356,704,792.00	2.22%	-8.71%
<b>6</b>	Singapur	283,008,816.00	1.76%	-4.63%
<b>7</b>	Emiratos Árabes Unidos	270,882,074.00	1.69%	-5.62%
<b>8</b>	Vietnam	200,584,874.00	1.25%	21.00%
<b>9</b>	Turquía	198,618,235.00	1.24%	-4.14%
<b>10</b>	Tailandia	195,722,060.00	1.22%	-3.09%
<b>11</b>	Malasia	168,375,228.00	1.05%	-4.43%
<b>12</b>	Indonesia	135,652,800.00	0.85%	-4.94%
<b>13</b>	Arabia Saudita	129,795,972.00	0.81%	-20.77%
<b>14</b>	Filipinas	85,908,572.00	0.54%	22.46%
<b>15</b>	Israel	65,802,693.00	0.41%	6.02%
<b>16</b>	Irán	55,058,771.00	0.34%	-0.56%
<b>17</b>	Pakistán	46,998,269.00	0.29%	6.84%
<b>18</b>	Bangladesh	42,144,925.00	0.26%	-12.31%
<b>19</b>	Iraq	34,206,481.00	0.21%	-14.21%
<b>20</b>	Qatar	32,060,070.00	0.20%	-1.69%
<b>21</b>	Kuwait	30,826,337.00	0.19%	-3.39%
<b>22</b>	Kazajstán	25,174,779.00	0.16%	-17.64%
<b>23</b>	Omán	23,260,012.00	0.14%	-19.81%

24	Sri Lanka	19,500,757.00	0.12%	2.81%
25	Jordania	19,207,038.00	0.12%	-6.19%
26	Líbano	18,705,307.00	0.12%	3.52%
27	Myanmar	15,695,738.00	0.10%	-7.16%
28	Bahreín	14,748,540.00	0.09%	-9.95%
29	Camboya	12,371,008.00	0.08%	15.95%
30	Uzbekistán	9,479,757.00	0.06%	-9.61%
31	Azerbaiyán	8,515,807.00	0.05%	-7.55%
32	Georgia	7,235,770.00	0.05%	-6.39%
33	Yemen	6,747,417.00	0.04%	2.66%
34	Nepal	6,551,554.00	0.04%	-0.92%
35	Afganistán	6,534,140.00	0.04%	-15.39%
36	Turkmenistán	4,952,343.00	0.03%	-16.49%
37	República Árabe Siria	4,483,701.00	0.03%	-15.66%
38	Laos	4,107,068.00	0.03%	8.70%
39	Kirguistán	3,844,473.00	0.02%	-5.50%
40	Mongolia	3,339,604.00	0.02%	-12.04%
41	Armenia	3,218,458.00	0.02%	-1.18%
42	Corea del Norte	3,138,018.00	0.02%	-9.60%
43	Tayikistán	3,031,463.00	0.02%	-11.34%
44	Brunei Darussalam	2,672,160.00	0.02%	-17.25%
45	Maldivas	2,127,969.00	0.01%	12.18%
46	Palestina	930,855.00	0.01%	-82.19%
47	Bután	459,865.00	0.00%	-10.51%

Fuente: Elaboración propia en base a UN-COMTRADE

Asia se divide en subregiones, entre las que se encuentran las siguientes: Medio Oriente, Asia del Norte (Rusia), Asia del Sur (Afganistán, Bangladés, Bután, Irán, Maldivas, Nepal, Pakistán, Sri Lanka), Asia Oriental (Corea del Norte Mongolia), Asia Central (Kazajistán, Kirguistán, Tayikistán, Turkmenistán, Uzbekistán), Sudeste Asiático (Birmania, Brunéi, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Singapur, Tailandia, Timor Oriental y Vietnam), India, China, Corea del Sur y Japón.

Tabla 38: PBI Nominal de las principales economías de Asia

Posición mundial	País	PBI nominal (millones de USD)
2	China	11.391.619
3	Japón	4.730.300
7	India	2.250.987
11	Corea del Sur	1.404.383
16	Indonesia	940.953
29	Tailandia	387.156
35	Malasia	312.433
36	Singapur	295.744
	Hong Kong (China)	273.658
40	Filipinas	272.018

Fuente: Elaboración propia en base al Fondo Monetario Internacional

Existe la necesidad provincial de estrechar los lazos comerciales y atraer inversiones asiáticas con el objetivo de avanzar hacia una mejora de la competitividad y ganar presencia en mercados internacionales. Por este motivo, se incluirán en el estudio otros mercados asiáticos como India, Vietnam, Indonesia, Japón, Singapur, Tailandia, Corea del Sur, Filipinas, Malasia y Hong Kong<sup>16</sup>; con el fin de poder ampliar el conocimiento de los mismos y explorar las oportunidades de negocios que podrían presentar dichos mercados para los productos neuquinos.

Los países de Asia seleccionados para el presente estudio representan a las economías más dinámicas y de mayor crecimiento, con un volumen de importaciones muy elevado y variado. Asimismo, son mercados superpoblados y con altos índices del PBI dentro de la región. China es el destino de mayor atracción para la provincia y el de mayor desafío, no obstante ello, todos los mercados analizados son atractivos. La necesidad que poseen estos países de asegurar alimentos a su población y combustibles y energía a sus pujantes industrias representan grandes oportunidades

#### Características demográficas y económicas

<sup>16</sup> Hong Kong es una región administrativa especial que conforma la República Popular China

A continuación se ilustran algunos de los puntos más destacados de los mercados seleccionados, como por ejemplo su geografía, economía, ciudades importantes, puertos y aeropuertos<sup>17</sup>.

## **China**

Luego de una interrupción en el ritmo de su crecimiento debido a la crisis económica de 2009, China ha implementado una economía basada en el consumo y los servicios, en lugar de centrarse en las exportaciones y la inversión. Con esta mutación del modelo económico, el gigante asiático ha logrado imponerse como segunda potencia económica mundial, a la vez que impulsa las exportaciones y el desarrollo económico de otros países.

En 2016 la distribución del PBI por sectores fue de la siguiente manera<sup>18</sup>:

- Agricultura, Silvicultura y Pesca: 8,6%
- Industria: 39,8%
- Servicios: 51,6%

En lo refiere a los sectores productivos, la economía doméstica china presenta diferentes matices. Encontramos una alta capacidad de empleo en el sector agrícola, el cual concentra alrededor de un tercio de la población, a pesar de no ser un sector muy relevante en el PBI total. De todas formas, es uno de los mayores productores y consumidores de productos del agro del mundo, ocupa el primer lugar en la producción mundial de cereales, arroz, algodón, patatas y té. Hoy se encuentra en un proceso deliberado de modernización y diversificación de su agricultura, con el objetivo de volverla más productiva.

En lo que respecta al sector ganadero, China es uno de los principales productores de ganado ovino y porcino.

Otro de los sectores relevantes de la economía china es el sector minero. Esto se debe a la extensa reserva de recursos energéticos que se encuentra en el subsuelo. Los principales recursos son el carbón, petróleo, gas y minerales como estaño, hierro, oro, fosfatos, zinc y titanio. El carbón es la primera fuente de energía del país, con dos tercios del consumo total. En cuanto al petróleo, China es el quinto productor mundial con 3,8 millones de barriles.

---

<sup>17</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional.

<sup>18</sup> Fuente: Banco Mundial

Vale agregar que China se ha convertido en uno de los destinos favoritos para el establecimiento de las unidades manufactureras mundiales, principalmente a causa del bajo costo de la mano de obra. Se trata de una industria competitiva y orientada a la exportación, por lo que la mitad de este sector está compuesto por empresas de capital extranjero. Entre las diversas industrias del sector se destaca la textil, siendo la primera del mundo tanto en producción como en exportaciones, empleando a más de 15 millones de personas. En el segundo lugar se encuentra la industria de maquinaria y herramientas con un nivel de exportación del 20%.

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes del país asiático<sup>19</sup>.

#### Principales áreas urbanas:

- Shanghai: 23,7 millones de habitantes.
- Beijín: 20,3 millones de habitantes.
- Chongqing: 13,3 millones de habitantes.
- Guangdong: 12,5 millones de habitantes.

#### Datos relevantes:

- Superficie total: 9.596.960 km<sup>2</sup>
- Población total: 1.373 millones de habitantes<sup>20</sup>
- Situado en Asia Oriental, se encuentra dividido en 22 provincias, 5 regiones autónomas, 4 municipios bajo jurisdicción central: Beijín Tianjin, Shanghai y Chongqing y 2 regiones administrativas especiales: Hong Kong y Macao.
- PIB: 11,4 billones<sup>21</sup>
- PIB per cápita: 15.400 USD<sup>22</sup>
- Moneda: Renminbi
- Es la segunda potencia económica del mundo y primer exportador mundial.
- Transformó su modelo de crecimiento económico para fomentar la demanda del consumo de los residentes chinos. La expansión de sus importaciones impulsa las exportaciones y el desarrollo económico de otros países.
- En 2016 realizó exportaciones por USD 2.118.981 millones de dólares e importaciones por USD 1.588.696 millos de dólares. En ambos casos representan un 7% y 6% menos respectivamente menos que 2015.

---

<sup>19</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional.

<sup>20</sup> Estimaciones julio 2016.

<sup>21</sup> Estimaciones julio 2016.

<sup>22</sup> Estimaciones 2016

## Vietnam

Desde 1986, el Partido Comunista de Vietnam comenzó una serie de reformas económicas con el objetivo de convertir el país en una “economía de mercado orientada al socialismo”. Para ello, se fomentó la creación de empresas privadas en un régimen de libre mercado, junto con una mayor apertura comercial y privatizaciones de empresas del Estado. De esta manera, se reestructuró el esquema productivo a partir del sector manufacturero de propiedad extranjera y de las exportaciones.

Como resultado, la economía vietnamita se convirtió en una de las más dinámicas del mundo, con un crecimiento anual del Producto Bruto Interno (PBI) del 6% desde hace 10 años. Cabe destacar que la participación de las exportaciones de bienes y servicios en el PBI subió de un 36% en 1990, a un 94% en 2016, mientras que la inversión en relación con el PBI pasó de un 13% a un 27%. En adición, su inflación se mantuvo por debajo del 3% anual y la desocupación bajó a un 2,4%. En este contexto, el ingreso per cápita mejoró notablemente, con un crecimiento del 173% en la última década (de 790 dólares en 2006 a 2.305 dólares en 2016).

De acuerdo con las últimas estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) en el informe “Perspectivas de la Economía Global”, Vietnam sostendrá el ritmo de crecimiento en los próximos años, estimando un 6,5% para 2017 y un 6,3% para 2018.

En la economía de Vietnam, el sector industrial es el más fuerte con el 36% del PBI y el empleo del 21% de la población. Como el mayor motor de crecimiento del país, se encuentra dominada por grandes grupos estatales.

Adicionalmente, en los últimos años las industrias de alto valor agregado como automóviles, tecnologías electrónicas e informáticas han recibido un gran flujo de inversiones. En segundo lugar, se encuentra el sector terciario, impulsado por el turismo y las telecomunicaciones, que representan un 46% del PBI. En tercer lugar, el sector agrícola, que representa el 18% del PBI y da trabajo al 47% de la mano de obra. Sus principales cultivos son el arroz, el café, el anacardo, el maíz, el pimiento, el camote, el cacahuete, el algodón, el caucho y el té. Finalmente, el sector energético ha estado en auge durante los últimos años con la producción de carbón, hidrocarburos, electricidad, cemento y siderurgia. En cuanto al petróleo, a pesar de que se trata de una industria relativamente

emergente, Vietnam se ha convertido en el tercer mayor productor del sudeste asiático.

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de la Republica de Vietnam <sup>23</sup>

- Superficie total: 331.210 km<sup>2</sup>
- Población total: 93.607.000 habitantes<sup>24</sup>.
- PBI: USD 215.000 billones<sup>25</sup>
- PBI per cápita: USD 2.305<sup>26</sup>
- Crecimiento económico anual: Superior al 6%
- Casi la mitad de la población es menor a 30 años
- Crecimiento en el consumo de productos comestibles de mayor calidad
- Moneda: Dong
- Principales actividades económicas: industria textil, alimentaria, muebles, plásticos y papel e industrias de alto valor agregado
- Sector Industrial: es el más importante, con el 36% del PBI
- Sector Terciario: está en segundo lugar, con el 46% del PBI
- Sector Agrícola: ocupa el 18% del PBI pero emplea al 47% de la población
- Petróleo: Se ha convertido en el tercer mayor productor del sudeste asiático.

## Indonesia

La economía de Indonesia posee un nivel de ingreso medio-bajo, con una demanda interna muy fuerte que actúa como motor de crecimiento. En los últimos años, se produjo un auge en la exportación de commodities y derivados que llevó a que el crecimiento alcanzara un 6,2% en el período 2007-2012, y se mantuviera en un 5% hasta el corriente año. La expectativa reside en que este crecimiento se mantenga en los próximos años.

En los últimos años, se ha llevado un plan de mejora del ambiente regulatorio y de flexibilización de las restricciones a la IED<sup>27</sup> en el sector turístico, de logística, entretenimiento, farmacéutico y de energía. El impacto del plan llevó a la economía de Indonesia a escalar 15 posiciones en el ranking Doing Business del Banco Mundial. De la misma manera, buscó favorecer el desarrollo de la industria mediante la ampliación de las relaciones comerciales con los países del

---

<sup>23</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>24</sup> Estimaciones 2017

<sup>25</sup> Estimaciones 2017

<sup>26</sup> Estimaciones 2017

<sup>27</sup> IED: Inversión Externa Directa

sur asiáticos, posicionándose como un eje marítimo en la región. Actualmente, la industria representa alrededor del 40% del PBI de Indonesia.

Por otra parte, la eficiencia y la transparencia de las políticas fiscales del país han logrado que alcance una alta estabilidad económica. De esta forma, logró reducir su déficit por debajo del 2,5%, estabilizar su deuda alrededor del 28% del PBI, y reducir la tasa de inflación al 3,5% en 2016.

En cuanto al sector agrícola, se estima que aporta el 45% del PBI de Indonesia, empleando cerca del 32% de la población activa del país. Entre los productos importantes, Indonesia se posiciona como uno de los mayores productores de caucho del mundo. Otros cultivos importantes incluyen arroz, caña de azúcar, café, té, tabaco, cocos, especias y aceite de palma.

En segundo lugar, el sector industrial aporta el 40% del PBI proveyéndole empleo al 21% de los ciudadanos activos. Se destacan la fabricación de textiles, fertilizantes químicos, neumáticos de caucho, zapatos, cemento, productos electrónicos, y ropa. Adicionalmente, el sector de servicios se enfoca en actividades como las financieras, transporte, comunicaciones, y turismo

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Indonesia<sup>28</sup>

- Superficie total de 1.904.569 km<sup>2</sup>
- Población total de 258 millones de habitantes<sup>29</sup>
- Superficie total de 1.904.569 km<sup>2</sup>
- Población total de 258 millones de habitantes<sup>30</sup>
- PBI: USD 932,4 billones<sup>31</sup>
- PBI per cápita: USD 3.604<sup>32</sup>
- Moneda: Rupia Indonesia
- Clase consumidora en crecimiento
- Incremento en las importaciones de productos como cereales, lácteos, frutas y semillas para el desayuno.
- Nivel turístico en expansión

---

<sup>28</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>29</sup> Estimación 2016

<sup>30</sup> Estimación 2016

<sup>31</sup> Estimación 2016

<sup>32</sup> Estimación 2016

## Japón

Japón es la tercera economía más grande del mundo. No obstante ello, es una de las más dependientes de la situación mundial, debido a la centralidad de las exportaciones en su sistema económico. Por ello, en los últimos años sufrió una tendencia recesiva agravada por los desastres naturales y la resistencia al alza del IVA en 2014. Sin embargo, el Producto Bruto Interno (PBI) mostró un crecimiento del 2,2% interanual entre julio y septiembre del 2016 gracias al aumento de las exportaciones. Entre ellas, la más relevante fue la demanda de componentes electrónicos hacia mercados cada vez más demandantes como la Unión Europea.

Uno de los problemas estructurales de la economía japonesa es el bajo crecimiento del consumo interno, estimado en 0,1%, dado que se trata de un 60% de su economía. Por otro lado, tanto la inversión de capital corporativo como la de capital público, se encuentran estancadas desde hace unos años.

Uno de los sectores productivos más importantes para la economía japonesa es el pesquero, pues únicamente el 15% del territorio es apto para el cultivo. Entre las cosechas centrales se encuentran el té y el arroz, con la participación de subsidios y protecciones estatales.

En cuanto al sector energético, Japón cuenta con yacimientos de oro, magnesio, plata y carbón. Sin embargo, su producción no logra abastecer la totalidad de la demanda energética del país, por lo que se ven obligados a importar energía.

El sector industrial tiene un perfil de alta diversificación, produciendo desde papel hasta tecnología de punta. Entre los sectores que domina la matriz productiva japonesa se encuentran el automotriz, la biotecnología y nanotecnología, las energías renovables y la robótica. Dicho sector aporta el 25% del PBI japonés.

Finalmente, los sectores de servicios y turismo son de gran importancia, pues representan más del 70% del PBI y emplean alrededor del 70% de la población activa japonesa. En cuanto al sector turístico, presenta un crecimiento que alcanzó los 19 millones de visitantes en 2015

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de la República de Japón<sup>33</sup>

- Superficie total: 377.915 km<sup>2</sup>
- Población total: 126.702.133 habitantes<sup>34</sup>
- PIB: 4,9 billones USD<sup>35</sup>
- PIB per cápita: 38.900 USD<sup>36</sup>
- Moneda: Yen.
- Tercera economía más grande del mundo
- Distribución de productos por 2 grandes canales: Compañías de Trading y Mayoristas
- Sector Turismo de gran importancia

## India

La economía india se caracteriza por una gran diversidad tanto en el sector tradicional rural, como en la agricultura moderna, las nuevas industrias y los servicios.

De ellos, el sector agroindustrial emplea cerca del 50% de la población activa, mientras que el sector de los servicios fue el que mayor crecimiento presentó en los últimos años, llegando a emplear a un tercio del total. Sobre este sector, el país ha invertido en capacitar a la población angloparlante para fomentar la exportación de servicios de tecnología de la información.

Desde principios de los `90, India ha evolucionado hacia una economía más abierta mediante medidas que favorecieron el crecimiento del PBI en un 7% anual entre 1997 y 2011. A partir de ese año, el crecimiento se desaceleró dada la disminución de las inversiones por las altas tasas de interés, inflación y desconfianza por la actitud gubernamental hacia posibles reformas económicas. Junto con un cierto desequilibrio económico y las mejoras de las economías occidentales, el valor de la rupia se vio devaluado.

Entre 2014 y 2015, el crecimiento de la economía india se recompuso significativamente con la reducción del déficit de la cuenta corriente y las reformas que mejoraron las condiciones para los inversores. Con la entrada de capitales y

---

<sup>33</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>34</sup> Estimaciones 2016

<sup>35</sup> Estimaciones 2016

<sup>36</sup> Estimaciones 2016

la estabilización de la moneda, se llegó a un crecimiento del PBI en un 7% en ambos años.

En cuanto a su proyección a futuro, se la ve positivamente debido a su población joven, su baja tasa de dependencia y la creciente integración a la economía mundial. Sin embargo, la India todavía presenta algunos desafíos en cuanto a su ineficaz producción energética, su infraestructura deficiente, la gran cantidad de subsidios y las limitadas oportunidades de su población

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de la Republica de Japón<sup>37</sup>

- Superficie total: 3.287.263 km<sup>2</sup>
- Población total: 1.267 millones de habitantes<sup>38</sup>.
- PBI: 2.091 miles de millones de USD<sup>39</sup>
- PBI per cápita: 6.200 USD<sup>40</sup>
- Moneda: Rupia india.
- Gran exportador de servicios de tecnología de la informática
- Buena proyección a futuro por su Población Joven, baja tasa de dependencia productiva y creciente integración en la economía mundial
- Mercado de gran tamaño por número de consumidores y extensión geográfica
- Expansión del comercio minorista en los últimos 10 años
  - Presenta deficiencias en producción de energía, infraestructura
  - Gran cantidad de subsidios y limitadas oportunidades de crecimiento para su población.

## Malasia

Se trata de un país de ingresos medios, que a partir de la década de 1970 desarrolló una transformación hacia una economía productora de materias primas en una economía multisectorial emergente. En adición, posee un alto nivel de atracción de inversiones tanto en finanzas como en industrias de alta tecnología, biotecnología y servicios. Desde hace algunos años, se puso en marcha un Programa de Transformación Económica que consiste en proyectos y medidas

---

<sup>37</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>38</sup> Estimaciones de julio de 2016

<sup>39</sup> Estimaciones de 2015

<sup>40</sup> Estimaciones de 2015

para el aceleramiento del crecimiento económico del país. Mediante él, la inversión extranjera se liberalizó, contribuyendo a dos terceras partes de la inversión total.

Asimismo, se encuentra en proceso de fortalecimiento de la demanda interna y la reducción de la dependencia en las exportaciones, con el objetivo de disminuir la vulnerabilidad a una caída de los precios mundiales de productos básicos. A pesar de esto, las exportaciones contribuyen enormemente en la economía, en especial las de electrónica, petróleo, gas, aceite de palma y caucho. En esta línea, tan solo las exportaciones de bienes y servicios constituyen más del 80% del PBI.

Malasia incrementó su PBI un 5% durante el año 2015, del cual el sector agrícola representa un 9% y emplea el 11% de la población activa. En cuanto al sector industrial, en 2015 alcanzó un 35% y un 60% del total de los ingresos procedentes de las exportaciones. El sector de la economía terciaria sufrió una rápida expansión bajo la nueva política económica, logrando posicionarse como una de las actividades más importantes. El sector llegó a representar el 56% del PBI y emplear el 53% de la población activa en 2015

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Malasia<sup>41</sup>

- Superficie total: 329.847km<sup>2</sup>
- Población total: 30.513.848 habitantes<sup>42</sup>
- PBI: 815,6 billones USD<sup>43</sup>
- PBI per cápita: 26.300 USD<sup>44</sup>
- Moneda: Ringgit
- Ingresos medios
- En 2015 su PBI aumentó 5%
- Gran dependencia de las exportaciones
- Sector industrial, agrícola y de economía terciaria confirman los sectores más importantes de la economía.
- Nombrar un distribuidor o agente es la forma habitual de iniciarse en este mercado

---

<sup>41</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>42</sup> Estimaciones de 2015

<sup>43</sup> Estimaciones de 2015

<sup>44</sup> Estimaciones 2015

## Tailandia

La economía de Tailandia es la segunda más grande del Sudeste Asiático, por detrás de Indonesia. Posee un nivel de ingreso medio-alto, por lo que es un pilar económico para el desarrollo de los países vecinos.

La estructura de su economía se caracteriza por el fuerte grado de apertura al comercio internacional, que se hace visible en el alto nivel de exportaciones e importaciones en relación con el PBI (123%). En cuanto a su composición, el sector de los servicios e industrias representan el 56% y 36% del PBI, respectivamente. En cuanto a la producción de manufacturas, se destacan los productos electrónicos y automotores, con un 30% del total exportado.

En las últimas décadas, el nivel de actividad tuvo un gran crecimiento, alcanzando tasas superiores al 5%. Gracias a esto, hubo grandes mejoras en el ingreso per cápita y la pobreza se redujo del 42% en el 2000 a un 11% en 2016. Paralelamente, el PBI se mostró muy volátil a los shocks negativos de la economía de Malasia dados por crisis políticas, desastres naturales y el ataque terrorista de Bangkok en 2015. Esto se evidencia en su caída por debajo del 1% en 2014, y su recuperación durante los últimos dos años en aproximadamente un 5%.

Durante el corriente año, la tendencia se mantuvo y se espera que el PBI alcance un crecimiento del 3%, sustentado en el aumento de las exportaciones y el rebote del gasto en inversión del sector público, con el anuncio del plan de estímulo fiscal destinado a la inversión en infraestructura del gobierno. De la misma manera, durante los próximos cinco años, se estima que el crecimiento se estabilizará aproximadamente entre 3 y 3,5%. En adición, se mantendrá la fortaleza de sus cuentas externas, con superávits de cuenta corriente alrededor del 10% para el presente año, así como también se mantendrán moderadas las deudas en relación con el PBI. Por último, se espera que tanto la inflación como la tasa de desempleo se mantengan por debajo del 1%.

En cuanto al clima político, pasado el golpe de Estado de 2014, la incertidumbre se intensificó en 2016 con la muerte del monarca Bhumibol Adulyadej. Aunque el gobierno y sus aliados asentaron su control mediante una constitución aprobada en el referéndum de 2016, las expectativas de reconstrucción económica que traía consigo no fueron alcanzadas. Asimismo, las elecciones que marcarán el retorno a la democracia fueron pospuestas por el gobierno militar para mediados de 2018.

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Tailandia<sup>45</sup>

- Superficie total de 513.120 km<sup>2</sup>
- Población total de 69.095.000 habitantes<sup>46</sup>
- PBI: USD 433 mil millones<sup>47</sup>
- PBI per cápita: USD 6.265<sup>48</sup>
- Moneda: Baht tailandés.
- Tailandia es la segunda economía – detrás de Indonesia – en el Sudeste Asiático
- Aumento en el consumo de alimentos procesados

## **Singapur**

Singapur posee una economía de mercado desarrollada, que se caracteriza por un próspero y libre ambiente de negocios, una renta per cápita alta y precios estables. Junto a Corea del Sur, Hong Kong y Taiwán, forman parte de los denominados “tigres asiáticos”.

Su economía tuvo un rápido crecimiento por la promoción activa del Estado acompañada de la transformación de su estructura. En este proceso, la industria comenzó a ocupar un rol protagónico, al pasar de manufacturas tradicionales de bajo valor agregado, a la producción de alta tecnología y alto impacto.

Adicionalmente, se vio una tendencia creciente en los servicios financieros y empresariales.

Aunque se trata de una economía liberalizada, el Estado interviene férreamente en algunos ámbitos, como el transporte, la vivienda y la gestión de infraestructura. Sin embargo, se emplean grandes esfuerzos también, al mantenimiento de una disciplina fiscal fuerte, mediante exigentes leyes que limitan el endeudamiento público.

Se trata de una economía muy dependiente sobre las exportaciones, sobre todo de productos electrónicos de consumo, y fármacos, así como de un sector financiero en crecimiento. El comercio exterior de Singapur represente el 360% del

---

<sup>45</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>46</sup> Estimación 2017

<sup>47</sup> Estimación 2017

<sup>48</sup> Estimación 2017

PBI, figurando entre los quince primeros importadores del mundo. Su estrategia reside en el favorecimiento de las exportaciones mientras se minimizan los obstáculos a las importaciones. El puerto de Singapur es uno de los principales del mundo, y segundo en cuanto a tráfico de transbordo en contenedores, por lo que la mayoría de las exportaciones constituyen reexportaciones. De esta manera, se posicionó como un centro regional comercial.

Al observar la estructura de la economía de Singapur, se observa que la industria de los servicios representa alrededor del 70% del PBI, empleando unos tres cuartos de la población activa del país. Del sector se destacan los servicios del comercio, de negocios, transportes, comunicaciones y financieros. En cuanto al último, Singapur es uno de los principales centros financieros del mundo, y es sede del dólar en el mercado asiático. Llegó a representar una cuarta parte del PBI, empleando un 11% de la población activa. En cuanto al sector industrial, el país cuenta con un alto nivel, con un cuarto del PBI dominado por la electrónica y la petroquímica. Dado que Singapur no cuenta con recursos minerales, el sector primario es prácticamente inexistente, con excepción del cultivo de orquídeas, legumbres y peces de acuario.

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Singapur<sup>49</sup>

- Superficie total: 697 de km2.
- Población total: 5.674.472 millones de habitantes<sup>50</sup>.
- PIB: 296,97 billones USD<sup>51</sup>
- PIB per cápita: 52961 USD<sup>52</sup>
- Moneda: Dólar de Singapur.
- Economía de mercado desarrollada
- Reconversión de la industria, de manufacturas tradicionales de bajo valor agregado, a la producción de alta tecnología y alto impacto
- Economía muy dependiente de las exportaciones
- Es uno de los 15 mayores importadores del mundo
- El puerto de Singapur es uno de los principales puertos del mundo
- La industria de los servicios representa el 70% del PBI
- Es uno de los principales centros financieros
- Sector industrial, dominado por la electrónica y petroquímica
- Sector primario inexistente
- Nivel de vida medio-alto

---

<sup>49</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>50</sup> Estimativo julio 2015

<sup>51</sup> Cifras 2016

<sup>52</sup> Cifras 2016

## Corea del Sur

En los últimos cuarenta años, Corea del Sur tuvo un fuerte crecimiento económico y logró integrarse globalmente, para convertirse en una economía industrializada de alta tecnología. Como evidencia, el PBI per cápita en 1960 era equivalente al de los países más pobres de África y Asia, mientras que en 2004 alcanzó la adhesión al club de los mil billones de dólares de las economías mundiales. En el proceso, la crisis financiera de 1997 demostró las debilidades de su modelo de desarrollo, entre las que se destacan los altos niveles de deuda y el endeudamiento masivo a corto plazo. Como consecuencia, su PBI disminuyó un 7% en el año siguiente para luego recuperar un 9% hasta 2000.

A raíz de ello, Corea del Sur implementó una reforma económica que consistió en la apertura a la inversión extranjera y a las importaciones. A partir de este proceso, el país experimentó un crecimiento sostenido moderado de alrededor del 4% anual. Sin embargo, en 2008 la economía surcoreana se vio afectada por la recesión económica mundial, de la cual tuvo una rápida recuperación con un crecimiento del 6% en 2010.

De entre los desafíos a largo plazo que posee Corea del Sur, se incluye la población con rápido envejecimiento, el mercado laboral inflexible, el dominio de los grandes conglomerados y la fuerte dependencia para con las exportaciones. Para combatir estas dificultades y fomentar el crecimiento económico, el gobierno fomentó reformas estructurales, la desregulación, la promoción de la inversión empresarial y la competitividad.

En el último año, con un aumento del 3% en 2015, en el PBI surcoreano se destaca el sector agrícola, representando un 2% del mismo, y empleando un 6% de la población activa. Los principales productos del sector con el arroz, la cebada, las frutas, las hortalizas y los tubérculos. El sector industrial corresponde al 38% de la economía, concentrándose en los productos electrónicos, químico, telecomunicación, y construcción de automóviles. Por último, el sector terciario tuvo una expansión rápida alcanzando un 60% del PBI, con los servicios como la actividad principal (Ver tabla 86).

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Corea del Sur<sup>53</sup>

- Superficie total: 99.720 km<sup>2</sup>
- Población total: 49.115.196 habitantes<sup>54</sup>
- PBI: 1.377 billones de dólares<sup>55</sup>
- PBI per cápita: 36.500 USD<sup>56</sup>
- Moneda: Won surcoreano
- Política de apertura a la importación e inversión extranjera
- Población con rápido envejecimiento
- Dominio de grandes conglomerados
- Los 3 grandes sectores de la economía son el terciario (60% del PBI), el industrial (38% del PBI) y el Agro (2% del PBI).

## Filipinas

Filipinas es uno de los mercados emergentes más dinámicos del Sudeste Asiático. Se trata de la doceava economía asiática y 58<sup>a</sup> de la economía mundial. Se caracteriza por una reciente industrialización, con mano de obra calificada que le permitió realizar grandes desarrollos en la producción industrial de valor agregado. Desde 2002, el crecimiento económico fue de aproximadamente 5% en promedio, ubicándolo entre los mayores crecimientos de la región.

Filipinas es un país con gran riqueza de productos agrícolas, donde el sector primario es un aspecto fundamental de su economía. Sin embargo, debido a la falta de tecnología, representa un escaso aporte al PBI, con un 12% del total en 2013.

Uno de los principales productos es la caña de azúcar, que se exporta en su mayoría a los Estados Unidos, Japón, Holanda, Taiwán y Corea del Sur. El segundo cultivo más producido es el arroz, dado que es un alimento central de la dieta filipina.

Luego, el coco se posiciona como el producto agrícola más exportado, con un 60% de las exportaciones mundiales. En cuanto a la ganadería y avicultura, se produce para el consumo interno del país, mientras que exporta pescados y mariscos por su gran riqueza piscícola.

---

<sup>53</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

<sup>54</sup> Estimaciones 2015

<sup>55</sup> Estimaciones 2015

<sup>56</sup> Estimaciones 2015

En cuanto a la industria, presento un gran crecimiento a partir de la política de sustitución de importaciones implementada desde los años 60. En su mayoría, la producción se orienta a productos de consumo y mercado interno, con la excepción de los electrónicos y la vestimenta. El principal contribuyente corresponde a la producción de alimentos, manufacturas de comunicación y los productos químicos.

El sector terciario es el que más aporta al PBI de la economía filipina con un 60% para el año 2013. Se trata del sector que más se beneficia de las inversiones y avances tecnológicos, sobre todo en los subsectores bancario, telecomunicaciones, transporte, distribución y comercio.

Su comercio exterior se caracteriza por poseer los mismos países como principales mercados y proveedores, siendo estos China, Japón y Estados Unidos.

El comercio con América Latina representa alrededor el 1% del total, demostrando la baja incidencia. Sus exportaciones se concentran en las manufacturas tecnológicas, mientras que las importaciones corresponden a los semiconductores, derivados de petróleo, automóviles, aviones, y alcoholes de petróleo.

A continuación, se detallan las características demográficas y económicas más relevantes de Filipinas<sup>57</sup>

- Superficie total: 300.000 km<sup>2</sup>
- Población total: 103.320.222 millones de habitantes
- PBI: 304,70 billones de dólares
- PBI per cápita: 2924 USD
- Moneda: Peso filipino
- La economía de Filipinas es un de las que más creció en Asia
- Gran riqueza de productos agrícolas
- El arroz es la base de la alimentación del pueblo
- El coco el producto agrícola más exportado
- El comercio con América Latina es muy bajo (1%)
- El comercio exterior se caracteriza por poseer los mismos países como principales mercados y proveedores (China, Japón y Estados Unidos).
- Agro, Industria y sector terciario son el motor de la economía del Filipinas

---

<sup>57</sup> Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional; cifras de 2016.

## ii. Productos demandados por los mercados asiáticos

### China

A continuación, se disponen los valores de importación de China durante el período 2006 al 2016 (Ver Tabla 39). Tal como se puede observar, las importaciones chinas son significativamente menores que las exportaciones, dando una balanza comercial enormemente positiva. Sin embargo, es evidente también el aumento de la cantidad importada en el período analizado, obviando la breve disminución en los últimos dos años de la tabla. El año de mayores importaciones se puede establecer en el 2013, con total de 1.560.000 millones de dólares.

En 2016 China importó 1.320.000 millones de dólares, posicionándose como el segundo importador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de China han disminuido a una tasa anualizada del 14,03%, pasando de 1.390.000 millones de dólares en 2011 a 1.320.000 millones de dólares en 2016.

Tabla 39: Importaciones y exportaciones totales de China en millones de dólares.  
Período 2006-2016.

Fecha	Importaciones	Exportaciones
2006	639.000	1.140.000
2007	710.000	1.380.000
2008	856.000	1.620.000
2009	782.000	1.350.000
2010	1.100.000	1.750.000
2011	1.390.000	2.040.000
2012	1.420.000	2.120.000
2013	1.560.000	2.250.000
2014	1.530.000	2.370.000

2015	1.270.000	2.370.000
2016	1.320.000	2.060.000

**Fuente:** Elaboración propia en base a información de OEC.

Al analizar los principales productos demandados por China al mundo (Ver Tabla 40), se puede observar que son lideradas por Circuitos Integrados, que representa el 9.7% de las importaciones totales de China, seguido por Petróleo Crudo, que representa el 8.8%. A continuación, se encuentra el Oro (4.7%), el Mineral de Hierro (4.4%), la industria automotriz (3.3%) y la Soja (2.6%), entre las más demandadas.

Tabla 40: Importación de China por producto, en millones de dólares. Año 2016

Producto	Importaciones	Porcentaje del total
Circuitos Integrados	128.000	9.7%
Petróleo Crudo	117.000	8.8%
Oro	62.600	4.7%
Mineral de Hierro	58.000	4.4%
Automóviles	44.000	3.3%
Soja	34.000	2.6%
Piezas- Repuestos	25.200	1.9%
Lcds	21.900	1.7%
Aviones, Helicópteros, etc.	20.400	1.5%
Cobre Refinado	17.400	1.3%
Medicamentos Envasados	14.000	1.1%

Hidrocarburos Cíclicos	13.900	1.1%
Polímeros de Etileno	13.400	1%

**Fuente:** Elaboración propia en base a información de OEC.

En cuanto a los principales orígenes de las importaciones de China (Ver Tabla 41), Corea del Sur es quien lidera el grupo con un 12% del total. A continuación, se encuentran Japón y los Estados Unidos, con 11% y 10% respectivamente. Y luego, Alemania (6,5%), Australia (5,4%), Malasia (3,7%), Brasil (3,5%) y Suiza (3%).

Como se puede ver, la Argentina no figura entre los principales países, siendo Brasil el único país latinoamericano presente en la tabla a continuación. Argentina abarca el 0,34 % de las importaciones chinas, el equivalente a 4.425 millones de dólares.

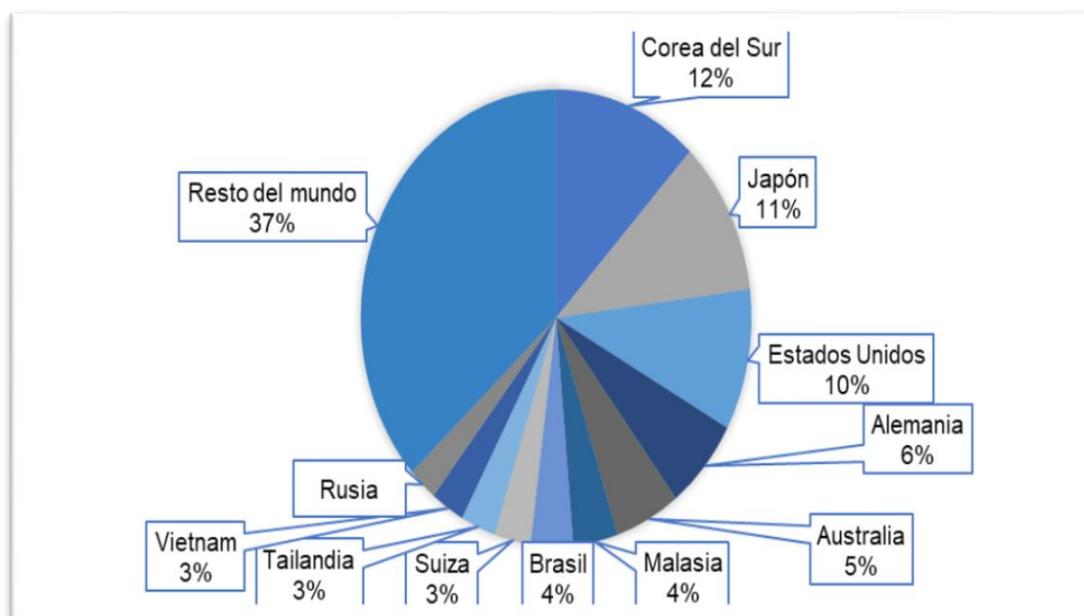
Tabla 41: Principales orígenes de las importaciones a China en millones de dólares. Año 2016.

País	Importaciones	Porcentaje del total
Corea del Sur	159.000	12%
Japón	146.000	11%
Estados Unidos	135.000	10%
Alemania	86.100	6.5%
Australia	70.900	5.4%
Malasia	49.300	3.7%
Brasil	45.900	3.5%
Suiza	39.900	3%
Tailandia	38.500	2.9%

Vietnam	37.200	2.8%
Rusia	32.300	2.4%

**Fuente:** Elaboración propia en base a información de OEC.

Gráfico 15: Principal origen de las importaciones de China en 2016 (en porcentajes).



**Fuente:** Elaboración propia en base a información de OEC.

### Balanza Comercial Argentina - China

El cuadro a continuación (Ver Tabla 42) ilustra los valores de la balanza comercial entre nuestro país y China, durante el período 2007-2016. De acuerdo con la información estadística, podemos observar que la misma comenzó con un pequeño superávit a favor de la Argentina para luego transformarse en deficitario en un promedio de 4.187 millones de dólares, durante los últimos diez años.

Como evidencia la tabla, las exportaciones argentinas fueron fluctuando alrededor de los 5.000 millones de dólares. Paralelamente, se observa como las importaciones desde China se duplicaron en los diez años analizados, de 5.000 a 10.000 millones de dólares.

Tabla 42: Balanza Comercial Argentina – China, en millones de dólares.

Período 2007-2016

Año	Exportaciones Argentinas a China	Variación Interanual (%)	Importaciones Argentinas desde China	Variación Interanual (%)
2007	5.166		5.092	
2008	6.354	19%	7.103	28%
2009	3.666	-73%	4.822	-47%
2010	5.798	37%	7.649	37%
2011	6.232	7%	10.572	28%
2012	5.021	-24%	9.951	-6%
2013	5.51	9%	11.312	12%
2014	4.461	-24%	10.703	-6%
2015	5.174	14%	11.749	9%
2016	4.425	-17%	10.467	-12%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

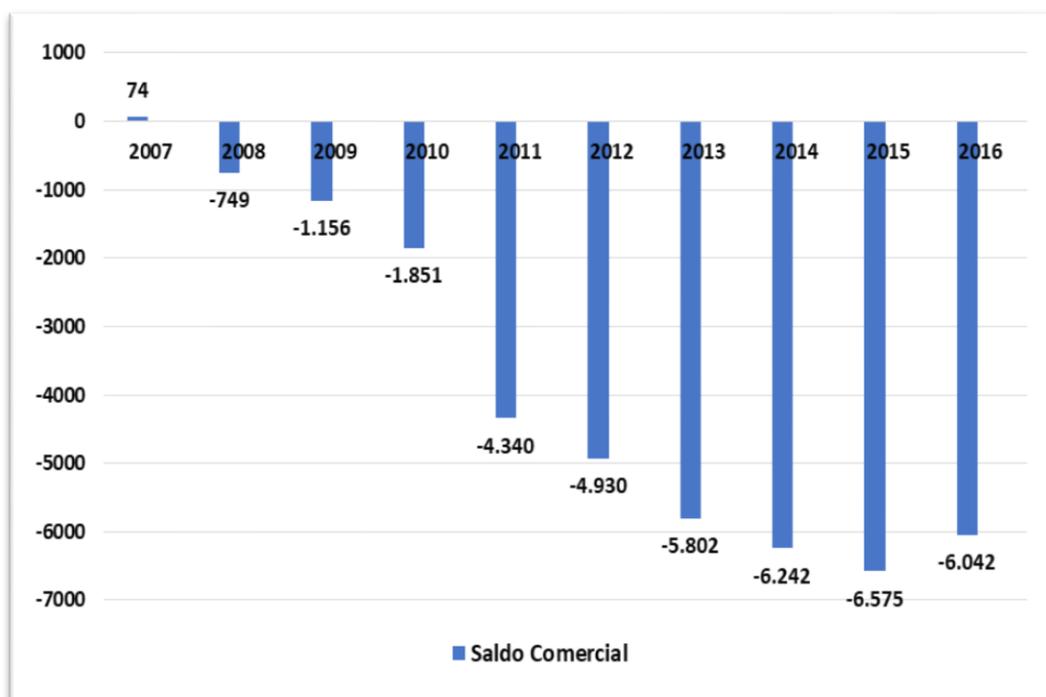
En 2016 se han realizado exportaciones hacia China por un valor de 4.425 millones de dólares, registrando una reducción de un 14% interanual. Sin embargo, China se posiciona como el segundo mercado en importancia como destino de las exportaciones, luego de Brasil.

Cabe destacar que durante el año 2015, las ventas del complejo sojero a China alcanzaron cifras record, con un crecimiento del 57,19% frente a los envíos de soja y subproductos exportados en 2014. Esto se debió, en mayor medida a la devaluación del peso frente al dólar que aceleró la colocación de soja de origen Argentina frente a la soja de origen estadounidense. Este efecto ocurrió también en Brasil, beneficiándose por el efecto de la devaluación de su moneda, con un aumento de las exportaciones a China durante 2015.

Durante 2016, se retrasó la comercialización de soja de Argentina, producto de las inundaciones locales que afectaron las principales áreas donde se concentra la soja en el país. Asimismo, los exportadores locales utilizaron los stocks de porotos de soja disponibles en el mercado para hacer molienda y extraer así harinas y aceites de soja y desabastecieron el mercado externo de porotos de soja.

Esta situación implicó que China realizara sus compras del commodities<sup>58</sup> en Brasil y Estados Unidos. Esta situación derivó en una baja importante en las exportaciones de Argentina al país asiático (Ver Gráfico 16).

Gráfico 16: Balanza Comercial Argentina – China, en millones de dólares.  
Período 2007-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

## Vietnam

Vietnam presentó de un aumento del PBI per cápita en los últimos años, alcanzando un valor de aproximadamente 5.800 dólares durante el 2015. Con este incremento de los ingresos, se da un crecimiento en el consumo de productos comestibles, especialmente entre artículos de mayor calidad.

En cuanto a la demanda total de Vietnam, la siguiente tabla (Ver Tabla 43) evidencia una diversificación bastante grande en los productos importados. El 33% de la demanda la ocupan los productos electrónicos, tanto las “Máquinas, aparatos y material eléctrico; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en

<sup>58</sup> Commodities: es todo bien que es producido en masa por el hombre, o del cual existen enormes cantidades disponibles en la naturaleza, que tiene valor o utilidad y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización.

televisión; sus partes.”, como las “Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes.” En total, el rubro importa por un valor de 66.406 millones de dólares.

A continuación, los “Plásticos y sus manufacturas” ocupan el 5% del total de la demanda vietnamita, con 9.615 millones de dólares. Tanto la “Fundición, hierro y acero” como los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales”, ocupan el 4% de las importaciones respectivamente.

Cabe destacar la elevada variación interanual de los “Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos”, con un 412%, correspondiente a unos 1.786 millones de dólares. De la misma manera, el “Aluminio y sus manufacturas” presentan el segunda mayor crecimiento con un 129%, equivalente a unos 3.327 millones de dólares.

Tabla 43: Importaciones por producto de Vietnam, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

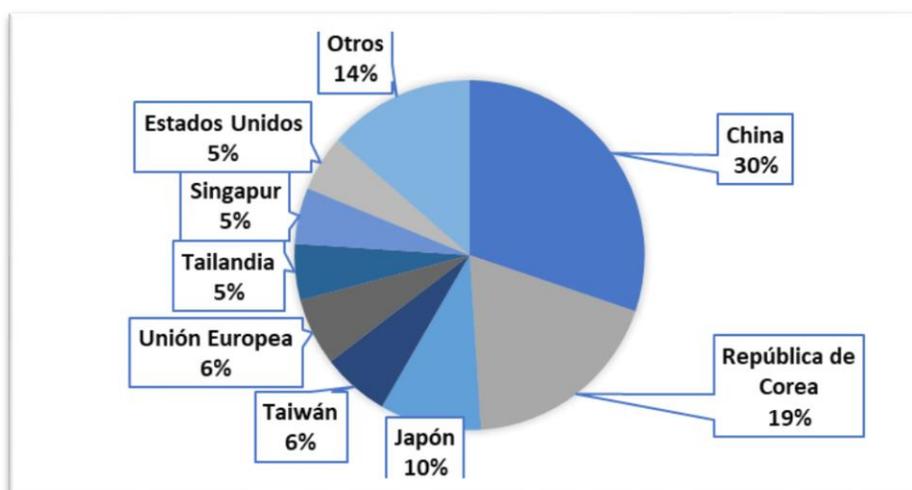
<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Máquinas, aparatos y material eléctrico; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión; sus partes.	41.857	45.514	9%	23%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes.	21.113	20.892	-1%	10%
Plástico y sus manufacturas.	9.919	9.615	-3%	5%
Fundición, hierro y acero.	8.725	8.778	1%	4%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales.	7.932	7.636	-4%	4%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.	5.421	6.442	19%	3%

Aluminio y sus manufacturas	2.572	5.899	129%	3%
Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos médico-quirúrgicos; sus partes.	3.598	5.488	53%	3%
Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.	1.043	5.342	412%	3%
Tejidos de punto.	3.556	5.198	46%	3%
Resto de los capítulos.	60.041	79.049	32%	40%
<b>Todos los productos</b>	<b>165.776</b>	<b>199.852</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de Trade Map (International Trade Center)

Entre los principales países que dan origen a las importaciones de Vietnam (Ver Gráfico 17), se destacan China y la República de Corea, con un 30% y 19% respectivamente. La Argentina ocupa el puesto número 13, concentrando un 1,5% de las importaciones vietnamitas. En el próximo apartado se detallará la composición de las exportaciones y las características principales de las relaciones comerciales entre nuestro país y Vietnam.

*Gráfico 17: Principales países origen de importaciones de Vietnam, en porcentaje, para el año 2016.*



**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de Trade Map (International Trade Center)

### Balanza Comercial Argentina – Vietnam

Como se puede observar en la tabla a continuación (Ver Tabla 44), la balanza comercial entre ambas naciones arroja un saldo comercial a favor de nuestro país que ha ido aumentando con los años.

Tabla 44: Balanza comercial Argentina-Vietnam en millones de dólares.

Período 2007-2016

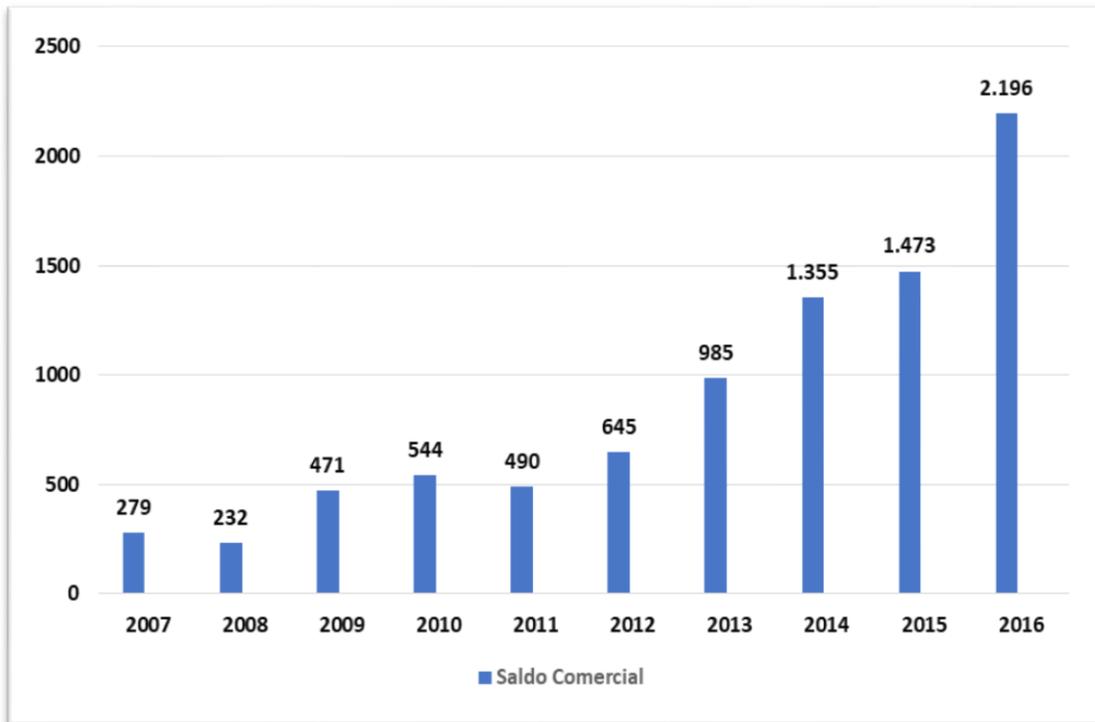
<b>Año</b>	<b>Exportaciones argentinas a Vietnam</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>	<b>Importaciones argentinas desde Vietnam</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>
2007	331		52	
2008	328	-1%	96	46%
2009	547	40%	76	-26%
2010	656	17%	111	32%
2011	680	4%	190	42%
2012	801	15%	156	-22%
2013	1185	32%	200	22%
2014	1550	24%	195	-3%
2015	1801	14%	328	41%
2016	2546	29%	350	6%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de INDEC.

Tal como evidencia el gráfico a continuación (Ver Gráfico 18), el crecimiento de las exportaciones argentinas presenta un crecimiento sostenido en el período analizado. Mientras tanto, las importaciones argentinas presentan fluctuaciones, con un valor promedio de 175 millones de dólares en los últimos 10 años.

Gráfico 18 Saldo comercial entre Argentina-Vietnam en millones de dólares.

Período 2007-2016.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de INDEC.

## Indonesia

Como se aprecia en la tabla a continuación (Ver Tabla 45), la economía de Indonesia posee una demanda levemente diversificada, con tres rubros que representan el 41% del total importado.

En primer lugar, se encuentran las “Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes” con un 16% de mercado, luego los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas y ceras minerales” con el 14% y por último “Máquinas, aparatos y material eléctrico; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión”, con el 11% de participación en las importaciones totales.

Del resto de los productos demandados, cabe destacar el gran aumento en las importaciones de los “Azúcares y artículos de confitería” con 58% de variación interanual 2015-2016. Esto corresponde a un aumento de aproximadamente 868 millones de dólares.

Tabla 45: Importaciones de Indonesia por rubro, en millones de dólares.

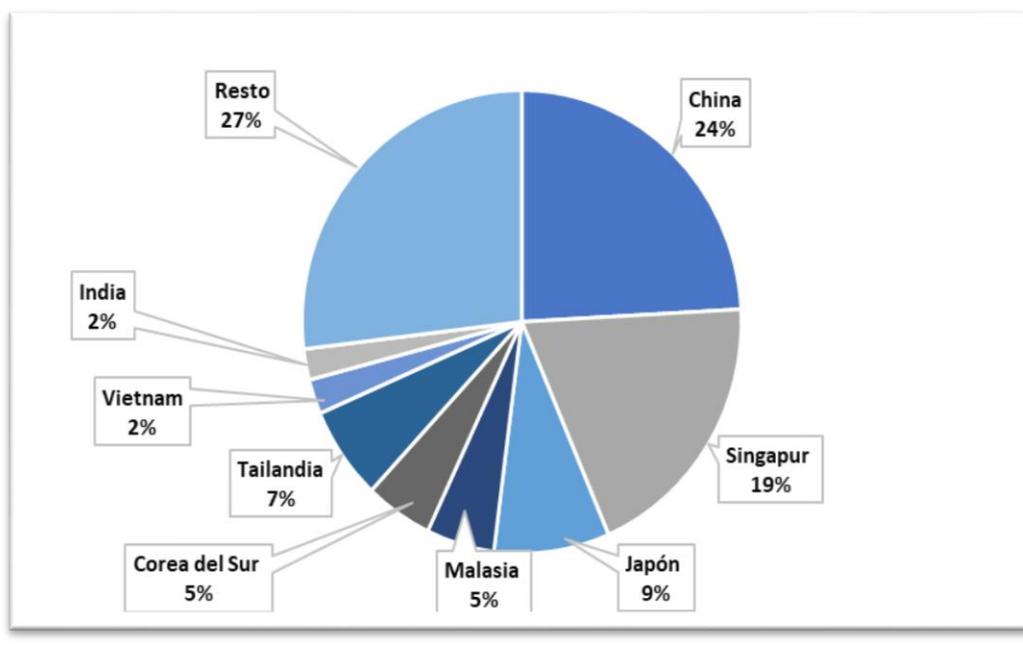
Período 2015-2016.

<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. %</b>
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes.	22.377	21.071	-6%	16%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas. Ceras minerales.	25.050	19.250	-23%	14%
Máquinas, aparatos y material eléctrico; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión. Sus partes.	15.518	15.431	-1%	11%
Plástico y sus manufacturas	6.832	7.000	2%	5%
Fundición, hierro y acero	6.317	6.180	-2%	5%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.	5.343	5.298	-1%	4%
Productos químicos orgánicos.	5.715	4.791	-16%	4%
Cereales.	3.156	3.192	1%	2%
Manufacturas de fundición, de hierro o acero.	3.716	2.932	-21%	2%
Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales.	2.735	2.480	-9%	2%
Azúcares y artículos de confitería.	1.499	2.367	58%	2%
Resto de los productos	44.438	45.661	3%	34%
<b>Total</b>	<b>142.695</b>	<b>135.653</b>	<b>-5%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

Entre los principales orígenes de las importaciones de Indonesia se encuentra, en primer lugar, China con 32.000 millones de dólares. Seguidamente se ubican Singapur, con 25.800 millones de dólares; Japón, con el equivalente a 11.300 millones de dólares; Malasia, con 6.670 millones de dólares y Corea del Sur con 6.600 millones de dólares (Ver Gráfico 19)

Gráfico 19: Principal origen de las importaciones de Indonesia en 2016 (en porcentajes).



**Fuente:** Elaboración propia en base a información de OEC.

### Balanza Comercial Argentina – Indonesia

En la siguiente tabla (Ver Tabla 46), se observa el incremento sostenido de las exportaciones argentinas hacia Indonesia, con un auge marcado en 2012 equivalente a 1.549 millones de dólares. Por otro lado, las importaciones desde Indonesia hacia nuestro país se mantuvieron relativamente estables en el período analizado, alrededor de los 290 millones de dólares. El saldo comercial desde 2007 fue positivo para la Argentina, con valores fluctuantes y, nuevamente, un pico en el año 2012, con valor de 1.205 millones de dólares a favor.

Para el año 2016, se registraron exportaciones a Indonesia por 1.243 millones de dólares, e importaciones hacia Argentina por 276 millones de dólares, arrojando un saldo comercial positivo por 967 millones de dólares.

Hasta agosto de 2017, las exportaciones de Argentina a Indonesia alcanzaron 695 millones mientras que las importaciones fueron de 210 millones de dólares.

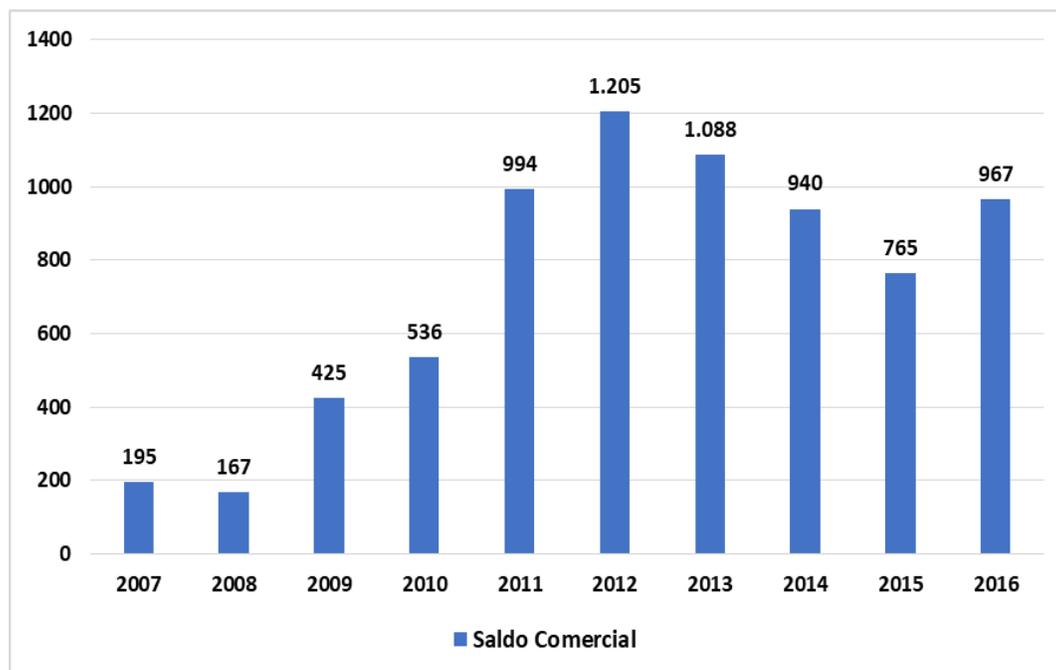
Tabla 46: Exportaciones e importaciones de Argentina a Indonesia, en millones de dólares. Período 2007-2016.

<b>Año</b>	<b>Exportaciones argentinas a Indonesia</b>	<b>Importaciones argentinas desde Indonesia</b>	<b>Saldo Comercial</b>	<b>Comercio total</b>
2007	409	214	195	623
2008	406	239	167	645
2009	604	179	425	783
2010	852	316	536	1.168
2011	1.367	373	994	1.740
2012	1.549	344	1.205	1.893
2013	1.469	381	1.088	1.850
2014	1.239	299	940	1.538
2015	1.079	314	765	1.393
2016	1.243	276	967	1.519

**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

El gráfico a continuación (Ver Gráfico 20), evidencia la magnitud y el crecimiento del saldo comercial a favor de la Argentina frente a Indonesia. Si bien a partir de 2012 se registra un decrecimiento en el saldo, en el período 2015-2016 se observa una fuerte recuperación, de una magnitud equivalente a los 200 millones de dólares.

Gráfico 20: Balanza comercial Argentina- Indonesia, en millones de dólares  
Período 2007-2016.



**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

## Japón

Como se puede ver en la tabla a continuación (Ver Tabla 47), el 18% de las importaciones de Japón están compuestas por los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación”, con 110.971 millones de dólares. En segundo lugar, las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación” representan el 15% del total exportado, con unos 89.925 millones de dólares. A continuación, las “Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos” con 59.426 millones de dólares, son el 10% de lo demandado.

En cuanto a las variaciones interanuales para el período analizado, se puede ver que la mayor tendencia es el decrecimiento, con una reducción del 3% en términos totales. Entre ellos se destaca la disminución del 15% por parte de los “Minerales, escorias y cenizas”, y la del 14% de los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación”.

En relación a las importaciones totales, durante el período 2015-2016, Japón las redujo en un 3%, correspondiente a unos 18.453 millones de dólares.

Tabla 47: Importaciones totales de Japón, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Combustibles minerales, aceites minerales y producido de su destilación	128.287	110.671	-14%	18%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	90.248	89.925	-0,4%	15%
Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos	59.542	59.426	-0,2%	10%
Productos farmacéuticos	23.186	24.412	5%	4%
Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida	23.272	24.185	4%	4%
Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	19.110	20.915	9%	4%
Minerales, escorias y cenizas	20.404	17.321	-15%	3%
Productos químicos orgánicos	14.194	14.433	2%	2%
Materias Plásticas y manufacturas de estas materias	13.779	13.943	1%	2%
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	13.535	13.368	-1%	2%
Prendas y complementos de vestir, de punto	13.317	12.974	-3%	2%
Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	10.243	10.800	5%	2%
Resto de los productos	196.450	194.740	-1%	32%
<b>Todos los productos</b>	<b>625.568</b>	<b>607.115</b>	<b>-3%</b>	<b>100%</b>

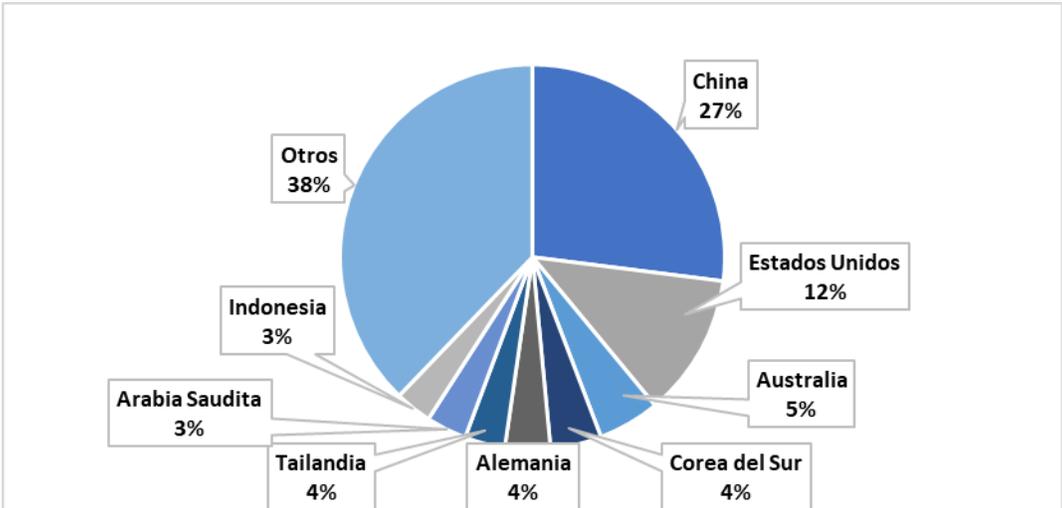
**Fuente:** Elaboración ExportAr en base a datos de Trade Map (International Trade Center)

Al tener en cuenta los países proveedores de productos a Japón (Ver Gráfico 21), se observa que el 27% de ellas corresponden a China, mientras que un 12% a los Estados Unidos. Luego, se encuentra Australia con un 5%, y le

siguen Corea del Sur, Alemania y Tailandia con 4%. La Argentina aporta en un 0,13% a las importaciones japonesas. Se analizará en el apartado siguiente la composición de las mismas

Gráfico 21 Principales países de origen de las importaciones de Japón.

Año 2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OEC.

Balanza Comercial Argentina – Japón

Al considerar los valores de importaciones y exportaciones entre la Argentina y Japón (Ver Tabla 48), queda en evidencia que el año de mayores exportaciones argentinas a Japón fue el 2013, con un valor de 1.391 millones de dólares exportados. El año de menores exportaciones fue el 2009, con 493 millones de dólares.

Hasta el año 2013, la tendencia del comercio total entre ambos países fue creciente, para tornarse decreciente en los últimos tres años. Durante el último año analizado, las exportaciones argentinas a Japón muestran un crecimiento interanual del 15%, con envíos que alcanzaron los 661 millones de dólares. Por su parte, las importaciones disminuyeron en el plano interanual en un 22%.

Tabla 48 : Importaciones y exportaciones entre Argentina y Japón, en millones de dólares.

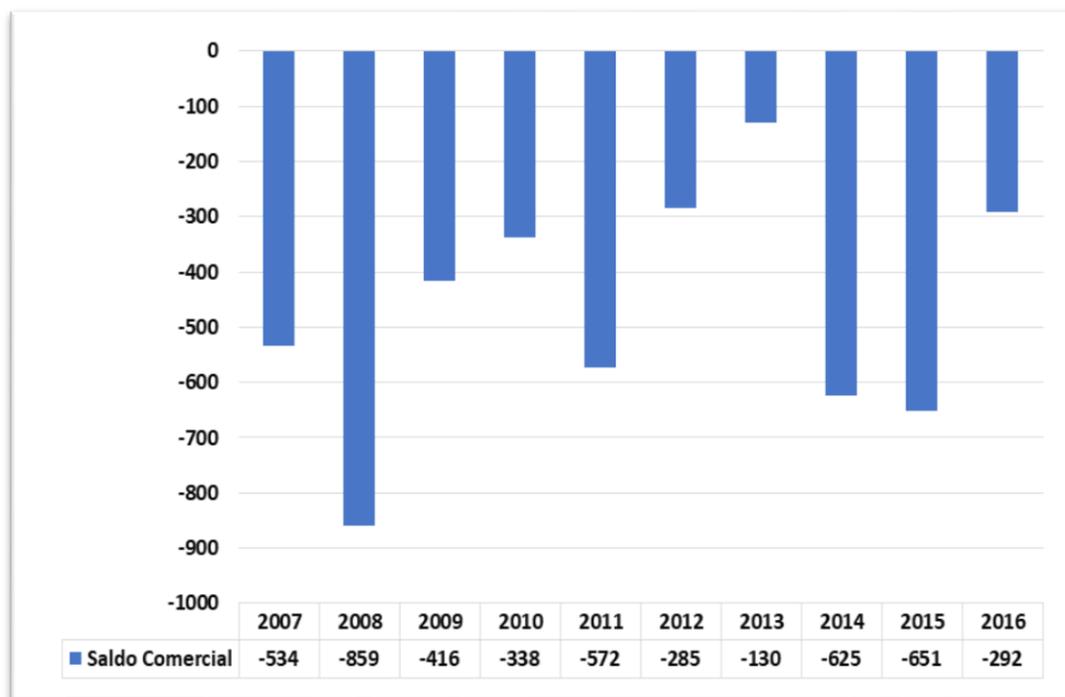
Período 2007-2016.

Año	Exportaciones argentinas a Japón	Importaciones argentinas desde Japón	Saldo Comercial	Comercio total
2007	666	1.200	-534	1.866
2008	519	1.378	-859	1.897
2009	493	909	-416	1.402
2010	854	1.191	-338	2.045
2011	843	1.415	-572	2.258
2012	1.223	1.509	-285	2.732
2013	1.391	1.521	-130	2.912
2014	750	1.375	-625	2.124
2015	572	1.224	-651	1.796
2016	661	953	-292	1.614

Fuente: Elaboración ExportAr en base a datos de INDEC

En el siguiente gráfico (Ver Gráfico 22), se evidencia con mayor claridad el carácter deficitario que presenta la balanza comercial argentino-japonesa para nuestro país. Esta tendencia se ha mantenido a lo largo de todo el período 2007-2016, de manera fluctuante. El año de mayor déficit fue el 2008, con unos 859 millones de dólares de saldo negativo, mientras que el de menor déficit fue el 2013, con 130 millones de dólares.

22. Balanza comercial Argentina- Japón, en millones de dólares.  
Período 2007-2016.



**Fuente:** Elaboración ExportAr en base a datos de INDEC

## India

En 2016, la India importó un total de 356.704 millones de dólares, con una disminución del 8,71% con respecto al 2015. Del total de las importaciones, el 25% corresponden a los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas”.

A continuación, las “Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos” representan el 13,5%. En tercer lugar, se encuentran las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción” con un 10,4% de las importaciones indias (Ver Tabla 49).

Tabla 49: Demanda total de India, en millones de dólares. Período 2015-2016.

<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas	104.646	89.308	-14,66%	25%
Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos	59.633	48.129	-19,29%	13,5%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción	35.926	37.005	3,00%	10,4%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas;	32.047	32.515	1,46%	9,1%
Productos químicos orgánicos	15.918	14.767	-7,23%	4,15%
Fundición, hierro y acero	11.708	8.713	-25,58%	2,45%
Plástico y sus manufacturas	11.342	11.391	0,43%	3,2%
Materias no a otra parte especificadas	10.852	10.613	-2,20%	3%
Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias	10.481	10.491	0,10%	2,95%
Abono	7.459	4.588	-38,49%	1,3%
Resto de los productos	90.745	89.184	-1,72%	25%
<b>Todos los productos</b>	<b>390.745</b>	<b>356.704</b>	<b>-8,71%</b>	<b>100%</b>

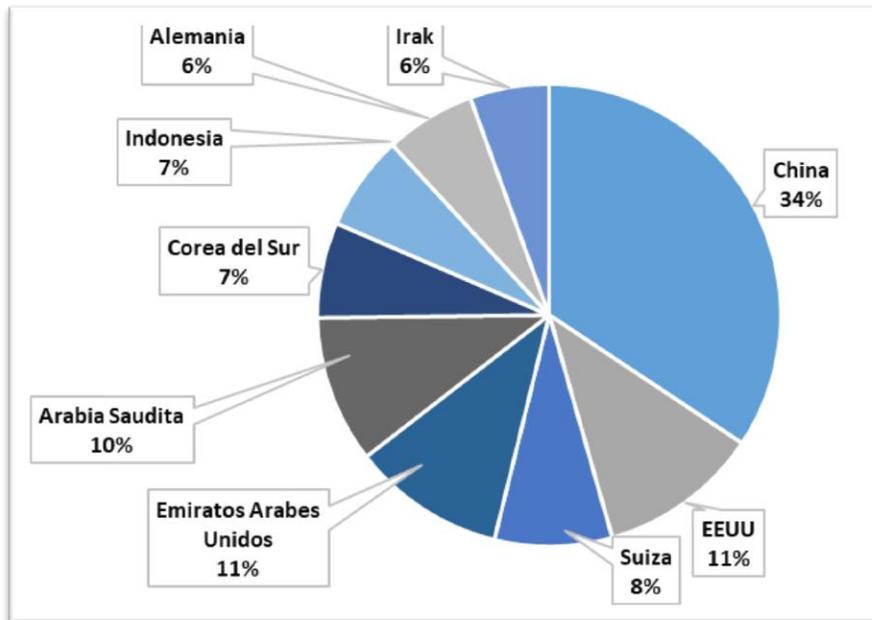
**Fuente:** Elaboración ExportAr en base a datos de Trade Map (International Trade Center)

Los principales orígenes de las importaciones de India corresponden a China, en primer lugar, con 58.400 millones de dólares. El gigante asiático es seguido por los Estados Unidos, país que totaliza 21.700 millones de dólares. Seguidamente se ubican Hong Kong, totalizando 15.400 millones de dólares;

Suiza con 14.600 millones de dólares y Corea del Sur con 11.600 millones de dólares (Ver Gráfico 23)

Gráfico 23 Principales países de origen de las importaciones de India.

Año 2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OEC.

### Balanza Comercial Argentina – India

Al tener en cuenta las exportaciones e importaciones entre la Argentina y la India (Ver Tabla 50), se observa en el comercio un aumento sostenido a lo largo de la década bajo análisis.

Para el año 2016, las exportaciones argentinas a India fueron de unos 2.213 millones de dólares mientras que las importaciones argentinas desde India tuvieron un valor de 700 millones de dólares. De esta manera, el saldo comercial resultó positivo para la Argentina en unos 1.513 millones de dólares. En el apartado a continuación se analiza el intercambio comercial en detalle.

Tabla 50: Balanza comercial entre Argentina e India, en millones de dólares.  
Período 2006-2016

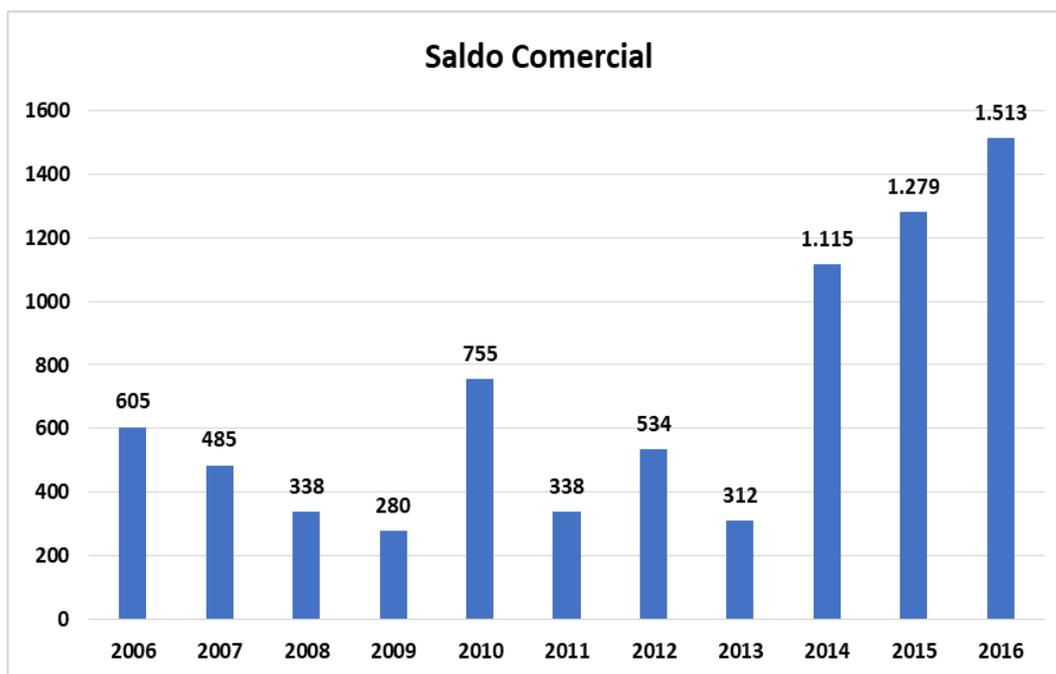
Año	Exportaciones argentinas a India	Variación Interanual (%)	Importaciones argentinas desde India	Variación Interanual (%)
2006	909		303	
2007	869	-5%	384	21%
2008	830	-5%	492	22%
2009	648	-28%	368	-34%
2010	1321	51%	567	35%
2011	969	-36%	631	10%
2012	1187	18%	653	3%
2013	1089	-9%	777	16%
2014	1810	40%	695	-12%
2015	2003	10%	724	4%
2016	2213	9%	700	-3%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de INDEC

Al evaluar el saldo comercial entre la Argentina y la India (Ver Gráfico 24), se observa que ha sido positivo para nuestro país en todo el período analizado.

Sin embargo, muestra fluctuaciones comenzando con un descenso desde 2006 a 2009, un punto máximo en 2010 y un nuevo descenso de 2011 a 2013. A partir de 2014, el saldo comercial aumento positivamente para la Argentina y sostuvo una tendencia creciente, marcando unos 1.513 millones de dólares en el último año analizado.

Gráfico 24 Evolución del saldo comercial entre Argentina e India, en millones de dólares. Período 2006-2016.



Fuente: Elaboración ExportAr en base a datos de INDEC

## Malasia

Al analizar las importaciones totales de Malasia, se observa que el 27,58% de ellas corresponden a las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación”. En segundo lugar, unos 20.093 millones de dólares, un 11,93% del total, pertenece al rubro de “Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos. A continuación, se encuentran las “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación con un 10,31%, el equivalente a 17.359 millones de dólares.

Tal como lo evidencia la tabla a continuación (Ver Tabla 51), el total de los productos analizados muestran una variación interanual 2015-2016 de tendencia negativa. En términos totales, la disminución fue de un 4%, es decir unos 7.800 millones de dólares.

Tabla 51: Total importaciones de Malasia, en millones de dólares.

Período 2015-2016

DESCRIPCIÓN	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación	47.165	46.443	-2%	27,58%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	21.760	17.359	-20%	10,31%
Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos	19.876	20.093	1%	11,93%
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	6.772	6.827	1%	4,05%
Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	6.093	5.780	-5%	3,43%
Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía	5.328	5.183	-3%	3,08%
Fundación, hierros y acero	4.754	4.591	-3%	2,73%
Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, metales preciosos	4.150	3.473	-16%	2,06%
Cobre y sus manufacturas	3.119	2.752	-12%	1,63%
Caucho y sus manufacturas	3.096	2.880	-7%	1,71%
Productos químicos orgánicos	3.073	2.987	-3%	1,77%
Aluminio y sus manufacturas	2.733	2.387	-13%	1,42%
Navegación aérea o espacial	2.575	2.877	12%	1,71%
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	2.518	2.769	10%	1,64%
Resto de los capítulos	43.161	41.974	-3%	24,93%
<b>Todos los productos</b>	<b>176.175</b>	<b>168.375</b>	<b>-4%</b>	<b>100%</b>

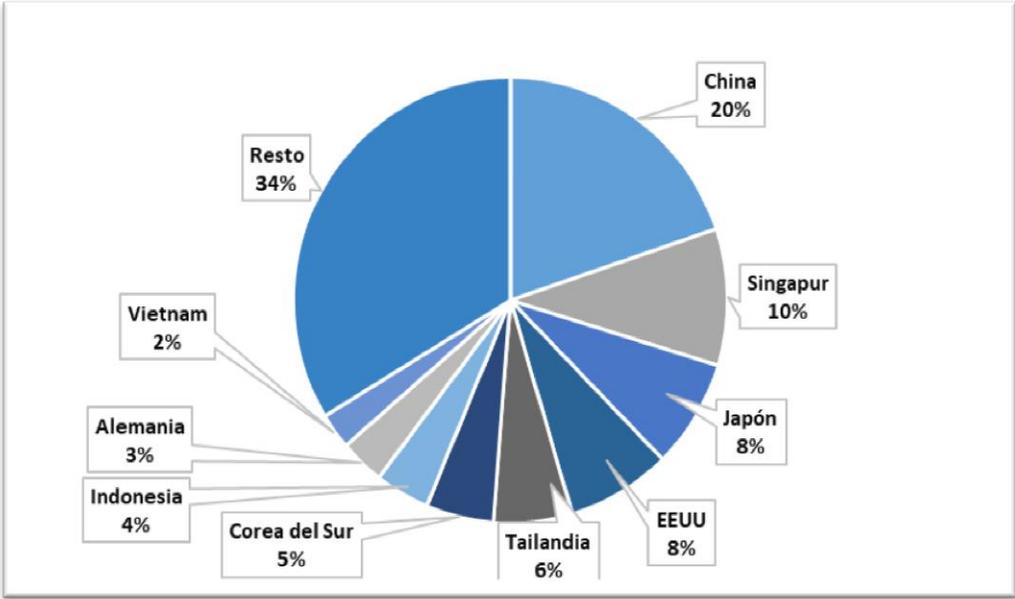
Fuente: Elaboración ExportAr sobre datos del INDEC.

Los principales orígenes de las importaciones de Malasia corresponden, en primer lugar, a China, totalizando 37.700 millones de dólares. Luego se

encuentran Singapur, con 35.000 millones de dólares; Japón, con el equivalente a 12.200 millones de dólares; Estados Unidos, con aproximadamente 11.800 millones de dólares y Corea del Sur, con 7.530 millones de dólares.

Gráfico 25: Principales países de origen de las importaciones de Malasia

Año 2016



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OEC.

Balanza Comercial Argentina – Malasia

La balanza comercial entre ambos países (Ver Tabla 52) muestra un saldo superavitario para la Argentina en todos los años bajo análisis. El comercio total promedió un valor de 1.193 millones de dólares. En 2015 se registró el menor intercambio, con 629 millones de dólares.

En cuanto a las exportaciones, se observa que, de 2006 a 2012, presentaron una tendencia de crecimiento sostenido, alcanzando un valor máximo de 994 millones de dólares. Sin embargo, desde el 2013, esta situación se revirtió, mostrando un decrecimiento pronunciado. Las importaciones desde Malasia muestran las mismas tendencias, con un máximo de 295 millones de dólares

importados en 2012. En el apartado siguiente se analizarán las composiciones correspondientes.

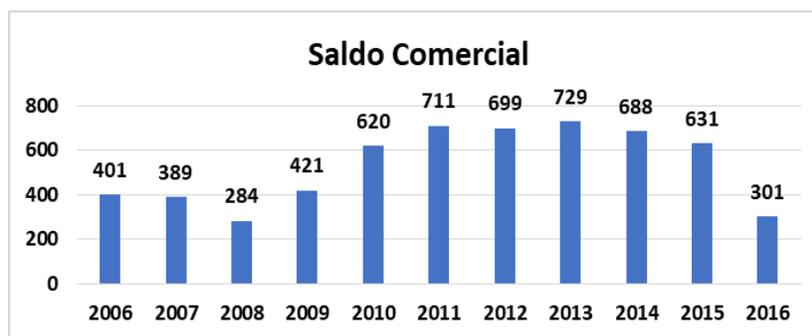
Tabla 52: Balanza comercial Argentina – Malasia, en millones de dólares.  
Período 2006-2016.

Año	Exportaciones argentinas a Malasia	Variación Interanual (%)	Importaciones argentinas desde Malasia	Variación Interanual (%)
2006	532		131	
2007	568	6%	179	27%
2008	462	-23%	178	-1%
2009	552	16%	131	-36%
2010	813	32%	193	32%
2011	974	17%	263	27%
2012	994	2%	295	11%
2013	963	-3%	234	-26%
2014	941	-2%	253	8%
2015	839	-12%	208	-22%
2016	465	-80%	164	-27%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

Al analizar el saldo comercial entre ambos países (Ver Gráfico 27), se evidencia la tendencia positiva a lo largo de todo el período analizado. Además, se observan más claramente las tendencias descritas anteriormente.

Gráfico 26. Saldo comercial Argentina- Malasia, en millones de dólares.  
Período 2006-2016.



Fuente: Elaboración ExportAr sobre datos de INDEC

## Tailandia

La economía tailandesa registró importaciones por 195.722 millones de dólares en el 2016 (Ver Tabla 53). Esto significó un 3% menos, en relación al año anterior.

Del valor actual, un 20% corresponde al rubro de las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción. En segundo lugar, con 13% se encuentran las “Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes” y los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas”.

Tabla 53: Importaciones totales de Tailandia, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

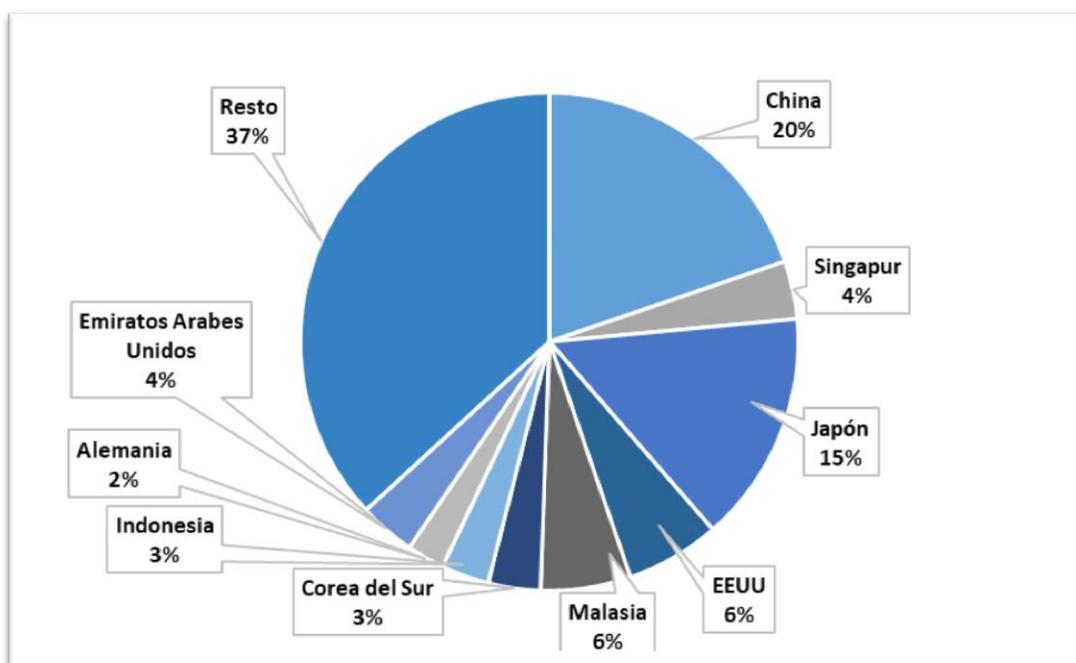
DESCRIPCIÓN	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción	37.679	38.522	2%	20%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; sus partes.	27.278	26.225	-4%	13%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas	30.178	24.618	-18%	13%
Fundición, hierro y acero	9.589	9.531	-1%	5%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	8.046	8.831	10%	5%
Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos	9.874	8.668	-12%	5%
Plástico y sus manufacturas	7.9008	8.034	2%	4%
Manufacturas de fundición, de hierro o acero	7.010	6.797	-3%	4%
Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o	5.370	5.415	1%	3%

cinematografía, de medida, control o precisión				
Productos químicos orgánicos	4.049	3.718	-8%	2%
Resto de los productos	54.985	55.362	1%	28%
<b>Todos los productos</b>	<b>201.966</b>	<b>195.722</b>	<b>-3%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de Trade Map (International Trade Center).

Los principales orígenes de las importaciones de Tailandia corresponden, en primer lugar, a China, alcanzando los 40.900 millones de dólares. En segundo lugar se encuentra Japón, con 29.600 millones de dólares. Luego se ubican Estados Unidos, 12.300 millones de dólares; Malasia, totalizando 11.800 millones de dólares y Singapur, con 7.590 millones de dólares.

Gráfico 27: Principales países de origen de las importaciones de Tailandia  
Año 2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OEC

## Balanza Comercial Argentina – Tailandia

Al analizar la balanza comercial entre la Argentina y Tailandia (Ver Tabla 54), se observa que el comercio bilateral registra una tendencia de crecimiento sostenida para la totalidad del período evaluado. En cuanto a las exportaciones, se muestra un crecimiento hasta el año 2013, con 925 millones de dólares exportados, y una posterior caída, hasta 2016, donde se registran 572 millones de dólares exportados. En cuanto a las importaciones argentinas de Tailandia, se observa un crecimiento sostenido desde el 2007 hasta el 2014, una posterior disminución en 2014-2015 y una gran recuperación en 2016. En este último año, se importaron productos por 1.132 millones de dólares, es decir, se registró un aumento de 560 millones de dólares en relación al año anterior.

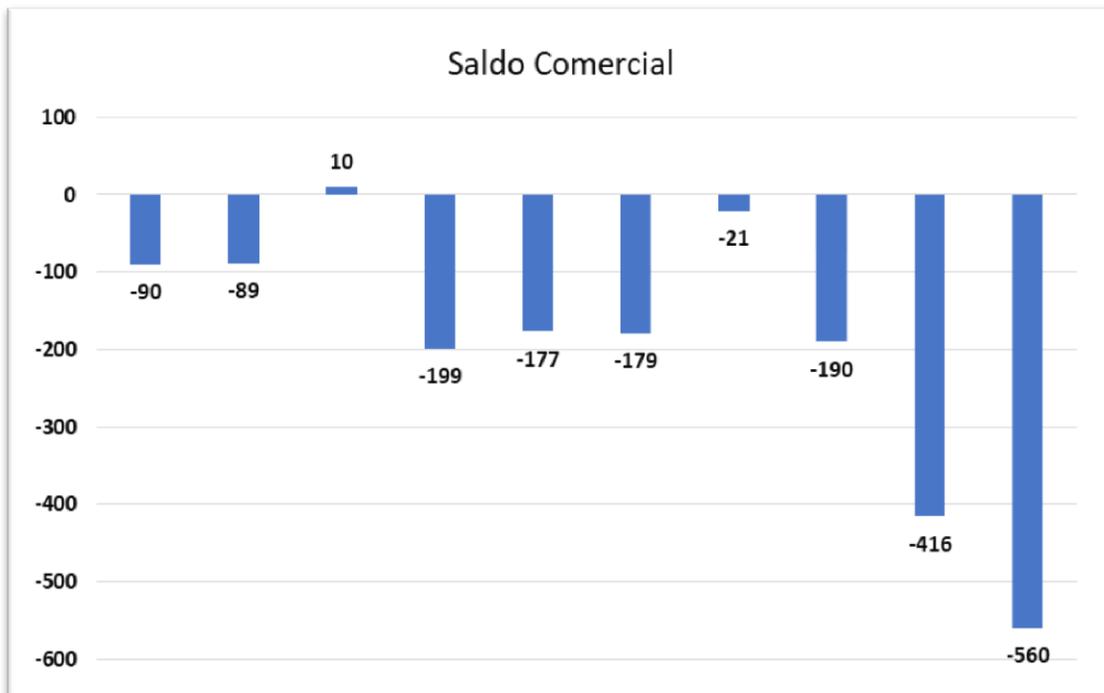
Tabla 54 Balanza Comercial Argentina – Tailandia, en millones de dólares.  
Período 2007-2016.

<b>Año</b>	<b>Exportaciones argentinas a Tailandia</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>	<b>Importaciones argentinas de Tailandia</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>
2007	367		456	
2008	395	7%	484	6%
2009	421	6%	411	-18%
2010	441	5%	640	36%
2011	518	15%	696	8%
2012	683	24%	861	19%
2013	925	26%	946	9%
2014	620	-49%	810	-17%
2015	397	-56%	813	0%
2016	572	31%	1132	28%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del INDEC

En cuanto al saldo comercial entre ambas naciones, el gráfico a continuación (Ver Gráfico 28) evidencia la tendencia negativa del mismo, con la salvedad del año 2009. Este presenta un saldo de 10 millones de dólares a favor de la Argentina, mientras que en el resto de los años, los saldos son negativos, con el 2016 como el peor con 560 millones de dólares de déficit.

Gráfico 28. Saldo comercial Argentina – Tailandia, en millones de dólares.  
Período 2007-2016.



**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

## Singapur

Las importaciones de Singapur marcaron un valor de 283.008 millones de dólares para el 2016, es decir, registraron un descenso del 4,68% con respecto al año anterior.

A continuación se detalla el total de las importaciones realizadas por Singapur en 2016(Ver Tabla 55). En el primer lugar, se encuentran las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación”, las cuales responden al 30% de la demanda total, con una cifra equivalente a 84.880 millones de dólares. El segundo lugar corresponde a los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación”, con aproximadamente el 18% del total, esto es, el equivalente a 51.073 millones de dólares. En tercer lugar se encuentran las “Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos”, con el 13% de las exportaciones totales de Singapur, totalizando 42.377 millones de dólares.

Tabla 55: Importaciones totales de Singapur, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

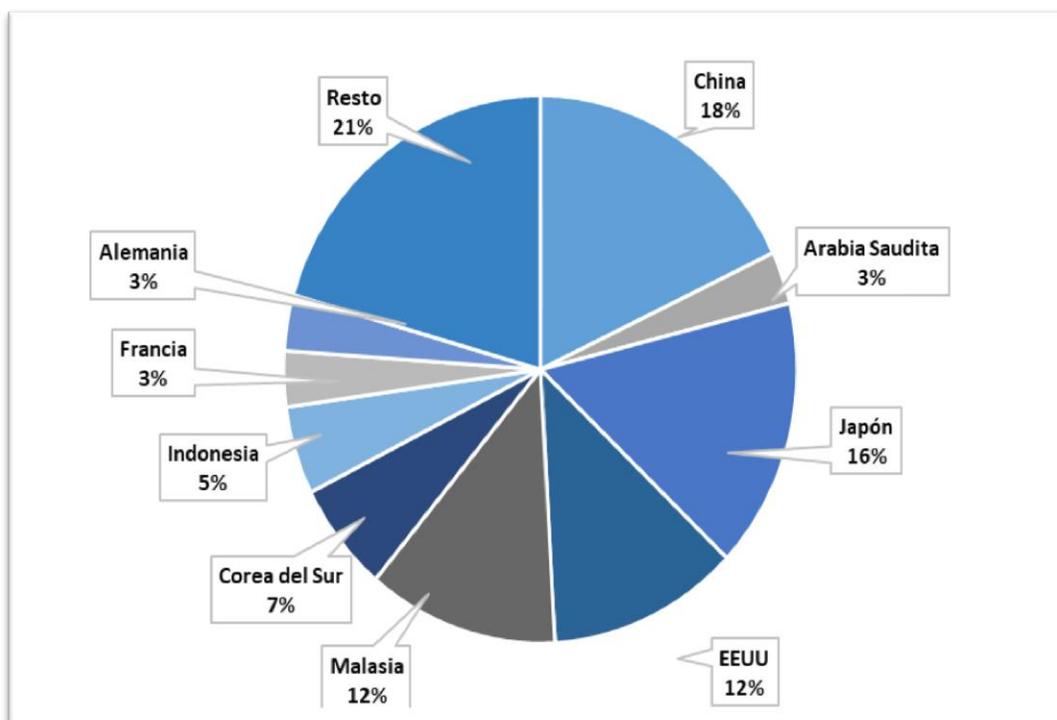
DESCRIPCIÓN	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	64.578	51.073	20,91%	18,05%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	84.861	84.880	0,02%	29,99%
Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos	43.083	42.377	-1,64%	14,97%
Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida	10.039	11.107	10,64%	3,92%
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	9.379	11.405	21,60%	4,03%
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	6.671	6.687	0,24%	2,36%
Productos químicos orgánicos	5.715	5.464	-4,39%	1,93%
Navegación aérea o espacial	7.652	6.720	12,18%	2,37%
Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres	5.314	5.548	4,40%	1,96%
Materas no a otra parte especificadas	4.497	4.622	2,78%	1,63%
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	3.714	3.339	-10,10%	1,18%
Miscellaneous chemical products	3.865	4.050	4,79%	1,43%
Fundición, hierro y acero	2.866	2.158	-24,70%	0,76%
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	2.416	2.388	-1,16%	0,84%
Aceites esenciales y resinoides; preparación de perfumería, de tocador	2.674	3.050	14,06%	1,08%
Productos farmacéuticos	2.235	2.334	4,43%	0,82%

Muebles, mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares	1.308	1.194	-8,72%	0,42%
Resto de los productos	35.877	34.612	-3,53%	12,23%
<b>Total</b>	<b>296.744</b>	<b>283.008</b>	<b>-4,63%</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Elaboración Fundación ExportAr sobre datos de INDEC.

Gráfico 29 Principales países de origen de las importaciones de Singapur

Año 2016.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de OEC

Una vez más, China se ubica el primer lugar, entre los principales orígenes de las importaciones de Singapur, con 44.500 millones de dólares. Por debajo de este se encuentran: Malasia, con 27.600 millones de dólares; Estados Unidos, totalizando 26.700 millones de dólares; Japón con 19.800 millones de dólares y Corea del Sur con 12.500 millones de dólares.

## Balanza Comercial Argentina – Singapur

El comercio total (Ver Tabla 56) entre los dos países muestra una tendencia fluctuante entre 2005 y 2015, alcanzando un valor de 224 millones de dólares el último año. El año de mayor comercio fue 2014, con un intercambio de 331 millones de dólares, mientras que en 2005 marcó el punto más bajo con 122 millones de dólares comerciados. Los valores de las exportaciones desde Argentina a Singapur tienen también un carácter interanual oscilante, aunque se ve un incremento en el período total. Teniendo en cuenta los valores del año 2005 y 2015, se ve un aumento de 102 millones de dólares exportados. La tendencia creciente se fortaleció desde 2013, alcanzando unos 119 millones de dólares para el último año.

En cuanto a las importaciones, presentan un ritmo de crecimiento más lento de 2005 al 2011, alcanzando un valor máximo 169 millones de dólares importados. A partir de ese año, la tendencia se revierte. En 2015 se evidencia una disminución de 64 millones de dólares en relación al año en que se alcanzó el valor máximo.

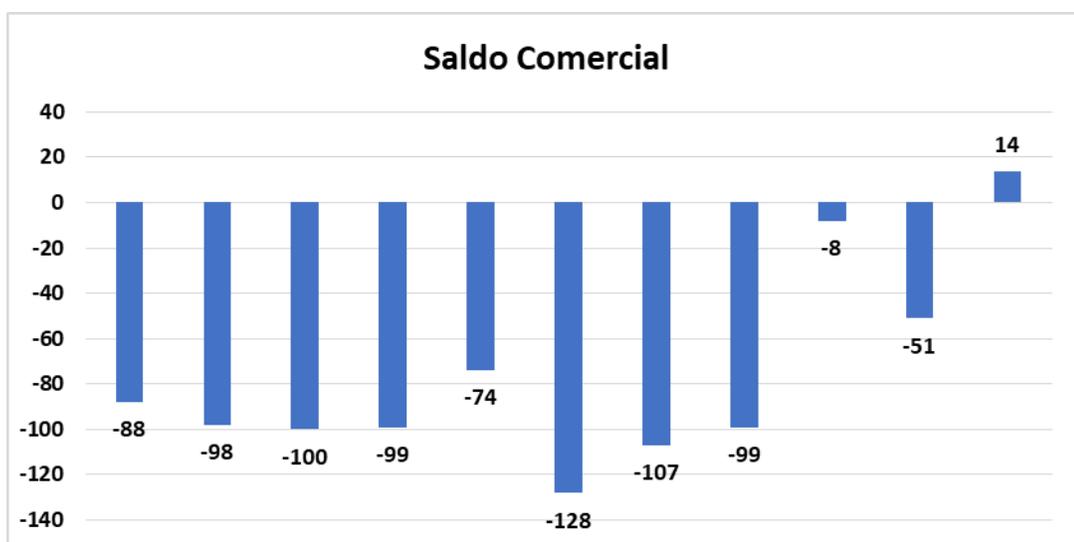
Tabla 56 : Exportaciones e importaciones entre Argentina y Singapur, en millones de dólares. Período 2005-2016.

<b>Año</b>	<b>Exportaciones argentinas a Singapur</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>	<b>Importaciones argentinas de Singapur</b>	<b>Variación Interanual (%)</b>
2005	17		105	
2006	44	61%	143	27%
2007	27	-63%	126	-13%
2008	58	53%	156	19%
2009	36	-61%	109	-43%
2010	38	5%	166	34%
2011	62	39%	169	2%
2012	48	-29%	147	-15%
2013	115	58%	123	-20%
2014	140	18%	191	36%
2015	119	-18%	105	-82%
2016	77,5	-35%	165	57%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de Fundación ExportAr.

En el siguiente gráfico (Ver Gráfico 30) se observa con mayor detalle la conducta de la balanza comercial entre Argentina y Singapur. El gráfico muestra un creciente déficit para nuestro país, registrándose en 2010 el peor desempeño, con un saldo negativo de 128 millones de dólares. El déficit promedio entre los años 2005 a 2012 fue de 99 millones de dólares. Sin embargo, cabe destacar que en el 2015 la balanza entre ambas naciones representó para nuestro país un superávit de 14 millones de dólares.

Gráfico 30. Saldo comercial Argentina- Singapur, 2005-2015.



**Fuente:** elaboración Fundación ExportAr sobre datos del Centro de Economía Internacional (CEI)

## Corea del Sur

En 2016 Corea del Sur importó 406.861 millones de dólares, ubicándose como el undécimo importador más grande en el mundo. Entre las importaciones totales de Corea del Sur (Ver Tabla 57), los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación” ocupan el 20% de la demanda. En segundo lugar, se encuentran las “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes” con un 18% aproximadamente. En tercer lugar, los “Reactores nucleares, calderas, máquinas, y artefactos mecánicos” representan el 11% del total. En términos generales, la demanda de importaciones de Corea del Sur presenta una disminución del 6,88% entre 2015 y 2016.

Tabla 57: Demanda total de Corea del Sur, en miles de millones de dólares.

Período 2015-2016.

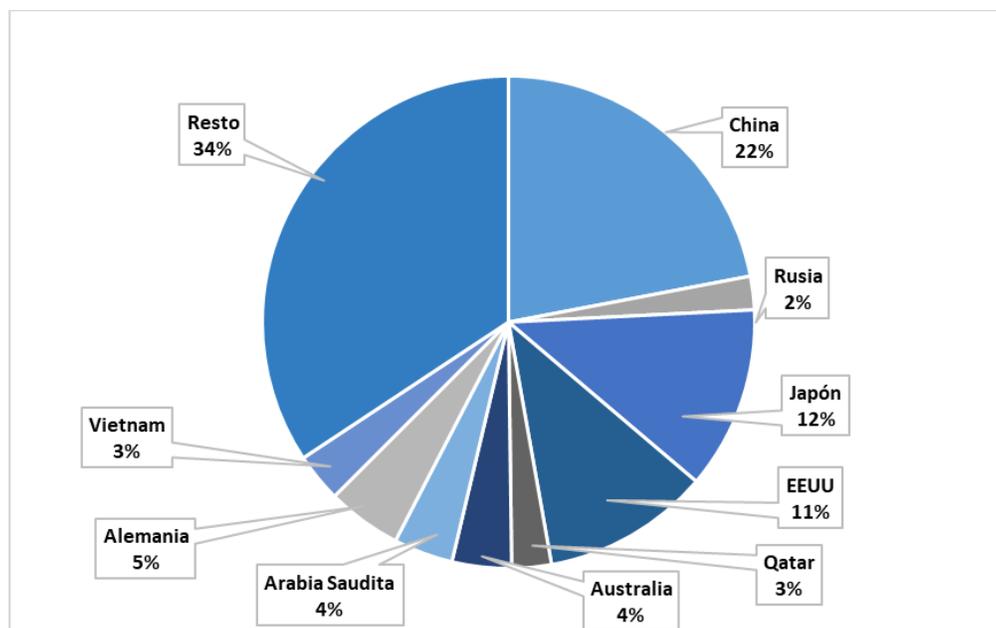
DESCRIPCIÓN	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Combustibles minerales, aceites minerales y sus destilados	103.000	82.000	-20,39%	20,20%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes	78.000	75.000	-3,85%	18,47%
Reactores nucleares, calderas, máquinas, y artefactos mecánicos	46.000	46.000	0,00%	11,33%
Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía	18.000	17.000	-5,56%	4,19%
Fundición, hierro y acero	15.000	14.000	-6,67%	3,45%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos, y demás vehículos	15.000	15.000	0,00%	3,69%
Minerales metalíferos, escorias y cenizas	12.000	11.000	-8,33%	2,71%
Productos químicos orgánicos	12.000	11.000	-8,33%	2,71%
Plástico y sus manufacturas	10.000	10.000	0,00%	2,46%
Manufacturas de fundición, de hierro o acero	8.000	6.500	-18,75%	1,60%
Productos diversos de las industrias químicas	7.000	6.600	-5,71%	1,63%
Aluminio y sus manufacturas	6.000	5.400	-10,00%	1,33%
Productos químicos inorgánicos, compuestos inorgánicos u orgánicos de metal preciso	6.000	5.300	-11,67%	1,31%
Cobra y sus manufacturas	5.000	5.000	0,00%	1,23%
Resto de los productos	95.000	96.381	1,26%	23,69%
<b>Todos los productos</b>	<b>436.000</b>	<b>406.181</b>	<b>-6,88%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr sobre datos de INDEC.

Entre los principales países que dan origen a las importaciones de Corea del Sur se encuentran, en primer lugar a China con 93.700 millones de dólares. Luego se ubican: Japón, totalizando 46.200 millones de dólares; Estados Unidos con 42.300 millones de dólares; Alemania, con el equivalente a 19.300 millones de dólares y Singapur, con 14.500 millones de dólares.

## Gráfico 31 Principales países de origen de las importaciones de Corea del Sur

Año 2016.



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de OEC

### Balanza Comercial Argentina – Corea del Sur

Al analizar el volumen de las exportaciones e importaciones entre la Argentina y Corea del Sur (Ver Tabla 58), se observa una tendencia deficitaria para nuestro país en la mayoría de los años bajo estudio. En cuanto a las exportaciones, su valor disminuyó 799 millones de dólares entre 2012 y 2015, alcanzando un total de 583 millones de dólares durante el último año. Las importaciones en esos años se muestran más fluctuantes, con un crecimiento de 167 millones de dólares entre- 2014-2015.

Tabla 58: Exportaciones e importaciones entre Argentina y Corea del Sur, en millones de dólares

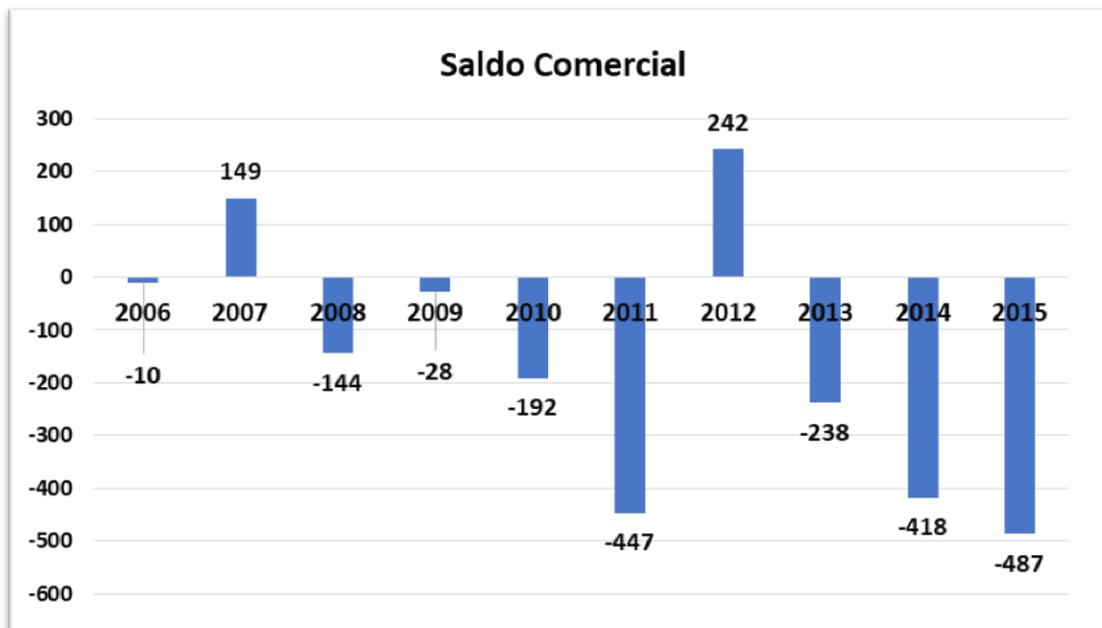
Periodo 2006-2015.

Año	Exportaciones argentinas a Corea del Sur	Variación Interanual (%)	Importaciones argentinas desde Corea del Sur	Variación Interanual (%)
2006	429		439	
2007	675	36%	526	17%
2008	588	-15%	732	28%
2009	588	0%	616	-19%
2010	776	24%	968	36%
2011	973	20%	1.42	-68069%
2012	1382	30%	1.14	-25%
2013	1002	-38%	1.24	8%
2014	485	-107%	903	100%
2015	583	17%	1070	16%
2016	833	43%	796	25,6%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de INDEC.

Al observar el saldo comercial entre ambos países (Ver Gráfico 32), muestra con claridad la tendencia deficitaria para la Argentina, con un promedio de 245 millones de dólares de déficit. Sin embargo, tanto el 2007 como el 2012 arrojaron saldos superavitarios con valores cercanos a los 200 millones de dólares. Por otro lado, el peor año deficitario para la Argentina fue el 2015, con un saldo negativo equivalente a 487 millones de dólares. El 2015 muestra una profundización de esta tendencia, con 69 millones de dólares menos que el año anterior y una disminución de 58% entre 2012-2015.

Gráfico 32. Saldo comercial Argentina- Corea del Sur, en millones de dólares. Período 2006-2015.



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr sobre datos de INDEC.

## Filipinas

Entre los productos más demandados por la economía de Filipinas (Ver Tabla 59), se encuentran las “Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes” con un 21% del total importado. En segundo lugar, los “Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación” proporcionan un 20% del total. En tercer lugar, se encuentran las “Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos, y artefactos mecánicos”.

Del resto de los productos, cabe destacar el caso de los productos de “Navegación aérea o espacial” que tuvieron un crecimiento interanual de 294% entre 2013 y 2014. De la misma manera, si bien representa solo un 1%, las “Carnes y despojos comestibles” tuvieron un aumento del 120%.

Tabla 59: Importaciones totales de Filipinas, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

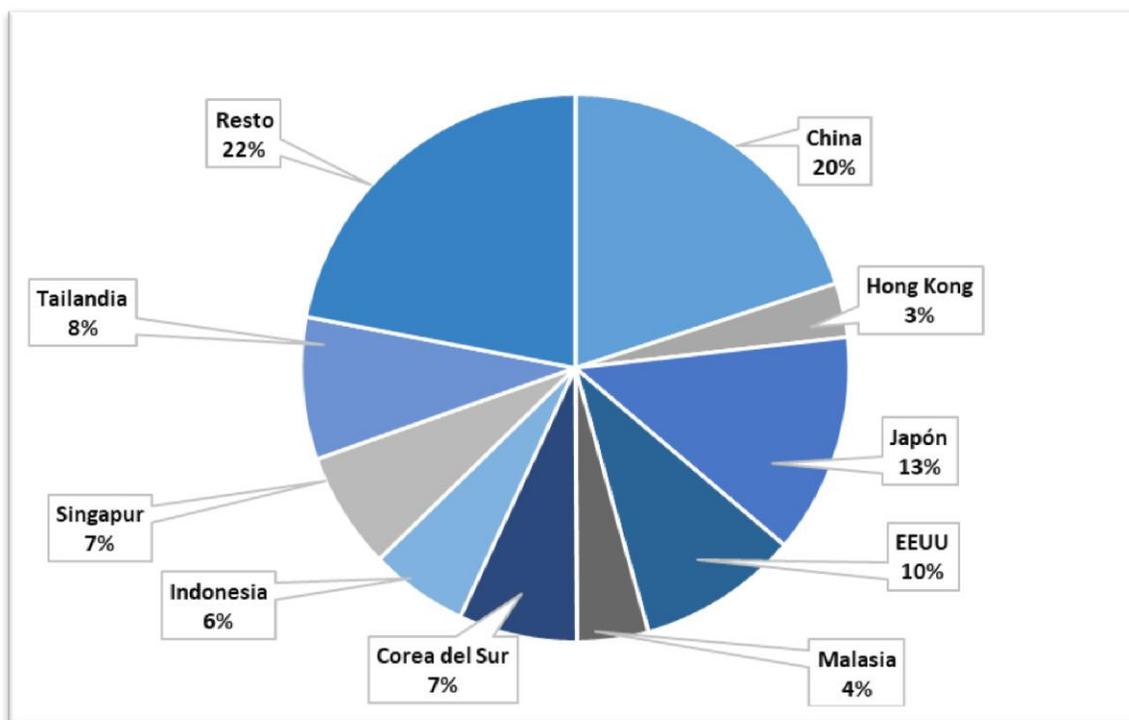
DESCRIPCIÓN	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes	19.858	22.083	11,20%	25,71%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	8.325	8.377	0,62%	9,75%
Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos, y artefactos mecánicos	8.169	10.365	26,88%	12,07%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos, y demás vehículos	4.862	7.607	56,46%	8,85%
Navegación aérea o espacial	1.258	1.816	44,36%	2,11%
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	2.280	2.803	22,94%	3,26%
Fundición, hierro y acero	1.719	3.037	76,67%	3,54%
Cereales	1.633	1464	-10,35%	1,70%
Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias, alimentos para animales	1.075	1.319	22,70%	1,54%
Productos farmacéuticos	1.237	1.725	39,45%	2,01%
Preparaciones alimenticias diversas	983	1.291	31,33%	1,50%
Papel, cartón, manufacturas de pasta de celulosa, de papel, de cartón	955	1.026	7,43%	1,19%
Leche y productos lácteos, huevos de ave, miel natural	725	841	16,00%	0,98%
Carne y despojos comestibles	830	325	-60,84%	0,38%
Resto de los productos	16.244	21.829	34,38%	25,41%
<b>Todos los productos</b>	<b>70153</b>	<b>85908</b>	<b>22,46%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr sobre datos de INDEC.

En relación al origen de las importaciones, nuevamente China se encuentra en el primer lugar, con 29.800 millones de dólares. A continuación se ubican Japón, totalizando 10.300 millones de dólares; los Estados Unidos, alcanzando la

cifra de 8.200 millones de dólares, Corea del Sur, con 7.280 millones de dólares y Singapur, con un equivalente a 6.510 millones de dólares (Ver Gráfico 33)

Gráfico 33 Principales países de origen de las importaciones de Filipinas, en porcentajes. Año 2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OEC

### Balanza Comercial Argentina – Filipinas

Tal como evidencia la tabla a continuación (Ver Tabla 59), la balanza comercial presenta una tendencia superavitaria creciente para la Argentina.

En cuanto a las exportaciones desde Argentina hacia Filipinas, se dio un crecimiento a lo largo del período, alcanzando un valor de 663 millones de dólares en el 2014. Para las importaciones, el crecimiento fue sostenido pasando de 32 millones de dólares en 2005 a 94 millones de dólares en 2014. Sin embargo, el último año sufrió una disminución, posicionando en los 6 millones de dólares. Esta tendencia positiva se evidencia también en los valores del comercio total, en donde se ve un aumento del 127% en entre los extremos del período 2005-2014.

Tabla 60: Exportaciones e importaciones entre Argentina y Filipinas, en millones de dólares.

Período 2005-2016.

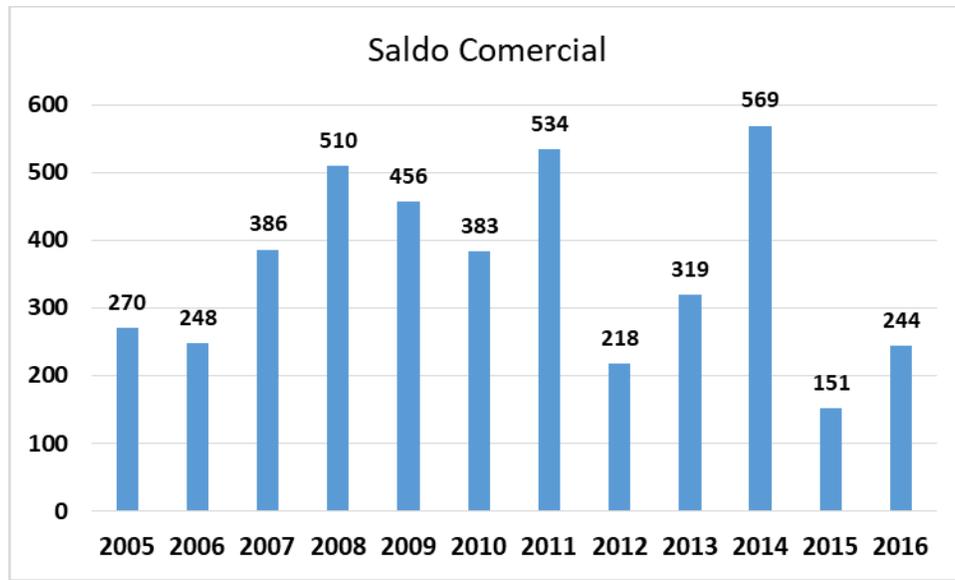
Año	Exportaciones argentinas a Filipinas	Variación Interanual (%)	Importaciones argentinas desde Filipinas	Variación Interanual (%)
2005	302		32	
2006	287	-5%	39	18%
2007	431	33%	45	13%
2008	561	23%	51	12%
2009	512	-10%	56	9%
2010	439	-17%	56	0%
2011	609	28%	75	25%
2012	302	-102%	84	11%
2013	419	28%	100	16%
2014	663	37%	94	-6%
2015	199	-69%	48	-49%
2016	320	60%	76	58%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC.

El siguiente gráfico (Ver Gráfico 34) demuestra el carácter superavitario de la balanza comercial a favor de la argentina en todo el período analizado. Si bien los valores han fluctuado, presentan un promedio de 380 millones de dólares. En el último año analizado, el superávit fue de unos 570 millones de dólares, con un aumento de 351 millones de dólares respecto del 2013.

Gráfico 34. Saldo comercial Argentina- Filipinas, en millones de dólares.

Período 2005-2016



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr sobre datos de INDEC.

### **iii. Compatibilidad entre la demanda asiática y la oferta exportable neuquina**

El mercado asiático, en las últimas décadas, se ha convertido en uno de los más atractivos para todos los países del mundo. Esto se debe tanto a la extensión y cantidad de habitantes como a los niveles de consumo o ingresos per cápita y su tasa de crecimiento y rol en la economía mundial.

Ahora bien, Asia en general, y China en particular, demandan de Argentina principalmente materias primas. Muy pocos productos han podido sortear la barrera que nuestro país tiene para exportar manufacturas de alto valor agregado. Esta información surge de las mismas estadísticas detalladas ut supra. A continuación se analizarán las compatibilidades entre la demanda asiática y la oferta exportable neuquina, a fin de identificar aquellos rubros y productos con mayor potencial de inserción.

#### **China**

Para determinar la compatibilidad entre la demanda asiática y la oferta exportable de la provincia de Neuquén, se evaluaron las exportaciones argentinas a China, analizando los 10 principales rubros, identificados en la tabla 42. Luego, se cruzó la información con las estadísticas de exportación de la provincia de Neuquén para el año 2015-2016. En virtud de ello, solo se pueden vincular 3 rubros:

- Lana y Pelo Fino u Ordinario.
- Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (Vinos Finos).
- Frutas Frescas (dado el bajo volumen se encuentra incluido dentro de “resto de rubros”) como peras y cerezas vía Hong Kong.

La provincia de Neuquén no solo debe afrontar la competencia de sus productos de otros orígenes sino inclusive de otras provincias, que ya sea por economía de escala, ubicación, marketing, entre otros, se posicionan mejor en el mercado externo.

No obstante, en función de un estudio reciente de la Embajada Argentina en China sobre las importaciones del país asiático, se ha detectado la potencialidad de productos que la provincia de Neuquén podría llegar a suplir, pero poniendo el

foco en la búsqueda de una diferenciación por calidad y no por volumen, dado que de varios de los productos abajo detallados sería imposible cumplir con la demanda.

A continuación, se identifican los productos con potencialidad de ingreso al mercado chino en base al informe mencionado, de acuerdo al criterio que los funcionarios de dicha institución contemplaron, y teniendo en cuenta la matriz productiva neuquina:

- Carne bovina congelada
- Pescado congelado
- Miel de abeja (hoy el mercado está cerrado, pero Cancillería está en negociaciones para reabrir el mercado).
- Pasas de Uvas
- Peras frescas (hoy Neuquén exporta, pero la demanda sigue creciente y hay posibilidades de aumentar la exportación).
- Uvas de mesa, frescas
- Frutillas congeladas
- Cerezas Frescas (hoy Neuquén exporta, pero la demanda sigue creciente y hay posibilidades de aumentar la exportación).
- Sebo y Grasa Bovina (hoy China no importa dichos productos desde Argentina).
- Chocolates y preparaciones con Cacao (excepto en barra), no hay comercio con China.
- Productos de Panadería
- Helados, incluso con cacao.
- Salsa, condimentos y preparaciones.
- Vinos y mostos de uva, mercado en crecimiento
- Cerveza de malta
- Vino espumante
- Harina de Carne, hueso y sangre de bovinos y ovinos
- Otras preparaciones para alimentación de animales
- Cuero bovino, piel bovina/equina

La provincia de Neuquén produce la totalidad de los elementos contemplados, sin embargo, algunos sectores se encuentran más desarrollados que otros. Por lo tanto, debería estimularse a los sectores más débiles y colaborar para que sus productos puedan ser competitivos e insertarse en el mercado chino.

## **Vietnam**

De acuerdo con la información estadística del INDEC, referida a las exportaciones por provincia, Neuquén solo registró en el periodo 2006-2016, tres exportaciones a Vietnam. La última de ellas tuvo lugar en 2014. Estas operaciones totalizaron un valor de 2669 dólares. Podríamos decir que el comercio de la provincia con Vietnam es prácticamente nulo. No obstante ello, vale mencionar que los productos exportados fueron manzanas y vinos finos.

A pesar de esto, hay que focalizarse en el potencial de crecimiento que tiene Vietnam como mercado, con una población estimada de 90 millones de habitantes, en donde el 42% es menor de 25 años, sumado a un crecimiento económico anual superior al 6%.

Este crecimiento económico, se especula, seguirá en ascenso, favoreciendo el desarrollo de una clase media, consumidora de productos de calidad y servicios terciarios como gastronomía, hotelería, etc.

El consumidor vietnamita está en la búsqueda de productos de calidad, aquí se debería poder volver a generar el comercio de vinos finos y de frutas frescas, reforzando la imagen de calidad que los productos producidos por Neuquén.

Además, hay que remarcar el aumento de las importaciones de pescados y crustáceos, el cual registra un 412% de aumento entre 2015 y 2016. Hay que tener en cuenta la oferta de la producción acuícola de Neuquén, la cual ubica a la provincia como principal proveedor de truchas y salmón de río.

## **Indonesia**

El mercado de Indonesia es uno de los principales destinos para la producción de peras y manzanas de la provincia.

La exportación de peras de Neuquén a Indonesia se ha mantenido constante desde el año 2012. En 2016 se ha exportado 53% más de peras que en 2015, de acuerdo con el valor FOB (Ver Tabla 61).

Tabla 61 Exportaciones de Peras de Neuquén a Indonesia.

Período 2012-2016.

Año	Producto	FOB USD	Variación Interanual (%)
2012	Peras	52.790	
2013	Peras	59.514	11%
2014	Peras	149.152	60%
2015	Peras	100.867	-48%
2016	Peras	216.560	53%

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior

Con una población de más de 250 millones de habitantes lo hace un mercado muy atractivo, pero aun hoy es un destino de productos argentinos de bajo valor agregado.

No obstante ello, Indonesia importa - no de Argentina pero si de otros países - productos químicos orgánicos, combustibles minerales, aceites minerales, material bituminoso y otros minerales.

De Argentina también se exporta miel a Indonesia. En 2016, totalizaron 623 miles de toneladas, según datos de SENASA<sup>59</sup>. Sin embargo, Neuquén no registró operaciones, y si bien la provincia no tiene una industria muy desarrollada podría trabajar sobre la diferenciación de sus mieles por calidad, denominación de origen o cualquier otro elemento que le permita a la provincia ingresar al mercado como un producto de calidad y no de volumen o a granel.

Por último, tanto la industria minera como la industria de productos químicos orgánicos neuquino son una fuente generadora de trabajo e ingresos importantes. No obstante ello, actualmente no se registran exportaciones a Indonesia.

## Japón

La provincia de Neuquén ha exportado a Japón principalmente vinos finos y los vinos espumantes (Ver Tabla 62 y 63). Las ventas de vinos finos han sufrido una fuerte caída en 2015. Sin embargo, paulatinamente el producto ha recuperado

<sup>59</sup> SENASA: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria.

sus niveles anteriores a la fecha señalada. En el caso de los vinos espumantes, se observa un considerable crecimiento desde 2015.

Tabla 62 Exportación de Vinos Finos de Neuquén, en miles de dólares.

Período 2014-2016.

Año	Producto	FOB USD	Variación Interanual (%)
2014	Vino Fino	40250	
2015	Vino Fino	11200	-259%
2016	Vino Fino	6313.5	-77%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC.

Tabla 63: Exportación de Vinos Espumantes de Neuquén, en miles de dólares.

Período 2014-2016.

Año	Producto	FOB USD	Variación Interanual (%)
2014	Vino Espumante	3237.3	
2015	Vino Espumante	4444.8	27%
2016	Vino Espumante	30874.5	86%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC.

Evaluando otros productos que Japón importa se puede notar que recibe su principal demanda de los países más cercanos. Sin embargo, de Argentina solo recibe materias primas o bienes de escaso valor agregado, con excepción de los vinos finos y vinos espumantes.

Evaluando la matriz importadora y el perfil del consumidor de Japón hay otros productos que podrían desarrollarse e impulsarse:

- Pescado congelado (Trucha y Salmon de río)
- Jugo de Uva
- Miel Natural (Importa de Argentina, pero no de Neuquén)
- Químicos Orgánicos
- Combustibles minerales, aceites minerales y productos. de su destilación

## India

La participación de la provincia de Neuquén en la exportación a India es muy baja. Los principales productos se detallan en las tablas 64 y 65, donde predominan las frutas frescas, manzanas, peras, cerezas, lana sucia y maquinaria. En todos los casos, se trata de exportaciones que se han desarrollado en los últimos años del período analizado.

Tabla 64: Exportación de Frutas Frescas de Neuquén, en miles de dólares. Período 2015-2016.

Año	Producto	FOB USD
2015	Manzanas	16546.89
2016	Manzanas	1719.9
2016	Peras	11919.38
2016	Cerezas	19136

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC

Tabla 65: Exportación de Máquinas y aparatos mecánicos de Neuquén a India, en miles de dólares. Período 2014-2016.

Año	Producto	FOB USD
2014	Máquinas y aparatos mecánicos, las demás	1447.36
2014	Máquinas y aparatos mecánicos, las demás	59321.83
2015	Máquinas y aparatos mecánicos, las demás	2917.37
2015	Máquinas y aparatos mecánicos, las demás	23950
2016	Máquinas y aparatos mecánicos, las demás	6960.48

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC

La participación argentina en las importaciones a India está dominada por los *commodities*, con preponderancia del aceite de soja crudo, donde las importaciones de origen argentino de este producto representan el.89% del total.

El potencial de crecimiento de India en el mediano y largo plazo es muy promisorio. Su población se encuentra en una cifra cercana a la de China. Sin embargo, a diferencia del gigante asiático, India todavía presenta algunas deficiencias en su economía, transporte y logística.

## Malasia

Los principales proveedores de Malasia son, por un lado, los países cercanos geográficamente y, por otro lado, los Estados Unidos.

Las ventas argentinas al país malayo están compuestas principalmente por residuos y desperdicios de la industria de la alimentaria, cereales, grasas y aceites. Sin embargo, Malasia también importa combustibles, minerales, pieles y cueros, productos químicos orgánicos o metales preciosos entre otros. En estos rubros deberían orientarse los esfuerzos y evaluar la factibilidad de generar algún vínculo y facilitar el acceso de los productos que integran la oferta exportable de Neuquén.

La exportación de Neuquén a Malasia para el período 2014–2016 fue sólo Frutas Frescas (Ver Tabla 66).

Tabla 66: Exportación de Frutas Frescas de Neuquén a Malasia, en miles de dólares.

Período 2014-2016.

Año	Producto	FOB USD
2016	Cerezas	64160
2014	Manzanas	1719.9
2014	Peras	11386.78
2015	Peras	1488.82

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Comercio Exterior

Entre el año 2010 y 2011 se registraron exportaciones de Neuquén a Malasia de vinos finos, pequeñas cantidades. Luego no fue posible mantener el flujo de negocio, por lo que también habría que evaluar la opción potencia el acceso de los vinos finos.

## Tailandia

De acuerdo con los registros del INDEC sobre las exportaciones desde la provincia de Neuquén a Tailandia, se observa que las operaciones son prácticamente nulas. Solamente se registraron 2 exportaciones durante el período 2006-2016, por un valor total de 16.276.dolares.

Por el contrario, Tailandia demanda de Argentina: Cueros y pieles curtidos de bovino, Despojos de la especie bovina congelados y Preparaciones bovinas, entre otras. Si bien, si se compara con otras provincias, la ganadería no es el fuerte de la provincia, podrían ser productos a evaluar para comercializarlos en la segunda economía del sudeste asiático.

Por otro lado, Tailandia compra en terceros países Productos Químicos Orgánicos o Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; Materias Bituminosas. Productos que también se podrían evaluar si hay potencial de exportación desde Neuquén.

## Singapur

Si bien Singapur en un mercado pequeño es conocido por ser un hub <sup>60</sup> para los países del sudeste asiático y tiene un rol muy importante a nivel logístico en la región, dado que posee un puerto de trasbordo y puerta del ingreso, en muchos casos, al sudeste asiático.

Para la provincia de Neuquén, Singapur ha sido un mercado muy atractivo para las exportaciones de Frutas Frescas (peras, manzanas y cerezas) y en menor medida para los vinos finos y máquinas y equipamiento. Así lo demuestran la estadísticas del INDEC de las exportaciones de la provincia de Neuquén para el período 2012-2016 (Ver tabla 67).

Tabla 67: Exportaciones de Neuquén a Singapur, por producto.

Período 2012-2016.

Año	Producto	FOB USD
2012	Cerezas	14,918
2012	Manzanas	6,066
2012	Peras	233,907
2012	Vino fino	7,980
2013	Cerezas	3,600
2013	Manzanas	5,274
2013	Peras	246,513
2013	Vino fino	10,420
2014	Cerezas	3,738
2014	Peras	208,465

<sup>60</sup> Hub: Centro de conexión o distribución.

2015	Manzanas	3,636
2015	Peras	155,801
2015	Vino fino	13,540
2016	Cerezas	169,120
2016	Partes de máquinas	7,457
2016	Peras	35,458
2016	Vino fino	43,604

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del INDEC.

No obstante, de acuerdo con los datos de la tabla 55 incluida *ut supra*, existen otros productos que actualmente Singapur importa de terceros mercados que se encuentran dentro de la oferta exportable neuquina. Por ejemplo, los combustibles minerales, aceites minerales y producidos de su destilación y productos químicos orgánicos.

Cabe mencionar que, de acuerdo con la información del INDEC en 2006, se realizó una exportación de gasolina desde la provincia de Neuquén, pero sin embargo, dicha operación no se ha vuelto a registrar a lo largo del período analizado.

#### Corea del Sur

El comercio entre la provincia de Neuquén y Corea del Sur ha sido poco relevante en el período analizado. De acuerdo con la información estadística, en 2016 solo se ha registrado una exportación desde Neuquén a Corea del Sur (Ver Tabla 68).

Tabla 68: Exportaciones de Neuquén a Corea del Sur. Año 2016.

Año	Producto	FOB USD
2016	Vino Fino	42.932.28

La exportación de vinos finos se mantuvo activa entre 2008 y 2011, luego se interrumpió la exportación hasta el año 2016.

Respecto al rubro Frutas Frescas, en sus distintas variantes, es decir peras,– manzanas y cerezas, sólo se registró una operación en 2013.

No obstante, Corea del Sur, es un importador de combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, reactores nucleares, calderas, máquinas, y artefactos mecánicos, productos químicos orgánicos o minerales metalíferos, escorias y cenizas. Al igual que sucede con otros países anteriormente analizados, gran parte de dichos productos se encuentran disponibles dentro de la oferta exportable de la provincia patagónica. Por este motivo, es necesario promover la inserción de los productos locales en dichos mercados, unificando esfuerzos para facilitar su inserción y mejorar su competitividad.

## Filipinas

El comercio de la provincia de Neuquén con Filipinas ha sido prácticamente nulo en el período 2006-2016. Sólo algunas operaciones de frutas frescas y una operación de vinos finos, tal como se observa en la tabla a continuación (Ver tabla 69).

Tabla 69: Exportaciones de Neuquén a Filipinas. Período 2006-2016.

Año	Producto	FOB USD
2006	Vino Fino	1330
2007	Manzanas	1094
2010	Manzanas	3326.42
2014	Manzanas	3187.94

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de INDEC.

A pesar de lo descripto anteriormente, Filipinas es un mercado que demanda preparaciones alimenticias, preparaciones de legumbres, hortalizas y frutas frescas. Todos ellos forman parte de la producción exportable neuquina, por lo cual se debería analizar la factibilidad de abrir este nuevo mercado para dichos productos o en el caso de las Manzanas y Finos Vinos, darle continuidad y dinamismo.

Por otro lado, Filipinas es un gran importador de combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, que actualmente importa de terceros países. En base a ello, también habría que potenciar y facilitar el acceso de dichos productos, que tienen presencia en la oferta exportable neuquina, al mercado filipino.

#### iv. Relación de precio y competitividad de la producción neuquina

La oferta exportable de la provincia Neuquén, tal como se indicó anteriormente, se concentra en 8 rubros principales. Es evidente que, algunos de ellos, como el petróleo, el gas y los minerales están sujetos a precios internacionales, motivo por el cual los productores neuquinos son tomadores de precios. Por otro lado, en el caso de futas y hortalizas o bebidas alcohólicas, si bien algunas están sujetas a precios internacionales, pueden adoptar de estrategias de diferenciación, es decir, desestimar la vía de competencia vía precio, y despertar en el consumidor una percepción que distingue o diferencia al producto o servicio de la competencia.

Vale destacar que algunos productos que ingresan al mercado asiático deben enfrentarse a varios competidores de peso. En el caso particular de las peras y manzanas, uno de los principales rubros exportables de la provincia, compiten con productores de Estados Unidos, Turquía, Chile, Sudáfrica, México e incluso de China. En el caso de los vinos, en 2016, Chile suministró el mayor volumen de venta a China, con un valor de 29 millones de dólares. Fue seguido por Australia, con 13.5 millones; España, con 12.5 millones; Francia, con 3.2 millones y Sudáfrica, con 2.18 millones. Por debajo del millón de dólares se ubicaron EE.UU., Italia, Canadá Portugal y Alemania.<sup>61</sup>

Algunos de los competidores de los diferentes rubros se encuentran en una posición ventajosa, ya que cuentan con acuerdos comerciales firmados con países asiáticos, los cuales le permiten ingresar sus productos con arancel preferencial o sin arancel. Esto, sin dudas, genera una ventaja competitiva antes quienes no se encuentran en esta situación, tal como es el caso argentino.

Con el objetivo de analizar el mercado chino, en el cual se centró el interés de este estudio, se solicitó un informe a la Embajada Argentina en China, en el cual se incluye información referente a los productos argentinos disponibles en góndolas de supermercados en las ciudades de Beijing, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong y en plataformas de venta online de China. En base a ello, se identificaron productos compatibles con la oferta neuquina.

Los supermercados consultados fueron Mark's and Spencer, Carrefour, Oliver's The Delicatessen, Huawei Mossel, Fusion (Park n' Shop) y la plataforma online Alibaba entre otros.

---

<sup>61</sup> **Fuente:** <http://www.recetum.com/noticias/los-paises-mas-vino-exportan-china/>

Los productos identificados fueron frutas frescas (cerezas, manzanas y peras), vinos finos, vinos espumosos y cortes de carne vacuna (Ver tabla 98). Asimismo, se informaron los precios, tanto en moneda estadounidense como china. Se observa, tal como se describió anteriormente, un amplio rango de precios de aquellos productos que buscan diferenciarse de la competencia. Además, debe tenerse en cuenta, que se trata de precios minoristas, los cuales son superiores al precio de exportación.

Tabla 70: Productos compatibles con la oferta de Neuquén en supermercados de China. Año 2016.

Producto	Cantidad	Precio en RMB	Precio en USD	Comercio	Observaciones
Cerezas	200grs	49.1	7.56	Mark's and Spencer	
Peras	4 un	59	9	Mark's and Spencer	Williams
Manzana	4 un	40	6.15	Mark's and Spencer	Pink Lady
Vino Fino - Tinto	1 un	6880	1058.5	Alibaba (plataforma Tmall)	Felipe Rutini 2004
Vino Fino - Tinto	1 un	3688	567.4	Alibaba (plataforma Tmall)	Catena Zapata 2005
Vino Fino - Tinto	1 un	1688	259.7	Alibaba (plataforma Tmall)	Angelizca Zapata
Vino Fino - Tinto	1 un	618	95	Alibaba (plataforma Tmall)	Gran Uxmal 2011
Vino Fino - Tinto	1 un	400	61.53	Alibaba (plataforma Tmall)	Pulenta Gran Cabernet Franc 2013
Vino Fino - Tinto	1 un	348	53.53	Carrefour	Las Moras Black Label
Vino Fino - Tinto	1 un	331.6	51.02	Oliver's The Delicatessen	Trapiche
Vino Fino - Tinto	1 un	188.3	29.2	Oliver's The Delicatessen	Gran Malbec Flecha de los Andes
Vino Fino - Tinto	1 un	188	28.92	Carrefour	Argento

Vino Fino - Tinto	1 un	136	21	Huawei Mossel	Las Lanzas Cabernet Sauvignon 2014
Vino Fino - Tinto	1 un	129	20	Alibaba (plataforma Tmall)	Tribu Trivento Cabernet Sauvignon
Vino Fino - Tinto	1 un	66	10	Alibaba (plataforma Tmall)	Pampas del Sur - Malbec/Syrah
Vino Fino - Tinto	1 un	40.8	6.28	Fusion (Park n' Shop)	Pasos de Tango Cabernet Sauvignon
Vino Espumante	1 un	216	33.2	Alibaba (plataforma Tmall)	Los Haroldos
Vino Espumante	1 un	180	27.7	Alibaba (plataforma Tmall)	1884 Extra Brut
Vino Espumante	1 un	58	8.9	Alibaba (plataforma Tmall)	Novecento Rosado
Carne Vacuna	1 kg	574.6	88.4	Great Food Hall	Lomo
Carne Vacuna	1 kg	460	70.8	Epermarke t	Ojo de bife
Carne Vacuna	1 kg	412.5	63.5	Alibaba (plataforma Tmall)	Ojo de bife
Carne Vacuna	1 kg	226	34.8	Alibaba (plataforma Tmall)	Bife
Carne Vacuna	1 kg	400	61.53	Kateand Kimi	Lomo
Carne Vacuna	1 kg	119.6	18.4	Alibaba (plataforma Tmall)	Bife angosto
Carne Vacuna	1 kg	78	12	Huawei Mossel	Falda
Carne Vacuna	1 kg	78	12	Alibaba (plataforma Tmall)	Vacio

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Embajada Argentina en China.

Vale destacar que, en diciembre del corriente año, la Embajada Argentina informó que, *“tras haber realizado un análisis del ajuste a la estructura arancelaria vigente en la República Popular China, que entró en vigor el pasado 1º de diciembre, se observa una reducción de arancel en 32 productos agroindustriales, entre los cuales se destacan exportaciones argentinas que se verán beneficiadas”*

Los rubros alcanzados por la nueva normativa, los cuales aumentarán su competitividad relativa frente a otros proveedores, que ya han firmado tratados de libre comercio con China, son los siguientes: Langostinos, lácteos en general, fórmulas lácteas infantiles, alimentos y bebidas

El Ministerio de Finanzas chino estableció una nueva estructura orientada a reducir los precios y estimular el gasto del consumidor final sobre 187 productos. Es dable decir que el país asiático no cuenta, sobre este grupo de productos, con producción propia o es importador neto.

Los productos argentinos beneficiados incluidos en la oferta exportable neuquina son los siguientes:

-Alimentos y bebidas

- ✓ mermeladas y jaleas de frutas,
- ✓ agua mineral;
- ✓ vermut y espirituosas de la destilación de vino.

Por otro lado, el gobierno argentino, mediante el decreto 1207/16, ha oficializado un aumento de los reintegros en productos de origen frutícola, lanas y pesca. Con esta decisión se buscó compensar la derogación del sistema de reembolsos a las exportaciones realizadas por puertos del sur del país.

Para el caso concreto de las Peras y Manzanas, el reintegro paso del 5% al 8.5% y en las lanas, del 2.8% al 8.6%.

Mediante estas acciones, se busca mejorar la competitividad de las economías regionales de cara a la fuerte competencia internacional. No obstante, los altos costos laborales, en algunos casos la falta de mano de obra para levantar las cosechas, altos costos logísticos, inflación o tipo de cambio son parámetros que continuamente se colocan en discusión cuando se habla de búsqueda de competitividad.

#### v. **Niveles de consumo y demanda**

##### **China**

Teniendo en cuenta las exportaciones por rubro (Ver Tabla 71), el de mayor incidencia en los productos exportados por Argentina a China durante 2016, fue el

denominado “Semillas y frutos oleaginosos” con un porcentaje de participación del 64% en base a fuentes del INDEC. Sin embargo, presentó un desempeño desfavorable en la variación interanual 2015-2016, que muestra un descenso del 21%.

En este sector, cabe remarcar el peso específico en la exportación argentina a China de la soja y sus derivados, dado que representan en su conjunto casi el 70% de los bienes que se exportan.

En segundo lugar, se posicionó el rubro del petróleo crudo con el 9% de las exportaciones totales y una variación interanual 2015-2016 de 121%, la mayor entre los productos exportados. Como se puede observar, en el período 2014 a 2016, el aumento de las exportaciones de petróleo fue de 250 millones de dólares.

A continuación, tanto las carnes y preparados, en tercer lugar, como los pescados y mariscos sin elaborar, en cuarto lugar, muestran una variación de alrededor del 30% y representan el 7% y 6% respectivamente.

Tabla 71: Exportaciones Argentinas a China por rubro, millones de dólares.  
Período 2015-2016

<b>RANKING</b>	<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
1	Semillas y frutos oleaginosos	3567	2834	-21%	64%
2	Petróleo crudo	171	378	121%	9%
3	Carnes y preparados	248	324	31%	7%
4	Pescados y mariscos sin elaborar	202	266	32%	6%
5	Grasas y aceites	447	153	-66%	3%
6	Productos químicos y conexos	88	83	-6%	2%

7	Pieles y cueros	99	78	-21%	2%
8	Tabaco sin elaborar	48	64	33%	1%
9	Lanas sucias	26	48	85%	1%
10	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	21	23	10%	1%
	Resto de los rubros completos	257	173	-33%	4%
	<b>Total</b>	<b>5174</b>	<b>4424</b>	<b>-14%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Fundación Exportar en base a datos del INDEC

En la siguiente tabla (Ver Tabla 72), se analiza de forma más detallada la exportación de la Argentina a China según los principales productos comerciados. De esta manera, se ve que el producto argentino más exportado al gigante asiático en 2016 fue “Porotos de soja excluidos para siembra”. Este experimentó un crecimiento del 21% respecto a 2015, representando de esta manera un 63% del total de las ventas argentina. Le siguen en importancia: “Aceites crudos de petróleo”, con 378 millones de dólares; es decir, el 9% del total, y “Carne bovina, deshuesada, congelada”, con 229 millones de dólares, esto es, un 5% de las exportaciones totales. .

Entre los 14 productos analizados, cabe destacar el caso de los “Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría, enteros, congelados”, y del “Aceite de girasol en bruto”. El primer producto presentó un crecimiento significativo de un 240% de 2015 a 2016, el equivalente a 73 millones de dólares. En cuanto al segundo caso, se trata de la variación interanual más alta de la tabla, con un 408%. Sin embargo, la variación en millones de dólares fue de tan solo 68 millones de dólares

Tabla 72: Exportación Argentina a China por productos, en millones de dólares.  
Período 2015-2016

<b>RAN KING</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
1	Porotos de soja excluidos p/siembra	3540	2793	21%	63%
2	Aceites crudos de petróleo	171	378	121%	9%
3	Carne bovina, deshuesada, congelada	173	229	32%	5%
4	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría, enteros, congelados	137	210	240%	5%
5	Trozos y despojos de gallos o gallinas, congelados	75	94	25%	2%
6	Aceite de girasol en bruto	17	85	408%	2%
7	Tabaco desvenado o desnervado	47	64	36%	1%
8	Aceite de maní en bruto	55	54	-2%	1%
9	Lana sucia, esquilada, s/cardar ni peinar, ncop.	17	47	171%	1%
10	Otros maníes crudos ncop.	22	37	66%	1%
11	Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, húmedos, ncop.	39	31	-22%	1%
12	Moluscos ncop incluidos la harina, polvo y «pellets», aptos p/la	35	26	-25%	1%

	alimentación humana, excluidos vivos, frescos o refrigerados				
13	Vinos excluidos espumosos, mostos de uva c/fermentación cortada p/añadido de alcohol, en envases <= a 2 l.	20	23	14%	1%
14	Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, secos/húmedos, plena flor s/dividir o divididos c/la flor, ncop.	22	20	-12%	0%
15	Resto de los productos	802	336	-58%	7%
	<b>Total</b>	<b>5172</b>	<b>4427</b>	<b>-14%</b>	<b>100%</b>

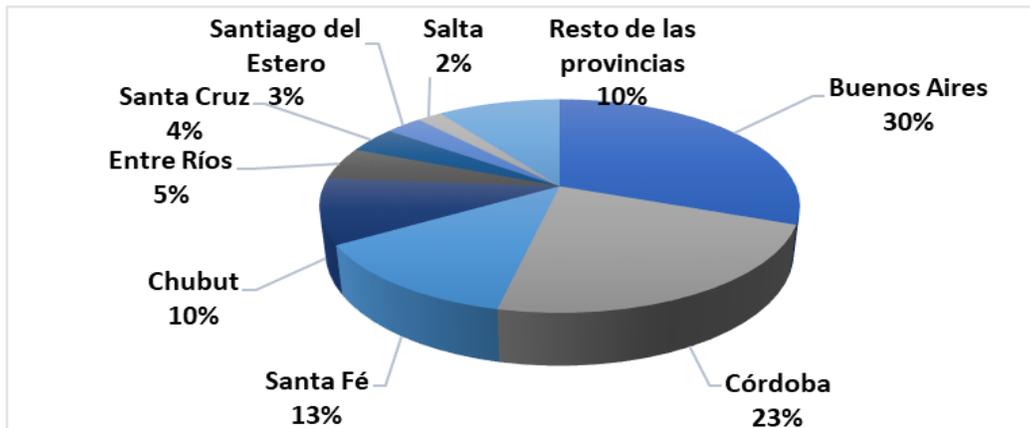
**Fuente:** Fundación Exportar en base a datos del INDEC

Analizando la lista de los principales productos exportados a China, nos encontramos con que en su mayoría no poseen valor agregado, productos primarios alimenticios o derivados de la agroindustria. Solo se puede destacar como producto con valor agregado a los vinos finos, ocupando el puesto número 14 de la tabla. Se observa que esta matriz exportadora se ha mantenido a lo largo del tiempo.

A continuación, se analizarán las exportaciones argentinas a China por provincia durante el 2016, en millones de dólares (Ver Gráfico 35). Como se puede observar, el 90% de las exportaciones se concentraron en tan solo 8 de las 24 provincias argentinas.

La provincia de Buenos Aires lidera las ventas de exportación a China con un 30% de participación de mercado de acuerdo con la información del INDEC. A continuación, se encuentran Córdoba (23%), Santa Fe (13%) y, en menor medida, Chubut (10%).

**Grafico 35. Exportaciones Argentinas a China por provincia – Año 2016**

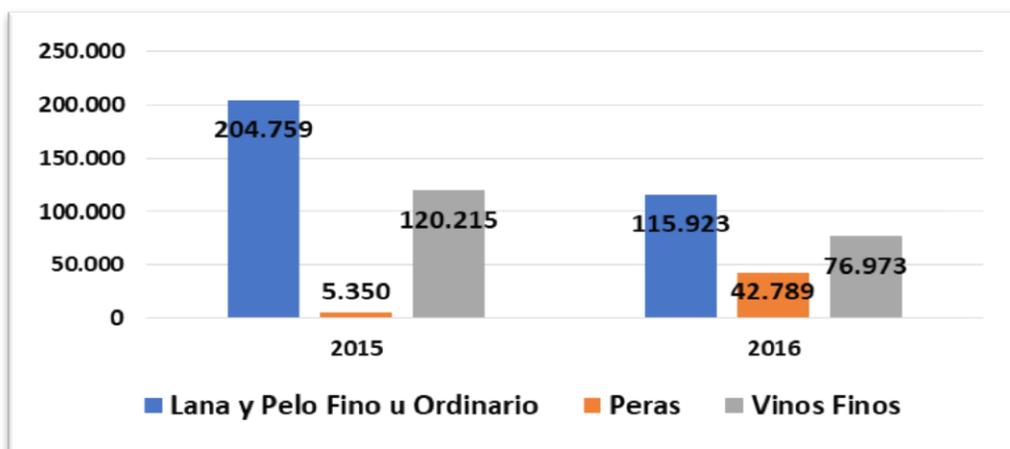


**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de Info-Just

El nivel de participación de las exportaciones de la provincia de Neuquén a China durante 2016 ha sido muy bajo. De acuerdo con la estadística oficial, se registraron 3 exportaciones en el año, por un valor de 235.000 dólares aproximadamente.

En el siguiente gráfico se detallan los productos exportados por Neuquén a China en 2015 y 2016. (Ver Gráfico 36).

**Grafico 36. Exportaciones de Neuquén a China, en dólares valor FOB. Período 2015-16**



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaria de Comercio Exterior.

Se aprecia una reducción de las exportaciones de Lana y Pelo Fino u Ordinario y de Vinos Finos de un 77% y 56% respectivamente y un aumento en las exportaciones de Peras de un 87%, en la comparativa interanual 2015-2016.

Considerando el ingreso a China vía Hong Kong habría que sumar a la exportación de la provincia 1.570.000 de dólares aproximadamente por el envío de peras, cerezas y vinos finos, en año 2016.

### **Vietnam**

Al evaluar las exportaciones de nuestro país hacia Vietnam, el rubro que presentó mayor incidencia en el total fue el de “Residuos y desperdicios de la industria alimenticia”, con un 59% del total. Además, presentó un incremento del 27% en el período 2015-2016 (Ver Tabla 73).

A continuación, se encuentran los “Cereales” con un 34% del total de las exportaciones y una variación del 104% con respecto al 2015. En tercer lugar, los “Pescados y mariscos sin elaborar” alcanzan un 2% del total y un crecimiento interanual del 62%.

Cabe destacar que, si bien el rubro “Carnes y sus preparados” se encuentra en la séptima posición, presenta la mayor variación interanual con un 305%, equivalente a 7 millones de dólares entre 2015 y 2016. Luego, las “Hortalizas y legumbres sin elaborar”, muestran una variación de 152% en el período.

Tabla 73: Exportaciones Argentinas a Vietnam por rubro, en millones de dólares.  
Período 2015-2016

<b>RANKING</b>	<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
1	Residuos y desperdicios de la industria alimenticia	1.183	1.504	27%	59%
2	Cereales	427	871	104%	34%
3	Pescados y mariscos sin elaborar	36	58	62%	2%
4	Grasas y aceites	53	28	-47%	1%
5	Piel y cueros	32	27	-16%	1%

6	Semillas y frutos oleaginosos	37	15	-61%	1%
7	Carnes y sus preparados	2	9	305%	0.3%
8	Productos químicos y conexos	7	8	5%	0.3%
9	Resto de productos primarios	9	6	-33%	0.2%
10	Hortalizas y legumbres sin elaborar	2	5	152%	0.2%
	Resto de los rubros	14	17	18%	1%
	<b>Total</b>	<b>1.801</b>	<b>2.546</b>	<b>41%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Fuente INDEC.

En la tabla a continuación (Ver Tabla 74), se detallan las principales exportaciones argentinas a Vietnam por productos. Como se puede observar, casi el 60% de las exportaciones corresponden a la “Harina y pellets de la extracción del aceite de soja”, productos primarios derivados del sector agrícola.

Tabla 74: Exportaciones Argentinas a Vietnam por producto, en millones de dólares. Período 2015-2016

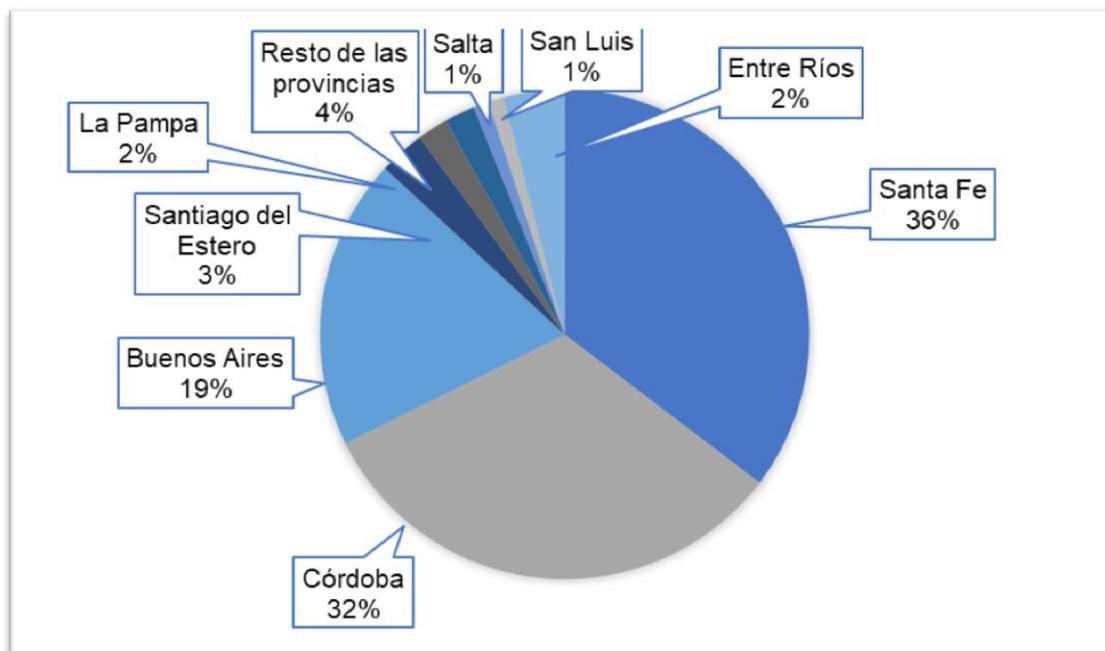
RANKING	PRODUCTO	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
1	Harina y “pellets” de la extracción del aceite de soja.	1.162	1.498	29%	59%
2	Maíz de grano.	427	738	73%	29%
3	Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/ siembra-	0	128	n/a	5%
4	Aceite de soja en bruto, incluso desgomado.	53	28	-47%	1%
5	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos los de agua fría, enteros, congelados.	21	23	10%	1%
6	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos	6	18	200%	1%

	de agua fría, enteros, congelados.				
7	Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, húmedos.	20	17	-15%	1%
8	Otros maníes crudos.	18	11	-39%	0,4%
9	Corvinas congeladas excluidas en filetes.	1	9	800%	0,4%
10	Cueros y pieles de bovino excluido enteros, preparados después del curtido o secado, o apergaminados, depilados, divididos c/ la flor.	8	7	-13%	0,3%
11	Pieles y plumas de aves, excluidas las utilizadas p/relleno.	9	6	-33%	0,2%
12	Merluzas negras congeladas evisceradas, sin cabeza ni cola excluida en filetes.	6	5	1-7%	0,2%
13	Algodón s/cardar ni peinar, simplemente desmontado.	2	4	100%	0,2%
14	Porotos de las especies Vigna mundo o radiata secos desvainados excluidos p/siembra.	2	4	100%	0,2%
15	Cebada en grano excluida cervecera.	0	4	n/a	0,2%
	Resto de los productos	68	46	-32%	2%
	<b>Total</b>	<b>1.801</b>	<b>2.546</b>	<b>41%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC

En el siguiente gráfico (Ver Gráfico 37), se analizará la distribución de las exportaciones argentinas entre sus provincias, en millones de dólares.

Gráfico 37. Exportaciones Argentinas a Vietnam por Provincia. Año 2016.



**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de Infojust

Como se puede observar, la provincia de Córdoba tiene la mayor participación de las exportaciones argentinas a Vietnam, con un 36% del total, el equivalente a 903 millones de dólares valor FOB. Es seguida por Buenos Aires, con un 32%, esto es 804 millones de dólares valor FOB y Santiago del Estero con el 19%, totalizando 478 millones de dólares valor FOB.

La provincia de Neuquén no tiene hoy una participación significativa en el volumen total exportado por provincia y se ubica dentro del “Resto de las provincias”.

Como se refleja el cuadro de productos argentinos exportados a Vietnam, la gran mayoría corresponde a productos primarios.

## Indonesia

Las exportaciones argentinas a Indonesia se encuentran centralizadas en dos rubros destacados. El principal producto demandado en el último año (Ver Tabla 75) fue el de “Residuos y desperdicios de la industria alimentaria” con un 67% del total exportado. Le siguieron los “Cereales” representando el 24% de la

demanda de Indonesia. El resto de los rubros representan entre un 1% y 3% de las exportaciones. Algunos de ellos son “Azúcar y artículos de refinería”; “Fibras de algodón”; “Productos químicos y conexos” y “Productos lácteos”.

Es muy importante destacar la variación interanual del rubro “Frutas frescas” para el período 2015-2016. Se trata de aquel con mayor crecimiento entre los rubros analizados, con el 136%, con una participación de 1% del total exportado.

Tabla 75: Exportaciones Argentinas a Indonesia por rubros en millones de dólares, Período 2015-2016.

RANKING	RUBRO	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
1	Residuos y desperdicios de la industria alimenticia	698	834	19%	67%
2	Cereales	303	303	0%	24%
3	Azúcar y artículos de confitería	0	41	n/a	3%
4	Fibras de algodón	11	20	79%	2%
5	Productos químicos y conexos	29	16	-46%	1%
6	Productos lácteos	17	8	-55%	1%
7	Frutas frescas	3	7	136%	1%
8	Resto de combustibles	0	3	n/a	0%
9	Piel y cueros	3	3	-9%	0%
10	Miel	3	2	-39%	0%
	Resto de los rubros	13	9	-37%	1%
	<b>Total</b>	<b>1.079</b>	<b>1.243</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

A continuación (Ver Tabla 76) se especifica la demanda de Indonesia por productos.

Tabla 76: Argentinas a Indonesia por producto, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. %</b>
Harinas y "pellets" de la extracción del aceite de soja.	693	833	20%	67%
Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra.	0	249	n/a	20%
Maíz en grano.	303	53	-82%	4%
Azúcares de caña, en bruto, s/aromatizar ni colorear.	0	41	n/a	3%
Algodón s/cardar ni peinar, simplemente desmotado.	10	19	93%	2%
Etileno.	17	8	-52%	0,6%
Lactosuero, modificado o no.	16	7	-57%	0,6%
Mandarinas.	2	3	104%	0,2%
Coque de petróleo calcinado.	0	3	n/a	0,2%
Peras frescas.	1	3	115%	0,2%
Medicamentos.	7	2	-65%	0,1%
Lecitinas y otros fosfoaminolípidos.	2	2	29%	0,1%
Algodón s/cardar ni peinar, excluido s/desmotar y desmotado.	2	2	1%	0,1%
Cueros y pieles de bovino.	1	2	28%	0,1%
Miel natural.	3	2	-39%	0,1%
Resto de los productos	24	15	-38%	1,2%
<b>Todos</b>	<b>1.079</b>	<b>1.243</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional en base a datos de INDEC.

La demanda indonesia de productos argentinos concentra, en 5 productos, el 96% del total importado en 2016. Dichos productos son:

- 1- Harinas y “pellets” de la extracción del aceite de soja
- 2- Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra
- 3- Maíz en grano
- 4- Azúcares de caña, en bruto, s/aromatizar ni colorear
- 5- Algodón s/cardar ni peinar, simplemente desmotado

En el listado también encontramos peras frescas y miel natural. Precisamente las peras frescas provienen de la provincia de Neuquén.

## **Japón**

Como lo expresa la tabla a continuación (Ver Tabla 77), las exportaciones hacia Japón presentan un carácter diversificado, pero en su gran mayoría se compone de productos primarios. De esta manera, el 25% de lo exportado corresponde a los “Restos de productos primarios” con 166 millones de dólares y un crecimiento del 73%, correspondiente a 70 millones de dólares.

En segundo lugar, los “Pescados y mariscos” representan un 13% de lo exportado, con un valor de 86 millones de dólares. Luego, los “Productos químicos y conexos” generaron ingresos por 76 millones de dólares, y un crecimiento notable del 360%, correspondiente a unos 59 millones de dólares.

A continuación, los “Cereales” y los “Metales comunes y sus manufacturas”, corresponden a un 11% y 10% respectivamente. En ambos casos, presentaron una disminución de las exportaciones para el período 2015-2016 de un 40% para los primeros, y un 28% para los segundos.

Cabe destacar el caso de los “Residuos de industrias alimenticias” que presentó la mayor variación interanual de entre los rubros analizados, con un aumento del 4.418%. Esto corresponde a unos 54 millones de dólares para el período 2015-2016.

Tabla 77 Exportaciones Argentinas a Japón por rubro, en millones de dólares.  
Período 2015-2016.

<b>RANKING</b>	<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
1	Resto de productos primarios	96	166	73%	25%
2	Pescados y mariscos s/elaborar	82	86	5%	13%
3	Productos químicos y conexos	17	76	360%	12%
4	Cereales	124	74	-40%	11%
5	Metales comunes y sus manufacturas	93	67	-28%	10%
6	Residuos industrias alimenticias.	1	55	4.418%	8%
7	Preparados de legumbres y hortalizas.	28	29	5%	4%
8	Bebidas, líquidos alcohólicos.	18	18	-2%	3%
9	Pescados y mariscos	23	15	-32%	2%
10	Productos lácteos	17	12	-31%	2%
	Resto de los rubros	74	62	-16%	9%
	<b>Total</b>	<b>573</b>	<b>661</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración ExportAr en base a datos de INDEC

A continuación (Ver Tabla 78), se detallan las exportaciones argentinas hacia Japón, clasificadas por producto. Como evidencia la tabla, el principal producto demandado es el de “Minerales de cobre y sus concentrados”, con un 23% del total. A continuación, se encuentran los “Camarones, langostinos y otros decápodos” y el “Sorgo granífero, excluido para siembra” con un 11% del total

exportado. En cuarto lugar, el “Carbonato de litio” con el 10% de lo exportado presenta la mayor variación interanual, con 952% de crecimiento.

En cuanto al resto de los productos, es preciso destacar el caso de los “Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, secos, ncop.” que, si bien aportan tan solo el 1% de las exportaciones, presentaron un crecimiento interanual del 396%.

En términos totales, teniendo en cuenta las exportaciones de 2015 y 2016 se registró un aumento del 15%.

Tabla 78: Exportaciones argentinas a Japón por producto, en millones de dólares. Período 2015-2016.

<b>PRODUCTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Minerales de cobre y sus concentrados	79	150	89%	23%
Camarones, langostinos y otros decápodos	68	75	9%	11%
Sorgo granífero, excluido p/siembra	104	72	-30%	11%
Carbonato de litio	6	66	952%	10%
Aluminio s/alea	87	61	-29%	9%
Harina y “pellets” de la extracción de aceite de soja	0	54	n/a	8%
Minerales de plata y sus concentrados	18	21	19%	3%
Jugo de uva	16	19	17%	3%
Carne excluidos filetes de pescado excepto el abadejo de Alaska, congelados	20	15	-27%	2%
Vinos excluidos espumosos, mostos de uva c/fermentación cortada p/añadido de alcohol, en envases	10	11	9%	2%
Miel natural	14	10	-27%	2%
Jugo de agrios (citrus) s/fermentar y s/adición de alcohol, excluidos	11	9	-12%	1%

naranjas, pomelos o toronja				
Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, secos, ncop.	1	7	396%	1%
Mozzarella	6	6	-2%	1%
Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol	6	5	-8%	1%
Carne de la especie caballar, asnal o mular	3	4	31%	1%
Resto de los productos	123	74	-40%	11%
<b>Todos</b>	<b>573</b>	<b>661</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración ExportAr en base a datos de Trade Map (International Trade Center)

## India

Como lo expresa la tabla a continuación (Ver Tabla 79), las exportaciones hacia India se concentran en pocos productos, totalizando 2.208 millones de dólares. Esto significó un incremento del 10 % respecto del año anterior. El aceite de soja abarcó el 89% del total, alcanzando los 1.958 millones de dólares. Vale destacar que hubo un descenso brusco del petróleo crudo, que en 2015 había totalizado 71 millones, y sin embargo, en el último año no se registraron exportaciones.

En segundo lugar, los “Pescados y mariscos” representan un 13% de lo exportado, con un valor de 86 millones de dólares. Luego, los “Productos químicos y conexos” generaron ingresos por 76 millones de dólares, y un crecimiento notable del 360%, correspondiente a unos 59 millones de dólares.

Tabla 79: Exportaciones de Argentina a India por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.

RUBRO	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Aceite de soja	1.815	1.958	8%	89%
Petróleo en crudo	71	0	-100%	0%

Pieles y cueros preparados	28	38	36%	2%
Legumbres	13	17	31%	1%
Maíz	10	7	-30%	0%
Fibras de algodón	9	7	-26%	0%
Productos químicos orgánicos	9	10	11%	0%
Productos químicos inorgánicos	6	5	-17%	0%
Aceite de girasol	6	47	739%	2%
Materias plásticas y artificiales	4	13	225%	1%
Otros aceites	4	15	329%	1%
Resto	28	108	286%	4%
<b>Total</b>	<b>2.003</b>	<b>2.208</b>	<b>10%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de InfoJust

## Malasia

Al observar los rubros de las exportaciones argentinas hacia Malasia (Ver Tabla 80), se observa que más de la mayoría de ellas pertenecen a los “Subproductos oleaginosos de soja” con el 41% del total exportado. En segundo lugar, se ubica el “Maíz” con un 32% de la demanda. Vale destacar que existió un aumento considerable en la composición “Resto de los rubros” que se explica por la exportación de petróleo crudo por 89 millones de dólares.

Tabla 80: Exportaciones Argentinas a Malasia por rubro, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-15</b>	<b>Part. % 2016</b>
Subproductos oleaginosos de soja	451	415	-7,98%	41,54%
Maíz	259	323	24,71%	32,33%
Aceite de soja	70	98	40,00%	9,81%
Aceite de girasol	20	37	85,00%	3,70%
Soja	13	3	-76,92%	0,30%
Pieles y cueros preparados	3	4	33,33%	0,40%
Maní	2	3	50,00%	0,30%
Géneros de punto	2	2	0,00%	0,20%
Quesos	1	1	0,00%	0,10%
Cítricos	1	2	100,00%	0,20%
Resto de los rubros	17	111	552,94%	11,11%
<b>Total</b>	<b>839</b>	<b>999</b>	<b>19,07</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de InfoJust

## Tailandia

Las exportaciones de Argentina a Tailandia en 2016 (Ver Tabla 81) se componen en un 33% de “Harina y "pellets" de la extracción del aceite de soja”, el equivalente a 190 millones de dólares. Luego, un 26% pertenece a “Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra” - aproximadamente 147 millones de

dólares. A continuación, tanto los “Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, secos, plena flor a dividir o divididos”, como los “Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría y enteros, congelados”, muestran elevadas variaciones interanuales, con un crecimiento de 148% y 190%, respectivamente. De ellos, el primero cuenta con un 20% del total y 115 millones de dólares exportados, mientras que el segundo con un 6% y 32 millones de dólares.

Tabla 81: Exportaciones Argentinas a Tailandia por rubro, en millones de dólares.

Período 2015-2016.

<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Harina y "pellets" de la extracción del aceite de soja.	222	190	-14%	33%
Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra.	0	147	-	26%
Cueros y pieles curtidos de bovino, depilados, secos, plena flor s/dividir o divididos.	46	115	148%	20%
Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría y enteros, congelados.	11	32	190%	6%
Porotos de soja excluidos p/siembra.	49	13	-74%	2%
Cueros y pieles de bovino excluido enteros, preparados después del curtido o secado, o apergaminados.	4	11	154%	2%
Otras fracciones de sangre y productos inmunológicos, preparados como medicamentos.	8	10	35%	2%
Despojos de la especie bovina congelados.	3	7	143%	1%
Glicerol	6	6	-3%	1%
Preparaciones bovinas.	2	4	117%	1%
Algodón s/cardar ni peinar, simplemente desmotado.	2	4	65%	1%
Tubos múltiples de admisión o escape p/motores.	3	4	33%	1%

Lecitinas y otros fosfoaminolípidos.	2	3	22%	1%
Tubos de plástico, s/reforzar ni combinar c/otra materia, s/accesorios.	1	2	30%	0%
Tubos s/costura, aceros aleados s/revestir, diámetro <= a 229mm. P/entubación o producción de pozos.	1	1	59%	0%
Resto de los productos	37	23	-37%	4%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>572</b>	<b>44%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de InfoJust

## Singapur

Se observa que las exportaciones argentinas a Singapur han registrado una considerable merma, alcanzando un total de 51 millones de dólares. Esto significó una caída del 65% en relación al 2015. En cuanto a la los rubros de productos exportados por la Argentina hacia Singapur (Ver Tabla 82), el 25% corresponde Pescados, con 13 millones de dólares exportados en 2016, y un incremento interanual del 550%. Por debajo, con un 14%, se encuentran las exportaciones de “Otros extractos curtientes y tintóreos excluido extracto de quebracho y resto de materias”, totalizando es decir, 7 millones de dólares. A continuación, el 11% exportado corresponde a Carne de Ave, con 6 millones de dólares y un aumento del 20% entre 2015-2016

Tabla 82: Exportaciones Argentinas a Singapur por rubros, en millones de dólares. Período 2015-16

RUBRO	2015	2016	Var. % 15-16	Part. % 2016
Pieles y cueros preparados	84	1	-98,8%	2,0%
Otros extractos curtientes y tintóreos excluido extracto de quebracho y resto de materias	11	7	-36,4%	13,7%
Naftas	6	0	-100,0%	0,0%

Carne de Ave	5	6	20,0%	11,8%
Caseína,albúminas,gelatinas y sus derivados	3	2	-33,3%	3,9%
Vino de uva	3	3	0,0%	5,9%
Mariscos	3	0,3	-90,0%	0,6%
Pescados	2	13	550,0%	25,5%
Resto de residuos alimenticios y preparados para animales	2	0,05	-97,5%	0,1%
Bovinas	2	1	-50,0%	2,0%
Resto de los rubros	23	17,65	-23,3%	34,6%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>51</b>	<b>-64,6%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de InfoJust

## Corea del Sur

Al analizar las exportaciones de Argentina hacia Corea del Sur (Ver Tabla 83), se observa un notable incremento, un 47% en relación al año anterior. Esto representa un total de 860 millones de dólares. Vale destacar que el rubro “Maíz” representa el 30% del total exportado, tras registrar un crecimiento interanual de 263%. En segundo lugar se ubica el “Aceite de soja”, ocupando el 21% de lo exportado, el equivalente a 262 millones de dólares. En tercer lugar encontramos al rubro de “Subproductos oleaginosos de soja”, abarcando un 15% del total, igualando los 130 millones de dólares. Cabe destacar la gran variación interanual del rubro “Aluminio”, con una caída aproximada del 100%.

Rápidamente se puede apreciar que la composición del total exportado por Argentina en 2016 está integrada por productos derivados del sector agrícola, sin valor agregado.

Tabla 83: Exportaciones desde Argentina hacia Corea del Sur por rubro, en millones de dólares. Período 2015-2016.

<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. % 15-16</b>	<b>Part. % 2016</b>
Subproductos oleaginosos de soja	273	130	-52,4%	15,1%
Aceite de soja	90	184	104,4%	21,4%
Maíz	72	262	263,9%	30,5%
Mineral de plata y sus concentrados	58	72	24,1%	8,4%
Pescados	25	21	-16,0%	2,4%
Aluminio	12	0,02	-99,8%	0,0%
Mariscos	9	12	33,3%	1,4%
Resto de minerales metalíferos, escorias y cenizas exc. cobre y metales preciosos	4	22	450,0%	2,6%
Resto de preparados de legumbres, hortalizas y frutas	4	4	0,0%	0,5%
Vino de uva	3	4	33,3%	0,5%
Resto de los rubros	33	148,98	351,5%	17,3%
<b>Total</b>	<b>583</b>	<b>860</b>	<b>47,5%</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de InfoJust

## Filipinas

Al analizar las exportaciones argentinas hacia Filipinas (Ver Tabla 84), observamos que se registró un aumento del 26% en relación al año anterior. Las exportaciones totales de Argentina hacia Filipinas fueron equivalentes a 357 millones de dólares. Se destaca el rubro “Subproductos oleaginosos de soja”, el

cual representa el 70% del total exportado. Vale destacar que el rubro “Tabaco sin elaborar en hojas” experimento un crecimiento del 645% en relación al 2015. <sup>62</sup>.

Tabla 84: Exportaciones desde Argentina hacia Filipinas por rubro, en millones de dólares.

Periodo 2015 -2016

<b>RUBRO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var. %</b>	<b>Part. %</b>
Subproductos oleaginosos de soja	236	250	5,9%	70,0%
Maíz	10	9	-10,0%	2,5%
Maní	8	8	0,0%	2,2%
Cítricos	6	7	16,7%	2,0%
Resto de MOA	4	7	75,0%	2,0%
Resto de residuos alimenticios y preparados para animales	2	1	-50,0%	0,3%
Resto de preparados de legumbres, hortalizas y frutas	1	2	100,0%	0,6%
Productos farmacéuticos	1	2	100,0%	0,6%
Leches preparadas	1	1	0,0%	0,3%
Tabaco sin elaborar en hojas	1	7	644,7%	2,0%
Resto total	13	63	384,6%	17,6%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>357</b>	<b>26,1%</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de InfoJust.

<sup>62</sup> MOA: Manufactura de origen agropecuario

vi. **Canales de venta, distribución y perfil del consumidor asiático en general y chino en particular**

**China**

El proceso de liberalización del sistema de distribución chino se viene intensificando en los últimos años con el objetivo de facilitar el comercio.

Con aproximadamente 1.400 millones de habitantes y una quinta parte de la población mundial, China es uno de los mayores mercados de alimentos y comestibles del mundo. Merced al incremento del número de perceptores de ingresos más altos, beneficiados por el aumento significativo de los salarios, se demandan nuevos productos, marcas y conceptos. Entre estos, otorgan especial valoración a los productos extranjeros, dada la percepción de mayor calidad y valor.

En cuanto a la distribución, el 62% de las ventas de alimentos corresponden a los sectores minoristas. El aumento de sus ventas se debió tanto a las políticas de apoyo del gobierno como a la introducción de formatos de distribución modernizados en las principales zonas rurales, y el proceso de urbanización en curso. En adición, se especula con que mantengan una tasa anual de crecimiento del 6% en los próximos años.

Por otro lado, los supermercados e hipermercados dominan los centros urbanos de las principales ciudades chinas. Con la esperanza de impulsar aún más la competencia en el sector minorista de los comestibles, se espera una expansión continua hacia ciudades más pequeñas. De la misma manera, se estima que los hipermercados y las tiendas de conveniencia serán quienes tendrán mayor potencial de crecimiento, beneficiándose de las nuevas tendencias de consumo chino.

A su vez, China cuenta con una gran parte de su población aún sensible a los precios. Por ello, los valores son un aspecto clave de competitividad en el sector minorista de comestibles. Actualmente, Guangdong, Shandong, Jiangsu, Zhejiang y Henan son las provincias chinas del este donde se concentra la mayor cantidad de ventas minoristas. China es un mercado en crecimiento más allá de las dificultades burocráticas y logísticas que existen. En el presente, esos obstáculos se vieron reducidos. Sin embargo, la Comisión Económica de

Relaciones Exteriores y Comercio local, sigue siendo el único factor de inhibición para las empresas extranjeras.

## **Vietnam**

En los últimos años, el gobierno vietnamita ha trabajado en la liberalización de su sistema de distribución a fin de facilitar y fomentar el comercio para las empresas y capitales extranjeros. Particularmente, se trata de un mercado con aspectos sumamente atractivos. Posee una población de 90 millones de habitantes, en la cual el 42% es menor de 25 años. En cuanto a los canales de distribución, son los canales tradicionales los que abarcan el 95% del mercado alimentario. Entre ellos se destacan los mercados fluviales, mercados de barrio y vendedores ambulantes

En adición, muchas ciudades cuentan con calles donde se vende un único tipo de producto, por ejemplo, leche infantil, arroz, entre otros. Por otro lado, el canal de distribución moderno, compuesto de hipermercados, supermercados, almacenes y tiendas gourmet, representa solamente el 5%.

Actualmente, existen en el país unos 700 supermercados, provenientes en su mayoría de la inversión extranjera directa (IED). El propio Ministerio de Industria y Comercio de Vietnam especula con que para 2020 habrá aproximadamente 1.300 supermercados y 160 centros comerciales en el país.

En el caso vietnamita, es relevante destacar su estructura demográfica a la hora de analizar los hábitos de consumo, pues básicamente la mitad de la población se encuentra por debajo de los 30 años. Además, a diferencia de las generaciones anteriores, estos se crían priorizando su carrera académica y profesional.

## **Indonesia**

La clase consumidora de Indonesia se encuentra en crecimiento, y posee una fuerte inclinación hacia los productos y gustos occidentales. Como evidencia de ello, se observa como la cocina occidental, en los últimos años, se popularizó, provocando un incremento en las importaciones de productos como cereales, lácteos, frutas y semillas para el desayuno; pastas y productos horneados, en lugar de platos más tradicionales. En cuanto a los demandantes de este tipo de alimentos, se trata de una clase media con un crecimiento del 5%, junto con un sector turístico con un nivel de expansión del 9%.

Teniendo en cuenta la distribución del sector de los alimentos, predominan tanto los pequeños comercios, almacenes y canales modernos, como los súper e hipermercados. Los últimos se diferencian por la venta de productos importados frescos de alta calidad. Los almacenes se caracterizan por tener un menor número de unidades, vender alimentos listos para el consumo y poseer un espacio disponible para comer. En los últimos años se produjo un incremento significativo de los mini mercados en las zonas residenciales de las principales zonas urbanas, por su competitividad en precio, limpieza, comodidad y seguridad alimentaria. Gracias a la gran población urbana que posee Indonesia, hubo un gran incremento en el volumen de los negocios de los mini mercados y almacenes, en detrimento de supermercados e hipermercados.

Por otro lado, los canales modernos presentan un creciente dinamismo, aunque la venta minoritaria se encuentra dominada por los puntos de venta tradicionales. Esto se debe a que la mayoría de los consumidores indonesios siguen visitándolos de manera frecuente.

## **Japón**

El sistema de distribución de Japón consta de dos canales centrales. Por un lado, el directo, y por otro, el mayorista. Este último se encarga de la comercialización de alrededor del 80% de la producción interna, con la participación de los productores e importadores, distribuidores, mercados mayoristas, y consumidores finales.

En cuanto a los primeros, los grandes importadores son conocidos en Japón como compañías trading, pues son quienes venden los productos a los mayoristas primarios. A su vez, estos se encargan de proveer a los mayoristas secundarios, tales como supermercados, y distribuidoras, para que finalmente lleguen a las manos de los consumidores finales. Actualmente, Japón se encuentra en un proceso de reducción de costos del sistema, por lo que busca canales más directos de distribución, por fuera del trading de los mayoristas secundarios.

En cuanto al canal directo, se trata del intercambio entre productores y grandes detallistas, que en los últimos años ha incrementado su participación, representando el 20% de la producción interna.

## India

La distribución en la India es un aspecto decisivo en la política de comercialización. Esto se debe al gran tamaño de su mercado, el número de consumidores y la extensión geográfica. Si bien hay una diversidad de canales de distribución, la mayor parte de las empresas extranjeras subcontratan agentes independientes o distribuidores para la distribución de los productos.

En cuanto a la distribución minorista, se trata de un sector atomizado que representa cerca del 20% del PBI. Hay un claro predominio de la distribución tradicional sobre la organizada, donde los pequeños puntos de venta representan el 98% del mercado. La gran mayoría de ellos pertenecen a comercios familiares.

Cada día crece la cantidad de más unidades de distribución del sector organizado, como centros comerciales o “malls” a las afueras de las principales ciudades, la expansión de este formato ha sido impulsada por las industrias textiles y alimentarias, y ha ocurrido principalmente en las grandes ciudades, como Nueva Delhi, Bombay, Bangalore, Chennai y Calcuta. El crecimiento se dio por el aumento tanto del PBI per cápita de los consumidores como de la variedad de la oferta disponible, la evolución de la estructura familiar de la población y la influencia de los medios de comunicación. Se trata de una expansión del comercio minorista de entre el 20 y el 30% en los últimos diez años.

Pese a la situación alentadora del comercio, la India posee varios obstáculos, entre ellos se destacan el escaso apoyo de las políticas del gobierno hacia el sector, el elevado precio del suelo, ineficiencias en la cadena distributiva y la necesidad insatisfecha de mano de obra calificada para la gestión eficiente del sector.

Uno de los aspectos principales para las empresas internacionales es la restricción de la inversión extranjera en el comercio minorista. La misma se basa en el recelo de los dirigentes indios a la presencia extranjera en el sector por la posibilidad de pérdida de trabajos en los pequeños mercados aledaños. Sin embargo, ciertas compañías extranjeras lograron establecer sus cadenas de establecimientos en el país mediante licencias y franquicias de marcas únicas.

Desde 2013, la India ha dado un gran paso hacia la liberalización de la inversión extranjera en el sector, permitiendo hasta el 51% del capital social para tiendas de variedad de marcas y el 100% para establecimientos de una marca.

## **Malasia**

Dado que la venta directa en el mercado de Malasia resulta sumamente difícil, la mayoría de los exportadores inician sus operaciones mediante la identificación de un distribuidor o agente local. De esta manera, ellos se hacen cargo de manejar el despacho de aduanas, establecer el vínculo con los mayoristas y minoristas, comercializar el producto de forma directa a las grandes empresas o al gobierno, y asumir los gastos del servicio post venta.

Los principales canales de distribución de la venta minorista corresponden a los hipermercados, supermercados y grandes almacenes. En su conjunto abarcan el 46% de la distribución directa, mientras que las tiendas de abastecimiento o mini mercados registran un 53%. El porcentaje restante corresponde a la venta mediante locales informales. Entre las cadenas de hipermercados y supermercados, hay presencia tanto de empresas locales como extranjeras (Giant, Cold Storage, Tesco) con presencia en los principales centros urbanos de Malasia. Dado que allí residen la mayor parte de consumidores de ingresos medios y altos, hay una amplia oferta de productos locales e importados.

En cuanto al sector de los mini mercados, la cadena “7Eleven” domina el sector mercado mediante la ocupación de ubicaciones estratégicas y horarios extendidos en los centros urbanos. Sin embargo, hay una presencia menor de tiendas de abastecimiento con instalaciones más limitadas orientadas a las comunidades barriales con precios competitivos.

## **Tailandia**

Tailandia posee uno de los sectores más dinámicos en su canal retail, especialmente en los hipermercados, supermercados y almacenes. Se prevé que la tasa de crecimiento anual de estos canales alcanza el 17%, 5% y 3%, respectivamente. Esto se debe a la adopción de los hábitos occidentales por parte de la clase media, que demanda cada vez más productos saludables y funcionales.

Además, el aumento en la adquisición de alimentos procesados hizo que la industria procesadora requiera nuevos ingredientes y materias primas. Las condiciones de acceso prioritarias que deben cumplir los exportadores para acceder al mercado son la calidad y seguridad alimentaria.

## **Singapur**

Aunque se trata de un país de tamaño reducido, su mercado es muy amplio, con unos 5,5 millones de habitantes, que gozan de un nivel de vida medio-alto. La distribución se realiza por diversas vías, siendo los contratos de distribución las más usuales. Mediante este canal se negocia un paquete estratégico entre el proveedor y el distribuidor local, que incluye el proceso de revente, posicionamiento del producto, política promocional, precio y servicio postventa.

Por otro lado, se utiliza también el modelo de franquicias como penetración comercial alternativa, fomentada por las autoridades del país mediante la subvención de hasta el 50% de los gastos de consultoría necesarios. Entre los sectores que utilizan dicha fórmula se destacan la moda, cosmética, perfumería, restauración, enseñanza y agencias inmobiliarias.

En cuanto a los productos alimentarios, los importadores y distribuidores establecen acuerdos con las cadenas de supermercados, tiendas de productos gourmet, hostelería, y tiendas especializadas. Para el sector de materiales de construcción, muebles e iluminación, se ingresa al mercado mediante un importador o a través de la obtención de proyectos públicos o privados.

## **Corea del Sur**

En cuanto a los canales minoristas de distribución, son ocupados principalmente por hipermercados, supermercados y grandes almacenes. Los primeros corresponden el mayor punto de venta del país, a través de cadenas como E-Mart, y Lotte Mart.

El mercado de la distribución se abrió a las compañías extranjeras en 1996. Home Plus, Carrefour, COSTCO y Wal-Mart se encuentran entre las principales. Para ellos, la importación directa representa una parte mínima del volumen total de sus compras, dado que la gran mayoría accede a los productos mediante los importadores locales y mayoristas. Luego, los supermercados representan la mayor cifra de ventas de productos alimentarios. Entre los principales actores se encuentran Lotte Lemon, Hnwha Store & Mart y Haitai. Ambos tipos de distribución representan un punto de venta privilegiado de productos cárnicos, con un 60% del total comercializado.

En el sector alimentario, el tercer canal de distribución corresponde a los grandes almacenes. Sin embargo, su facturación ha ido descendiendo en los últimos años. Actualmente solo el 15% de sus ventas corresponde a este sector.

## **Filipinas**

En Filipinas, el centro de la actividad comercial se encuentra en la ciudad de Metro Manila. Allí se establecen la mayoría de los importadores y distribuidores. Existen otros centros comerciales secundarios como Cebú e Iloio, en el centro, y Davao y Zamboanga, en la isla de Mindanao.

En cuanto a la distribución, la misma varía según el sector o producto a exportar. Por ejemplo, los importadores de bienes de capital suelen realizar sus compras a través de agentes o distribuidores locales. En el caso de los importadores de bienes de consumo, las operaciones suelen realizarse a través de mayoristas y distribuidores.

Desde el 2000, el comercio minorista se encuentra abierto a las inversiones extranjeras. La ley se sancionó con el objetivo de estimular la competencia en el sector y alcanzar una mejor calidad de los servicios, así como también una disminución de precios. Al igual que en otros países asiáticos, las influencias occidentales en la población joven generan un gran estímulo al consumo, la modernización y la diversificación de la oferta productiva.

Debido a la liberalización del mercado, los operadores nacionales iniciaron un proceso de modernización de los puntos de venta y de aumento de la variedad de productos ofrecidos. Si bien Gran Manila representa el 50% del total de las ventas minoristas del país, existen otras regiones que se están convirtiendo en centros relevantes.

Para realizar negocios con el sector público, es obligatorio que las empresas extranjeras posean representación de una empresa filipina. De la misma manera, si bien no es obligatorio, se recomienda que los nuevos exportadores establezcan relaciones comerciales con distribuidores locales para ayudarlos en la implantación en el país.

**5. PLANIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LA PROVINCIA EN LAS FERIAS Y ENCUENTROS REGIONALES E INTERNACIONALES DE ASIA DE MAYOR NIVEL Y RELEVANCIA. RELEVAMIENTO DE ACCIONES DE PROMOCIÓN.**

En el presente trabajo identificaremos las ferias y encuentros regionales e internacionales más relevantes incluidos en el calendario internacional de 2018. Se detallan a continuación aquellas que son de particular interés para la provincia, en base a su oferta exportable. A fin de poder contar con la información de manera más clara y ordenada, las ferias y encuentros se clasificaron en función de los países seleccionados para el presente estudio, en orden cronológico. Vale destacar que para llevar a cabo este relevamiento se contó con la colaboración de la Cancillería Argentina, la Secretaria de Comercio de la Nación y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional.

**1- China**

<b>Nombre</b>	<b>GITF Guangzhou International Travel Fair Cantón</b>
<b>Sector</b>	Industria Turística
<b>Productos</b>	Alquiler de coches, camping, capacitación, compañías aéreas, formación de guías turísticos, grupos hoteleros, operadores turísticos, paquetes turísticos, parques temáticos, Privado del turismo, reserva de software, resorts de golf, etc.
<b>Lugar</b>	Yuejiang Road 980, Distrito de Haizhu
<b>Fecha</b>	01 - 03 Marzo.
<b>Ciudad</b>	Guangzhou
<b>Entidad que organiza</b>	Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel: +86 (0)21 50456700 Fax: +86 (0)21 50459355
<b>Email</b>	fapa@hmf-china.com
<b>Sitio web</b>	www.gitf.com.cn
<b>Observaciones</b>	Es conocida como la ventana de la industria del turismo en Asia. Esta exposición cuenta con el apoyo de nacionales y extranjeros que, mediante expositores, dan a conocer sus innovaciones.

<b>Nombre</b>	<b>CAE China Attractions Expo</b>
<b>Sector</b>	Industria Turística
<b>Productos</b>	Alimentos, bebidas, botes inflables, espectáculos, juegos, juegos mecánicos, máquinas tragamonedas, material de teatro, montañas rusas, norias, souvenirs, uniformes, venta de entradas.
<b>Lugar</b>	China National Convention Center
<b>Fecha</b>	17 -19 Marzo
<b>Ciudad</b>	Pekín
<b>Entidad que organiza</b>	China Ass. of Amusement Parks and Attractions
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel: +86 (0)10 6882 5005 Fax: +86 (0)10 6882 5020
<b>Email</b>	caapa@163.com
<b>Sitio web</b>	www.caapa.org
<b>Observaciones</b>	Es el evento más grande en la industria del entretenimiento de China. Las empresas internacionales de la industria de la diversión y atracciones presentan nuevos productos, nuevas tecnologías e innovación y reflejan las tendencias.

<b>Nombre</b>	<b>CHINA FOODS AND DRINKS FAIR</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas
<b>Productos</b>	Alimentos y bebidas alcohólicas
<b>Lugar</b>	Changsha international exhibition center
<b>Fecha</b>	22/24 - Marzo / 2do. evento a definir
<b>Ciudad</b>	Changsha / 2do. evento a definir
<b>Entidad que organiza</b>	CFDT
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	86-400 999 7728
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	http://www.cfd.org
<b>Observaciones</b>	Más de 3000 empresas. 2 eventos por año

<b>Nombre</b>	<b>ITB China Shanghai</b>
<b>Sector</b>	Industria Turística
<b>Productos</b>	Agencias de viajes, alojamiento, asociaciones de turismo, información de viajes, medios de transporte,

	MICE, organizaciones de turismo, software de viajes, tour operadores, viajes de negocios.
<b>Lugar</b>	Shanghai World Expo Exhibition and Convention Center
<b>Fecha</b>	16 – 18 Mayo
<b>Ciudad</b>	Shanghai
<b>Entidad que organiza</b>	MB Exhibitions Shanghai Co., Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	-
<b>Email</b>	contact@itb-china.com
<b>Sitio web</b>	www.itb-china.com
<b>Observaciones</b>	TB China es una feria de viajes dirigida exclusivamente a visitantes seleccionados de empresas involucradas en la industria de viajes de China. La misma se refiere tanto a viajes de negocios como a viajes turísticos con destinos internacionales, poco explorados. También se presentan las últimas novedades en TI y software de viajes.

<b>Nombre</b>	<b>CHINA FRUIT LOGISTICA</b>
<b>Sector</b>	Logística Alimentos
<b>Productos</b>	Servicios de Logística para Frutas
<b>Lugar</b>	Shanghai Convention & Exhibition Center of International Sourcing
<b>Fecha</b>	14-16 Mayo
<b>Ciudad</b>	Shanghai
<b>Entidad que organiza</b>	Global Produce Events (Shanghai) Co., Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel +86-21-6136-6088
<b>Email</b>	CFL@gp-events.com
<b>Sitio web</b>	http://www.chinafruitlogistica.cn/
<b>Observaciones</b>	Es un punto de encuentro para el comercio nacional de productos frescos: productores, comerciantes, minoristas y sus industrias de servicios.

<b>Nombre</b>	<b>SIAL CHINA</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas
<b>Productos</b>	Alimentos, Ingredientes Alimenticios, Bebidas
<b>Lugar</b>	Shanghai New International Expo Centre
<b>Fecha</b>	16/18 - Mayo
<b>Ciudad</b>	Shanghai

<b>Entidad que organiza</b>	Comexposium-Sial Exhibition Co., Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+86 (0) 10 6588 6794
<b>Email</b>	info@sialchina.cn
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.sialchina.com/">http://www.sialchina.com/</a>
<b>Observaciones</b>	Exposición de Alimentos más grande de Asia, Mas de 3200 expositores

<b>Nombre</b>	<b>INTERWINE CHINA</b>
<b>Sector</b>	Bebidas Alcohólicas
<b>Productos</b>	Vinos Finos/ Vinos espumantes/ Otras bebidas alcohólicas
<b>Lugar</b>	China Import & Export Fair Pazhou Complex
<b>Fecha</b>	18-20 Mayo / 13-15 Noviembre
<b>Ciudad</b>	Guangzhou
<b>Entidad que organiza</b>	Canton Universal Fair Group Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	Francesco Ruberti
<b>Teléfono</b>	Tel: 86 20-84283559
<b>Email</b>	f.ruberti@interwine.org
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.interwine.org">http://www.interwine.org</a>
<b>Observaciones</b>	2 eventos por año

<b>Nombre</b>	<b>VINEXPO Hong-Kong</b>
<b>Sector</b>	Bebidas Alcohólicas
<b>Productos</b>	Vinos Finos/ Vinos espumantes/ Otras bebidas alcohólicas
<b>Lugar</b>	Hong Kong Convention and Exhibition Centre
<b>Fecha</b>	29-31 Mayo
<b>Ciudad</b>	Hong Kong
<b>Entidad que organiza</b>	VINEXPO SA
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+33 5 56560022
<b>Email</b>	<a href="mailto:info@vinexpo.fr">info@vinexpo.fr</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.vinexpohongkong.com/">http://www.vinexpohongkong.com/</a>
<b>Observaciones</b>	-

<b>Nombre</b>	<b>ITE International Travel Expo Hong Kong</b>
<b>Sector</b>	Industria Turística
<b>Productos</b>	Alquiler de autos, complejos turísticos, cruceros, cursos de idiomas, hoteles, líneas aéreas, lugares, museos, parques de atracciones, touroperadores, turismo de aventura, viajes de buceo, viajes de esquí, viajes de negocios, viajes educativos.
<b>Lugar</b>	Hang Seng North Point Building, 341 King's Road, North Point
<b>Fecha</b>	14. – 17 Junio
<b>Ciudad</b>	Hong Kong
<b>Entidad que organiza</b>	TKS Exhibition Services Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel: +852 31550600 Fax: +852 35201500
<b>Email</b>	travel@tkshk.com
<b>Sitio web</b>	www.tkshk.com
<b>Observaciones</b>	El ITE International Travel Expo atrae a expositores locales e internacionales de la industria de viajes. Los visitantes pueden encontrar amplia información sobre las últimas novedades, tendencias, productos y servicios en diversos campos.

<b>Nombre</b>	<b>CITM China International Travel Mart</b>
<b>Sector</b>	Industria turística
<b>Productos</b>	Agencias de viajes, empresas de alquiler de automóviles, hoteles, compañías aéreas, operadores turísticos, viajes de marketing.
<b>Lugar</b>	SNIEC - Shanghai New International Expo Centre
<b>Fecha</b>	A confirmar: Octubre 2018
<b>Ciudad</b>	Shanghai
<b>Entidad que organiza</b>	China National Tourism Administration
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel: +86 (0)10 65201114 Fax: +86 (0)10 65122096
<b>Email</b>	citm@cmta.gov.cn
<b>Sitio web</b>	www.cmta.com
<b>Observaciones</b>	Es una feria para el mercado del turismo. Ofrece ideas y conceptos para viajes en Asia. Además, las empresas participan en los diversos talleres y seminarios y buscan ampliar sus contactos comerciales.

<b>Nombre</b>	<b>CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO</b>
<b>Sector</b>	Amplia gama de bienes y servicios.
<b>Lugar</b>	National Exhibition and Convention Center, Shanghai, China.
<b>Fecha</b>	5 al 10 de Noviembre
<b>Sitio web</b>	<a href="https://www.shanghaiexpo.org.cn">https://www.shanghaiexpo.org.cn</a>

<b>Nombre</b>	<b>CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y Servicios
<b>Productos</b>	Pescados y frutos de mar, servicios, equipamiento
<b>Lugar</b>	Qingdao International Expo Center
<b>Fecha</b>	07-09 Noviembre
<b>Ciudad</b>	Qingdao
<b>Entidad que organiza</b>	SEA FARE EXPOSITIONS, INC
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Phone: +86 10 58672620
<b>Email</b>	seafoodchina@seafare.com
<b>Sitio web</b>	<a href="http://chinaseafoodexpo.com/">http://chinaseafoodexpo.com/</a>
<b>Observaciones</b>	Es la feria de Asia más grande del sector, más de 1500 expositores de 45 países.

<b>Nombre</b>	<b>FHC (Food &amp; Hotel China) 2018</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas
<b>Productos</b>	Alimentos, Ingredientes Alimenticios, Bebidas
<b>Lugar</b>	Shanghai New International Expo Centre
<b>Fecha</b>	13-15 Noviembre
<b>Ciudad</b>	Shanghai
<b>Entidad que organiza</b>	China International Exhibitions
<b>Persona de contacto</b>	Ms Lily Zhu / Ms Becky Sun
<b>Teléfono</b>	+86 21 6209 5209
<b>Email</b>	fhc@ubmsinoexpo.com
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.fhcchina.com">http://www.fhcchina.com</a>
<b>Observaciones</b>	Más de 2400 empresas de 69 países

<b>Nombre</b>	<b>CITE Chengdu International Tourism Expo</b>
<b>Sector</b>	Industria Turística
<b>Productos</b>	Accesorios de viaje, de golf, centros comerciales, centros culturales, cruceros, destinos de viaje, equipo al aire libre, hoteles, maletas de viaje, oficinas de turismo, parques de atracciones, parques temáticos, resorts, restaurantes, seguro de viaje, servicio de limusina, spas, etc.
<b>Lugar</b>	Century City New International Convention & Exhibition Center
<b>Fecha</b>	29 de noviembre - 1 de diciembre de 2018
<b>Ciudad</b>	Chengdu
<b>Entidad que organiza</b>	CEMS Asia Pacific
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	Tel: +65 68292144 Fax: +65 68292145
<b>Email</b>	info@cems.com.sg
<b>Sitio web</b>	www.cems.com.sg
<b>Observaciones</b>	Es una feria internacional de turismo que crea una plataforma para la cooperación empresarial tanto para la industria del turismo local como internacional. El CITE se divide en dos zonas, por un lado, en el área profesional y comercial con eje en el turismo de negocios y por otro lado, en el sector de consumo, con actividades y excursiones.

## 2- Vietnam

<b>Nombre</b>	<b>SHOES &amp; LEATHER EXHIBITION - VIETNAM 2018</b>
<b>Sector</b>	Zapatos y Cueros. Tecnología y Equipamiento
<b>Productos</b>	Zapatos, Marroquinería y Cueros
<b>Lugar</b>	Saigón Exhibition & Convention Center
<b>Fecha</b>	11/13 - Julio
<b>Ciudad</b>	Ho Chi Minh
<b>Entidad que organiza</b>	TOP REPUTE CO., LTD (HONG KONG)
<b>Persona de contacto</b>	
<b>Teléfono</b>	( 84) 28 - 38238828
<b>Email</b>	info@toprepute.vn
<b>Sitio web</b>	http://www.shoeleather-vietnam.com
<b>Observaciones</b>	Feria con más de 470 expositores de 27 países.

<b>Nombre</b>	<b>VIETNAM FOOD EXPO</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas. Tecnología
<b>Productos</b>	Alimentos envasados, frescos, pescados. Equipamiento
<b>Lugar</b>	Saigón Exhibition & Convention Center
<b>Fecha</b>	14/17 - Noviembre
<b>Ciudad</b>	Ho Chi Minh
<b>Entidad que organiza</b>	Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE)
<b>Persona de contacto</b>	Ms. Ngoc Nguyen
<b>Teléfono</b>	(+84-24) 39364792
<b>Email</b>	vietnamfoodexpo@gmail.com
<b>Sitio web</b>	https://foodexpo.vn
<b>Observaciones</b>	Es la feria de alimentos más grande de Vietnam

### 3- Indonesia

<b>Nombre</b>	<b>INDO LIVESTOCKS 2018</b>
<b>Sector</b>	Agro y Alimentos
<b>Productos</b>	Productos de origen animal. Equipamiento
<b>Lugar</b>	Yakarta Convention Center
<b>Fecha</b>	04/06 - Julio
<b>Ciudad</b>	Yakarta
<b>Entidad que organiza</b>	Napindo Media Ashatama
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+62-21 8650962
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	www.indolivestock.com
<b>Observaciones</b>	-

<b>Nombre</b>	<b>FI INGREDIENTS 2018</b>
<b>Sector</b>	Ingredientes alimenticios. Tecnología, Equipamiento, Servicios
<b>Productos</b>	Alimentos y bebidas
<b>Lugar</b>	Yakarta International Expo
<b>Fecha</b>	03/05 - Octubre
<b>Ciudad</b>	Yakarta
<b>Entidad que organiza</b>	UBM
<b>Persona de contacto</b>	Tatiana Rozema
<b>Teléfono</b>	-
<b>Email</b>	-

<b>Sitio web</b>	<a href="https://www.figlobal.com">https://www.figlobal.com</a>
<b>Observaciones</b>	El evento se realiza cada 2 años

<b>Nombre</b>	<b>SIAL INTERFOOD INDONESIA 2018</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y Bebidas, Tecnología, Ingredientes, Aditivos, Materias Primas, Servicios, Equipos, Suministros
<b>Productos</b>	Alimentos y Bebidas, Ingredientes, Frutas frescas y procesadas. Productos de Agricultura, Productos Halal, Orgánicos y Alimentos Naturales. Alimentos congelados, pescados y mariscos y productos cárnicos
<b>Lugar</b>	Yakarta International Expo
<b>Fecha</b>	nov-18
<b>Ciudad</b>	Yakarta
<b>Entidad que organiza</b>	Krista Exhibitions
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+62 21 6345861
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	<a href="https://sialinterfood.com/">https://sialinterfood.com/</a>
<b>Observaciones</b>	Más de 1100 expositores de 27 países

#### 4- Japón

<b>Nombre</b>	<b>SUPERMARKET TRADE SHOW</b>
<b>Sector</b>	Todos los rubros de Alimentos y Bebidas Alcohólicas. Distribución
<b>Productos</b>	Alimentos y Bebidas
<b>Lugar</b>	Makuhari Messe
<b>Fecha</b>	14/16 - Febrero
<b>Ciudad</b>	Mihama
<b>Entidad que organiza</b>	New Supermarket Association of Japan (NSAJ)
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+81-3-3512-5673
<b>Email</b>	<a href="mailto:super@smj.co.jp">super@smj.co.jp</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.smts.jp">http://www.smts.jp</a>
<b>Observaciones</b>	Es la feria más grande de Japón del sector supermercadista y retails.

<b>Nombre</b>	<b>FOODEX JAPAN</b>
<b>Sector</b>	Todos los rubros de Alimentos y Bebidas Alcohólicas
<b>Productos</b>	Alimentos, Ingredientes Alimenticios, Bebidas
<b>Lugar</b>	Makuhari Messe
<b>Fecha</b>	06/09 - Marzo
<b>Ciudad</b>	Mihama
<b>Entidad que organiza</b>	Japan Management Association
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	-
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.jma.or.jp">www.jma.or.jp</a>
<b>Observaciones</b>	3350 expositores. Está catalogada como la 3er. feria más grande del mundo en el rubro alimentos

#### 5- India

<b>Nombre</b>	<b>FI INGREDIENTS 2018</b>
<b>Sector</b>	Ingredientes alimenticios. Tecnología, Equipamiento, Servicios
<b>Productos</b>	Alimentos y bebidas
<b>Lugar</b>	India Expo Mart
<b>Fecha</b>	30/08 al 01/09
<b>Ciudad</b>	Nueva Delhi
<b>Entidad que organiza</b>	UBM
<b>Persona de contacto</b>	Tatiana Rozema
<b>Teléfono</b>	-
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	<a href="https://www.figlobal.com">https://www.figlobal.com</a>
<b>Observaciones</b>	-

<b>Nombre</b>	<b>Annapoorna – World of Food India Mumbai</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas
<b>Productos</b>	Alimentos elaborados, bebidas, frutas frescas, verduras, carne, etc.
<b>Lugar</b>	Bombay Convention & Exhibition Centre BCEC
<b>Fecha</b>	27/29 - Septiembre
<b>Ciudad</b>	Mumbai
<b>Entidad que organiza</b>	Koelnmesse YA Tradefair Pvt. Ltd.
<b>Persona de contacto</b>	-

<b>Teléfono</b>	+91 (0)22 28715200
<b>Email</b>	-
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.worldoffoodindia.com/">http://www.worldoffoodindia.com/</a>
<b>Observaciones</b>	-

#### 6- Malasia

<b>Nombre</b>	<b>LIVESTOCKASIA 2018</b>
<b>Sector</b>	Agro y Alimentos.
<b>Productos</b>	Productos de origen animal. Equipamiento
<b>Lugar</b>	Kuala Lumpur Convention Center (KLCC)
<b>Fecha</b>	19/21 - Abril
<b>Ciudad</b>	Kuala Lumpur
<b>Entidad que organiza</b>	UBM Malaysia
<b>Persona de contacto</b>	Ms. Rita Lau
<b>Teléfono</b>	+603 2176 8788
<b>Email</b>	<a href="mailto:rita.lau@ubm.com">rita.lau@ubm.com</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.livestockasia.com/">http://www.livestockasia.com/</a>
<b>Observaciones</b>	Más de 300 expositores de 30 países

<b>Nombre</b>	<b>MIFB 2018 – The 19th Malaysian International Food &amp; Beverage Trade Fair</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y Bebidas. Frutas Frescas y secas. Tecnología
<b>Productos</b>	Alimentos en general, bebidas, productos Halal, equipamiento
<b>Lugar</b>	Kuala Lumpur Convention Center (KLCC)
<b>Fecha</b>	27/28/29 - Junio
<b>Ciudad</b>	Kuala Lumpur
<b>Entidad que organiza</b>	Sphere Exhibits
<b>Persona de contacto</b>	Anrose Tan
<b>Teléfono</b>	( 60) 3 - 7989 1133
<b>Email</b>	<a href="mailto:mifb@sphereexhibits.com.my">mifb@sphereexhibits.com.my</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://mifb.com.my/">http://mifb.com.my/</a>
<b>Observaciones</b>	Feria más grande de Alimentos y Bebidas de Malasia

#### 7- Tailandia

<b>Nombre</b>	<b>THAIFEX</b>
<b>Sector</b>	Alimentos

<b>Productos</b>	Productos envasados, alimentos libres de gluten, Halal
<b>Lugar</b>	IMPACT Exhibition and Convention Center
<b>Fecha</b>	29-05/02-06
<b>Ciudad</b>	Bangkok
<b>Entidad que organiza</b>	International Koelnmesse Pte Ltd
<b>Persona de contacto</b>	Ms Lynn How
<b>Teléfono</b>	Tel: +65 6500 6712
<b>Email</b>	<a href="mailto:l.how@koelnmesse.com.sg">l.how@koelnmesse.com.sg</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.worldoffoodasia.com/">http://www.worldoffoodasia.com/</a>
<b>Observaciones</b>	Es una feria de menor escala a la FI Asia que se hará en 2019

#### 8- Singapur

<b>Nombre</b>	<b>PROWINE SINGAPUR</b>
<b>Sector</b>	Bebidas Alcohólicas y Alimentos. Hotelería
<b>Productos</b>	Vinos Finos, Licores. Alimentos. Equipamiento. Hotelería
<b>Lugar</b>	Singapore Expo
<b>Fecha</b>	24 / 27 - Abril
<b>Ciudad</b>	Singapur
<b>Entidad que organiza</b>	UBM SES and Messe Düsseldorf Asia
<b>Persona de contacto</b>	Beatrice J. Ho
<b>Teléfono</b>	+65 6332 9642
<b>Email</b>	<a href="mailto:Beatrice@mda.com.sg">Beatrice@mda.com.sg</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.prowineasia.com/sg">http://www.prowineasia.com/sg</a>
<b>Observaciones</b>	Feria más importante en el Sudeste Asiático para Vinos y Alimentos. Se realiza en conjunto con la feria "Food and Hotel Asia"

<b>Nombre</b>	<b>OSEA2018 - INTERNATIONAL OIL AND GAS INDUSTRY EXHIBITION &amp; CONFERENCE</b>
<b>Sector</b>	Petróleo y Gas
<b>Productos</b>	Combustibles y Gas
<b>Lugar</b>	Marina Bay Sands
<b>Fecha</b>	27/29 - Noviembre
<b>Ciudad</b>	Singapur
<b>Entidad que organiza</b>	UBM SES and Messe Düsseldorf Asia
<b>Persona de contacto</b>	Beatrice J. Ho
<b>Teléfono</b>	+65 6332 9642

<b>Email</b>	Beatrice@mda.com.sg
<b>Sitio web</b>	<a href="https://www.osea-asia.com/">https://www.osea-asia.com/</a>
<b>Observaciones</b>	La feria reúne al sector de Oil and Gas del Sudeste asiático

#### 9- Corea del Sur

<b>Nombre</b>	<b>Seoul International Wines and Spirits Expo</b>
<b>Sector</b>	Bebidas
<b>Productos</b>	Vinos Finos y otras bebidas alcohólicas
<b>Lugar</b>	Coex Hall C
<b>Fecha</b>	26/28- Abril
<b>Ciudad</b>	Seúl
<b>Entidad que organiza</b>	Korea Wines & Spirits Importers Association
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	+82-2-761-2512
<b>Email</b>	intosws@siwse.com
<b>Sitio web</b>	<a href="http://siwse.com">http://siwse.com</a>
<b>Observaciones</b>	Feria #1 en Bebidas Alcohólicas de Corea

<b>Nombre</b>	<b>Seoul Intl Seafood Show</b>
<b>Sector</b>	Pescados y Mariscos. Tecnología
<b>Productos</b>	Pescados y Mariscos. Tecnología y equipamiento
<b>Lugar</b>	Coex Hall D
<b>Fecha</b>	9/10/11 - Mayo
<b>Ciudad</b>	Seúl
<b>Entidad que organiza</b>	Korea Fishery Association
<b>Persona de contacto</b>	-
<b>Teléfono</b>	( 82) 2 - 6000-2800
<b>Email</b>	3s@seoulseafood.com
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.seoulseafood.com">http://www.seoulseafood.com</a>
<b>Observaciones</b>	-

#### 10-Filipinas

<b>Nombre</b>	<b>IFEX Philippines</b>
<b>Sector</b>	Alimentos y bebidas
<b>Productos</b>	Alimentos en general, Frutas y Verduras, Pescados y Mariscos, Carne

<b>Lugar</b>	World Trade Center Manila
<b>Fecha</b>	25/27 - Mayo
<b>Ciudad</b>	Manila
<b>Entidad que organiza</b>	Center for International Trade Expositions and Missions (CITEM)
<b>Persona de contacto</b>	Zhary Bagayas
<b>Teléfono</b>	( 63 ) 2 - 8312201
<b>Email</b>	ifexphilippines@citem.com.ph
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.ifexphilippines.com">http://www.ifexphilippines.com</a>
<b>Observaciones</b>	Feria más grande de Filipinas de Alimentos, Frutas y Verduras, Carnes, pescados, etc.

<b>Nombre</b>	<b>AGRILINK</b>
<b>Sector</b>	Acuícola, Agro, Alimentos
<b>Productos</b>	Pescados y Mariscos, Preparaciones para animales y Alimentos en general
<b>Lugar</b>	World Trade Center Manila
<b>Fecha</b>	04/06 - Octubre
<b>Ciudad</b>	Manila
<b>Entidad que organiza</b>	Foundation for Resource Linkage and Development, Inc.
<b>Persona de contacto</b>	Sally Mecija
<b>Teléfono</b>	( 63 ) 2 - 2164016
<b>Email</b>	<a href="mailto:frld.agrilink@gmail.com">frld.agrilink@gmail.com</a>
<b>Sitio web</b>	<a href="http://agrilink.org/">http://agrilink.org/</a>
<b>Observaciones</b>	Mas de 350 compañías nacionales e internacionales

## 6. CONCLUSIÓN

En el presente estudio se analizaron las perspectivas y oportunidades comerciales de la provincia de Neuquén en Asia.

En primer lugar se llevó a cabo el relevamiento de las principales actividades económicas, es decir los productos y servicios, que las empresas neuquinas tienen para ofrecer al mercado asiático.

Entre los productos y servicios más importantes se encuentran la producción de combustibles y energías convencionales y no convencionales, el sector minero y el sector turístico. A ello se deben agregar otros sectores pujantes como el frutihortícola y el vitivinícola. Vale destacar además que todos los sectores mencionados tienen un gran potencial exportador. Sin embargo, existe una excesiva dependencia en el sector de hidrocarburos. Por dicho motivo, consideramos necesario incentivar y promover el resto de los sectores económicos de manera tal que la provincia alcance un mayor impacto sobre el total de las exportaciones argentinas.

En segundo lugar, se identificaron las características principales del mercado asiático, particularmente China.

Debe tenerse en cuenta que Asia es el continente más extenso y poblado de nuestro planeta. Con más de 4.000 millones de habitantes representa el 61% de la población mundial. Para destacar la relevancia de dicho mercado se examinaron los principales mercados orientales; los productos mayormente demandados; la compatibilidad entre la demanda asiática y la oferta neuquina; la relación precio versus competitividad; y demás información de relevancia. Entre los países analizados, se encuentran, además de China, India, Vietnam, Indonesia, Japón, Singapur, Tailandia, Filipinas y Malasia.

Vale destacar que para el desarrollo del presente estudio se contó con la asistencia y colaboración de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y de la Embajada Argentina en China. Asimismo, el equipo investigador recabó información a través de encuentros y entrevistas con los actores económicos y comerciales más relevantes de la provincia de Neuquén. El análisis de las importaciones de los países asiáticos mencionados precedentemente evidencia su especial interés en la obtención de alimentos, combustibles y materias primas. Tal demanda es compatible con la oferta

neuquina, no obstante lo cual es necesario canalizar esfuerzos, aumentar la competitividad y facilitar el acceso de los productos neuquinos a los potenciales mercados asiáticos. Vale destacar que en la actualidad el intercambio comercial entre la provincia de Neuquén y los países de Asia es escaso o nulo.

En tercera instancia, se identificaron aquellas áreas productivas con mayor potencial para atraer la inversión asiática hacia la provincia. En este apartado se llevó a cabo el relevamiento de las empresas interesadas en incorporar asociados asiáticos para potenciar su producción. Las respuestas fueron muy satisfactorias ya que la totalidad de la muestra encuestada manifestó su interés en recibir inversiones asiáticas. Es necesario retomar el contacto y fortalecer los vínculos para que las inversiones puedan concretarse y orientarse estratégicamente.

Por último, se relevaron las principales ferias y encuentros regionales e internacionales de Asia que tendrán lugar durante 2018 y que podrían ser de especial interés para Neuquén. No hay duda alguna en que debe llevarse a cabo una planificación y un estudio preliminar de cada una de ellas, a fin de que la participación de la provincia de Neuquén, tanto a través de sus autoridades como del sector empresarial, pueda maximizar su penetración en los mercados asiáticos.

En síntesis, existe un terreno fértil para potenciar el vínculo comercial y económico entre la provincia de Neuquén y Asia. Sin embargo, para lograrlo es necesario canalizar los esfuerzos necesarios para que las relaciones se intensifiquen y se lleven a cabo de manera fluida y fructífera. Para lograrlo será crucial trazar una planificación inteligente en base a la información relevada a lo largo del presente informe en el cual se destacan las oportunidades comerciales de la provincia de Neuquén en Asia.

## 7. ANEXO

Exportaciones por grandes rubros. Años 2007-2016\*

Rubro	Años				
	2007	2008	2009	2010	2011
	Miles de US\$				
Total general	55.980.309	70.018.839	55.672.097	68.174.447	82.981.091
Productos primarios	12.485.028	16.201.438	9.256.871	15.148.560	19.833.320
Manufactura de Origen Agropecuario	19.213.617	23.906.277	21.224.929	22.671.108	27.675.826
Manufactura de Origen Industrial	17.332.786	22.063.368	18.733.692	23.829.617	28.790.265
Combustibles y energía	6.948.878	7.847.757	6.456.605	6.525.162	6.681.680
Rubro	Año				
	2012	2013	2014*	2015*	2016*
	Miles de US\$				
Total general	79.982.388	75.962.981	68.407.381	56.787.982	57.733.363
Productos primarios	19.039.837	17.765.891	14.214.205	13.290.967	15.649.038
Manufactura de Origen Agropecuario	26.783.659	27.002.177	26.420.177	23.290.511	23.330.686
Manufactura de Origen Industrial	27.180.876	25.633.339	22.822.568	17.954.849	16.757.361
Combustibles y energía	6.978.016	5.561.574	4.950.431	2.251.656	1.996.279
* Dato provisorio. Fuente: INDEC. Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo. Datos actualizados a marzo de 2017.					

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Anuario Estadístico de la Provincia de Neuquén – Volumen 19.  
Año 2016
  - Guía de Inversiones 2016 – Gobierno de la Provincia de Neuquén
  - Plan Provincial de Acuicultura – Provincia de Neuquén
  - Acuicultura – Subsecretaria de Desarrollo Económico de la Provincia de Neuquén
    - Estadísticas de Exportación de la Provincia de Neuquén – Subsecretaria de Comercio Exterior
      - Producción de Gas y Petróleo – INDEC
      - Origen Provincial de las Exportaciones – IINFOJUST
      - Informe Comercio Exterior – Neuquén 2016
      - Informe Estadístico “Frutas Frescas” – Fundación Exportar –  
Enero 2016
        - Informe País China – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País India – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Japón – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Vietnam – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Malasia – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Indonesia – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Tailandia – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Singapur – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País República de Corea del Sur – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017
        - Informe País Filipinas – Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Año 2017

Páginas Web consultadas:

- The Observatory of Economic complexity

<https://atlas.media.mit.edu>

- Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Exterior

<http://www.investandtrade.org.ar>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

<https://www.indec.gov.ar/>

- Página oficial de la Provincia de Neuquén

<http://w2.neuquen.gov.ar/>

- Ministerio De Relaciones Exteriores y Culto De La República Argentina

<http://argentinatradenet.gov.ar>

- Banco Mundial

<http://www.bancomundial.org/>

- Servicio Nacional De Sanidad Y Calidad Agroalimentaria

<http://www.senasa.gob.ar>

- Centro PYME- ADENEU – Provincia de Neuquén

<http://cpymeadeneu.com.ar>

- Portal Info Just

<http://www.info-just.com/>

- Diario Clarín

<https://www.clarin.com/rural>

- Diario La Nación

<http://www.lanacion.com.ar>

- Diario Ambito Financiero

<http://www.ambito.com>

- Portal Todo Noticias

<https://tn.com.ar>

- Ferias internacionales de alimentos y bebidas en el mndo

<http://www.feriasalimentarias.com>



**CONSEJO FEDERAL  
DE INVERSIONES**

**SECRETARIO GENERAL DEL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**  
ING. JUAN JOSÉ CIÁCERA

**PROVINCIA DEL NEUQUEN**



**GOBIERNO  
DE LA PROVINCIA  
DEL NEUQUÉN**

**SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN  
Y ACCIÓN PARA EL DESARROLLO**

**NEUQUÉN**  
PROVINCIA

**JUNTOS  
PODEMOS  
MÁS**