



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA**

PROVINCIA DE SANTA CRUZ

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**ASISTENCIA TÉCNICA
PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA
SUBSECRETARÍA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO EN SU VINCULACIÓN CON
LA REPÚBLICA POPULAR CHINA**

EXPTE. 19593 01 01

**INFORME FINAL
NOVIEMBRE 2021**



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA**

AUTORIDADES CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Asamblea de Gobernadores.

Secretario General

Lic. Ignacio Lamothe

Coordinadora Región Patagónica

Lic. Paula Inés Astiz

AUTORIDADES PROVINCIALES PROVINCIA DE SANTA CRUZ.

Sra. Gobernadora

Dra. Alicia Margarita Kirchner

Sr. Vice Gobernador

CP. Eugenio Quiroga

Representante titular ante el CFI

Ministro de Jefe de Gabinete

Representante alterno ante el CFI

Secretario de Estado de Casa de la Provincia de Santa Cruz

C.P. Andrés La Blunda

RESPONSABLES DE PROYECTO

Responsable de la Contraparte Provincia de Santa Cruz

Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Lic. Ana María Cortés.

Unidad Ejecutora

Universidad Nacional de Avellaneda

Coordinador del Proyecto

Dr. Ignacio Villagrán



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA**

INFORME FINAL AL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

Rector

Ing. Jorge Calzoni

Vicerrector

Ricardo A. Serra

Equipo de trabajo

Coordinador

Dr. Ignacio Villagrán

Equipo técnico:

Dr. Nicolás Javier Damin

Lic. / Cdor. Jorge Alberto Cannataro

Mag. Federico Luis Vaccarezza

Lic. Rosendo Marcelo Galvano Leguizamón

Lic. Juan Santiago Fraschina



ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. La relación bilateral Argentina y China:** estado de la cooperación de nuestro país con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico
- 3. Estado de la cooperación de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico**
- 4. Complementariedad económica de Santa Cruz con China**
 - a. Potencialidad y posibilidades en comercio exterior**
 - i. Caracterización del comercio exterior de Santa Cruz
 - ii. Identificación de productos potenciales de la canasta exportadora de Santa Cruz
 - iii. Caracterización de los mercados de China y otras naciones del Asia Pacífico
 - iv. Demanda de productos correspondientes a la oferta exportable de la Provincia.
 - b. Potencialidad y posibilidades en inversiones**
 - i. Detección de necesidades de inversión en Santa Cruz
 - ii. Características, lineamientos de las inversiones chinas y sectores de interés para China.
 - iii. Asistencia a FOMICRUZ
 - c. Potencialidad y posibilidades de cooperación en materia de cultura y educación**
 - i. Detección de necesidades en Santa Cruz
 - ii. Sectores de interés para China
- 5. Seminario virtual “Región Patagonia y China: cooperación para el desarrollo productivo y social”**
 - i. Jornada 1. “Historia y Cultura de China: el entendimiento mutuo como base de la cooperación”
 - ii. Jornada 2. “Comercio, inversiones y ambiente: nuevos escenarios para el desarrollo”
- 6. Material de promoción**



- a. Confección de folletería
- b. Traducción al chino

7. Ferias y convenciones en China y Asia Pacífico

- a. China Mining
- b. CIIE
- c. Otras Ferias Internacionales en países del Asia Pacífico

8. Conclusiones y recomendaciones

1. Introducción

El objetivo de este proyecto es la asistencia técnica de forma directa a la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo en su vinculación internacional con la República Popular de China (RPCCh) y, junto a ella, al gobierno y la sociedad santacruceña, para fortalecer las líneas de acción de política pública de asociación política-estratégica.

El presente informe final contiene el detalle de las actividades realizadas -entre los días 4 de junio y 23 de noviembre del corriente- en el marco del proyecto de “Asistencia técnica para el fortalecimiento de la política pública de la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo en su vinculación con la República Popular China”, cuyo objetivo ha sido el de contribuir en el diseño de la política pública en materia de vinculación internacional de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico a partir del relevamiento de experiencias y expectativas de actores provinciales, a fin de recabar y sistematizar información actualizada que apoye las decisiones estratégicas y el diseño de las políticas públicas en este ámbito.

Para ello, nos enfocamos en producir informes para la toma de decisiones de los funcionarios (se adjuntan), en realizar conversaciones-talleres individuales sobre experiencias comparadas de relacionamiento en el nivel subnacional con la RPCCh (se incluyen los principales emergentes de dichos encuentros), a proyectar vínculos (se detallan) y, en un marco más general, a contribuir a la comprensión cultural y al mutuo entendimiento a partir de explicar elementos distintivos de la República Popular China, su forma de gobierno, sus empresas públicas y privadas, su cultura política, de negocios y, fundamentalmente, de diplomacia y cooperación.

Para cumplirlo se trabajó en un diseño flexible. Por un lado, se realizaron ejes planificados previamente en la solicitud del financiamiento al CFI, como el diagnóstico del estado de las relaciones bilaterales al nivel nacional y provincial y las sugerencias sobre la política de promoción. Por otro lado, se utilizó una estrategia inductiva, con la escucha activa a informantes claves (ministros, secretarios y directores) en reuniones con entrevistas programadas y con



cuestionarios suministrados previamente (se anexa) y en interacciones informales en las cuales los diálogos entre consultores y funcionarios aportan elementos emergentes que contribuyen a la meta planteada de comprender, asesorar y fortalecer la política internacional provincial. Estas últimas se efectuaron en la Casa de Santa Cruz en Buenos Aires. Entre ellas, se destaca la participación de los miembros de este proyecto en el encuentro entre el Gobierno de Santa Cruz y el sector minero, en una jornada de trabajo con los diferentes eslabones del sector clave de la economía provincial.¹

Es importante mencionar que la pandemia de COVID-19, prolongada a 2021, generó un enorme desafío para las áreas de internacionalización del Estado Nacional y Provincial, por la imposibilidad de viajar o realizar misiones presenciales, la asignación de fondos al área prioritaria de salud y, fundamentalmente, la confección de nuevas agendas de gobierno ante el escenario cambiante e imprevisible. En ese sentido, las preocupaciones de los funcionarios provinciales giraban en torno a esa “nueva normalidad”, en la cual el trabajo virtual de promoción, conexiones y negociación se adaptó a circunstancias que eran las dominantes en la formación de la alta función pública provincial.

A las dificultades generadas por la pandemia, se sumó una circunstancia excepcional que afectó a la dotación de trabajo del proyecto, el fallecimiento del Lic. Adrián Sánchez Becerra, ocurrido a poco de cumplir el primer mes de iniciado el proyecto. Si bien la dotación de trabajo pudo completarse con la incorporación del Lic. Federico Luis Vaccarezza, la internación y posterior fallecimiento de este tan estimado colega generó algunas demoras en la producción de los informes correspondientes.

Tras completar los seis meses de trabajo acordados originalmente, sumados a la extensión de 20 días concedida para el plazo de la presentación del Informe Final, este documento busca poner de manifiesto los aspectos más significativos del relacionamiento de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros países del Asia Pacífico a partir del relevamiento realizado referido a:

¹ Ver: [El Gobierno de Santa Cruz se reunió con Minerías en Buenos Aires](#)



- el estado de la cooperación de nuestro país con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico;
- el estado de la cooperación de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico, y
- la complementariedad económica de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros mercados de la región Asia Pacífico a fin de identificar posibilidades de exportación de productos santacruceños a los mercados asiáticos y de inversiones en la Provincia con el objetivo de fortalecer la cooperación internacional para el desarrollo integral de la Provincia.

En la sección denominada “Estado de la cooperación de nuestro país con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico” se presenta, un cuadro de la evolución de las relaciones binacionales con los principales países de la región, con énfasis en la cooperación con la República Popular China, el segundo socio comercial de nuestro país, para el período 2019-2021. Esta sección pretende construir un cuadro de situación dinámico que sirva de referencia para identificar los principales temas de la agenda bilateral antes de pasar a la cooperación subnacional entre la Provincia de Santa Cruz y sus contrapartes en Asia Pacífico.

En la sección “Estado de la cooperación de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico” se da cuenta de los ámbitos estratégicos de cooperación con los países de la región, tanto como receptores de parte de las exportaciones de la Provincia, así como inversores en proyectos de desarrollo de largo plazo, como son los proyectos de energía hidroeléctrica en el río Santa Cruz. Considerando algunos aspectos recientes, es necesario considerar las opciones y los plazos deseables para concretar proyectos de cooperación integrales.

En la sección denominada “Complementariedad económica de Santa Cruz con China” se busca hacer un relevamiento de la potencialidad y las



posibilidades para el comercio exterior de distintos sectores productivos estratégicos de la provincia. Para ello, la sección se subdivide en tres partes:

- a. Potencialidad y posibilidades en comercio exterior,
- b. Potencialidad y posibilidades en inversiones,
- c. Potencialidad y posibilidades de cooperación en materia de cultura y educación.

En la sección denominada “Seminario virtual “Región Patagonia y China: cooperación para el desarrollo productivo y social” se sintetizan los principales aspectos referidos por los ponentes de las dos jornadas de capacitación y discusión. Esta sección supone una modificación de los puntos 5 y 6 del Plan de Trabajos originalmente acordado, a partir del pedido de autoridades de la Provincia y con la aprobación de la coordinación del Consejo Federal de Inversiones.

En la sección, “Material de promoción” se adjuntan los folletos y videos promocionales que fueron traducidos al idioma chino (mandarín) para ser presentado en ferias específicas en la República Popular China.

Por último, se introduce el apartado referido a las acciones de promoción comercial, a partir de un plan de apoyo para la participación de Ferias y Acciones en 2021, coordinado con el Ministerio de Producción. Del análisis de los mercados de destino y cruzando la información producto-mercado y mercado producto, se determinan los mercados más relevantes y, a su vez, se clasifican los rubros según su grado de dependencia y vulnerabilidad en el comercio. Así la visión general que se deduce es que la Provincia de Santa Cruz ha conformado con los años una estructura de comercio exterior con elevada participación del sector minero. Se completa con acciones de entrenamiento de la vertebración público-privada por medio de la organización de misiones comerciales y asistencia a ferias y mercados cercanos.

En sus distintas secciones, el presente Informe Final recoge los resultados de las entrevistas realizadas a funcionarios y funcionarias del gobierno de la Provincia, de la municipalidades, de los sectores productivos estratégicos, y de las instituciones educativas referidas a sus percepciones y proyectos de vinculación con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico a fin de comprender sus intereses y diagramar acciones



que permitan fortalecer la presencia internacional de la Provincia de Santa Cruz en los países del Este asiático y atraer inversiones y otras modalidades de cooperación internacional que favorezcan el desarrollo de la Provincia.

A partir de una revisión de los contenidos y propuestas presentados en las secciones anteriores, se concluye con la recomendación inicial de diseñar estrategias que permitan articular la inserción internacional de la Provincia a partir del desarrollo de sus sectores productivos en conjunto con los distintos organismos de gobierno en la búsqueda de un desarrollo integral de la sociedad. En este marco, se analiza la necesidad de avanzar en formatos de cooperación internacional para el desarrollo que contemplen proyectos de carácter integral, generando capacidades en los sectores público y privado que permitan articular los sectores productivos con las instituciones culturales, educativas, de Ciencia y Tecnología para la formación de agentes que participen del desarrollo sostenible en el largo plazo.



2. La relación bilateral Argentina y China: estado de la cooperación de nuestro país con la República Popular China y otros países de la región Asia Pacífico

Uno de los principales objetivos de política exterior fijados por el presidente de la Nación, Dr. Alberto Fernández, es la expansión de las exportaciones y la diversificación de productos y mercados. En ese sentido, se busca potenciar la articulación entre los ministerios nacionales y provinciales con las cámaras productivas, sindicatos, la academia y las instituciones de la sociedad civil para contribuir a esta meta. Este proyecto de asistencia está formulado con esa premisa básica como guía para la vinculación con la región Asia Pacífico, en especial con la República Popular China, que se ha mantenido como el principal socio comercial de nuestro país en la región Asia Pacífico y el segundo socio comercial a nivel global.

Esta agenda internacional se da en el contexto de un crecimiento exponencial de las relaciones bilaterales con China desde inicios del siglo XXI, con hitos como la firma de la Asociación Estratégica Integral Sino-Argentina (2014-2015) y el Plan de Acción Conjunta 2019-2023 (2/12/2018) y un comercio bilateral en aumento, que alcanzó los 16, 325 miles de millones de dólares (7,058 de exportaciones y 9,267 de importaciones) en 2019. El plan de cooperación binacional vigente -que incluye más de treinta tratados incorpora una hoja de ruta para temas amplios desde educación, ciencia y turismo, hasta energía, minería, finanzas y vinculación subnacional.

En los apartados siguientes se analizará la dimensión comercial de la vinculación con Asia-Pacífico. En términos generales, hay consenso académico y en la Cancillería, que hay un marcado desfase entre el nivel comercial (concentrado en pocos productos) que nuestro país alcanzó con la región y el conocimiento real que funcionarios y empresarios tienen de dichos países y mercados. Por eso, este proyecto considera en profundidad cada una de las dimensiones (minería, turismo, educación, etc.) para desgranar el potencial que puede lograr la cooperación directa, sin dejar de analizar los problemas prácticos que la diplomacia y vinculación conlleva. En esa dirección, es consideración de los consultores que es imposible desarrollar un proyecto de



internacionalización subnacional en gran escala sin la articulación activa con el Ministerio de Relaciones Exteriores, su red de Embajadas y Consulados, el apoyo técnico del CFI y de los ministerios nacionales. La evidencia empírica de la cooperación subnacional demuestra que los proyectos que logran mayor nivel de eslabonamiento, capacidad de valor agregado y expansión en volúmenes y precios, se logra gracias a unir las “agendas” nacionales y provinciales y al trato fluido entre funcionarios, cámaras, sindicatos y las universidades. Este proyecto de fortalecimiento está impregnado de ese espíritu.

El eje central de la cooperación bilateral con la República Popular China durante el 2020 y 2021 estuvo signado por la provisión de material sanitario, con importantes logros como la adquisición de veinticuatro millones de vacunas Sinopharm, en un contexto de más de cuarenta millones de vacunas recibidas entre las diferentes compañías productoras. También, con el boom de precios de *commodities* que Argentina exporta a China (soja, principalmente) y las restricciones al comercio de carnes.

Entre los proyectos que se discuten a nivel bilateral se encuentran la posibilidad de expandir la producción porcina en el norte del país para satisfacer la demanda asiática, el financiamiento de obras de infraestructura, la modernización de la red ferroviaria y el mayor acceso a mercados agroindustriales (cerezas, pesca, cítricos, carnes, harinas, aceite, cereales y oleaginosas, vinos, tabaco, legumbres, entre otros productos). Sin embargo, un elemento destacado, según fuentes diplomáticos, es la cooperación científico-tecnológico, con proyectos importantes como la Base de Exploración del Espacio Profundo en Neuquén, el telescopio CART en San Juan, la vinculación entre los ministerios y las academias de ciencia de ambos países.

El viaje presidencial, planificado desde la asunción el 10 de diciembre de 2019, fue pospuesto en varias ocasiones por la realidad epidemiológica y las estrictas cuarentenas que China solicita en los viajes. Sin embargo, en un destacado momento de la cooperación bilateral, el presidente Fernández brindó un discurso en el aniversario del centenario del nacimiento del Partido Comunista de China, en un acontecimiento considerado de primer nivel por los analistas de todo el mundo.



Cabe también destacar el crecimiento sostenido del vínculo con otras economías de la región, como la República Socialista de Vietnam, que se ubica actualmente entre los principales socios comerciales de nuestro país. En 2019, la mayor parte de las exportaciones a Vietnam correspondían a la producción agrícola: 55% en derivados de soja; 30% de maíz, 5% de trigo y morcajo; mientras que un 3,3% correspondió a la venta de camarones y langostinos congelados, y un 1,5% a cueros y pieles curtidos de bovinos (TELAM, 2019). La relación comercial con otros países asiáticos, como por ejemplo Japón y Corea del Sur, ha sido sostenida a lo largo del tiempo, a pesar de no mostrar un incremento significativo en los últimos años. Si bien el ingreso a sus mercados implica sortear mayores barreras para el ingreso de productos de nuestra canasta exportable, Japón importa mayormente productos de la ganadería, avicultura y pesca, incluyendo: carne bovina, porcina y aviar, y pesca marítima. (Informe País Japón. Misión Comercial. Marzo de 2019)

3. Estado de cooperación de la Provincia de Santa Cruz con China

En el período que abarca este primer informe logramos identificar distintos focos de debate público que atañen a las relaciones sino-santacruceñas, vinculados principalmente a los sectores energéticos, las represas, la situación y el marco normativo de la pesca en el Atlántico Sur, y la promoción de la minería. En las entrevistas técnicas que realizamos con los funcionarios estos cuatro ejes fueron resaltados por nuestros informantes como centrales en su agenda de vinculación con el Asia Pacífico.

En lo que respecta a la producción de hidrocarburos, la principal empresa china de energía que operaba en Santa Cruz, SINOPEC, fue adquirida por CGC, Compañía General de Combustibles². Esta venta, anticipada en reuniones públicas entre autoridades de ambos países y de la empresa, concluye un proceso de desinversión de la filial local de la

² Al respecto: <https://www.ambito.com/negocios/energia/la-petrolera-cgc-la-familia-eurnekian-compro-la-china-sinopec-santa-cruz-n5211202> <https://eleconomista.com.ar/2021-06-la-petrolera-cgc-cerro-la-compra-de-sinopec-argentina/> <https://www.tiemposur.com.ar/info-general/cgc-compraria-los-yacimientos-de-sinopec> <https://laopinionaustral.com.ar/localidades/alvarez-hablo-de-la-venta-de-sinopec-es-una-situacion-que-en-algun-momento-tiene-que-concluir-372387.html>



multinacional china en territorio patagónico. Las razones sobre la operación exceden al presente proyecto, pero se puede mencionar la baja del precio del crudo, entre otros factores. Si es de destacar la centralidad que este proyecto tenía en el vínculo entre la provincia y la República Popular, dado que la última reunión entre el Embajador de China, Zou Xiaoli, y la Gobernadora Alicia Kirchner, en mayo de 2020, fue por este tema.³

En un segundo eje, el proyecto de infraestructura más grande entre Argentina y China, la construcción las dos represas Néstor Kirchner y Carlos Cepernic están bajo renegociación⁴. Este proyecto es de órbita nacional, pero tiene impacto directo en Santa Cruz, tanto laboral, social, así como en lo simbólico. En lo concreto, el proyecto continúa vigente, aunque las obras han sido demoradas a la espera de un acuerdo sobre el pago de la deuda contraída y de la posibilidad de que el financiamiento chino prosiga. Sin embargo, ya se anunció que la falla geológica que hizo que uno de los terraplenes se derrumbe exige rectificar los planos, con un costo de 200 millones de USD. Estas dos obras son objeto de consultas entre funcionarios provinciales y nacionales y de debate provincial y nacional a la espera de una solución.

En un tercer eje, durante este año el tema de la actividad de barcos pesqueros de bandera extranjera, entre los que se encuentran flotas pesqueras que operan fuera de la Zona Económica Exclusiva Argentina (ZEEA) sobre especies transzonales. Dichas flotas se componen de buques mayoritariamente de países de la Unión Europea (en especial barcos españoles, aunque también de Portugal y otros estados europeos). También se han identificado buques de bandera de la República Popular China, Corea del Sur, Japón, Rusia, e incluso Chile. La pesca en la milla 201 volvió a la prensa nacional y provincial y fue tema de discusión y consulta entre funcionarios nacionales y provinciales⁵,

³ <https://noticias.santacruz.gob.ar/gestion/gobierno/item/14314-reunion-de-cooperacion-entre-el-gobierno-provincial-y-la-embajada-china>

⁴ <https://www.infobae.com/economia/2021/07/03/problemas-con-el-financiamiento-chino-para-las-represas-de-santa-cruz-negocian-una-prorroga/> <https://opisantacruz.com.ar/2021/05/10/represas-paradas-condor-clif-detenido-por-la-falla-geologica-y-un-tsunami-de-gastos-fondos-y-medidas-restructivas-de-parte-de-los-chinos-de-la-ute/>

⁵ <https://www.lanacion.com.ar/seguridad/pesca-ilegal-una-ciudad-flotante-se-mueve-por-los-limites-de-la-zona-argentina-nid02042021/> <https://www.perfil.com/noticias/opinion/milko-schvartzman-por-que-la-argentina-termina-subsidiando-a-los-pesqueros-ilegales-que-depredan-el-atlantico-sur.phtml>



fundamentalmente, con el secretario de Pesca. En las entrevistas se menciona que la Cancillería mantiene el tema en discusión en las mesas bilaterales con China y que la Dirección de Asuntos Nacionales envió una nota a Santa Cruz con la información de la veda unilateral que China realizó por este tema entre junio y septiembre de 2021.

En la actualidad no hay proyectos activos de cooperación entre Santa Cruz y los países de Asia Pacífico, aunque el historial de vinculación es extenso. En las entrevistas que realizaron los consultores del proyecto se destaca la agenda de interés de la provincia para fortalecer su política pública de internacionalización. En ese sentido, en la primera entrevista con la Lic. Silvina Córdoba, ministra de la Producción, Comercio e Industria, el 17 de junio de 2021, se planteó la necesidad de avanzar con cooperación en los siguientes puntos: hidrógeno (Santa Cruz y CFI tienen otro proyecto al respecto), minería de pórfidos (Santa Cruz y CFI tienen bajo estudio realizar un estudio específico), minería metalífera en el Macizo del Deseado (se adjunta una presentación al respecto), la cooperación aeroespacial con China⁶ y el impulso al comercio e inversiones en general (agenda que se concretará con los seminarios y actividades planificadas para los siguientes meses). (Ver Anexo)

La ministra de producción nos recomendó continuar con el Lic. Sebastián Puig, Decano de la Facultad Regional Santa Cruz de la Universidad Tecnológica Nacional, entrevista que se concretó el 6 de julio de 2021. El Decano confirmó que las prioridades de la vinculación de la institución educativa son: energías renovables, paneles solares, energía mareomotriz. También, que tienen experiencias previas de cooperación con China y Japón, que pueden servir para reforzar proyectos nuevos. Por ejemplo, se mencionó los viajes del secretario Académico, Diego Navarro en la RPCh y las investigaciones en la producción de membranas para la absorción del metano con académicos de Japón. La UNT-SC está disponible para contribuir al armado de los seminarios propuestos en este proyecto junto al CFI y cuentan con antecedentes en articulación con actores productivos locales que desean

<https://www.iprofesional.com/negocios/341529-saqueo-marino-asi-depreda-hoy-la-flota-china-en-la-patagonia>

⁶ [Presentaron proyecto de tecnología aeroespacial a instalarse en Parque Industrial de Río Gallegos \(santacruz.gob.ar\)](http://santacruz.gob.ar)



vincularse con China (dictaron clases de chino e hicieron cursos). El Decano solicitó vincular a la UTN al convenio de Cooperación entre el Consejo Provincial de Educación y la Universidad de Hidroelectricidad y Recursos Hídricos del Norte de China firmado a fines de 2019, pero que no pudo concretarse por el inicio de la pandemia.

El Decano nos pidió incluir al secretario de Extensión y Cultura de la Facultad Regional Santa Cruz de la Universidad Tecnológica Nacional, el Lic. Diego Navarro, debido a sus funciones específicas y sus contactos previos con Asia, entrevista que se concretó el 7 de julio de 2021. Entre las propuestas institucionales está la creación de una Cátedra Libre sobre China y la relación con Argentina o un área de estudios y cooperación con Asia orientada a la producción. Por ejemplo, generar un grupo de estudios sobre energías sustentables, poner en valor el barco-laboratorio en Punta Loyola, trabajar talleres de capacitación en nuevas tendencias en la promoción del turismo con Asia y fortalecer el laboratorio de informática. En ese sentido, contactamos a la empresa ZWCAD quienes donarán cien licencias por un año para que los profesores y estudiantes de la universidad puedan utilizar los programas de ingeniería en 2D y 3D.

A continuación, nos entrevistamos con el Sr. Martín López, secretario de Estado de Deportes y Recreación Provincial el 7 de julio de 2021. En el muy fructífero encuentro se acordó asistir en la promoción del equipo de Basquetbol del Club Deportivo Hispanoamericano en China, dado que es el equipo profesional más austral del mundo y ese deporte es muy popular en el país asiático. También, el secretario pidió asistencia para apoyar al equipo local de Bote Dragón que tiene un proyecto llamado "Vida de la Rosa", a quienes conectamos con la Asociación Argentina de Bote Dragón⁷ y realizarán acciones conjuntas, entre las que se destaca una colecta para comprar un bote para Santa Cruz y la posible realización de una competencia solidaria en la provincia.

Luego, el 8 de julio de 2021 nos entrevistamos con el Sr. Oscar Canto, secretario de Estado de Cultura. Quien nos manifestó que las prioridades de la vinculación con Asia están ligadas a la difusión de literatura santacruceña, la

⁷ [La Asociación Argentina de Botes Dragón, un lazo entre el deporte y la cultura \(newsargenchina.ar\)](https://newsargenchina.ar/)



promoción del Patrimonio Artesanal Provincial, la realización de concursos fotos en torno a la producción textil ovina (merino) o la fauna autóctona (como los guanacos).

Una semana después, 13 de julio, nos entrevistamos con el Lic. Andrés La Blunda, director de la Casa de Santa Cruz, a quien actualizamos los progresos del proyecto y nos recomendó incorporar a la red de apoyo a la Lic. Lorena Leonett, subgerenta de Energías Renovables y Eficiencia Energética del Instituto Energía de Santa Cruz, quien fue becada a China en 2019, y que articulemos el Lic. Esteban Tejada, presidente de FOMICRUZ Sociedad del Estado.

La reunión con FOMICRUZ, de la que participó Tejada y Débora Ocampo, Gerenta General, se concretó el 15 de julio. Las autoridades mencionaron que, entre sus prioridades de la vinculación están el fomento de la inversión en geología de empresas de origen chino o el financiamiento a empresas de exploración geológica que ya existen en la provincia. Los funcionarios detallaron las reglas de la política minera: compra local, licencia social, cuidado ambiental y transparencia en las operaciones. Asimismo, la posibilidad de reducir costos de infraestructura y alojamiento para las instancias de exploración al compartir campamentos con la empresa provincial. También, la necesidad de recuperar el Laboratorio en Puerto San Julián que se dedicaba al análisis de muestras mineras, pero que en la actualidad no está en funcionamiento porque sus equipos quedaron obsoletos. Los consultores repasaron la participación de Santa Cruz en las delegaciones mineras a Canadá (PDAC) y China Mining y la cooperación que hizo SEGEMAR con el Instituto de Geología de China para el mapa geológico de Salta.

Como resultado de estas reuniones, el 17 de junio de 2021, realizamos la segunda entrevista con la Lic. Silvina Córdoba, ministra de la Producción, Comercio e Industria, en la cual presentamos un prezi con el diagnóstico sobre el sector minero y su promoción realizado en base a estas entrevistas y la lectura del material (se adjunta a continuación).

Es de destacar que la provincia de Santa Cruz no cuenta con empresas mineras chinas activas. Sin embargo, sus autoridades provinciales promueven la radicación de nuevas compañías internacionales y locales. Las



negociaciones y posterior compra de Shandong Gold del 50% del proyecto Veladero, en San Juan y a la Barrick Gold, entre 2017 y 2018, demostró el real interés de las multinacionales chinas en la minería argentina de oro. En ese sentido, se abre un nuevo y prometedor escenario para Santa Cruz, la principal provincia minera del país.

La presentación que se incorpora a continuación resume las conversaciones presenciales en la Casa de Santa Cruz y en formato virtual con las autoridades mineras de la provincia detalladas en los apartados iniciales. Las diapositivas contemplan un panorama de la cooperación y acuerdos mineros entre Argentina y China, la demanda China de minerales, la presencia de empresas mineras chinas en nuestro país y algunos ejes para la promoción tanto ante empresas públicas como privadas chinas.

El objetivo central planteado por la autoridad provincial es la explotación de empresas chinas en la zona del Macizo del Deseado. Esta meta puede ser cumplida de diferentes formas y, por eso, se proponen distintas herramientas para canalizar este potencial, en base a la experiencia exitosa del litio en el NOA. Por ejemplo, la necesidad de ampliar la difusión de la geología provincial en foros chinos. Es decir, en el China Mining se presenta la información geológica argentina en general, pero no es común que delegados de Santa Cruz viajen al foro de Tianjin (si estuvo presente de forma virtual la ministra Silvina Córdoba en la edición de 2020) o a eventos más específicos vinculados a la exploración y explotación de yacimientos auríferos, como el China Gold, en los cuales están las empresas que invierten en el tipo de mineral que la provincia oferta.

Asimismo, se destaca la necesidad de avanzar en la articulación científica y tecnológica para mejorar el plan de inserción comercial y de promoción. Provincias como Salta, Jujuy y San Juan o instituciones como el SEGEMAR lograron unir sus agendas específicas con las contrapartes asiáticas y, de esa manera, la carta geológica de Salta y fue realizada de forma conjunta con el Servicio Geológico de China, como para mencionar un caso concreto exitoso. En ese sentido, la UTN-SC y el Laboratorio Base San Julián de FOMICRUZ se revelan como espacios ideales para la conformación de

equipos binacionales, tanto de geólogos, como de ingenieros de minería y biólogos expertos en recuperación de suelos.

A continuación, reproducimos el resumen de las presentaciones y de las conclusiones parciales:

PROYECTO
"ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE LA SUBSECRETARÍA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO EN SU VINCULACIÓN CON LA REPÚBLICA POPULAR CHINA"

Vínculo Minería China Ideas

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

 **Relación bilateral China-Argentina**

- Asociación Estratégica Integral (2014/2015) y Plan de Acción Conjunta 2019-2023
- ¿Firmar Ruta de la Seda BRI?
- Primer Socio Comercial con 16.000 millones de dólares de intercambio comercial en 2020
- Déficit comercial (2 a 3 mil millones)
- Exportaciones mineras para reducirlo.

China

Acuerdos

CHINA

Importa 100 mil millones de dólares en minerales que podría ofertarle nuestro país:

- 51 mil millones en oro, 47 mil millones en hierro, 20 mil millones en cobre y 710 millones en plata (BM, 2017)
- China invirtió más de 110 mil millones de dólares en América Latina:
- 27 mil millones de dólares fueron destinados a 48 proyectos mineros (OCDE-Atlantic Council, 2017)

Acuerdos binacionales

- Primer Memorándum de Entendimiento minero de 2000
- Segundo Memorándum de Entendimiento de 2009
- Actualización Convenio Complementario de 2014
- Firma convenio 2 diciembre 2018
- Firma Memo en Foro Ruta de la Seda (BRI) abril 2019
- Firma Acuerdo en China Mining 2019 octubre 2019

China



El sector minero en China es uno de los más **complejos, heterogéneos y cambiantes del mundo**. En su extenso país conviven empresas públicas y privadas, nacionales, provinciales y municipales.

China controla once de las cuarenta empresas mineras más grandes del mundo: China Shenhua Energy (4), Shandong Gold (24), China Coal (25), Zijin Mining Group (26), China Molybdenum (29), Shaanxi Coal Industry (32), Jiangxi Copper (33), China Northern Rare Earth (35), Zhongjin Gold Corp. (36), Yanzhou Coal Mining (37) y Tianqi Lithium Industries (39) (PWC)

En
Argentina

Públicas

Privadas

Tres de los actores más dinámicos del sector ya están instalados en Argentina:



- Shandong Gold en San Juan (primera en oro en China)
- Metallurgical Corporation of China Ltd. en Rio Negro (hierro y cobre), subsidiaria de uno de los principales grupos industriales del mundo, el Metallurgical Group Corporation (MCC).
- Gangfeng y Tibet Summit. Empresas privadas de Litio en Salta

Se espera que un gran jugador del cobre chino se instale en Argentina en el mediano plazo, con la simplificación de temas legislativos y de movimientos de capitales. Las empresas de carbón iniciaron contactos.

Promoción con Empresas mineras públicas

- Tienen una *baja sensibilidad* a los cambios de precio de los minerales en la evaluación de la inversión minera, porque su **directiva es asegurar recursos estratégicos** en zonas de influencia en disputa
- Compran proyectos en producción
- Menos interés en exploración
- Interés de negociar compras con multinacionales por prestigio y seguridad jurídica
- Están interesadas en **Cobre, Oro, Plata, Carbón y Tierras Raras**

Empresas mineras privadas

- Formadas por ex-gerentes de empresas públicas mineras
- No pueden operar minería de clase mundial de forma directa en Argentina por un problema de escala
- Se interesante en proyectos pequeños y medianos proyectos por las restricciones chinas a la salida e ingreso de divisas y competencia con empresas públicas chinas
- Tienen una *alta sensibilidad* a los cambios de precios de minerales porque se rigen bajo normas de inversión similares a las de Occidente

Ideas para la promoción minera de Santa Cruz en China

La promoción minera provincial con China puede contribuir al desarrollo sustentable:

Diversificación de las exportaciones de Santa Cruz y de sus destinos

Generación de trabajo de calidad en el marco del respeto irrestricto de la protección del medio ambiente y la licencia social

Los recursos son provinciales y la negociación debe ser provincial (no siempre claro para empresarios chinos)

Int SC

Corto Plazo

Mediano Plazo

Corto plazo

- Posicionar a Santa Cruz como destino de inversiones mineras chinas
- Explicar la política minera de Santa Cruz (*impositiva, ambiental, laboral, de licencia social y el carácter federal de la constitución*)
 - Difundir el potencial geológico de Santa Cruz en el Macizo del Deseado
- Establecer canales de diálogo directo entre sector minero chino y autoridades provinciales

Mediano plazo

- Crear espacios académicos en la Universidad Tecnológica Nacional-Santa Cruz para la vinculación minería con China
- Formar jóvenes profesionales capacitados en la negociación (lengua china, cultura empresas mineras chinas y geología china)
- Potenciar la presencia de delegaciones de Santa Cruz en eventos comerciales y de inversión (China Mining, China Gold, entre otros)
- Consolidar la integración industrial de la producción minera (asociar proveedores)
- Asegurar la transferencia de tecnología para mejorar la productividad de la minería santacruceña (biominería, economía circular)
- Potenciar Laboratorio San Julian de FOMICRUZ

Asistencia de Internacionales Santa Cruz

- Apoyo técnico en Cooperación con China
 - Contribución con informes de Vinculación con China
- Articulación con instituciones científicas y tecnológicas de China
- Redes con equipo de consultores al servicio de las autoridades mineras

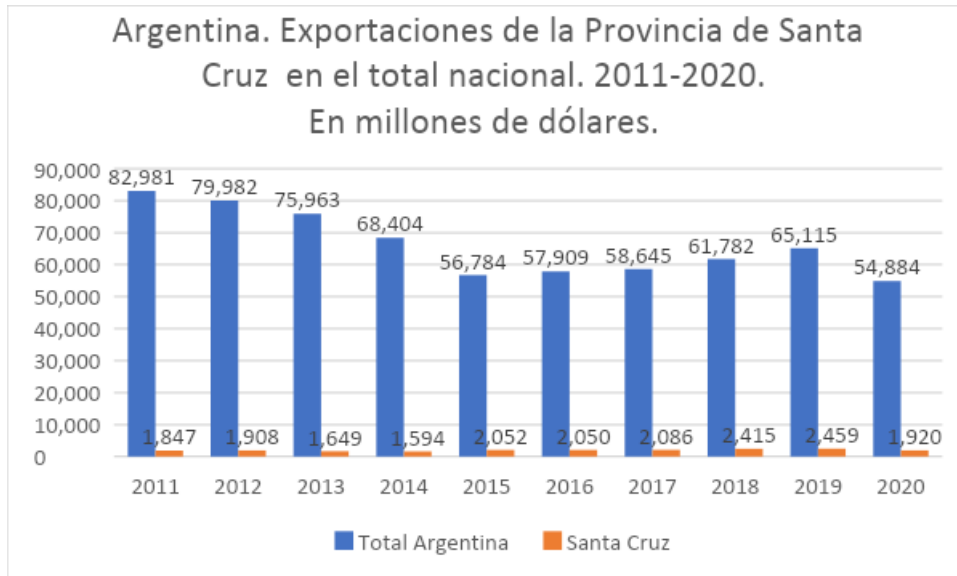
4. Complementariedad económica de Santa Cruz con la República Popular China y países de Asia Pacífico

4.a. Potencialidad y posibilidades en comercio exterior

Según datos obtenidos del informe de origen provincial de las exportaciones (OPEX) que elabora el INDEC y que informa sobre el valor y el origen

provincial de los productos exportados, la provincia de Santa Cruz registra exportaciones de bienes por un valor acumulado de U\$S 19.978 millones de dólares para el periodo 2011-2020. Esto implica un promedio de U\$S 1.978 millones de dólares anuales.

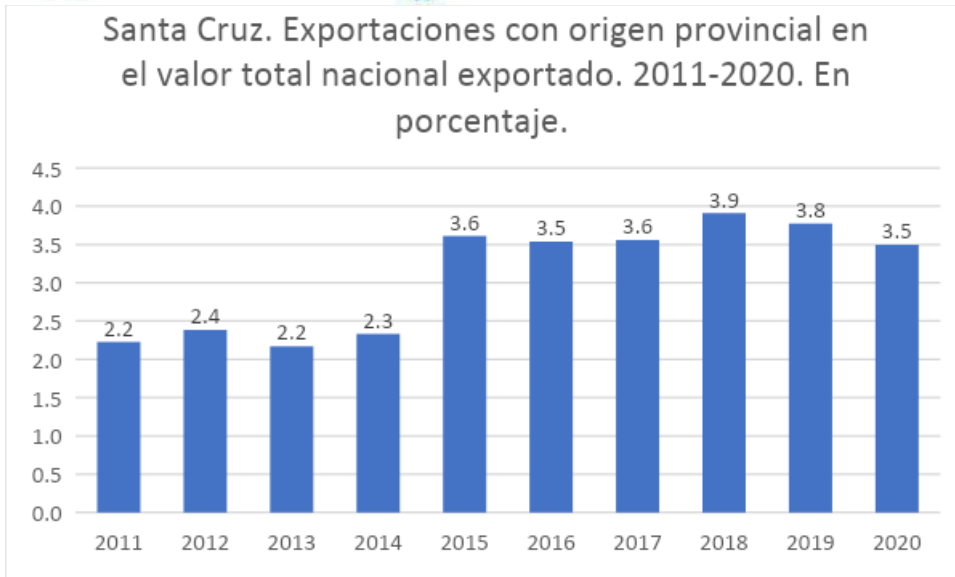
Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Las exportaciones con origen en Santa Cruz aumentaron su participación en el total agregado nacional en la última década desde el 2,2% a casi el 4% a partir del 2015, esto se da tanto por una mejora en las cantidades de los bienes que exporta como también por la dinámica a la baja que experimentaron las exportaciones nacionales a partir de ese año.

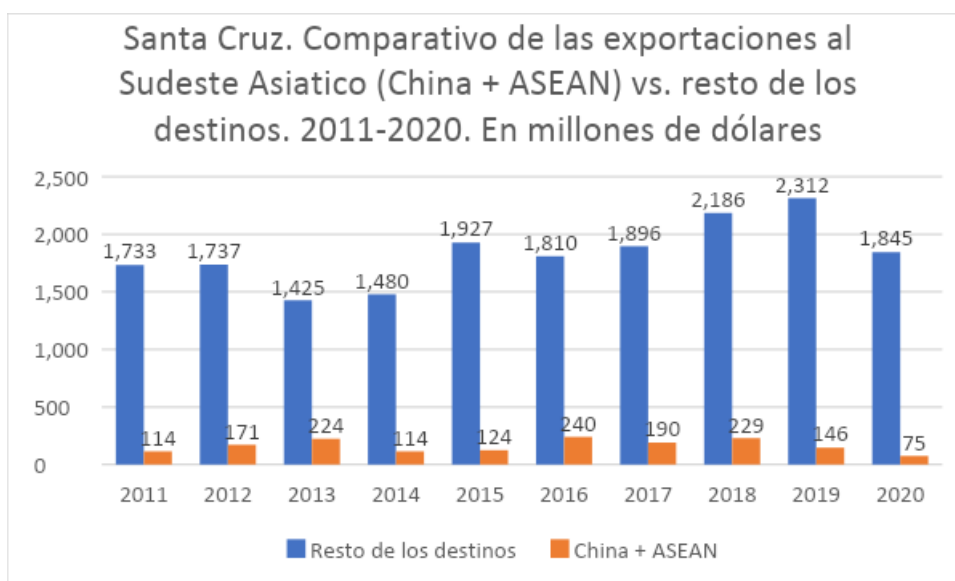
Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Las exportaciones con origen provincial hacia la región del sudeste asiático compuesta por China, Hong Kong, Taiwán y los países del Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) compuesta por Brunei, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia y Vietnam si bien fluctuaron entre el 6% y el 13% del total valor exportado por la provincia, en promedio representaron el 9% del total a lo largo la última década.

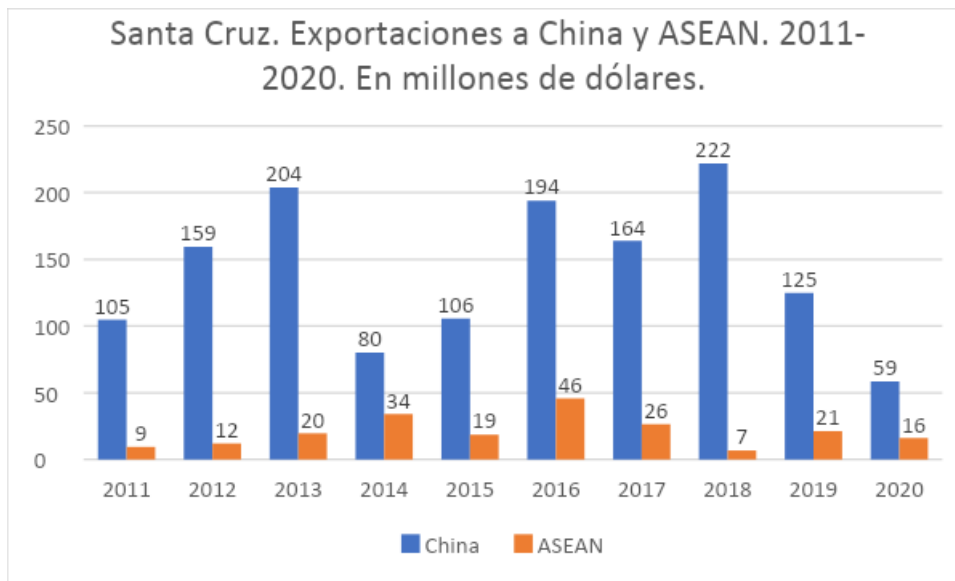
Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Si bien el valor de las exportaciones con origen en la provincia se ha mantenido relativamente constante a pesar de los cambios en la dinámica del comercio mundial en el periodo abordado, las exportaciones a los países de la región del sudeste de Asia han mostrado algunas fluctuaciones. En promedio las exportaciones a la República Popular China (RPC) equivalieron a U\$S 147 millones anuales y al bloque ASEAN de U\$S 21 millones anuales.

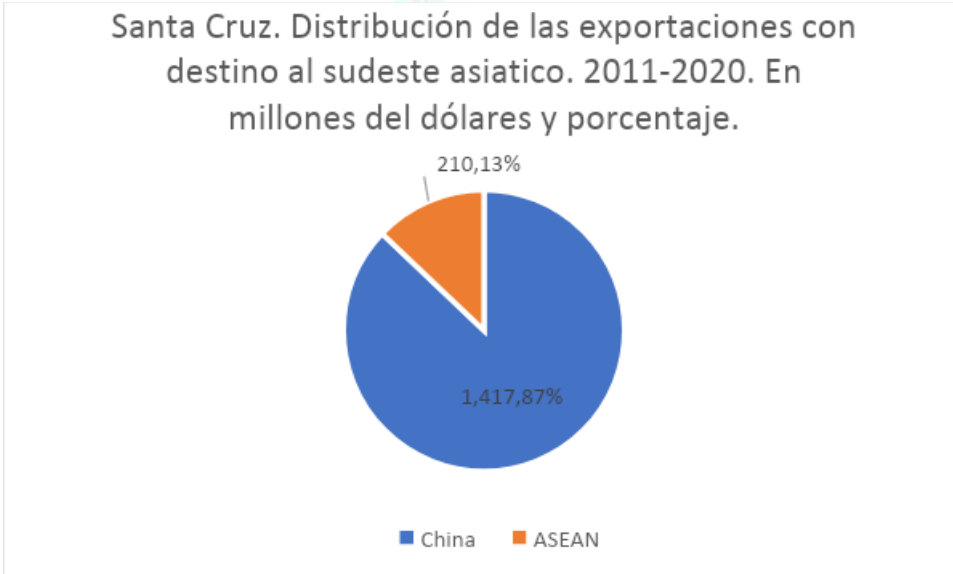
Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

En el siguiente gráfico se puede apreciar que la distribución del valor exportado agregado por la provincia durante la última década al sudeste de Asia corresponde en un 87% a China y en un 13% al bloque ASEAN.

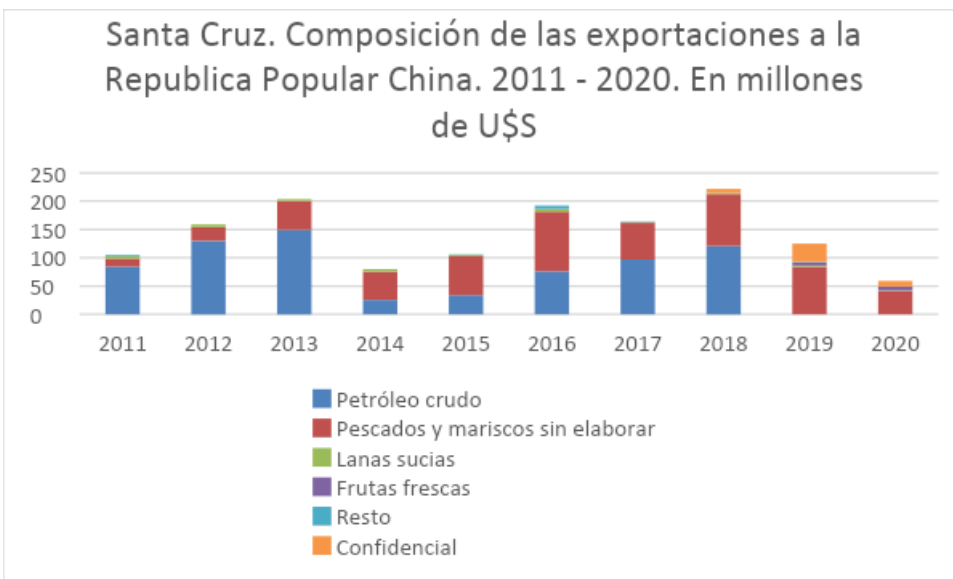
Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

En cuanto a la composición de los productos exportados a China encontramos que durante la última década las exportaciones de petróleo crudo a China marcaron un componente importante de la canasta exportadora provincial, aunque no se registran exportaciones de este producto a partir del 2018, mientras que al mismo tiempo también comenzaron a aumentar las exportaciones de mariscos como el principal producto de exportación seguido por lanas sucias, frutas frescas y carne ovina.

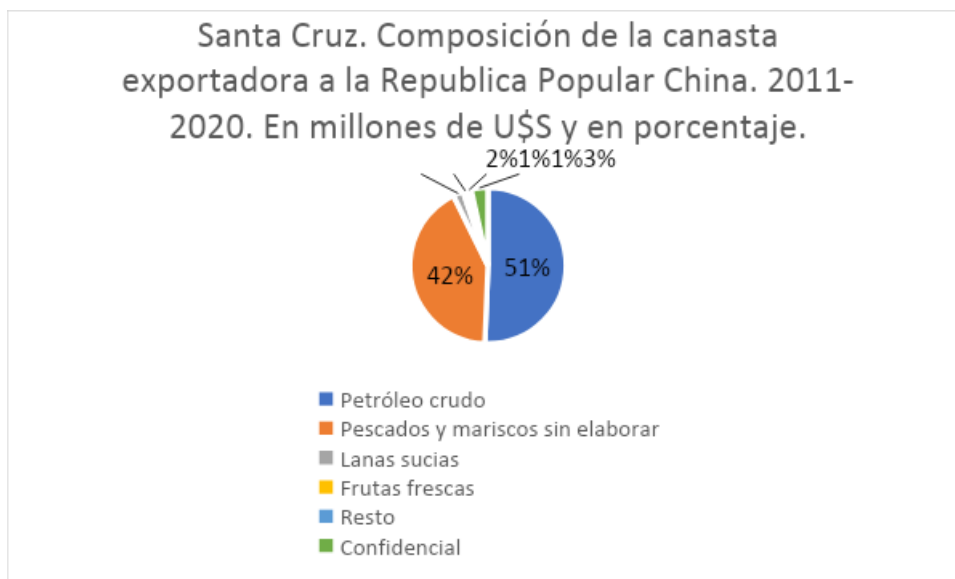
Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Como se puede apreciar en el siguiente , si bien las exportaciones de petróleo crudo equivalieron al 51% es de resaltar que las exportaciones de pescados y mariscos equivalieron al 42% y que en los últimos años ha comenzado a registrarse una dinámica de expansión de las exportaciones de carne ovina y frutas frescas mientras que las exportaciones de lana sucia han permanecido relativamente constantes.

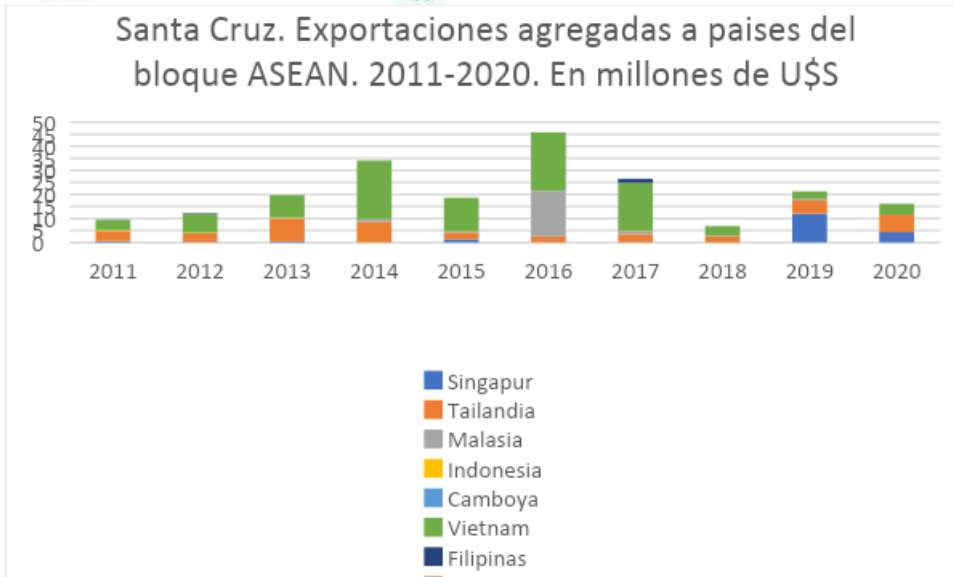
Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

En cuanto al bloque ASEAN, las exportaciones con origen provincial a lo largo de la última década tuvieron como destino principal Vietnam, seguida por Malasia, Tailandia y hacia finales de la década Singapur.

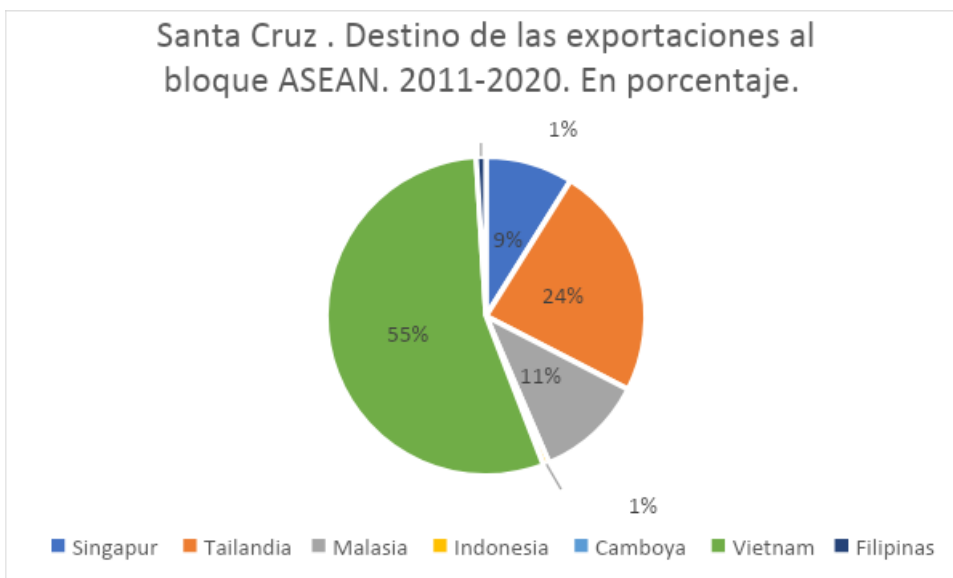
Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Vietnam representó el 55% del valor agregado total de las exportaciones provinciales al ASEAN, seguido por Tailandia con el 24%, Malasia 11% y Singapur 9% entre otros.

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC (2021)

Santa Cruz: Sus productos y el potencial exportador

En el siguiente apartado se hace un abordaje de los principales productos exportados por la provincia como también de aquellos que tienen potencial



para aumentar las cantidades exportadas a los países el sudeste asiático (China + ASEAN). Los mismos son oro y plata en bruto, mariscos, carne ovina, lana y frutas frescas.

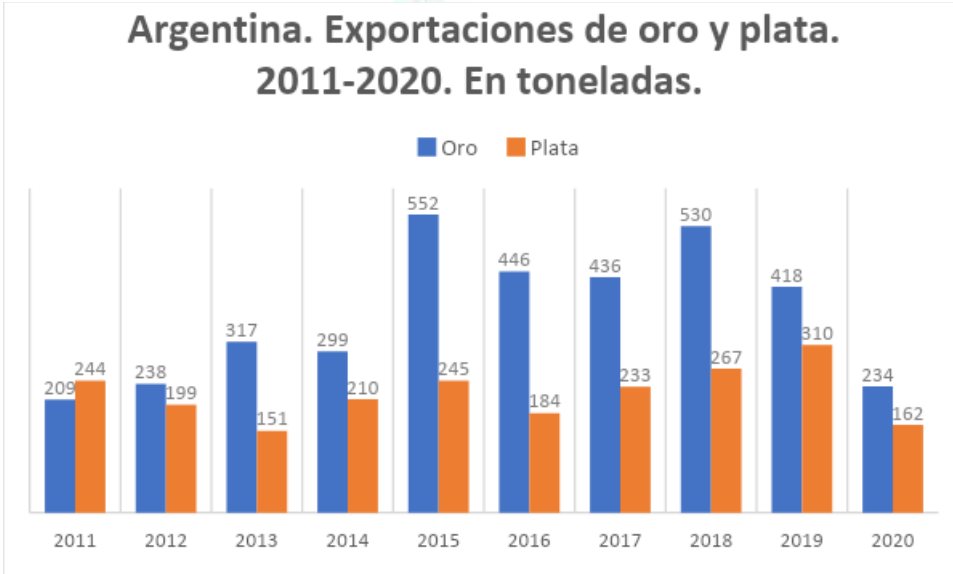
Oro y plata

En base a datos obtenidos del INDEC, durante la última década (2011-2020) la Provincia de Santa Cruz exportó metales preciosos (oro y plata) por un valor acumulado de U\$S 12.516 millones de dólares en relación a un total nacional agregado de U\$S 23.595 millones de dólares lo que equivale al 53% del valor total exportado por el país para estos bienes.

Para efectuar estos cálculos se tomaron las posiciones arancelarias a ocho dígitos de la 6° Enmienda del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) para el oro 71081210 correspondiente a *“Oro en bruto, excepto en polvo, para uso no monetario: aleación dorada o bullón dorado”* y para la plata la 71069100 correspondiente a *“Plata en bruto”* ya que estas son las dos posiciones arancelarias mediante las que la Argentina exporta los valores arriba mencionados y que se usó para calcular las estimaciones de importaciones de estos productos en China y los países del ASEAN.

Durante el periodo bajo análisis la Argentina exportó un promedio anual de 368 TON de oro y 221 TON de plata lo que suma un total de 589 TON de metales preciosos. Se puede apreciar que a partir del 2015 ha habido un considerable incremento de las exportaciones argentinas de metales preciosos.

Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Como se aprecia en la figura siguiente, el 73% de las exportaciones de oro en bruto (71081210) del periodo tuvieron como destino final Suiza mientras que el 25% tuvo como destino Canadá y el 3% restante fue exportado a India, Chile y Estados Unidos.

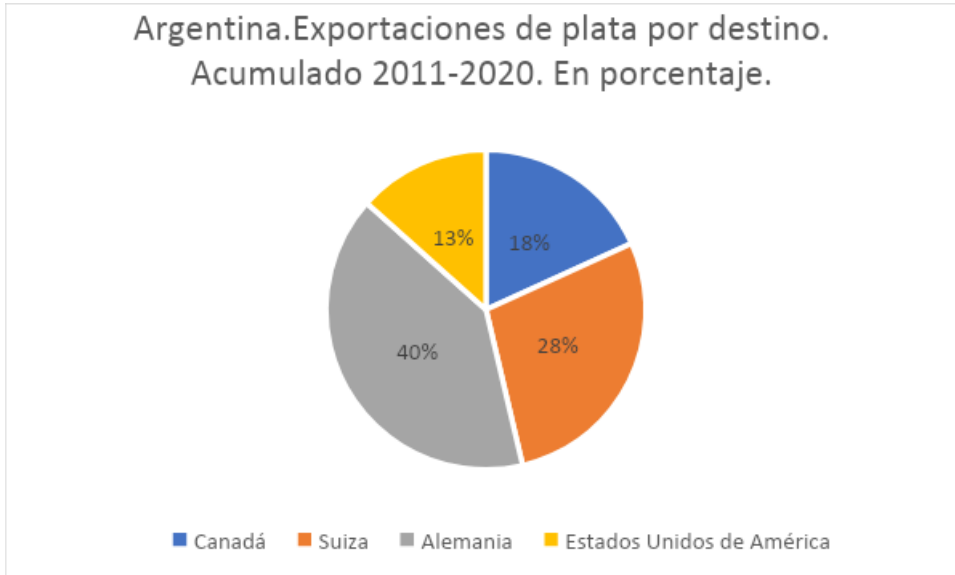
Gráfico 11



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las exportaciones de plata en bruto (71069100), los destinos fueron más diversos ya que el 40% de las toneladas exportadas tuvieron como destino Alemania, el 28% Suiza, 18% Canadá y 14% los Estados Unidos.

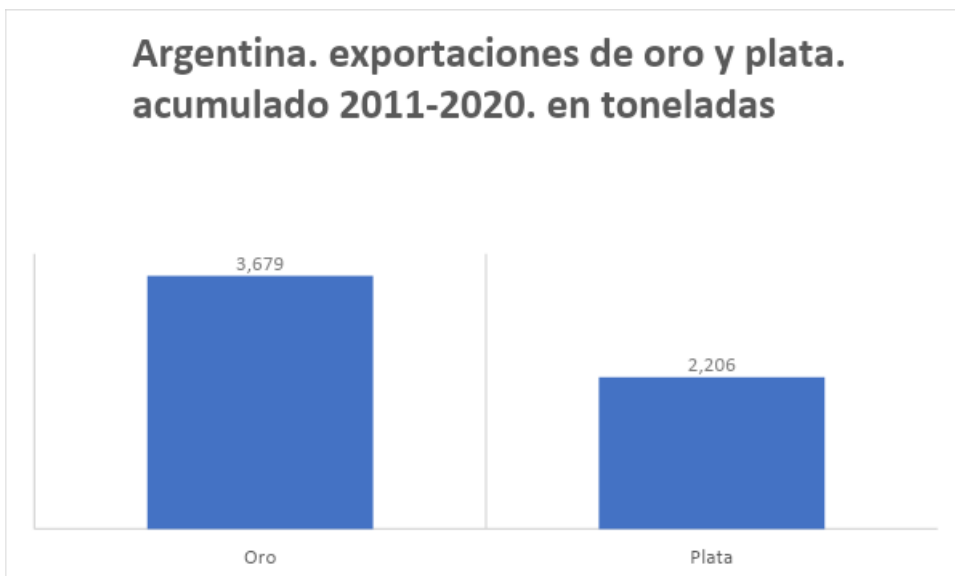
Gráfico 12



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En total, a lo largo de la década que abarca los años 2011-2020 la argentina exportó al mundo 3.679 TON de oro y 2.206 TON de plata en bruto.

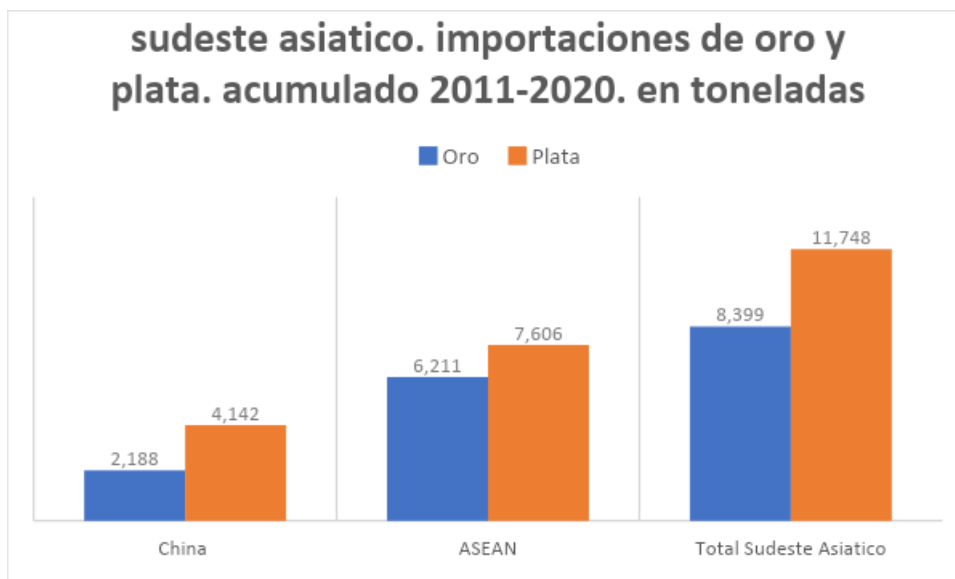
Gráfico 13



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Cuando analizamos las importaciones de oro en bruto y plata en bruto por las mismas posiciones que la Argentina exporta estos productos, encontramos que para el periodo bajo análisis las importaciones del Sudeste Asiático (China + ASEAN) sumaron un total de 8.399 TON de oro y 11.748 TON de plata lo que equivale a un 230% de la cantidad de oro producida y del 532% que nuestro país pudo explotar en este periodo. En cuanto a las importaciones de oro en bruto, China comenzó a importar este producto recién desde el 2018 mientras que el ASEAN es un destacado destino de las exportaciones mundiales de metales preciosos en los que para el periodo bajo análisis acumularon importaciones de oro por 6.211 TON y de plata por 7.606 TON.

Gráfico 14



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las importaciones de oro en bruto, China acumulo desde 2018 unas 2.188 TON a la fecha mientras las importaciones de plata sumaron 4.142 TON para el periodo 2011-2020

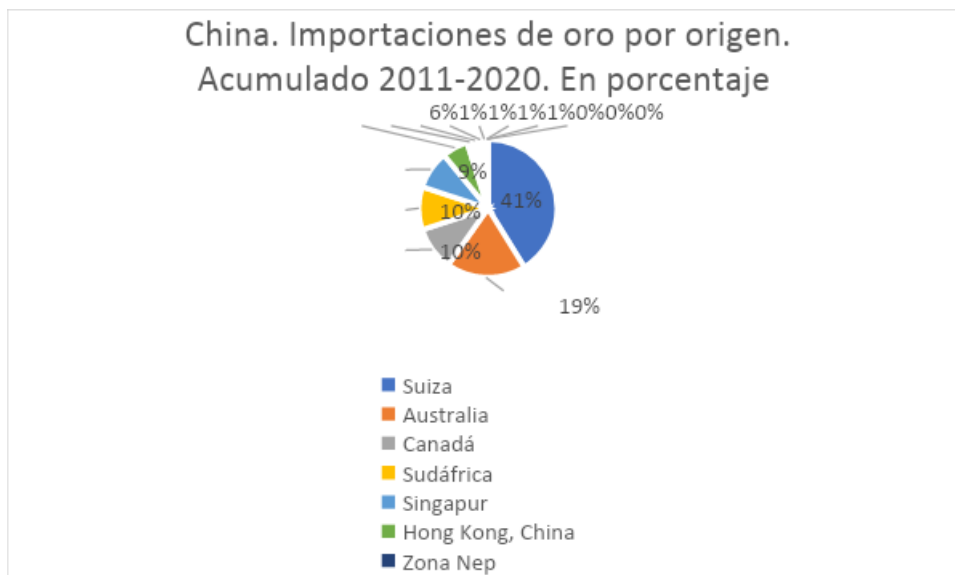
Gráfico 15



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

El origen de las importaciones de oro de China en TON, es variado dado que el 41% proviene desde Suiza, 19% desde Australia, 10% desde Canadá, 10% Sudáfrica y el restante 10% se distribuye entre Singapur, Hong Kong, Alemania, Japón, Macao (China), entre otros.

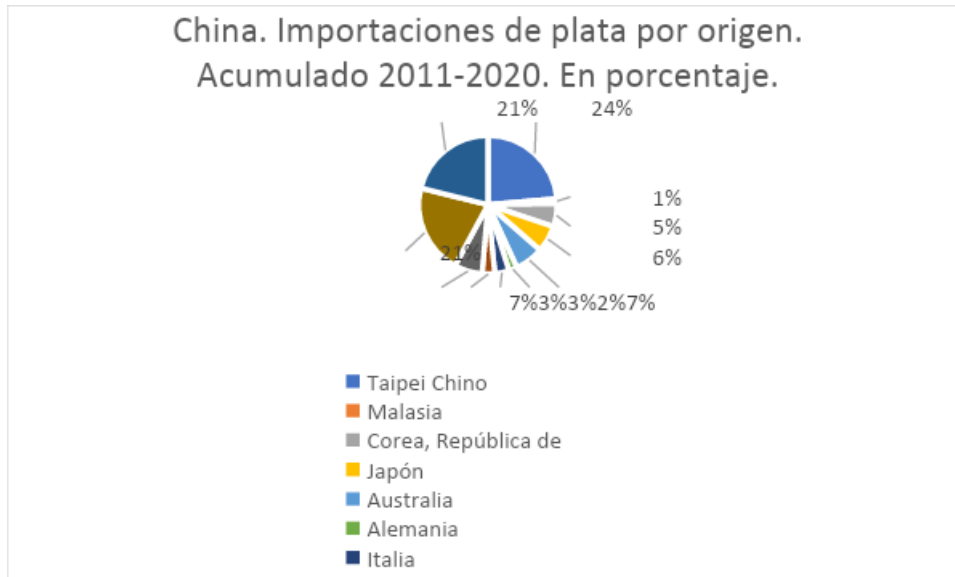
Gráfico 16



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto las importaciones de plata en TON el 24% proviene de Taipei chino, China (Hong Kong) 21%, China (interior) 21%, Australia 7%, Suiza 7%, Corea 7%, Japón 6%, Estados Unidos 3%, Alemania 2% entre otros.

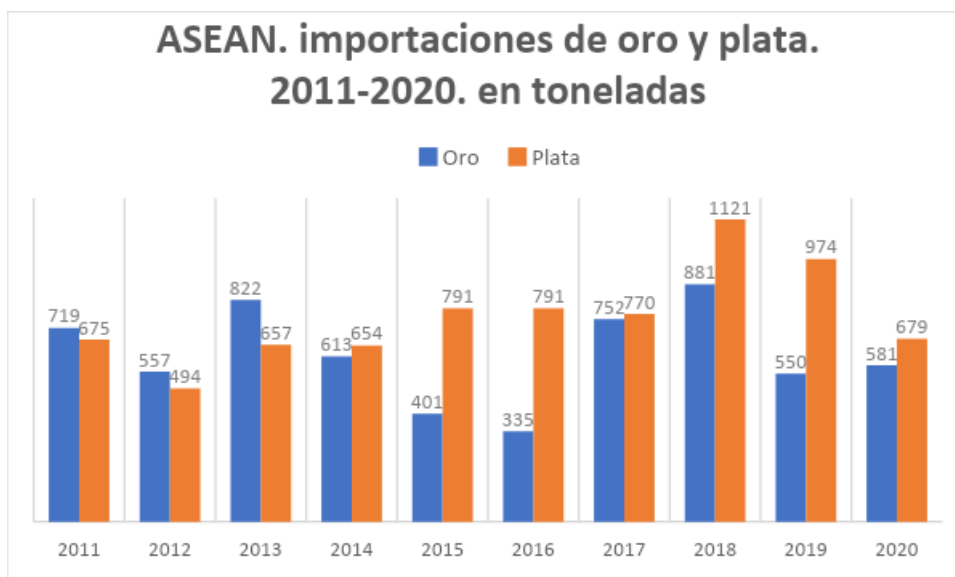
Gráfico 17



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las importaciones anuales de oro y plata del ASEAN las mismas, si bien fueron fluctuantes a lo largo de la década, en promedio el bloque importó 621 TON de oro anuales y 760 TON de plata.

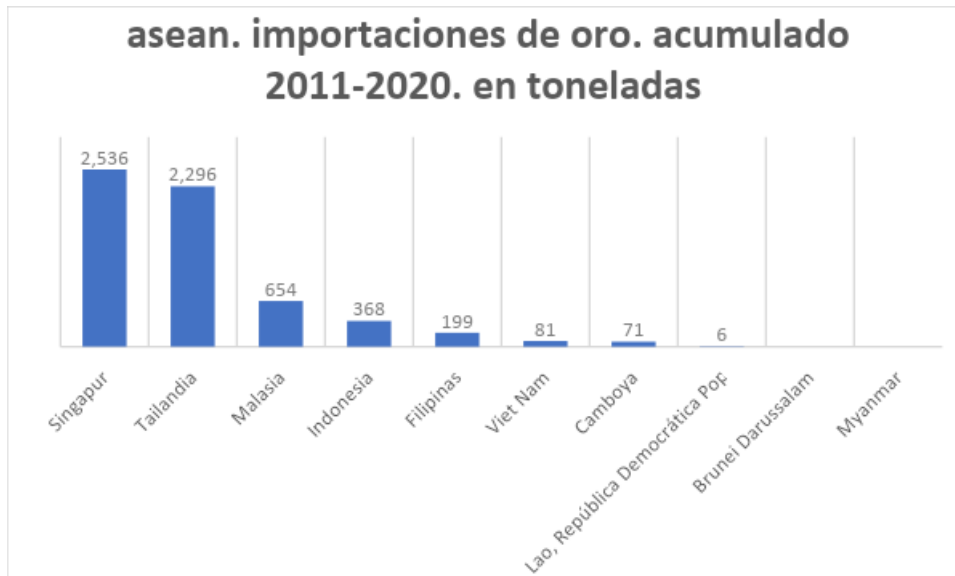
Gráfico 18



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En relación con la distribución de las importaciones entre los países del ASEAN más del 41% de las importaciones en cantidad de oro en bruto importadas durante el periodo bajo análisis tuvieron como destino Singapur, 37% Tailandia, 10% Malasia, 6% Indonesia, 3,2% Filipinas y 1% resto.

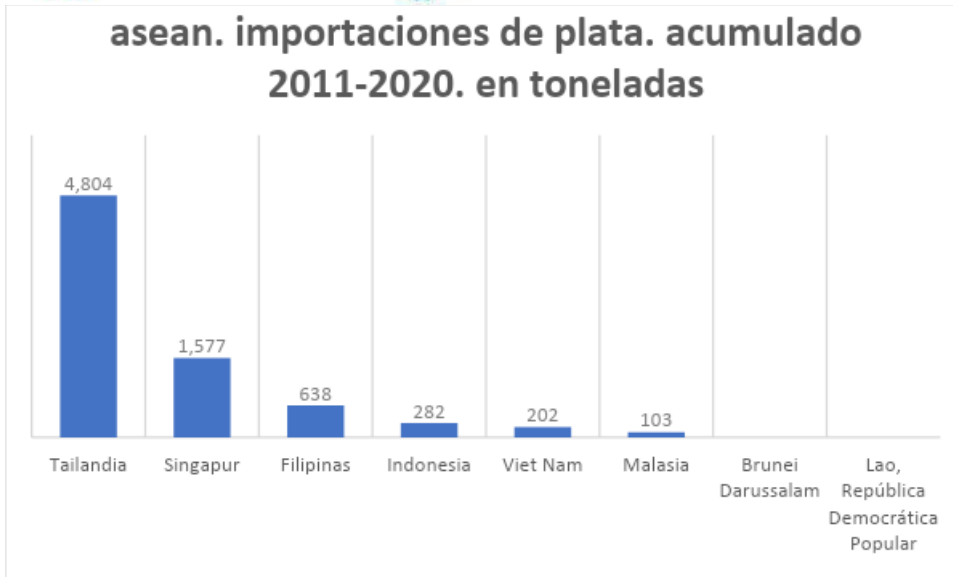
Gráfico 19



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto las importaciones del ASEAN de plata en bruto para el periodo bajo análisis, a Tailandia corresponden el 63% del total de las toneladas importadas, Singapur 20,5%, Filipinas 8,4%, Indonesia 3,4%, Vietnam 2,6 y Malasia 1,3%.

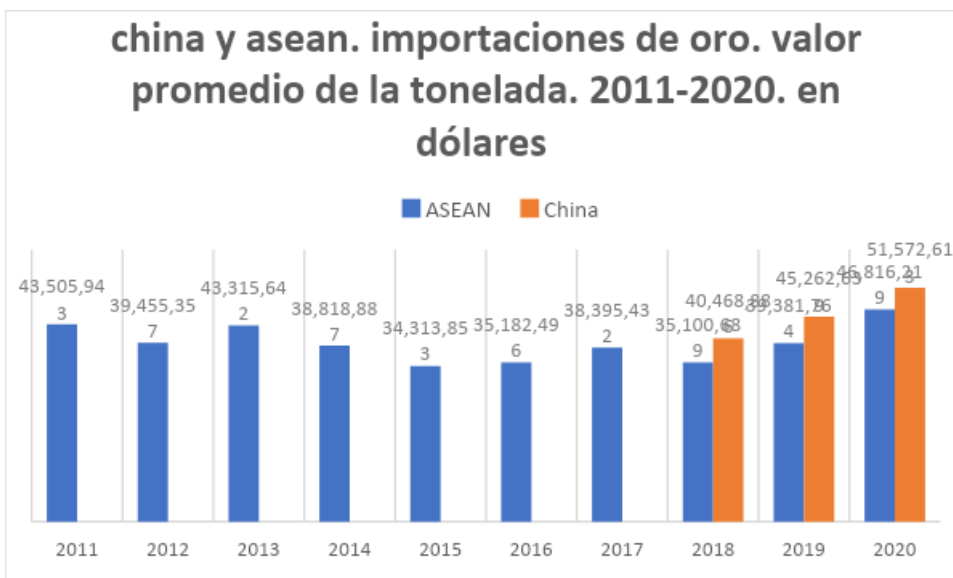
Gráfico 20



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a los valores de importación promedio de oro y plata de China y ASEAN, estos han fluctuado entre los U\$S 35 millones de dólares/TON a U\$S 51 millones de dólares/TON. En promedio para el periodo, el ASEAN ha pagado U\$S 39,4 millones de dólares/TON y China ha pagado U\$S 45 millones de dólares/TON.

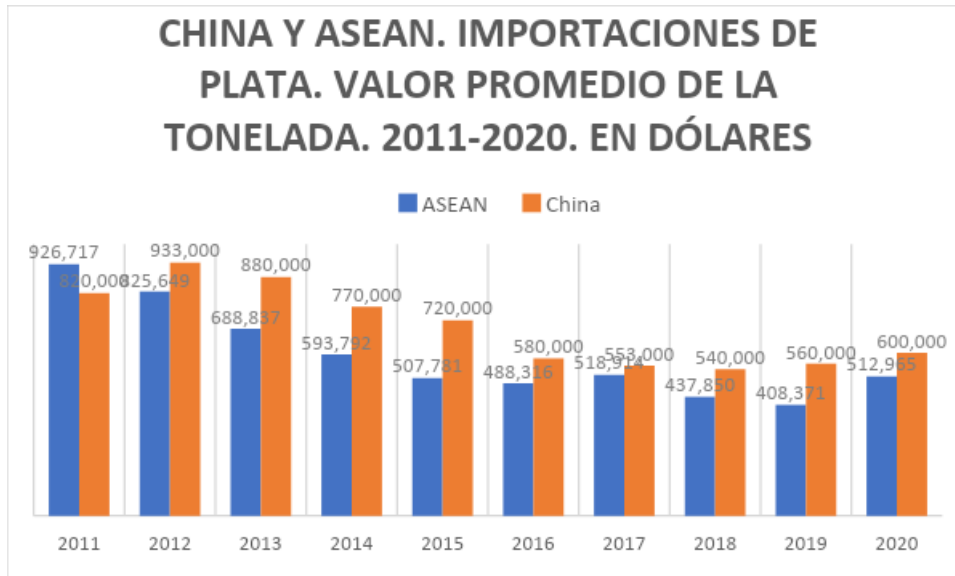
Gráfico 21



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a los valores de importación de plata si bien este ha fluctuado como consecuencia de los precios internacionales, el bloque ASEAN pago en promedio U\$S 590 dólares/TON mientras que el precio promedio abonado por China fue de U\$S 695 mil dólares/TON a lo largo de la década.

Gráfico 22



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a los valores exportados por Argentina para el periodo bajo análisis, el mismo no se condice con los valores internacionales pagados por China y los países del ASEAN y dado que los mismos corresponden a la misma posición arancelaria, se podría inferir que dado que quienes explotan las minas de oro y plata en el país y quienes reciben la mercadería en los países del destino son la misma empresa, no se venden, sino que se transfieren los bienes a sus propias casas matrices. Por esta circunstancia el precio de la tonelada de oro exportada desde Argentina si bien ha fluctuado en promedio desde los U\$S 11 millones de dólares/TON hasta los U\$S 7 millones de dólares /TON en 2020 el mismo fue de U\$S 6,3 millones de dólares/TON promedio a lo largo de la década. Esto es un número, considerablemente inferior a los U\$S 39-45 millones de dólares/TON pagados por los países del sudeste asiático. En cuanto a la plata en bruto, los valores de exportación estuvieron susceptiblemente por encima de los valores pagados por los países asiáticos.

El promedio a lo largo de la década del valor de exportación fue de U\$S 1,1 millón de dólares/TON comparados con los U\$S 450-650 mil dólares en promedio pagados por los países del sudeste asiático.

Gráfico 23



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En conclusión, si bien la Argentina es un exportador de metales preciosos (oro y plata) en bruto, en periodo bajo análisis no exporto directamente estos metales a China y los países del ASEAN los cuales importan estos bienes en grandes cantidades anuales. Esto posiblemente es consecuencia de la estructura de propiedad y comercialización del oro y la plata a nivel internacional ya que no hay operadores asiáticos que operen actualmente en nuestro país en general y en Santa Cruz en particular. El precio del oro (en bruto) extraído en Argentina y transferido a las casas matrices en el extranjero presenta una oportunidad para la explotación por parte de empresas asiáticas que debe ser dado a difusión.

Mariscos, camarones y langostinos

En base a datos obtenidos del INDEC, durante la última década (2011-2020) la Provincia de Santa Cruz exportó pescados y mariscos por valor acumulado de U\$S 4.244 millones de dólares en relación a un total nacional de U\$S 8.006

millones de dólares lo que equivale al 53% del total nacional exportado en este periodo.

Para efectuar estos cálculos se tomaron las sub-partida arancelarias a seis dígitos de la 6° Enmienda del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) para 030617 que incluye “Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incluyendo camarones”. Esta sub-partida arancelaria incluye a las posiciones arancelaria 03061710 “Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. Camarones” y 03061790 “Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incluidos camarones” ya que esta sub-partida engloba a dos posiciones arancelarias mediante las que argentina exporta los valores arriba mencionados y que se usó para calcular las estimaciones de importaciones de estos productos en China y los países del ASEAN.

Gráfico 24



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las toneladas, las mismas crecieron exponencialmente pasando desde las 70 mil toneladas anuales exportadas en 2011 hasta las 185 mil toneladas exportadas en 2018 lo que implica un crecimiento de las cantidades exportadas del 164% para el periodo bajo análisis.

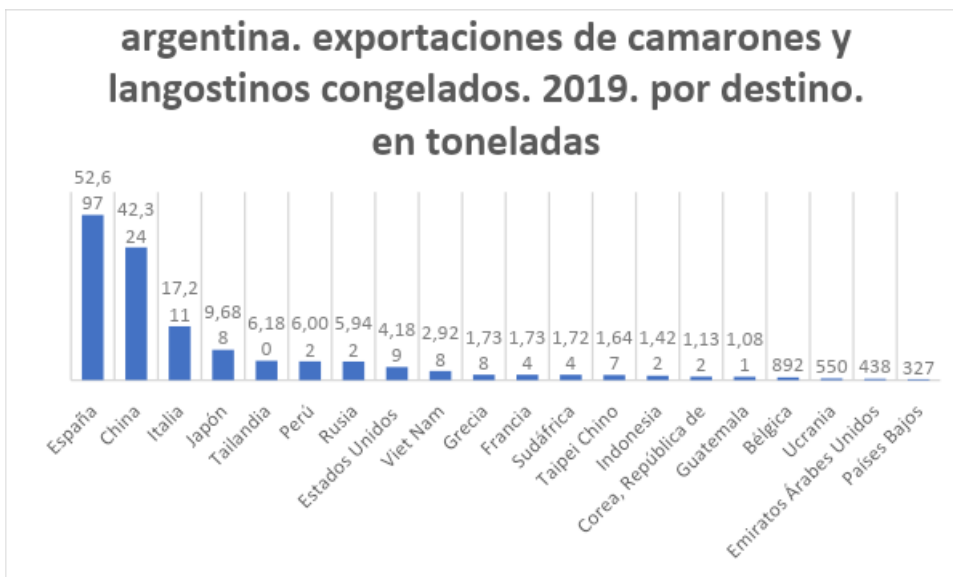
Gráfico 25



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En el siguiente gráfico se puede apreciar en el siguientes gráfico se puede apreciar que en 2019 Argentina exporto a China más de 42 mil TON de mariscos (camarones y langostinos) lo que equivale al 25% del total de las exportaciones de estos productos solo superada por España.

Gráfico 26



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las exportaciones de mariscos al sudeste asiático estas se han venido expandiendo de manera constante y sostenida desde 2012 y actualmente representan el mercado más dinámico acumulando el 32% de las exportaciones del país hacia este destino.

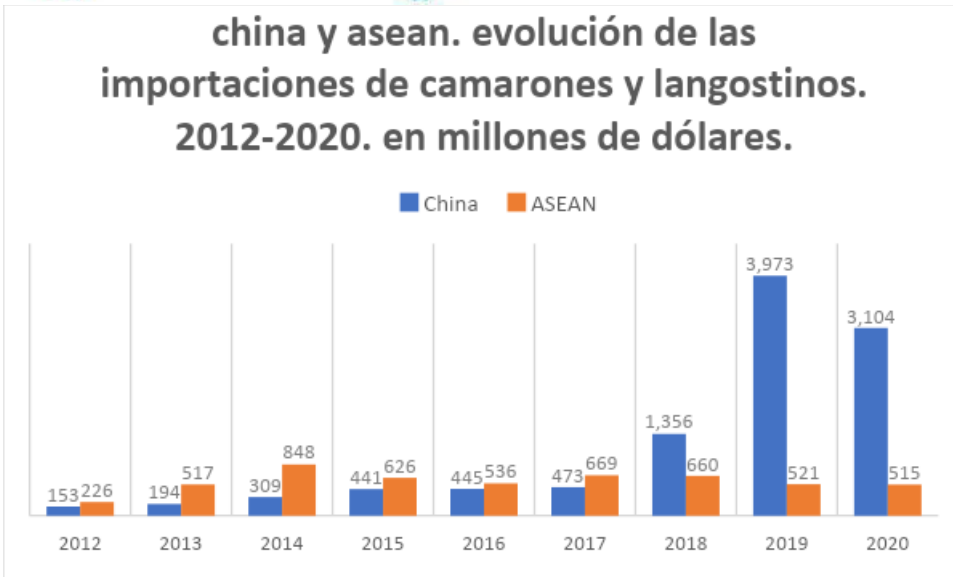
Gráfico 27



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a la dinámica de las importaciones de mariscos (camarones y langostinos) en el sudeste asiático se puede apreciar en el siguiente gráfico que si bien las importaciones del bloque ASEAN crecieron 300% en valor lo largo de la última década, las importaciones de China pasaron desde los U\$S 153 millones de dólares en 2012 hasta alcanzar los U\$S 3.973 millones de dólares en 2019 lo que implica una expansión de las compras en valor del 2.579% a lo largo del periodo.

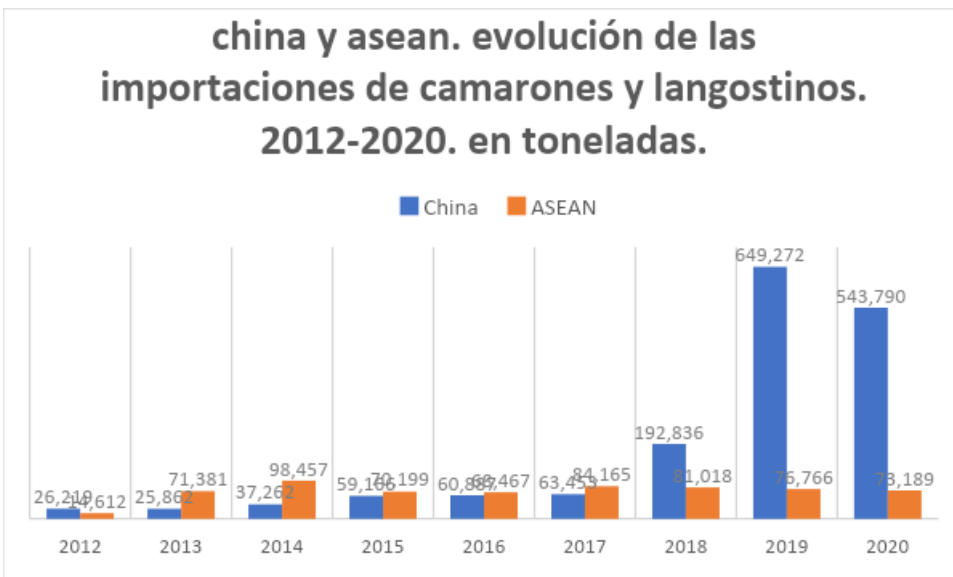
Gráfico 28



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En este cuadro se puede apreciar como la evolución de las compras de China en valor no son solamente un efecto de las variaciones en el precio sino como esta se correlacionan con las cantidades expresadas en TON.

Gráfico 29

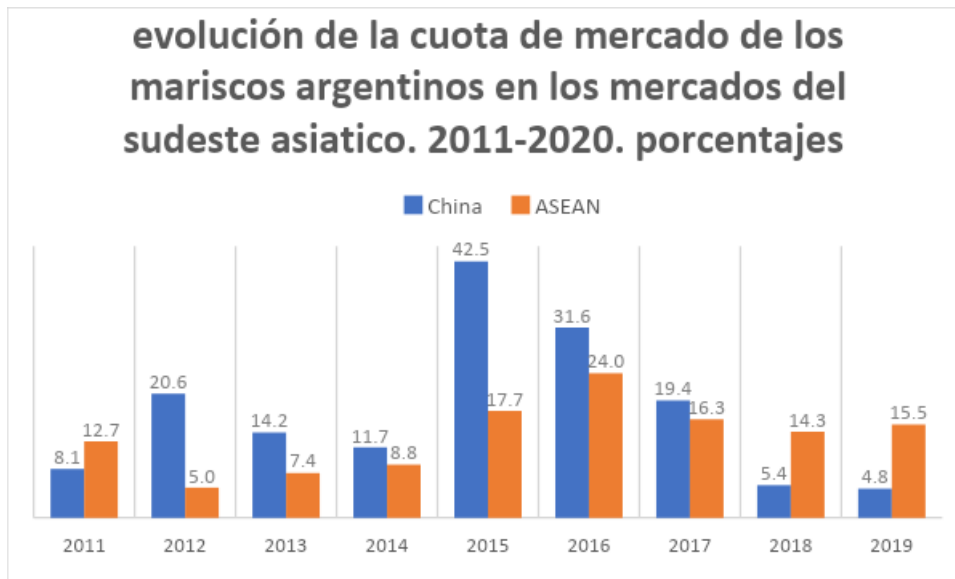


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a la cuota de mercado que los productos argentinos venden en el mercado del sudeste asiático (China + ASEAN) si bien se ha venido

incrementando en términos reales desde las 3.700 TON en 2012 a las 54.000 TON en 2019 este ha venido retrocediendo porcentualmente como consecuencia de la fenomenal expansión de la oferta de productos de Ecuador e India quienes han multiplicado desde 2016 su oferta de productos alrededor del 200% como consecuencia de fuertes inversiones en el sector pesquero.

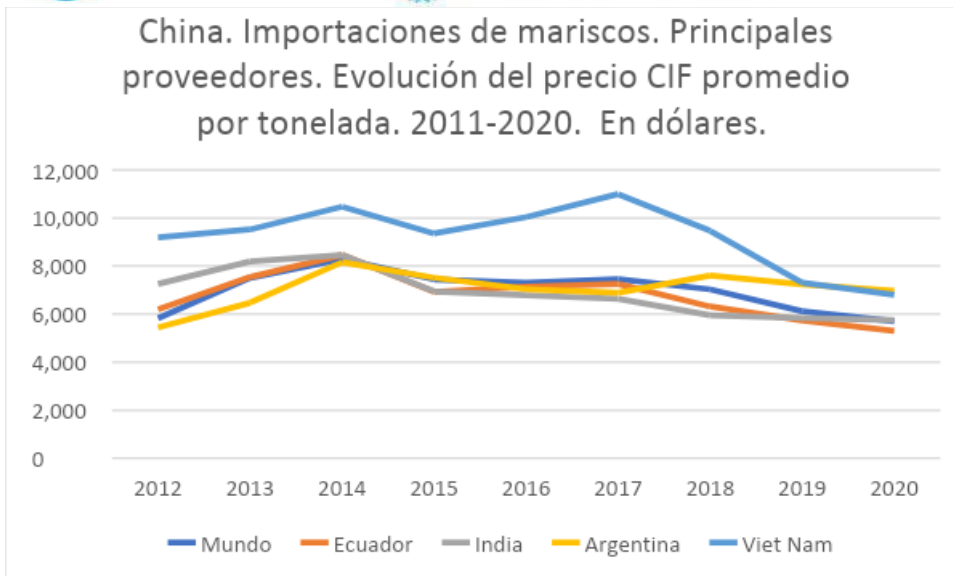
Gráfico 30



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En el siguiente gráfico puede apreciarse que el precio mundial de los mariscos desde 2017 comenzó a descender y a volverse más competitivo principalmente por el aumento de la pesca de estos productos por parte de la India y Ecuador quienes están forzando precios a la baja de estos productos. De todas maneras, si bien este dato es relevante tampoco deja afuera a los productos argentinos que siguen teniendo un nivel competitivo de precios y un alto nivel de calidad.

Gráfico 31



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En el siguiente gráfico se puede apreciar como el precio promedio mundial de los mariscos (camarones y langostinos) está convergiendo con el precio de los países del ASEAN como consecuencia de un mayor aumento de la oferta.

Gráfico 32

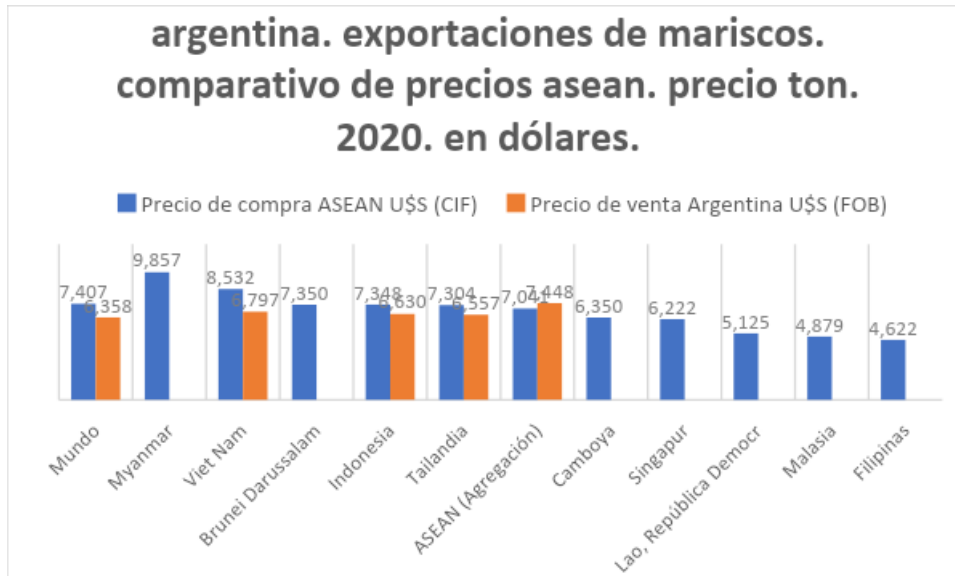


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En el siguiente gráfico se puede apreciar como los valores de la TON exportada desde Argentina hacia los mercados del ASEAN se mantienen

competitivos en los principales mercados que nuestro país provee actualmente. En promedio, mientras que el precio de la TON importada en el ASEAN fue de U\$S 7.048 dólares / TON el precio de importación CIF desde Argentina estuvo en los U\$S 7.448 dólares.

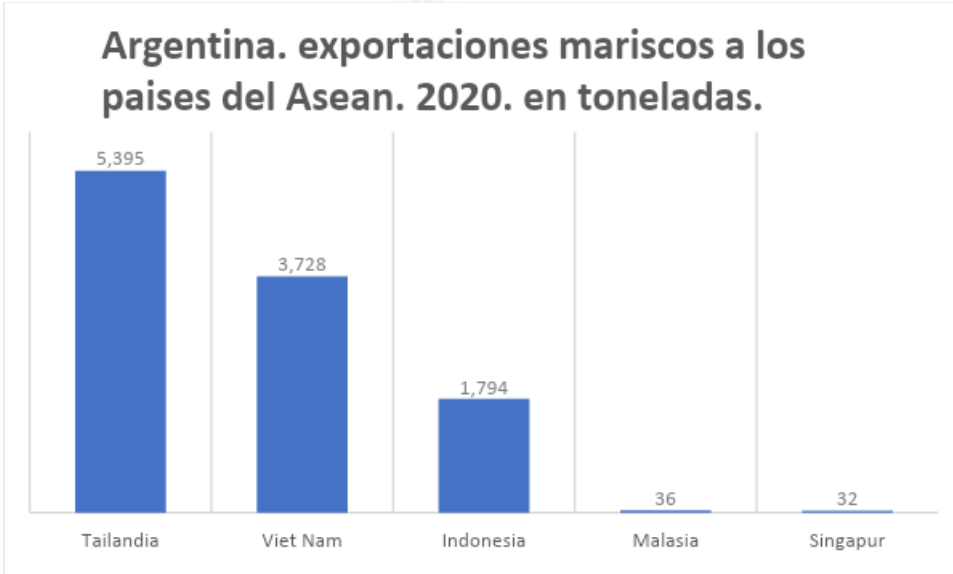
Gráfico 33



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a la diversificación de los destinos de exportación en el ASEAN, Tailandia concentró el 49% de las exportaciones argentinas al bloque asiático, Vietnam el 34% e Indonesia el 16%.

Gráfico 34



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Por último, en cuanto a los valores promedio de la TON importada en el mercado chino, la Argentina mantiene un valor relativamente competitivo de US\$ 6.966 TON aunque esta 22% por encima del precio internacional y caso 31% por encima de los valores de Ecuador, lo que si bien no es preocupante por el momento si implica tener en cuenta la necesidad de aumentar la capacidad de pesca para fortalecer la competitividad como proveedor del mercado asiático.

Gráfico 35





Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En resumen, los mariscos (camarones y langostinos) de las sub-partida 030617 representan el 2° puesto en valor de las exportaciones de la provincia de Santa Cruz acumulando en el periodo 2011-2020 un total de U\$S 4.244 millones de dólares de exportaciones solo es superado por el valor de las exportaciones de metales preciosos. El sudeste asiático (China + ASEAN) representa actualmente una oportunidad para la provincia de fortalecer sus capacidades productivas, exportadoras y comerciales a fin de mantener los niveles de competitividad internacional. Santa Cruz representa alrededor del 25% al 30% del valor total de las exportaciones argentinas de mariscos por lo que tiene la oportunidad de ejercer un definido liderazgo de negocios en este producto con el sudeste asiático.

Cerezas Frescas

El gobierno de la Provincia de Santa Cruz ha llevado adelante iniciativas para impulsar la producción de cerezas en abriendo diferentes líneas de crédito para estimular la producción local. En los últimos años la demanda de cerezas del sudeste asiático (China + ASEAN) ha crecido hasta alcanzar las 215.000 TON anuales a un precio promedio de U\$S 5.500 / TON para ASEAN y de U\$S 7.000 /TON lo que es una oportunidad para la provincia.

En base a datos extraídos del sistema COMTRADE de las Naciones Unidas (UN) en 2021 la Argentina ha más que triplicado el valor de las exportaciones de cerezas frescas correspondientes a la posición arancelaria 08092900 “Cerezas frescas (excepto las cerezas ácidas)” desde los U\$S 15 millones de dólares anuales en 2012 hasta los U\$S 52 millones de dólares de exportaciones en 2020. Esto implica un aumento de las exportaciones en valor del 255% para el periodo en cuestión.

Gráfico 36



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Esta expansión del valor exportado por la Argentina se correlaciona también en el aumento al mismo ritmo de las toneladas exportadas que pasaron desde las 1.900 TON anuales en 2012 hasta las 6.771 en 2020.

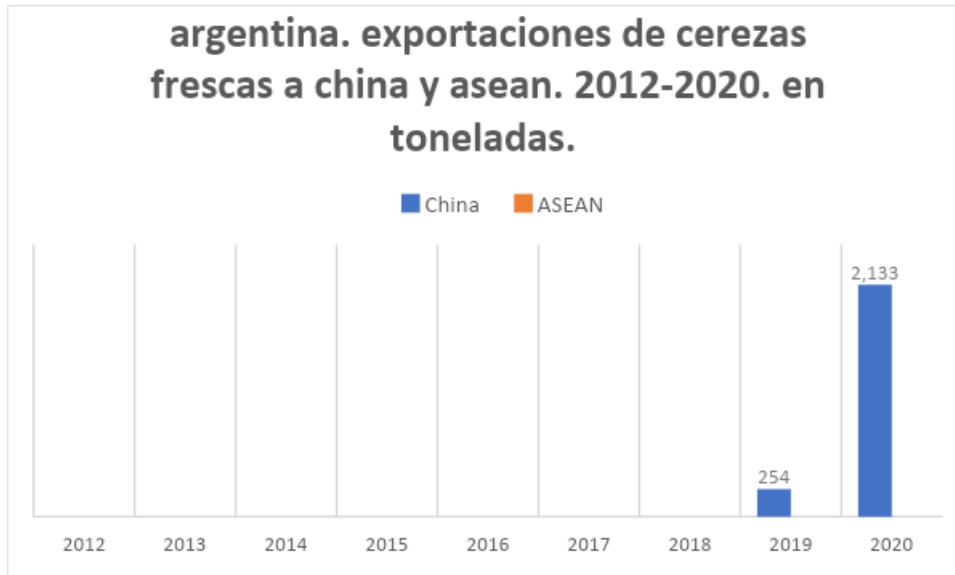
Gráfico 37



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Las exportaciones a China de cerezas frescas desde Argentina si bien son recientes, han crecido entre 2019 y 2020 a una tasa del 1.000% interanual pasando desde las 254 TON a las 2.133 TON en tan solo 12 meses.

Gráfico 38



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

China ocupó en 2020 el principal destino de las exportaciones argentina de cerezas frescas representando el 31% del total en valor en valor exportado por la argentina para este producto.

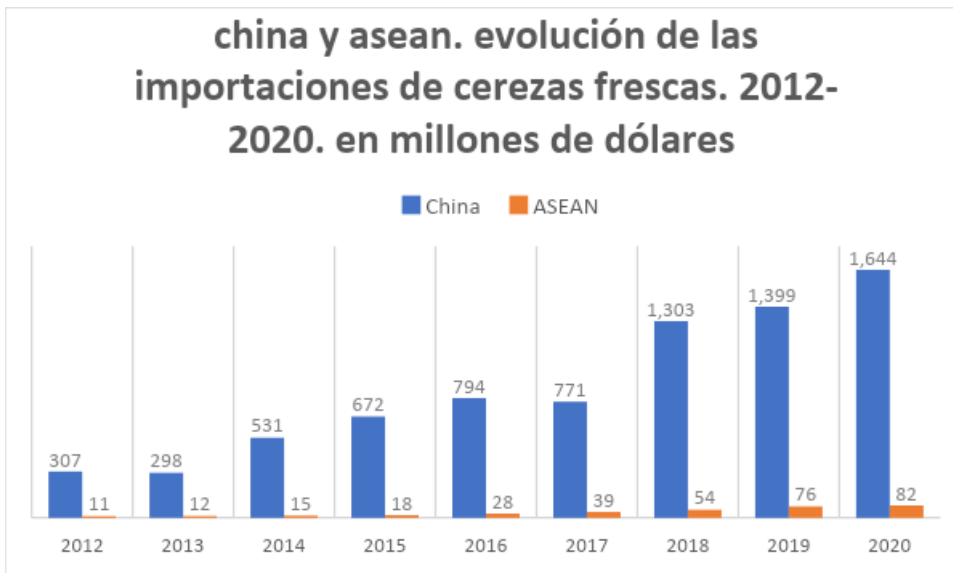
Gráfico 39



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto al valor de las importaciones chinas estas crecieron exponencialmente desde los U\$S 307 millones anuales en 2012 a U\$S 1.644 millones anuales en 2020 lo que implica una tasa de crecimiento del 435% para el periodo bajo análisis.

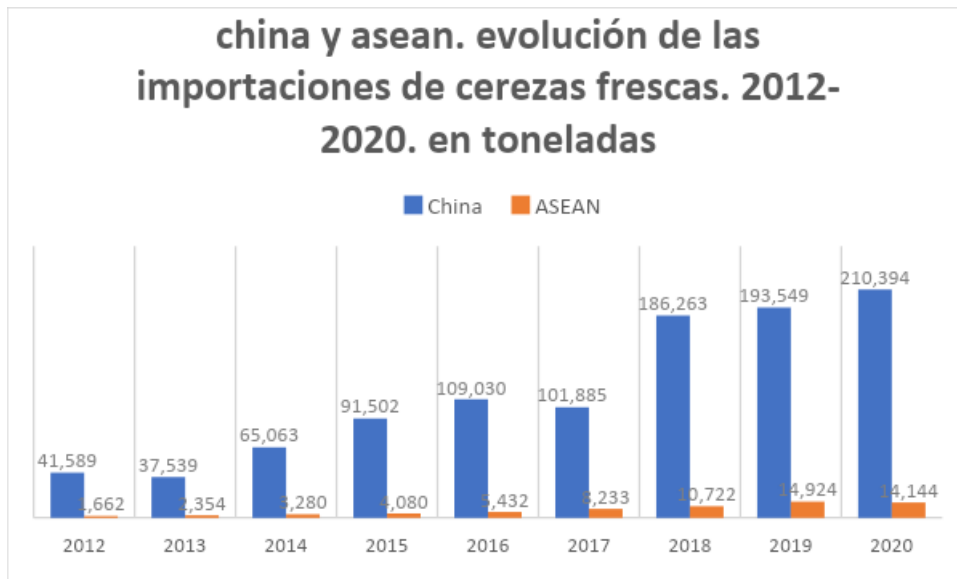
Gráfico 40



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

La evolución de las importaciones chinas de cerezas frescas medidas en TON también ha sido exponencial pasando desde las 41.000 TON en 2012 hasta superar las 210.000 TON en 2020. De todas formas, las exportaciones argentinas al mercado chino apenas representan el 1% del total importado en TON por el país asiático.

Gráfico 41



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto al valor FOB promedio de la TON exportada desde Argentina hacia China el mismo se encuentra a los mismos valores que hacia el resto del mundo y con un valor altamente competitivo como para ganar el mercado asiático.

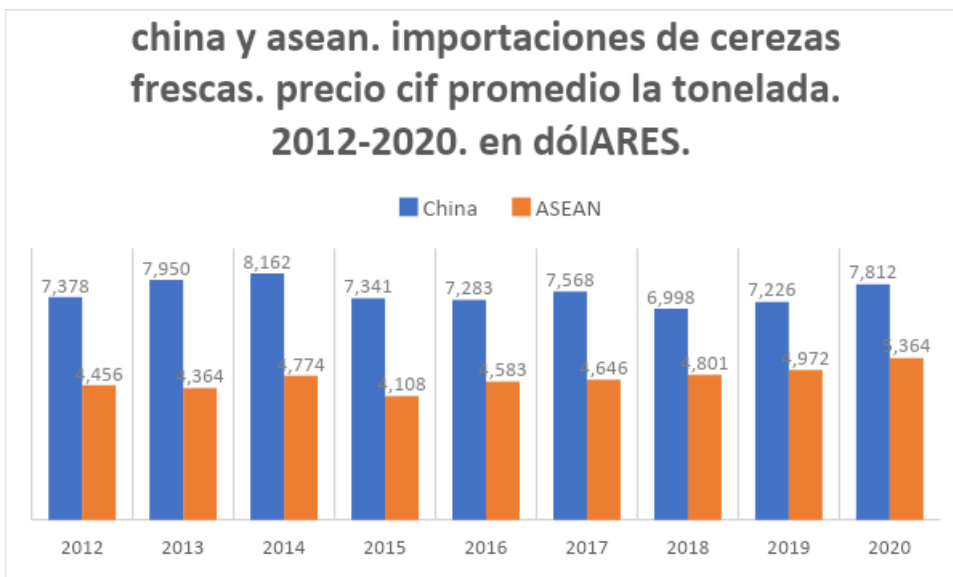
Gráfico 42



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Como se puede apreciar en el gráfico siguiente el precio promedio CIF de la TON importada en China ha estado a lo largo de la década en valores relativos a los U\$S 7.500/TON y para los países del ASEAN en torno a un promedio de U\$S 4.500 dólares/TON. Esta dinámica de los precios para este producto se da como consecuencia de la alta demanda en el mercado chino.

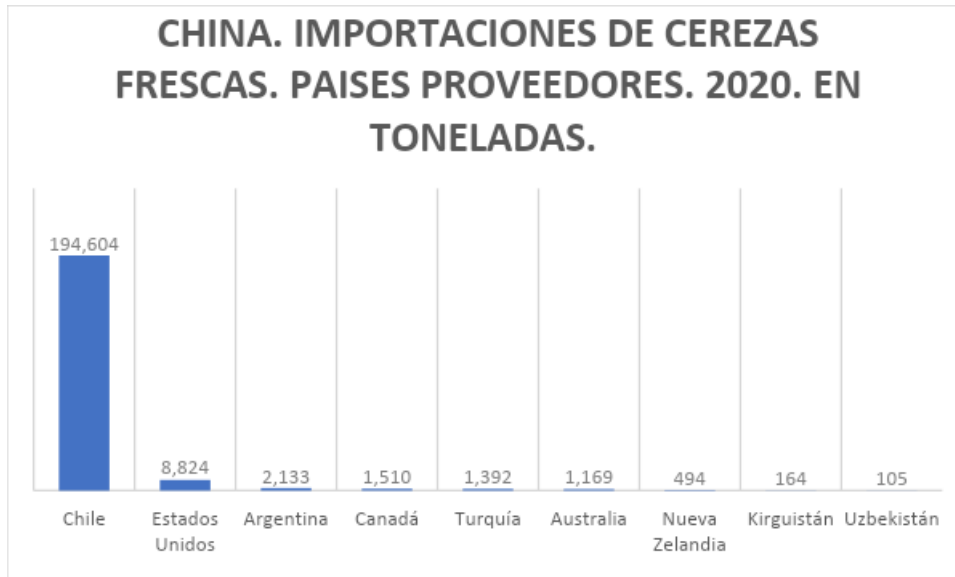
Gráfico 43



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Chile es el principal proveedor de cerezas frescas a China representado el 92% del total de las importaciones totales medidas en TON mientras que Argentina representa apenas el 1% del total.

Gráfico 44



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

China presenta una oportunidad sin precedentes para la provincia de Santa Cruz de desarrollar la cadena de valor de producción y exportación de cerezas frescas al país asiático. Las importaciones de este producto en el gigante asiático crecieron 435% en valor pasando desde los U\$S 307 millones de dólares a U\$S 1.607 millones de dólares anuales en el periodo 2012-2020. La dinámica de las exportaciones argentinas también fue impresionante han crecido entre 2019 y 2020 a una tasa del 1.000% interanual pasando desde las 254 TON a las 2.133 TON en tan solo 12 meses. Es uno de los productos de la economía santacruceña con mejores oportunidades de expansión en este mercado.

Carne ovina

Si bien las exportaciones de carne ovina son muy bajas comparadas con otros productos que se exportan actualmente presentan un alto potencial de

expansión en relación a la demanda internacional de este producto por los países del sudeste de Asia (China + ASEAN).

Según ha podido identificarse mediante las estadísticas del sistema COMETRADE (2021) las exportaciones de carne ovina mediante la posición arancelaria 02044200 “Los demás cortes (trozos) de carne de ovinos congelada, sin deshuesar” en 2020 alcanzaron en 2020 los 14 millones de dólares lo que implica casi los mismos valores que 2011.

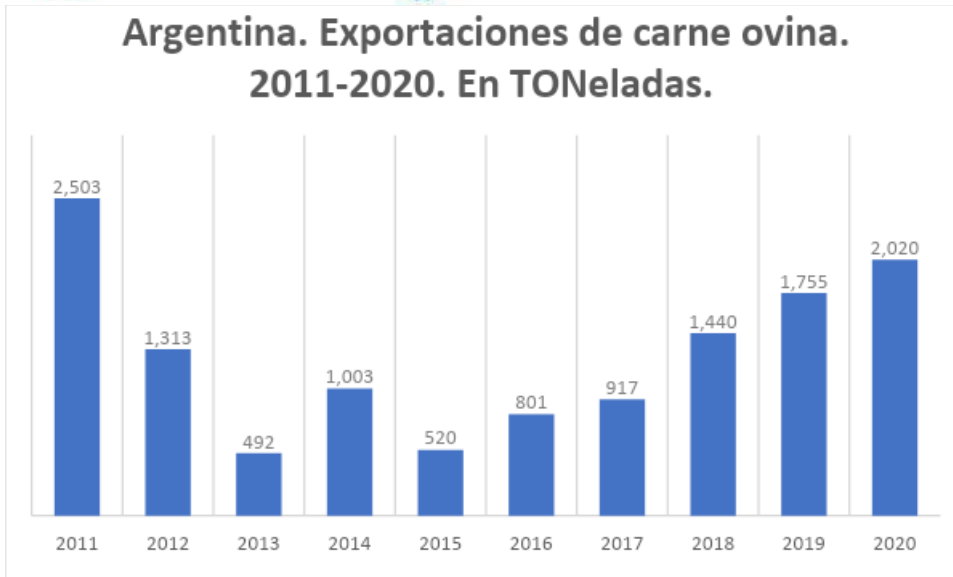
Gráfico 45



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Las toneladas exportadas, también se han mantenido en unos niveles muy bajos desde 2013 y recién en 2020 comienza a acercarse a valores relativos al 2011 con un total exportado de 2.020 TON anuales.

Gráfico 46



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

El valor de la TON FOB exportada de carne ovina argentina se ha mantenido a lo largo de la década con pocas oscilaciones en un promedio de U\$S 4.940 dólares/TON.

Gráfico 47

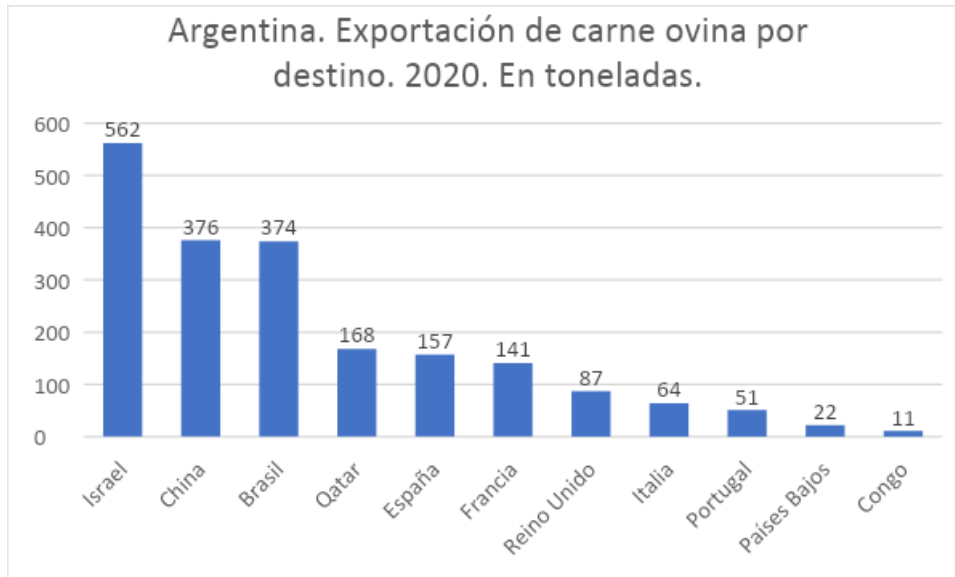


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Dentro de los destinos de exportación, Israel es el destino preferencial y representa el 27% de las exportaciones mientras que China se ha posicionado

rápidamente como el 2° destino de exportación con el 18% del total exportado, seguida por Brasil con 18% y Qatar con el 8% y por los países europeos que en conjunto suman el 25% del total exportado.

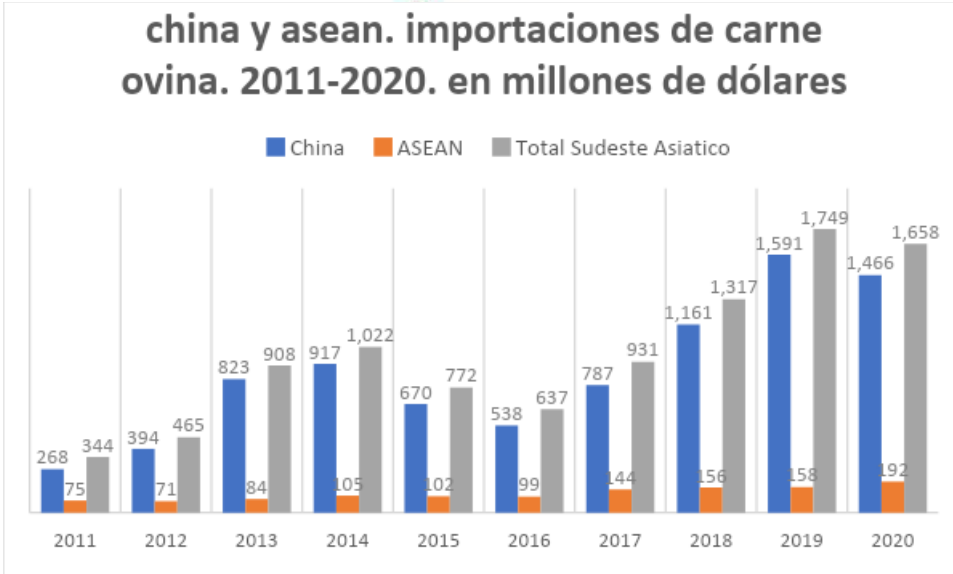
Gráfico 48



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Lo que es importante para tener en cuenta es que las importaciones de carne ovina en los países del sudeste asiático (China + ASEAN) ha pasado desde los U\$S 334 millones de dólares en 2011 hasta los U\$S 1.749 millones de dólares en 2019 lo que implica una tasa de crecimiento del 423% para el periodo bajo análisis.

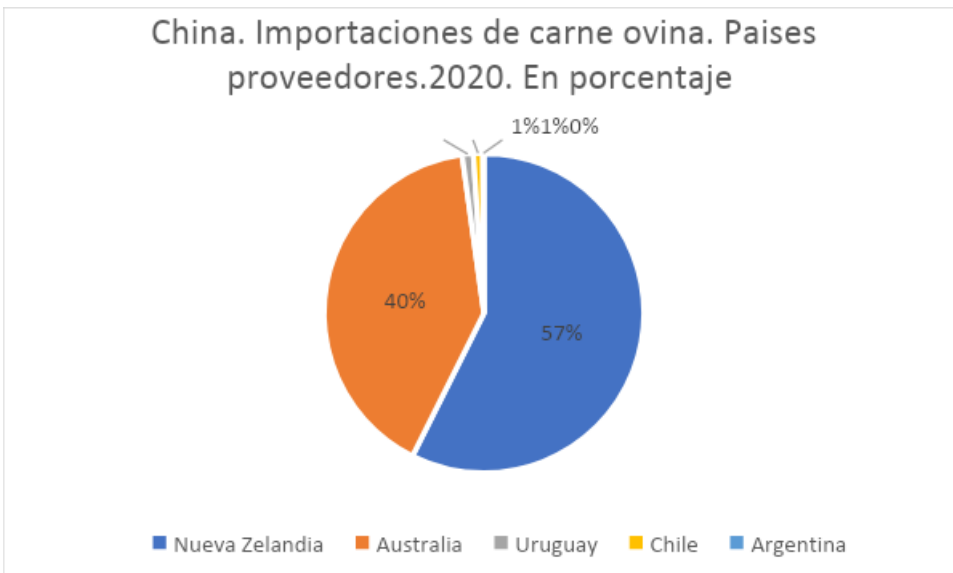
Gráfico 49



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a los principales proveedores de China de carne ovina congelada, el 57% del total de las importaciones corresponde a Nueva Zelanda, 41% a Australia y Argentina tiene actualmente menos del 1% pero con un gran potencial.

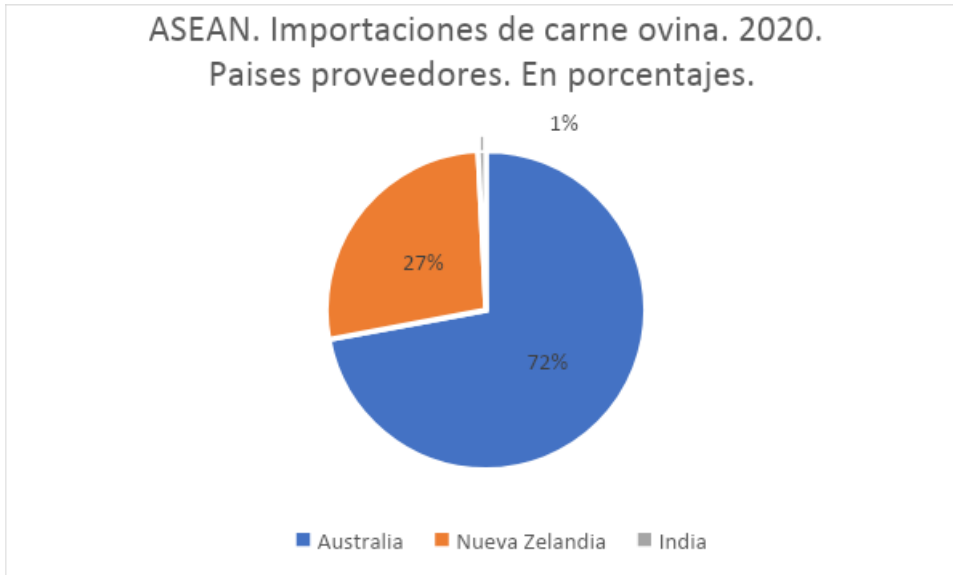
Gráfico 50



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto al bloque ASEAN el 72% corresponde a Australia, 27% a Nueva Zelanda y 1% a la India.

Gráfico 51

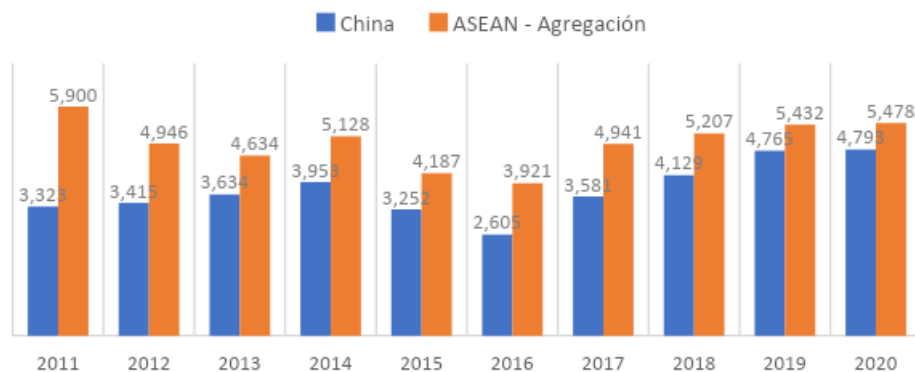


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto al valor CIF promedio de la TON importada en China el mismo ha oscilado entre desde los U\$\$ 3.300 dólares/TON en 2011 hasta los U\$\$ 4.789/TON en 2020 con un promedio a lo largo de la década de U\$\$ 3.745 dólares/TON. Para el ASEAN los valores han sido más altos, pero se han mantenido relativamente estables entre los U\$\$ 5.400 – 5.900 dólares/TON CIF promedio a lo largo de la década.

Gráfico 52

China y asean. importaciones de carne ovina. valor cif promedio de la tonelada importada. 2011-2020. en dólares.

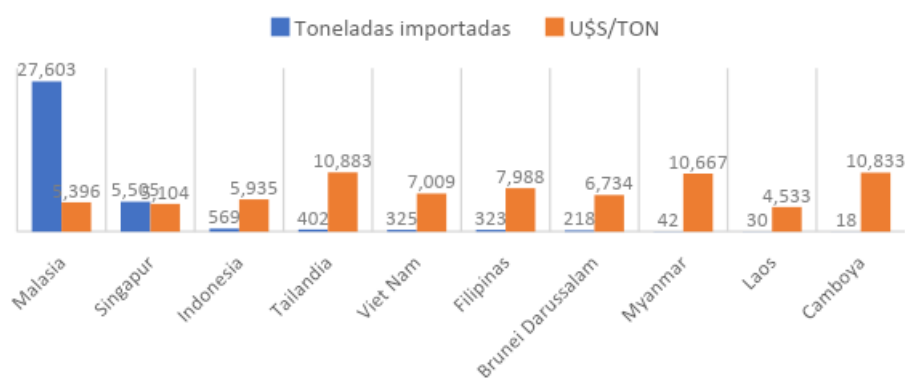


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Hay que tener en cuenta que dentro del ASEAN solamente Malasia es un destino relevante para la importación de este producto ya que concentró en 2020 alrededor del 95% del total importado en TON a un valor de alrededor de los US\$ 5.400 dólares/TON.

Gráfico 53

ASEAN. importaciones de carne ovina. valor cif de la tonelada importada. por destino. 2020. en dólares.

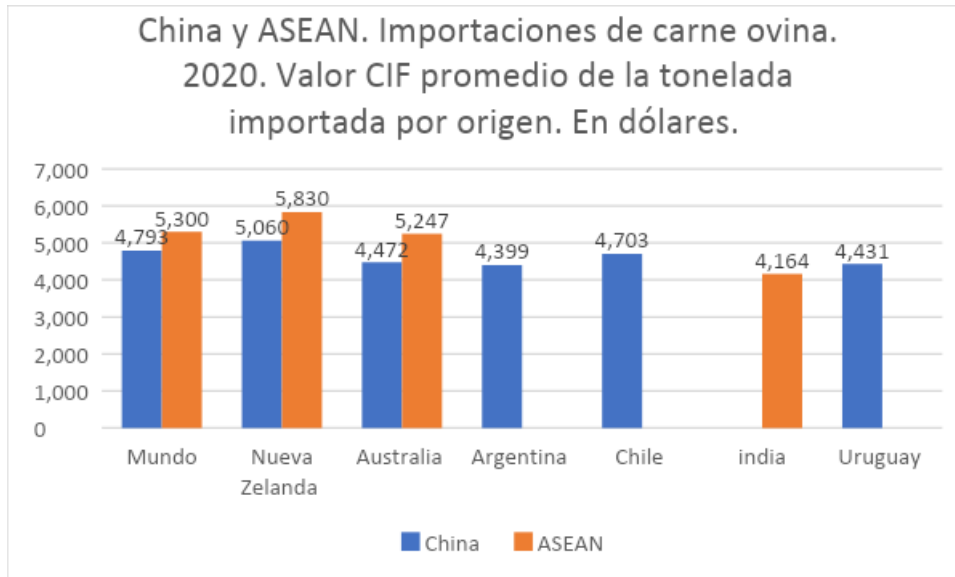


Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a la competitividad del precio argentino en el mercado chino, el mismo demuestra ser altamente competitivo ya que las importaciones de carne

ovina con origen argentino se pagaron en promedio durante 2020 U\$S 4.399 dólares/TON lo cual es un precio 8,2 inferior al promedio mundial, o sea de todos los orígenes para este mercado.

Gráfico 54



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En pocas palabras, el precio de la carne ovina refrigerada (posición arancelaria 02044200 S.A.) con origen argentino es altamente competitiva en el mercado chino superando en 2020 los valores de proveedores como Australia y Nueva Zelanda que son los mayores proveedores del sudeste asiático. Las importaciones chinas de carne ovina congelada han crecido en valor 423% en lo que va de la década alcanzando alrededor de U\$S 1.500 millones de dólares anuales de importación. La Provincia de Santa Cruz está ante una nueva oportunidad histórica de fortalecer la cadena de valor de producción y comercialización internacional de carne ovina con el objetivo de posicionarse como un proveedor líder sudamericano en el mercado del sudeste asiático.

Lana sucia

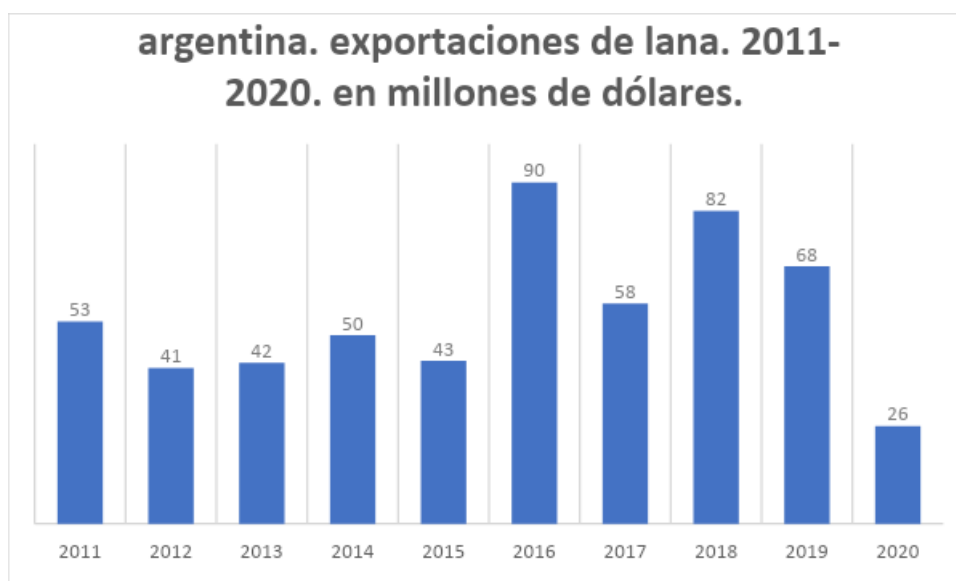
El mercado chino representa actualmente una oportunidad de crecimiento para la producción y exportación de la lana producida en la Provincia de Santa Cruz que actualmente según datos del INDEC es de alrededor de U\$S 20 millones

de dólares anuales para este producto. En tal sentido, se analizan seguidamente la demanda internacional y de importación de este producto por los países del sudeste asiático (China + ASEAN) en el periodo 2011-2020.

Para ello es necesario identificar las posiciones arancelarias mediante las que la provincia de Santa Cruz exporta lana y sus derivados, en tal sentido utilizaremos entonces la sub – partida arancelaria 510111 (SA) Lana esquilada, sucia, incl. la lavada en vivo, sin cardar ni peinar que incluye las posiciones arancelarias (SA) 51011110 “Lana esquilada, sucia o lavada en vivo sin cardar ni peinar: de finura superior o igual a 22,05 micrones” y (SA) 51011190 “Lana esquilada, sucia o lavada en vivo sin cardar ni peinar: las demás”. El 100% de la lana exportada por la Provincia de Santa Cruz en el periodo bajo análisis ha correspondido a estas posiciones arancelarias.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, las exportaciones nacionales de lana mediante la sub-partida 510111 (SA) han padecido fuertes oscilaciones entre 2011-2020, tanto por condiciones correspondientes al mercado doméstico como externas. De todas maneras, a lo largo de la década sumaron un total de U\$S 553 millones de dólares y un promedio anual para el periodo de U\$S 55 millones de dólares anuales.

Gráfico 55



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En cuanto a las toneladas, la década bajo análisis deja un total acumulado de 122.000 TON y un promedio de exportación de 12.200 TON anuales.

Gráfico 56



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

El precio FOB promedio de la TON exportada de lana sucia por Argentina se mantuvo relativamente estable entre los U\$S 6.300 – 7.300 dólares/TON con un promedio para el periodo de U\$S 6.453 dólares/TON.

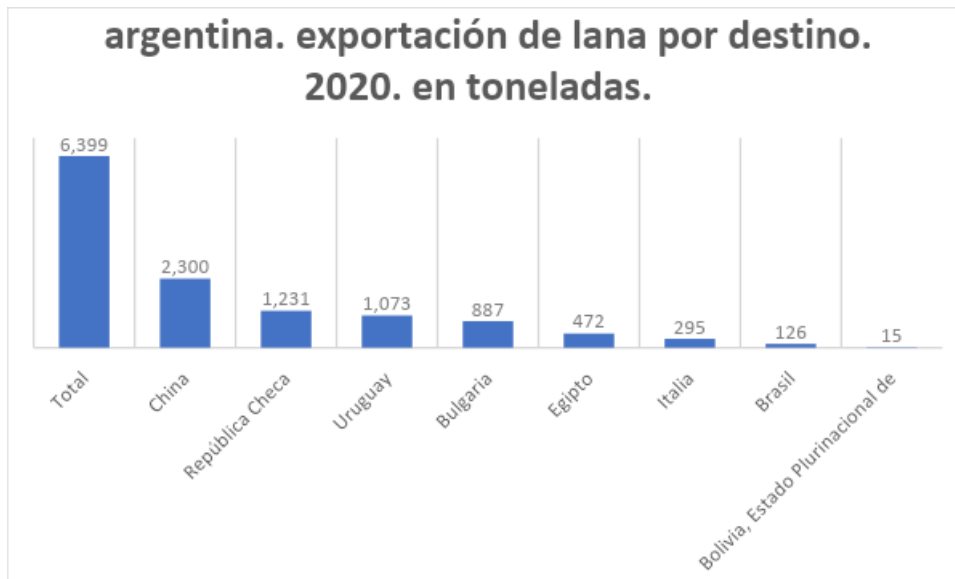
Gráfico 57



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Durante 2020, de las 6.399 TON exportadas totales de lana sucia, China representó el 35,9% del total exportado, seguido por Republica Checa 19%, Uruguay 16%, Bulgaria 14%, Egipto 7%, Italia 5%, y Brasil 2%.

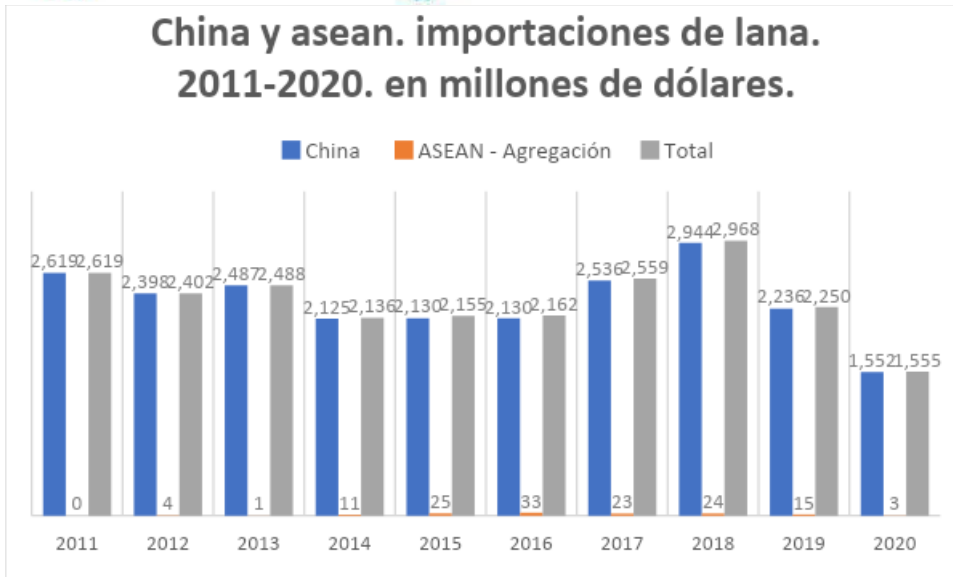
Gráfico 58



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Durante la última década, los países del sudeste asiático importaron este producto desde diferentes orígenes por un valor promedio anual de U\$S 2.300 millones de dólares anuales, representando las importaciones chinas el 99% de este valor y el resto los países del ASEAN. Con U\$S 40 millones de dólares de exportación de lana sucia a este mercado en 2020, la Argentina alcanzó a cubrir solamente el 1,7% del valor total importado por el país asiático para este producto.

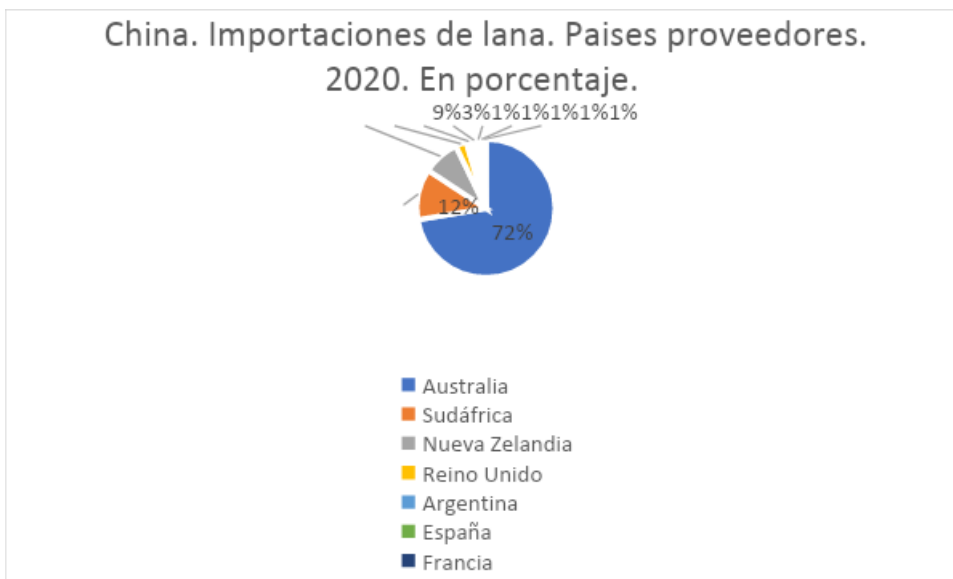
Gráfico 59



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Como se puede apreciar en el siguiente , los principales países proveedores son Australia con el 72%, Sudáfrica con el 12% Nueva Zelanda con el 9% y con U\$S 40 millones de dólares de exportación de lana sucia a este mercado en 2020, la Argentina alcanzó a cubrir alrededor del 1,7% del valor total importado por el país asiático para este producto.

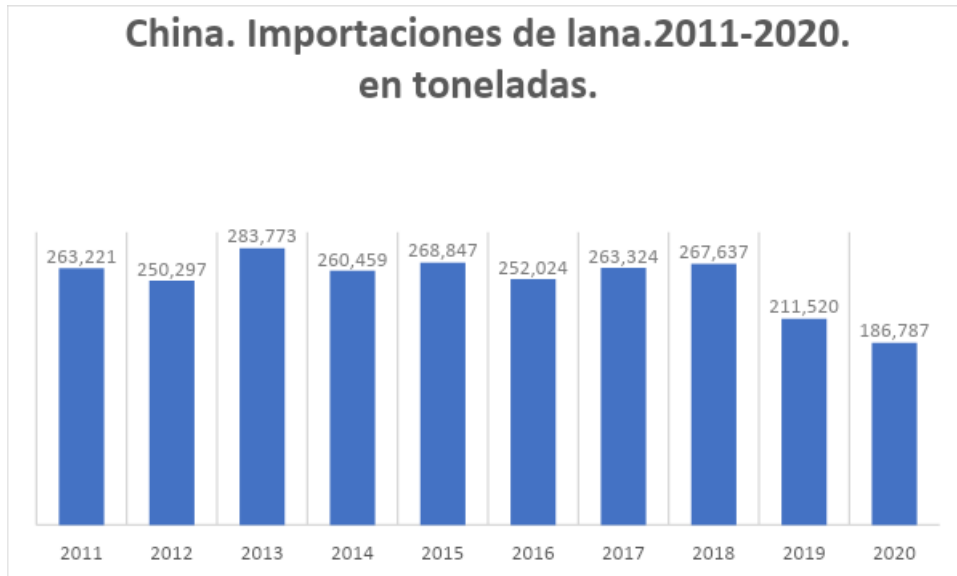
Gráfico 60



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Si bien, en los últimos tres años se ha venido reduciendo la cantidad de lana sucia importada, la misma se ha mantenido relativamente estable a lo largo de toda la década en un promedio de importación anual de 250.000 toneladas anuales.

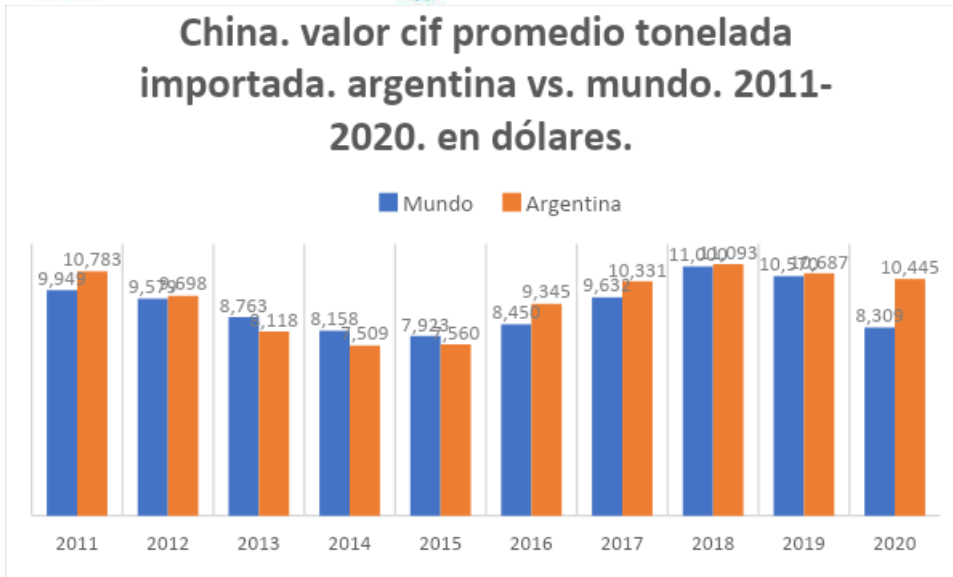
Gráfico 61



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

En promedio, el valor CIF de la TON de la lana argentina importada en China ha estado relativamente por encima del precio promedio de importación en China, pero esto es consecuencia también de la reducida oferta argentina y de los costos de flete y transporte que inciden en la competitividad.

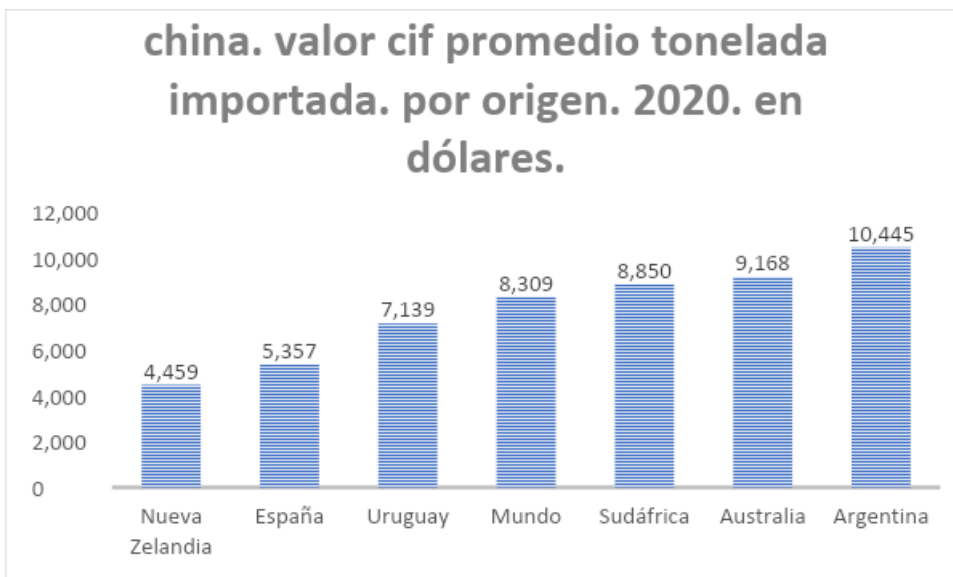
Gráfico 62



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)

Como puede apreciarse, en el último gráfico el precio CIF U\$S/TON promedio de la lana argentina importada en China es sustancialmente más alto que el de sus competidores más que duplicando los valores de los líderes mundiales como Nueva Zelanda y España, pero de todas maneras manteniéndose relativamente competitivo como para mantenerse dentro del mercado chino.

Gráfico 63



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE (2021)



Observaciones

La Provincia de Santa Cruz presenta condiciones para un sustancial aumento de las exportaciones hacia los países del Asia Pacífico (China + ASEAN). Aunque por la estructura de la oferta y del sector en la provincia es poco probable que se realicen exportaciones directas entre Santa Cruz y China o países del ASEAN de oro y metales preciosos, pero, si presenta una buena oportunidad para estimular las inversiones chinas en la explotación y exportación del mineral.

Con respecto a la exportación de mariscos, Argentina en general y Santa Cruz en particular ya desempeñan un rol destacado en el comercio con los países del sudeste asiático de estos productos y de hecho, estos productos son el segundo productos de exportación solo superado por las exportaciones de oro y metales preciosos. De todas maneras, se puede aumentar la producción y exportación de manos de nuevas inversiones y en materia comercial hay todavía muchas oportunidades inexploradas en los países del ASEAN.

Los productos que presentan mejores oportunidades de crecimiento de las exportaciones al sudeste asiático son cerezas frescas, carne ovina congelada y lana sucia. En el caso de las cerezas frescas, China ha comenzado a comprar a la Argentina este producto como consecuencia de la alta demanda interna y en tan solo dos años las exportaciones argentinas a este mercado se expandieron casi 1.000% pasando de 250 TON exportadas en 2019 a 2.000 TON en 2020.

En cuanto la carne ovina, la Argentina presenta precios internacionales competitivos para vender este producto a Asia, pero la cadena de valor debe ser optimizada con el fin de aumentar la oferta y mejorar las condiciones de venta y en cuanto a la lana sucia, la problemática es algo similar ya que los problemas en torno a la cadena de valor pueden estar limitando el crecimiento y la participación de la provincia en el mercado asiático.

a. Por último, cabe destacar la importancia de los recursos existentes para la promoción y la comercialización de productos santacruceños en los mercados asiáticos. En este sentido, es importante lograr una mayor presencia de delegaciones de la provincia en las Ferias de Comercio que se realizan en Asia. También se recomienda aprovechar los nodos logísticos y las redes de



comercialización que ofrece el estado nacional, como es el Hub Integral de Argentina en Shanghai (Ver Anexo)

En resumen, es posible aumentar considerablemente las exportaciones con destino a las economías del Este asiático (China + ASEAN) de productos como oro plata, mariscos, cerezas frescas, carne ovina y lana, pero se requiere entre otros aspectos de una estrategia en particular para cada sector y cadena de valor.

4. b. Potencialidad y posibilidades en inversiones

i. Introducción

En la región de la Patagonia, la provincia de Santa Cruz se ubica en el extremo sur del continente. Sobresale por sus recursos naturales de gran belleza y potencial productivo, que son la base de su matriz económica con énfasis en las industrias extractivas de hidrocarburos y minería, en su complejo pesquero y en la ganadería ovina. Es la segunda productora de petróleo y gas natural del país, aporta la mitad del volumen de oro y plata extraído y es la tercera provincia pesquera. También es el escenario de una importante actividad turística, gracias a su biodiversidad única con 7 Parques Nacionales y más de 25 Reservas Provinciales, paisajes infinitos, glaciares diversos, pingüíneras y una gastronomía autóctona con sabores exclusivos. Se destaca el Parque Nacional Los Glaciares, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, una de las reservas de agua potable más importantes del mundo. Allí se encuentra el glaciar Perito Moreno, considerado como la octava maravilla del mundo.

Sin embargo, la importancia de la actividad minera e hidrocarburífera es un sector central para la radicación de capitales extranjeros. La especialización de la Provincia de Santa Cruz en este segmento se puede dilucidar mirando algunos indicadores. Mirando la distribución de empresas, en el 2017, Santa Cruz agrupaba solamente el 0,7% de las empresas del país (fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación). En cambio, mirando solamente el segmento de las empresas mineras y petroleras se encuentra que este



porcentaje alcanza al 3,8% en Santa Cruz. Es por eso que a continuación se realiza un repaso de la importancia de estas actividades en la Provincia y el rol que el capital extranjero tiene en la actualidad mencionado algunas de sus participaciones más relevantes.

ii. La inversión extranjera en Santa Cruz

Variable: Minería

La minería provincial es básicamente metalífera, especializada en oro y plata. Santa Cruz aporta alrededor de la mitad de los volúmenes obtenidos en el país de estos metales. La actividad es netamente exportadora. La extracción metalífera provincial se movió al ritmo de Cerro Vanguardia hasta 2008, cuando se sumaron los proyectos de San José y Manantial Espejo. El ingreso en operación en 2014/15 de Cerro Negro elevó la producción a un nuevo nivel.

A fines de los 90 Santa Cruz se insertó en el proceso de internacionalización del sector minero, impulsado por empresas transnacionales. En los últimos años se han sumado capitales nacionales, en proyectos relativamente pequeños, con menor demanda de inversión.

Las principales empresas que operan en la región son en su gran mayoría de capital extranjero: las canadienses Goldcorp (Cerro Negro) y Yamana Gold (Cerro Moro) y la sudafricana AngloGold Ashanti, en asociación con la empresa provincial FOMICRUZ SE (7,5% de las acciones) opera Cerro Vanguardia. Entre las firmas de capital nacional se cuentan Patagonia Gold (Grupo Miguens-Bemberg) en Lomada de Leiva y Cap Oeste (FOMICRUZ 10%) y CIMINAS (en Don Nicolás).

Variable: Hidrocarburos

La provincia es la segunda productora de petróleo y gas natural del país, obtenidos de dos importantes cuencas sedimentarias que registran actividades de exploración y producción desde hace más de sesenta años: al norte la del Golfo San Jorge (compartida con la provincia de Chubut) y la Austral al sur (compartida con Tierra del Fuego).



En el territorio se localizan más del 20% de las reservas nacionales comprobadas de petróleo y el 6 % de la de gas. La mayor parte de la producción de petróleo proviene del Golfo San Jorge mientras que la producción gasífera es aportada en su mayoría por la Cuenca Austral.

El gas extraído es transportado por un gasoducto troncal hacia los grandes centros de consumo de la región central del país. Existen también gasoductos de exportación. Uno de ellos se origina en la Planta de Tratamiento "El Cóndor" (Y.P.F.) en la Provincia de Santa Cruz, con destino a Posesión (Chile); el segundo es el Gasoducto Methanex-Patagonia, también a Chile. El petróleo es transportado por vía marítima para su refinamiento en la región Centro y una porción es exportada en crudo.

La participación del capital extranjero se observa tanto en la producción de petróleo como en la de gas. Sin embargo, en ambos casos existe una importante participación estatal a través de YPF.

En petróleo, YPF concentra el 59% de la producción, le siguen Sinopec (24%), empresa comprada por CGC durante el 2021, y PAE (10%). El resto se distribuye entre siete operadores de menor importancia.

En gas natural, Compañía General de Combustibles (CGC) es el principal operador, su producción en el acumulado a septiembre de 2017 representó el 27% de la extracción de gas de la provincia, seguido de YPF (25%), Sinopec-CGC (21%) y Enap Sipetrol (13%), entre los de mayor relevancia.

Variable: presencia de empresas como YPF

Impulsar inversiones a través de YPF, ya que es productor, tanto de gas natural y gasoil, como de fertilizantes a través de YPF Agro. Además, dado que el déficit energético estructural de Argentina nos lleva a importar gas en momentos de alto consumo (invierno), existe la posibilidad de coordinar con una mesa de negociación con las 5 grandes productoras de gas para diseñar incentivos que movilizan la producción de gas en la provincia.

Variable: Presencia de reintegros a las exportaciones, principalmente, a las industriales.

Variable: esquema de reintegros anticíclico para las economías regionales cuyas exportaciones cuentan con elevada estacionalidad.

Variable: presencia de un esquema de derechos de exportación.



Variable: Incentivos a la exportación de valor agregado con un esquema de retenciones diferenciales.

Variable: Existencia de alícuotas escalonadas donde ésta crezca en función de la cantidad exportada y diferenciales sobre los distintos bloques de la cadena de valor para fomentar la exportación de manufacturas derivadas de recursos naturales.

Variable: Presencia de esquemas de Exportación diferencial, orientada a servicios.

Variable: Presencia de acuerdos regionales que permitan des-dolarizar el intercambio comercial

Represas hidroeléctrica Néstor Kirchner y José Cepernic

La construcción de la central hidroeléctrica fue ejecutada bajo el paradigma de fortalecer un vínculo estratégico entre Argentina y China, siendo ambos países de estructuras económicas altamente complementarias. Mientras que Argentina posee materias primas, el gigante asiático posee financiamiento, infraestructura y bienes de capital.

La firma del convenio para construir las represas hidroeléctricas Néstor Kirchner y José Cepernic se hizo el 12 de abril de 2012. Se estima que este complejo hidroeléctrico tendría una potencia entre ambas presas de 1740 megavatios y se lleva adelante con financiamiento de la República Popular China por 4.770 millones de dólares. Su construcción está a cargo de una unión transitoria de empresas (UTE) de la que forman parte la china Gezhouba, las nacionales Electroingeniería e Hidrocuyo.

La represa José Cepernic se ubica a 250 kilómetros del Río Santa Cruz. Este es el cuarto río más caudaloso en Argentina a razón de 790 metros cúbicos por segundo. Cuando se culmine la construcción de las Represas, su producción energética representará el 4,7% de la demanda del sistema energético nacional. Teniendo como consecuencia inmediata reducción relativa de la dependencia de los hidrocarburos en la matriz energética.

Las primeras maquinarias llegaron al país en julio de 2015, generando la urbanización de las zonas aledañas. La obra de las represas emplea directamente a 2.205 personas -167 trabajadores de nacionalidad china y 2.038



de nacionalidad argentina. Esta construcción era la tercera hidroeléctrica en importancia, después de las de Yacretá y Salto Grande y se estimaba que generarían más de 5000 puestos de trabajo cuando alcanzara su máximo potencial.

Variables relacionadas al desarrollo de las inversiones:

Desarrollo del entramado energético y precios económicos de los alimentos: Aquellas que aseguran el abastecimiento de energía abundante y a precio competitivo es central para fomentar el desarrollo de inversiones. Por lo tanto, el sostenimiento de una política de subsidios a la energía, que sea sostenible en el tiempo y focalizada, y de promoción del desarrollo de la infraestructura energética, puede asegurar en el corto plazo la recuperación industrial vía inversión extranjera directa. Alimentos y energía barata es condición necesaria para el desarrollo armónico de las inversiones productivas en nuestro país.

Desarrollo de la competitividad sistémica:

Para competir en un mundo complejo en donde los Estados Centrales ya no sólo disputan territorio y recursos naturales sino también a la misma fuerza de trabajo, es necesario un proyecto de desarrollo industrial exitoso, que pueda abrir mercados y demande mano de obra local y calificada. Para ello el desarrollo de la competitividad sistémica es fundamental tanto para mejorar la trayectoria de las exportaciones de manufacturas en el largo plazo como para promover el mercado interno sin chocar contra el estrangulamiento externo. Las variables que intervienen en estas decisiones son numerosas:

Financiamiento.

Desarrollo del sistema logístico tanto terrestre como marítimo y aéreo.

Sostenibilidad del sistema energético que permita asegurar energía barata y abundante.

Fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Mejoramiento del sistema tributario.

Apertura de mercados externos con países de similar desarrollo industrial.

Desarrollo de la competitividad sectorial.



No es lo mismo el desarrollo del complejo automotriz que la industria alimenticia. Presentan diferentes grados de competitividad sectorial que se reflejan en distintos grados de inserción en los mercados internacionales. Con lo cual, no debe establecerse una contradicción entre el desarrollo de la industria y el de los recursos naturales (campo, hidrocarburos, minería, pesca, etc). Por el contrario, se necesita industrializar la ruralidad y evitar que la materia prima salga en bruto de la economía argentina. A su vez, el desarrollo agrícola demanda bienes industriales como maquinaria y otros insumos que puede aportar la industria. Por lo tanto, la política debe ser sectorizada atendiendo a las asimetrías en la inserción y competitividad internacional. Debe establecerse un plan productivo que atienda a todas estas cuestiones. De la misma forma, es requisito principal tener en cuenta la trayectoria que tendrá la inserción argentina en los próximos años, en especial, en lo que refiere a acuerdos comerciales. Las políticas hacia la región (Mercosur) y hacia el resto del mundo (acuerdo con la UE y otras negociaciones) determinarán las potencialidades de la industria en el largo plazo y la inserción sectorial en las cadenas globales de valor.

Variables relacionados a los problemas tradicionales de la región:

- Dificultades para exportar
- Dificultad para pagar impuestos
- Dificultad para el pago de sueldos
- Dificultades para comprar insumos
- Dificultad para el pago de servicios públicos

Relevamiento de indicadores

El estudio de las oportunidades de inversión en la Provincia de Santa Cruz, requiere de un análisis sistemático y pormenorizado de distintos datos y variables que explican el devenir y la situación actual de la economía en la provincia. El desarrollo económico de este territorio requiere de la identificación de los sectores con mayor potencial de crecimiento e inserción internacional, y



para eso es necesaria la centralización de las principales variables que permitan clarificar esta realidad compleja.

Por otra parte, en la medida que se vayan ejecutando inversiones será necesario un seguimiento de estas variables, para poder generar información cabal que permita cuantificar el impacto de estas en la realidad económica de la provincia.

La búsqueda de una complementariedad entre las potencialidades productivas de Santa Cruz y los intereses de un importante socio comercial como es la República Popular China, dan un marco de referencia para la selección los indicadores a construir y monitorear.

En este sentido, resulta crucial analizar la inserción al comercio internacional de esta Provincia, su importancia como parte de la República Argentina y su relación con la República Popular China y los restantes países de Asia Pacífico. En este sentido, el comercio los países miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) es una agrupación de naciones que resulta interesante y necesario sumar al relevamiento.

Es evidente que existe relación directa entre la actividad económica de la Provincia, la búsqueda de oportunidades de inversión y la inserción en el comercio internacional de la Provincia de Santa Cruz, por lo que también es relevante considerar indicadores que describan la actividad económica interna en la provincia. En este plano es necesario monitorear en la provincia el nivel de ventas, empleo, salarios, inflación, entre otros.

Un sector que no se puede dejar al margen por su relevancia en Santa Cruz es el turismo, gran dinamizador de la actividad económica y generador de empleo y divisas. Allí será necesario tener en cuenta la capacidad hotelera, el nivel de ocupación, la cantidad de vuelos operados en los aeropuertos de la Provincia, la cantidad de turistas recibidos (locales y extranjeros), la cantidad de accesos a los Parques Nacionales, etc. Las posibilidades y desafíos para que este sector pueda atraer un mayor número de turistas chinos serán tratadas en detalle en el apartado siguiente.

Sin dudas que la cantidad de variables que sería deseable relevar puede ser muy amplia. Sin embargo, una limitante fundamental es la existencia de datos públicos y confiables que reflejen los fenómenos que se desean analizar. Estos



deben provenir de bases de datos oficiales, reconocidas y actualizadas periódicamente. Es por eso que previo a seleccionar los indicadores necesarios para el monitoreo que se propone, se realizó un relevamiento exhaustivo de las fuentes y fiabilidad de los datos a utilizar.

Como resultado se han seleccionado un total de 145 (ciento cuarenta y cinco) indicadores, número que se podría extender de acuerdo hacia a donde se quiera profundizar o centralizar el análisis.

Los indicadores son:

A) COMERCIALES

2. Exportaciones totales de la Provincia de Santa Cruz.
3. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Productos Primarios (PP)
4. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA)
5. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Industrial (MOI)
6. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Combustibles y Energía (CyE)
7. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz con destino a ASEAN.
8. Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz con destino a la República Popular China.
9. Exportaciones per cápita de Santa Cruz.
10. Exportaciones totales de la República Argentina.
11. Exportaciones totales de la República Argentina con destino a ASEAN.
12. Exportaciones totales de la República Argentina con destino a la República Popular China.
13. Exportaciones per cápita de Argentina.
14. Participación de exportaciones de Santa Cruz en el total exportado por la Argentina.
15. Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a ASEAN en el total exportado por la Argentina con destino a ASEAN.
16. Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a la RPCh en el total exportado por la Argentina con destino a la RPCh.



17. Exportaciones de Argentina de carne ovina (en USD).
18. Exportaciones de Argentina de carne ovina (en Tn).
19. Participación de las exportaciones argentinas de carne ovina en el total exportado.
20. Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a ASEAN (Tn).
21. Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a la República Popular China (Tn).
22. Importaciones de la ASEAN de carne ovina (USD).
23. Importaciones de la ASEAN de carne ovina (Tn).
24. Importaciones de la República Popular China de carne ovina (USD).
25. Importaciones de la República Popular China de carne ovina (Tn).
26. Exportaciones de Argentina de lana sucia (USD).
27. Exportaciones de Argentina de lana sucia (Tn).
28. Participación de las exportaciones argentinas de lana sucia en el total exportado.
29. Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a ASEAN (Tn).
30. Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a la República Popular China (Tn).
31. Importaciones de la ASEAN de lana sucia (USD).
32. Importaciones de la ASEAN de lana sucia (Tn).
33. Importaciones de la República Popular China de lana sucia (USD).
34. Importaciones de la República Popular China de lana sucia (Tn).
35. Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (USD).
36. Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (Tn).
37. Participación de las exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados en el total exportado.
38. Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a ASEAN (Tn).
39. Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a la República Popular China (Tn).



40. Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (USD).
41. Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (Tn).
42. Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (USD).
43. Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (Tn).
44. Exportaciones de Argentina de oro (USD).
45. Exportaciones de Argentina de oro (Tn).
46. Participación de las exportaciones argentinas del oro en el total exportado.
47. Exportaciones argentinas de oro con destino a ASEAN (Tn).
48. Exportaciones argentinas de oro con destino a la República Popular China (Tn).
49. Importaciones de la ASEAN de oro (USD).
50. Importaciones de la ASEAN de oro (Tn).
51. Importaciones de la República Popular China de oro (USD).
52. Importaciones de la República Popular China de oro (Tn).
53. Exportaciones de Argentina de plata (USD).
54. Exportaciones de Argentina de plata (Tn).
55. Participación de las exportaciones argentinas de plata en el total exportado.
56. Exportaciones argentinas de plata con destino a ASEAN (Tn).
57. Exportaciones argentinas de plata con destino a la República Popular China (Tn).
58. Importaciones de la ASEAN de plata (USD).
59. Importaciones de la ASEAN de plata (Tn).
60. Importaciones de la República Popular China de plata (USD).
61. Importaciones de la República Popular China de plata (Tn).
62. Exportaciones de Argentina de cereza (USD).
63. Exportaciones de Argentina de cereza (Tn).



64. Participación de las exportaciones argentinas de cereza en el total exportado.
65. Exportaciones argentinas de cereza con destino a ASEAN (Tn).
66. Exportaciones argentinas de cereza con destino a la República Popular China (Tn).
67. Importaciones de la ASEAN de cereza (USD).
68. Importaciones de la ASEAN de cereza (Tn).
69. Importaciones de la República Popular China de cereza (USD).
70. Importaciones de la República Popular China de cereza (Tn).

B) ECONÓMICOS Y DEMOGRÁFICOS

71. Desempleo en Santa Cruz.
72. Población de Santa Cruz.
73. Población de la Argentina.
74. Salario privado en Santa Cruz.
75. Empleo registrado privado en Santa Cruz.
76. Tasa de Actividad en Santa Cruz.
77. Tasa de Empleo en Santa Cruz.
78. Tasa de Desocupación en Santa Cruz.
79. Tasa de Ocupados demandantes de empleo en Santa Cruz.
80. Tasa de Subocupación en Santa Cruz.
81. Tasa de Subocupación demandante en Santa Cruz.
82. Tasa de Subocupación no demandante en Santa Cruz.
83. Ventas en Santa Cruz.
84. Inflación interanual en la Patagonia.
85. Inflación mensual en la Patagonia.
86. IPC mensual en la Patagonia.

C) TURISMO

87. Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales).
88. Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje).
89. Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internacional).
90. Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje).



91. Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internacional).
92. Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales).
93. Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje).
94. Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internacional).
95. Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales).
96. Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales).
97. Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje).
98. Vuelos comerciales en Santa Cruz (internacionales).
99. Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales).
100. Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje).
101. Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internacionales).
102. Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales).
103. Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje).
104. Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internacionales).
105. Establecimientos hoteleros en El Calafate.
106. Habitaciones o unidades disponibles en El Calafate.
107. Habitaciones o unidades ocupadas en El Calafate.
108. Plazas disponibles en El Calafate.
109. Plazas ocupadas en El Calafate.
110. Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades en El Calafate.
111. Porcentaje de ocupación de plazas en El Calafate.
112. Viajeros hospedados residentes en El Calafate.
113. Duración de estadía promedio de los hospedados residentes en El Calafate.
114. Viajeros hospedados no residentes en El Calafate.
115. Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes en El Calafate.
116. Establecimientos hoteleros en Río Gallegos.
117. Habitaciones o unidades disponibles en Río Gallegos.
118. Habitaciones o unidades ocupadas en Río Gallegos.
119. Plazas disponibles en Río Gallegos.
120. Plazas ocupadas en Río Gallegos.



121. Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades en Río Gallegos.
122. Porcentaje de ocupación de plazas en Río Gallegos.
123. Viajeros hospedados residentes en Río Gallegos.
124. Duración de estadía promedio de los hospedados residentes en Río Gallegos.
125. Viajeros hospedados no residentes en Río Gallegos.
126. Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes en Río Gallegos.
127. Establecimientos hoteleros en Santa Cruz.
128. Habitaciones o unidades disponibles en Santa Cruz.
129. Habitaciones o unidades ocupadas en Santa Cruz.
130. Plazas disponibles en Santa Cruz.
131. Plazas ocupadas en Santa Cruz.
132. Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades en Santa Cruz.
133. Porcentaje de ocupación de plazas en Santa Cruz.
134. Viajeros hospedados residentes en Santa Cruz.
135. Duración de estadía promedio de los hospedados residentes en Santa Cruz.
136. Viajeros hospedados no residentes en Santa Cruz.
137. Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes en Santa Cruz.
138. Ingreso de dólares por turismo.
139. Egreso de dólares por turismo.
140. Participación de ingresos de dólares por turismo en el total de exportaciones del país.
141. Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes).
142. Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes).
143. Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total).
144. Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes).
145. Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes).
146. Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total).



Las fuentes de los datos provienen de instituciones oficiales del ámbito nacional e internacional. Las mismas proveen datos oficiales, actuales y fiables, con la posibilidad de consultar series históricas de los mismo. Se detallan a continuación:

1. Comtrade Database.
2. Encuesta Permanente de Hogares (EPH) – INDEC.
3. Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
4. Encuesta Nacional de Centros de Compras – INDEC.
5. Índice de Precios al Consumidor (IPC) – INDEC.
6. Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC).
7. Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) – INDEC.
8. Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y Administración de Parques Nacionales.
9. Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.
10. Administración de Parques Nacionales.
11. Estadísticas de Turismo Internacional (ETI) – INDEC.
12. Banco Central de la República Argentina (BCRA).

A modo de síntesis, se nuclearon en una matriz los indicadores a relevar, donde está contenida su denominación, clasificación, principales características y fuente de los datos. En el Anexo-Complementariedad Comercio e Inversiones Santa Cruz-RPCh se adjuntan las tablas con los datos relevados. Los mismos corresponden al período que comprende desde enero de 2011 hasta la actualidad.

iii. Asistencia a FOMICRUZ en su estrategia de promoción para la exploración del Macizo del Deseado.

Para este punto se realizó una intervención en tres etapas. Primero, y a partir de una reunión 15 de julio de 2021 y llamadas telefónicas, se conocieron los planes de trabajo de FOMICRUZ, la empresa minera provincial, y su



agenda orientada a la búsqueda de fondos internacionales para conocer mejor el potencial geológico de Santa Cruz. Este proceso fue coordinado con la ministra de Producción y Minería, Silvina Córdoba, a quien apoyamos en su participación en China Mining 2021 y en la planificación del PDAC en Canadá 2022.

En la segunda parte, se efectuaron recomendaciones sobre la imagen de la provincia en minería a nivel internacional y se asistió en la confección del slogan “Santa Cruz Mining / Minería” y en la digitalización del material de catastro minero, para que sea de utilidad de geólogos y gerentes de análisis de inversiones.

Finalmente, en la tercera etapa, se contribuyó a replantear la táctica a emplear delegaciones mineras provinciales al extranjero y en la construcción de stands en ferias internacionales. Para tal fin, el 19 de noviembre se mantuvo una reunión por Zoom y el 23 de noviembre otra presencial en oficinas de FOMICRUZ, con el director Esteban Tejada y el equipo de geología. En la misma, se sugirió dividir el stand en las ferias en dos partes: una de recepción con información general y geólogos respondiendo consultas, otra más reservada, con un pequeño salón de reuniones para escalar en la promoción-negociación de los proyectos con las autoridades.

Este esquema responde al procedimiento normal de contactos de las multinacionales mineras. También, se aconsejó generar un contrato de confidencialidad para acceder a un “data room” con información de FOMICRUZ, a ser firmado por los interesados en las reuniones. De esta forma, se contará con un filtro en el interés de los diferentes actores de la cadena minera, así como un indicador empírico del rendimiento del stand.

Por el tema de protección ambiental en la minería, el 23 de noviembre se mantuvo una reunión con Secretario de Ambiente, Ing. Mariano Bertinat, en sus oficinas de Santa Cruz para conocer los procedimientos ambientales que realiza su secretaría. Es de destacar los trabajos académicos que realiza sobre las migraciones de las aves que atraviesan las zonas productivas, para conocer mejor las formas de su protección. También se informó que la Secretaría no cuenta con intervención en el sector minero, dado que esa autoridad es compartida por la Secretaría de Minería y el Consejo Ganadero.



4. c. Potencialidad y posibilidades de cooperación en materia de cultura y educación

i. Detección de necesidades en Santa Cruz

Considerando el nivel actual de inversiones de empresas de capitales chinos en la Provincia de Santa Cruz, se buscó detectar las necesidades y el interés entre distintos organismos del estado por promover la creación de programas de capacitación técnica, intercambio académico y educación intercultural. El antecedente inmediato más exitoso es la firma del memorando de entendimiento entre el Consejo Provincial de Educación y la Universidad de la Conservación de los Recursos Hídricos y de la Energía Hidráulica del Norte de China.

En las reuniones mantenidas con el secretario de Estado en Cultura de Santa Cruz, Oscar Canto, y con las autoridades de la Universidad Tecnológica Nacional-Facultad Regional Santa Cruz, su Decano Sebastián Puig y su secretario académico, Diego Navarro, se identificaron líneas de trabajo a fin de establecer plataformas que permitan difundir el conocimiento del idioma y la cultura de China, así como de otros países del Asia Pacífico en Santa Cruz.

En cuanto al área de cultura, se propuso un concurso para promocionar la producción literaria de autores santacruceños en China mediante la selección y traducción de obras escogidas. Por otra parte, se ofreció la posibilidad de exhibir temporariamente la muestra “Minerales del Más allá. Tradiciones funerarias de la antigua China” en el Museo de Arqueología Carlos Gradin.⁸

En cuanto a la cooperación en materia educativa, se plantearon diferentes líneas de acción tendientes a integrar los esfuerzos por lograr una vinculación más amplia con la República Popular China. La propuesta es gestionar acciones conjuntas con entidades culturales que ayuden a difundir el conocimiento de la historia, las diversas manifestaciones culturales, el sistema político y otros elementos que hacen a la mejor comprensión de China mediante la enseñanza del idioma, la realización de programas especiales de

⁸ <https://mnao.cultura.gob.ar/exhibicion/minerales-del-mas-alla-tradiciones-funerarias-de-la-antigua-china/>



radio y televisión, así como cursos de gastronomías, entre otros. Se espera que una mejor comprensión de la cultura y el idioma chino permita que distintos sectores productivos incrementen su potencial, como se observa en el estudio de caso sobre el complejo turístico que se presenta a continuación.

ii. Sectores de interés para China

Desde hace más de una década, la República Popular China comenzó a fortalecer su política de cooperación e intercambio cultural con nuestro país. La difusión del idioma y las culturas de China son parte integral de su política exterior, y su estrategia se caracteriza por concentrarse en la promoción de los estudios de China a partir de convenios entre universidades, de manera de tener acceso a un grupo poblacional determinado por su acceso a la educación universitaria. A partir de nuestro análisis, entendemos que la cooperación en materia de cultura para China se enfoca principalmente en los sectores universitarios, especialmente aquellos que se vinculan con áreas estratégicas en las industrias que le interesan al país asiático. Por otra parte, la celebración del Año Nuevo Lunar, la difusión de la gastronomía tradicional, o bien de actividades como las artes marciales chinas o los festivales de botes dragón son parte de la política de difusión de China en nuestro país. Es importante señalar que también se busca promover una imagen positiva de China entre la población general a través de los medios de comunicación, con especial énfasis en medios públicos como radio y televisión, y también publicaciones periódicas en papel o en las redes. Por último, las producciones audiovisuales, y la difusión del cine de China son de gran interés para difundir una imagen positiva de China en nuestro país.

Potencial del Turismo de China en Santa Cruz y la necesidad de expandir las capacidades lingüístico-culturales.

El turismo en la economía global

En el actual contexto de pandemia, el sector del turismo se encuentra fuertemente golpeado a nivel mundial. Sin embargo, antes de esta coyuntura atípico, estaba claro que ocupaba un lugar muy relevante en la economía



global, representando más del 10% del PIB del mundo, el 7% de las exportaciones y el 9% de la población ocupada (UNWTO).

La contribución de las actividades turísticas al crecimiento de economías de distintas regiones es indudable, siempre guiado por políticas públicas que ordenaron su desarrollo, considerando la sostenibilidad medioambiental, regulando su impacto socioeconómico, buscando una correcta distribución de la riqueza económica que genera el sector, entre muchos otros aspectos.

En términos de creación de empleo, el sector turístico generaba de manera directa o indirecta uno de cada once empleos a nivel mundial. Son puestos de trabajo en ámbitos muy distintos: transporte aéreo de pasajeros, sector hotelero, restauración, infraestructuras culturales o deportivas, etc. Además, presenta niveles salariales muy variados, y oportunidades para trabajadores de distintos niveles de capacitación.

Hasta la irrupción del virus SARS-CoV-2, el sector turístico era uno de los más dinámicos, cambiantes y con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial. La pandemia ha hecho estragos en el sector, pero una vez superada es de esperarse que recupere su posición pujante.

Turismo asiático en Santa Cruz

La República Argentina, y en particular la Provincia de Santa Cruz, tienen enorme potencial para generar ingreso de divisas a partir del turismo. Además, el fomento del sector pondría en funcionamiento otro motor del crecimiento económico, la generación de riqueza y la creación de empleo. Este sector demuestra un importante potencial de retornos para las inversiones que busquen atraer viajeros de Asia Pacífico, un público poco explotado por el momento.

Para el turismo asiático en general, y chino en particular, Santa Cruz y el resto de Argentina son un destino exótico y poco visitado. Considerando que la región de Asia y el Pacífico constituye en la actualidad el mercado turístico emisor más importante y con mayor potencial de crecimiento del mundo, es importante que la oferta turística de la Provincia se adapte a las particularidades de los turistas de esta región.



La masa de turistas provenientes de este origen, además de ser muy relevante en cantidad, tiene otras particularidades no menos importantes, como su alto poder adquisitivo; la desestacionalización derivada de los diferentes meses del año en que suelen viajar; el hecho de ocasionar escasas incidencias y problemas; su interés por el arte, la gastronomía, los eventos culturales de primer nivel; y la preferencia por las compras de productos de lujo.

Relevancia mundial del turismo asiático

La Organización Mundial del Turismo prevé que para el año 2030 el número de turistas internacionales superará los 1.800 millones, esto es 300 millones más que en el año 2019. La explicación de este incremento se encuentra principalmente en la incorporación de viajeros de países emergentes de Asia. Actualmente, el 24% del turismo emisor mundial tiene su origen en los países situados en la región de Asia y el Pacífico.

La región asiática engloba a más de 4.700 millones de personas, lo que representa aproximadamente el 60% de la población mundial. China sola cuenta con una población cercana a los 1.400 millones de habitantes. Pero el crecimiento demográfico por sí solo no explica que Asia se haya convertido en el principal motor del crecimiento mundial. Además de crecer en número de habitantes, la región ha experimentado uno de los más rápidos y elevados aumentos del número de ciudadanos de clase media en la historia de la humanidad. Este fenómeno explica el más que significativo incremento de la participación de la región como emisora de turistas internacionales.

La región de Asia y el Pacífico y, en particular, la zona de Asia Oriental constituye en la actualidad el mercado turístico emisor más importante y con mayor potencial de crecimiento del mundo. En el año 2015 viajaron al extranjero 120 millones de turistas chinos, 16 millones de turistas japoneses y 19 millones de turistas surcoreanos. Una parte importante del incremento del turismo asiático viene determinado por el fenómeno del turismo chino *outbound*, seguido de los turistas procedentes de otras economías ricas de la región como Japón o Corea. Aunque no hay que dejar de destacar que las economías con rentas per cápita más modestas pero que muestran ritmos de



crecimiento muy elevados, como la India o los países del Sudeste Asiático, se van sumando año tras año con fuerza.

El caso de China es sin dudas el que más se destaca por su dinámica de los últimos años, transformándose en una auténtica superpotencia en lo que se refiere a emisión de turistas internacionales, tanto intra-regionales como inter-regionales. El crecimiento del mercado turístico ha sido exponencial y representa sin duda el gran fenómeno del turismo global de este siglo.

Perspectivas del turismo asiático

La dinámica del crecimiento de las economías emergentes de Asia fue el motor del crecimiento económico en lo que va del siglo, y es de esperarse que continúe siéndolo. Esto impacta en el crecimiento del turismo emisor desde esta región. En el medio plazo se estima que el turismo internacional procedente de Asia crecerá a un ritmo interanual medio cercano al 5%, mientras que el turismo emisor mundial crecerá a un ritmo medio anual del 3,3% hasta 2030. Se prevé que la región de Asia y el Pacífico generará una media anual de 17 millones de viajeros adicionales en los próximos 10 años, en caso de normalizarse la situación por la pandemia. Estos ritmos de crecimiento supondrán que el turismo asiático pasará a representar para ese año un 30% del turismo mundial. Serán un total de 500 millones de turistas asiáticos por año, de los que se espera que aproximadamente 100 millones viajará fuera de la región (UNWTO).

En esta dinámica, China sigue teniendo un protagonismo muy marcado, aunque hay participación de turistas de otros países, sobre todo coreanos, indios y japoneses.

Caracterización socioeconómica del turista chino

Alrededor del 80% de los turistas chinos viajan dentro de su continente. Sin embargo, el 20% restante es un volumen para nada despreciable, y con niveles de gasto elevado. Como muestra del turista chino que viaja fuera de Asia, pueden tomarse los que visitan Europa, continente que aporta estadísticas de muy buena calidad sobre turismo. A partir de estos datos, se puede hacer una caracterización general de los turistas chinos.



Rango etario. En Europa, 4 de cada 10 turistas procedentes de China son jóvenes de entre 20 y 35 años, mientras que 3 de cada 10 tienen entre 35 y 55 años. El resto es turismo chino de la tercera edad.

En los últimos años, el peso del turismo chino de la tercera edad fuera de Asia no ha tenido el mismo crecimiento que el intra-asiático. Se diferencia de los anteriores segmentos poblacionales por una formación menor y un estatus socioeconómico más bajo.

Nivel de ingresos y gasto. El turista asiático fuera de su continente tiene un poder adquisitivo medio-alto, con un gasto medio del total del viaje que duplica el gasto medio del turismo internacional, y un gasto diario que incluso triplica el gasto medio por día del turista internacional. El nivel de gasto diario promedio es de entre 1017 y 1190 dólares por día, aunque está muy polarizado. Alrededor del 15% gastan más de 1670 dólares por día, mientras que también hay un 30% gastan menos de 340 dólares por día.

Los turistas chinos se encuentran siempre entre las primeras posiciones en los rankings de turismo de compras, con un elevado consumo de bienes de lujo.

Género. En cuanto al género, hay una cierta igualdad, aunque los hombres sobrepasan por poco a las mujeres y representan un 53% del total.

Comportamiento. Tiene un carácter calmado y respetuoso que lleva a que en pocas ocasiones exprese explícitamente sus quejas, aunque sí lo hace una vez ha regresado a su país de origen. Se trata, por otra parte, de un cliente habituado a una elevada calidad de los servicios.

Motivación del viaje. El principal propósito de viaje de los ciudadanos chinos al exterior es en la mitad de los casos poder visitar los lugares de interés. En una tercera parte de los casos, el principal motivo es poder disfrutar del ocio, las compras o del entretenimiento en otros países. Mientras, de forma más reducida, se encuentran las visitas a familiares y amigos y el turismo de negocios.

Fechas. En lo referente al momento del año elegido para viajar, hay tres períodos en los que frecuentemente los chinos visitan países extranjeros. El primer periodo sería el Año Nuevo chino, que dependiendo el año tiene lugar entre los meses de enero y febrero. El segundo periodo sería la “Golden Week”



de la primera semana de mayo. Finalmente, también son frecuentes los viajes durante la primera semana del mes de octubre.

Formas de viaje y contratación. Las principales formas de viajar son el viaje en grupo y viaje a medida. El canal de la reserva de viaje suele ser directo, a través de la agencia de viajes (ya sea tradicional o vía Internet) y, últimamente, mediante el teléfono móvil en aplicaciones o plataformas chinas. En este último caso, el visitante chino gestiona sus viajes por medio de plataformas online o aplicaciones exclusivamente chinas.

Idioma. Como idioma alternativo al chino, únicamente se puede considerar el inglés, aunque no existe un dominio generalizado de ese idioma.

Oportunidades para Santa Cruz y líneas de trabajo

Sin dudas el aporte que puede hacer el turismo asiático a la Provincia de Santa Cruz puede ser muy importante en términos económicos. Sin embargo, el sector turístico de la provincia debe adaptarse para transformarse en un destino atractivo para los turistas de ese continente. Las diferencias culturales entre nuestro país y los países asiáticos son muy importantes, y es necesario considerarlas a la hora de formular una oferta turística acorde.

Por otra parte, más allá de que el volumen de potenciales turistas es muy elevado, no debe perderse de vista el elevado nivel de gastos que acostumbran a hacer en sus viajes. Más aún, si se considera que el tipo de cambio suele ser favorable para ellos, en comparación con otros destinos. Esto permite centrarse en oferta turística de rango premium, con hospedajes de 5 estrellas, gastronomía de primera clase y las mejores experiencias.

En este sentido, el turismo de la Provincia debe tener múltiples consideraciones:

- TICs e internetización: el viajero asiático tiene muy integrado el uso de la tecnología y las redes, informándose y gestionando casi todo a través de internet. Además, una de las principales formas de promoción son las redes sociales y las mismas experiencias que comparten los viajeros. En este sentido, es necesario considerar las redes sociales utilizadas en Asia, diferentes a las que hay en Argentina, como Renren, QQ, Weibo, Mixi, Line,



Gree, Mobage, entre otras. Por eso, el wifi gratis es casi una obligación y una estrategia de autopromoción.

- Interiorización en su cultura: es muy importante comprender los aspectos más relevantes de las culturas de los países de donde provienen los turistas. Para lograr un tratamiento amable de los visitantes, debe conocerse que comportamientos consideran correctos y cuales ofensivos, así como el significado de determinados gestos, símbolos, colores, etc. Para esto, se puede organizar jornadas de intercambio cultural, donde los trabajadores del turismo y habitantes de la Provincia puedan interiorizarse en la cultura de estos países.
- Adaptación de los destinos: es fundamental mejorar la señalización de los puntos turísticos, disponer de documentos informativos y tener guías de viajes en lenguas asiáticas, así como contratar personal con conocimientos en idiomas asiáticos. Hay que tener siempre muy presente que el nivel de los servicios en Asia se caracteriza por la búsqueda de la excelencia en lo ofertado.
- Títulos de Patrimonio de la Humanidad o Mundial de UNESCO: una guía tenida en cuenta por muchos turistas en el mundo a la hora de seleccionar los lugares a visitar, son los títulos que otorga la UNESCO a monumentos, lugares y paisajes. Santa Cruz posee varios de ellos, y sería una política importante reconocer que más de ellos sean reconocidos, para así hacer más atractiva la provincia a los turistas del mundo.
- Oferta gastronómica: se deben adaptar los desayunos y considerar sus especificidades dietéticas: vegetarianos, halal, cocinas nacionales, etc. Claro está que también se deben ofrecer cartas con variedad de idiomas.
- Experiencias culturalmente distintas: dadas las diferencias culturales, unos de los principales atractivos que puede ofrecer nuestro país son las actividades “exóticas” para el viajero asiático. En muchos casos, una experiencia que pueda parecer aburrida para un turista local, puede resultar de gran interés para alguien que proviene de otra cultura. También, por el contrario, puede haber experiencias que al extranjero le parezcan aburridas, pero no al local.
- Seguridad: debe ser muy tenida en cuenta ya que es muy apreciada por los turistas asiáticos. Debe actuarse para minimizar hechos delictivos y estafas



a las que en muchos casos son sometidos los turistas, y en caso de suceder, se debe actuar con celeridad y eficiencia.

- Conexiones aéreas: es importante generar las condiciones para lograr una oferta nutrida y variada de servicios aéreos que conecten a la Provincia con distintas partes del mundo y del país. La apertura de nuevas rutas suele ser una inversión importante para las compañías aéreas, por eso la política de turismo debe favorecer a eliminar los obstáculos que hagan aún más dificultoso llevarlas a cabo.
- Visados: en el turismo internacional los visados son un tema normativo clave. Se debería trabajar en conjunto con las autoridades nacionales y de los países asiáticos para lograr hacer mas sencillo el ingreso a la Argentina de sus turistas.
- Idioma: es necesario que todo el personal dedicado al turismo conozca aspectos básicos del idioma del viajero que se recibe.
- Experiencias premium: se debe ofrecer experiencias, gastronomía, hospedajes y transporte de primera calidad, considerando la capacidad de pago de parte importante del turismo asiático.
- Turismo de compras: el ir de compras es una de las principales motivaciones a la hora de realizar un viaje en muchos turistas asiáticos, principalmente los chinos. Estos se encuentran siempre entre las primeras posiciones en los rankings de turismo de compras, y son importantes consumidores de productos de lujo.
- Calidad de los transportes: se debe considerar maximizar las comodidades y, sobre todo, minimizar las pérdidas de tiempo en los transportes que conecten los distintos puntos turísticos.
- Seguimiento de opiniones: el feedback que pueda ofrecer el viajero es muy necesario para entender sus gustos y que aspectos cambiar o fortalecer. Para eso, se debe seguir el comportamiento en redes sociales, y generar métodos para obtener opiniones y calificaciones de los viajeros.

Este punteo se basa en generalidades, y principalmente a las características de los turistas de procedencia china. Deberían profundizarse y desarrollarse más particularidades de acuerdo con el resto de las culturas provenientes de Asia,



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA**

así como buscar métodos para lograr la permanente mejora de la oferta turística.



5.Seminario virtual “Región Patagonia y China: cooperación para el desarrollo productivo y social”

El Gobierno Provincial, a través de la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo, junto con el Consejo Federal de Inversiones y la Universidad Nacional de Avellaneda organizaron el Seminario: “La Región Patagonia y China: cooperación para el desarrollo productivo y social”, en el marco del proyecto de fortalecimiento de las estrategias de vinculación de la Provincia de Santa Cruz con la República Popular China y el Asia Pacífico. El mismo estuvo dividido en dos sesiones que se transmitieron en vivo por medio de las plataformas del CFI, y quedaron grabados para su difusión.

i. Jornada 1. “Historia y Cultura de China: el entendimiento mutuo como base de la cooperación”

La primera sesión se llevó a cabo el jueves 18 de noviembre. El acto de apertura contó con la participación del director de Relaciones Internacionales del CFI, Diego Gómez; el ministro consejero Wang Xiaolin, de la Embajada de la República Popular China en la República Argentina; y la subsecretaria de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Provincia de Santa Cruz, Ana María Cortés.

El ministro consejero Wang Xiaolin hizo referencia a la importancia de la provincia de Santa Cruz para la República Popular China, ya que se trata de una provincia con recursos mineros e hidrocarburíferos de gran valor para el desarrollo de ambos países. También mencionó la importancia de los acuerdos a nivel subnacional y del turismo para acercar a nuestros países. En este sentido, hizo referencia a los acuerdos de hermanamiento firmados entre los municipios de El Calafate y Hangzhou, y entre Rio Gallegos y Fuzhou, así como al incremento del flujo de turistas chinos a la región patagónica hasta el inicio de la pandemia. El ministro Wang destacó los logros del liderazgo de China, en el centenario de la fundación del Partido Comunista, en especial en lo que hace a la eliminación de la pobreza extrema y el crecimiento sostenido de las condiciones de vida de la población.

El director de Relaciones Internacionales del CFI, Diego Gómez hizo una breve presentación señalando que el CFI lleva organizados numerosos seminarios de cooperación técnica y misiones comerciales que sirven para que los actores provinciales puedan vincularse mejor con el mundo. En cuanto a la creciente importancia de China para nuestro país, destacó la creación de una unidad de vinculación con la República Popular China en el área a su cargo.

La



Luego del acto de apertura, se realizó el Panel: “Historia y Cultura de China: el entendimiento mutuo como base de la cooperación”, que fue coordinado por la Lic. Ana María Cortés, y en el que participaron el coordinador del proyecto, Dr. Ignacio Villagrán, cuya presentación se centró en como la historia de China es interpretada por el liderazgo de la RPCh; la Mag. Daniela Krone, a cargo de la Unidad de Vinculación con China del CFI, quién se enfocó en la importancia de comprender mejor la cultura china para realizar negocios o emprendimientos conjuntos; y finalmente, el Mag. Diego Mazzoccone, del Centro Latinoamericano de Estudios Políticos y Económicos de China (CLEPEC), quien expuso sobre el impacto de las experiencias de estudio en China para la formación de recursos humanos calificados y la importancia de las redes institucionales.

En su presentación, el director del proyecto buscó enfatizar algunos elementos claves de la historia antigua y moderna de China que el liderazgo



actual promueve a fin de aportar una primera aproximación a los modos de concebir el vínculo con el pasado, las particularidades de China como civilización, y el impacto del imperialismo europeo desde el siglo XIX hasta mediados del XX. En cuanto a la historia antigua y el extenso período imperial, se destacó la evolución del sistema de escritura y el desarrollo de las ideas fundacionales del pensamiento político y social chinos desde el período pre-imperial, las ideas de unidad administrativa y las relaciones con los estados vecinos en el período imperial temprano, y la consolidación de los grandes centros urbanos, con sus dinámicas de producción, comercialización y entretenimiento, así como la cultura derivada del sistema de exámenes imperiales para acceder a la administración pública.

Para cerrar, Villagrán presentó un breve recuento de como el imperialismo occidental forzó la transformación de China en la segunda mitad del siglo XX, iniciando una serie de debates y movimientos políticos que llevarían a la caída del sistema imperial burocrático, la transformación radical de las ideas sobre lo político, lo social y lo productivo, hasta la fundación del Partido Comunista de China y su resistencia hasta establecer la República Popular China.

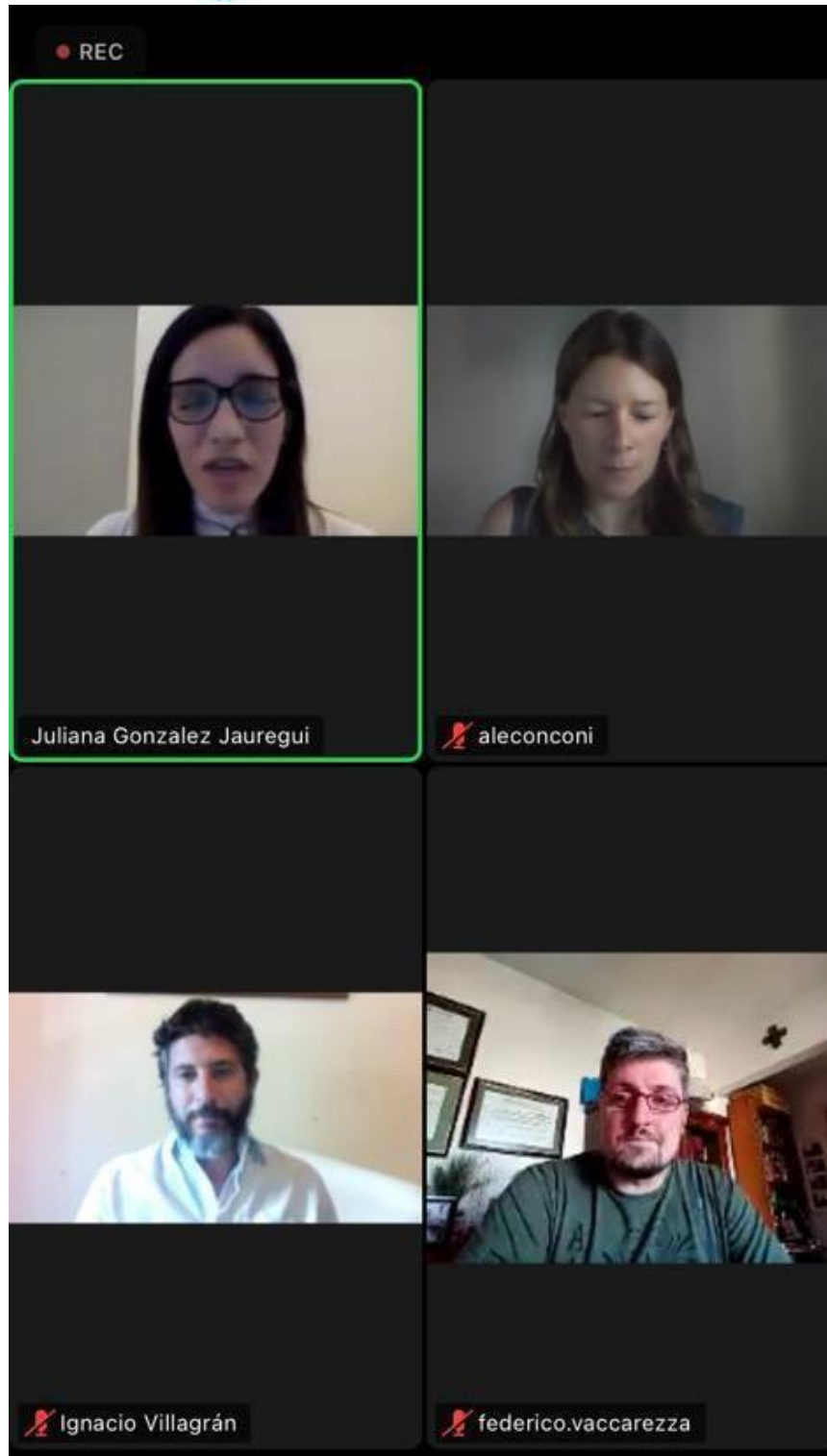
En segundo lugar, la titular de la Unidad de Vinculación con China, Daniela Krone, hizo una revisión de aspectos que hacen a la identidad cultural de China a partir de cuatro ejes. En primer lugar, presentó las particularidades del idioma, incluyendo la difusión del idioma mandarín y la gran diversidad étnico-lingüística de China, y del sistema de escritura, enfatizando los cambios y la consolidación de los sinogramas estándar en la dinastía Qin. Luego hizo referencia a la gran diversidad étnica en China y a las distintas políticas de estado para garantizar los derechos de las minorías y promover su desarrollo material y cultural. Luego propuso una revisión de los principales conceptos que se utilizan para explicar la política interna de China y como se utilizan para definir líneas de acción política desde la generación de dirigentes encabezada por Xi Jinping. El cuarto eje de su exposición se enfocó en la política exterior de China y en cómo nuestro país podría incorporarse en el esquema de la Iniciativa de la Franja y la Ruta.



El último ponente de la primera jornada fue el Mag. Diego Mazzoccone, quien comentó sobre su experiencia de vinculación desde el Centro Latinoamericano de Estudios Económicos y Políticos de China (CLEPEC) con la Liga de la Juventud Comunista de China. También hizo referencia a la importancia de comenzar a trabajar en convenios de cooperación entre universidades argentinas y universidades chinas, identificando contrapartes adecuadas según los entramados productivos de cada localidad. En este sentido, destacó la necesidad de crear pasantías e instancias de investigación que permitan un mejor conocimiento de las realidades de cada país. Asimismo, hizo referencia a las distintas concepciones culturales sobre la vinculación interpersonal que pueden llegar a tener efecto sobre las negociaciones con contrapartes chinas. Por último, se refirió a la importancia de la asociación de ex-becarios argentinos en China para establecer una red de profesionales que sirva para fomentar las capacidades de vinculación con China en distintos ámbitos.

iii. Jornada 2. “Comercio, inversiones y ambiente: nuevos escenarios para el desarrollo”

La segunda sesión se llevó a cabo el martes 23 de noviembre desde las 18 hs con el Panel “Comercio, inversiones y ambiente: nuevos escenarios para el desarrollo”: Tras la apertura a cargo de la subsecretaria de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Lic. Ana María Cortés, disertaron la Dra. Juliana González Jáuregui, investigadora CONICET-FLACSO especializada en relaciones internacionales de China; el Mag. Federico Vaccarezza, analista de comercio internacional del proyecto y docente de la UNDAV, y la Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio Argentino-China, Mag. Alejandra Conconi. El panel fue moderado por el coordinador del proyecto, Ignacio Villagrán.



La Dra. Juliana González Jáuregui inició su presentación con un recorrido histórico de la incorporación y el incremento de la importancia de los objetivos de sustentabilidad ecológica en los sucesivos Planes Quinquenales de la RPCh desde fines del siglo pasado. La experta indicó que la política energética e

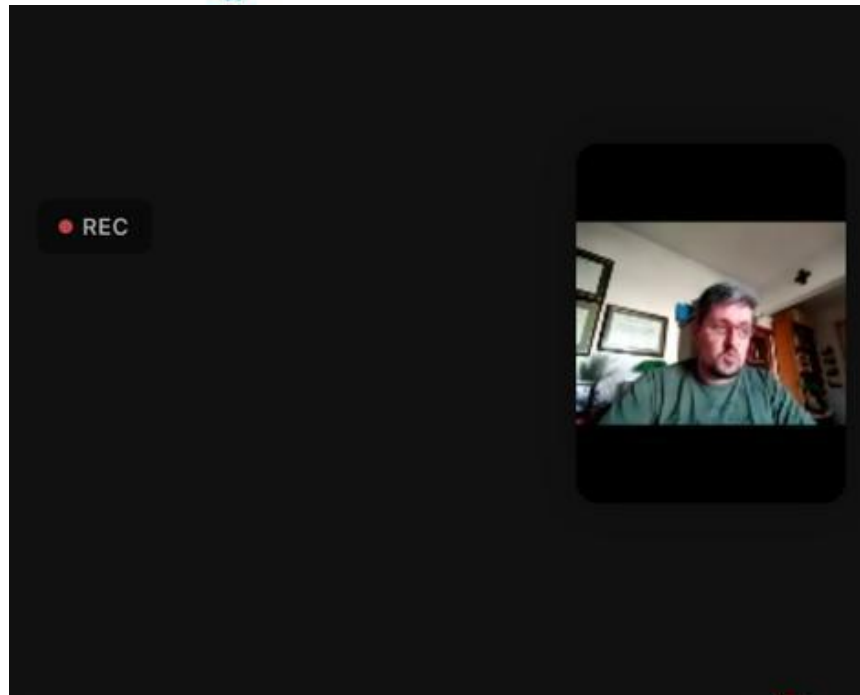


industrial de la República Popular China se ha orientado progresivamente a la reducción de emisiones de carbono, en sintonía con los informes sobre cambio climático. En el Plan Quinquenal de 2001-2005, se comenzaron a promover las fuentes de energía renovable en territorio chino, a fin de reducir la dependencia del consumo de carbón y otros combustibles fósiles.

Actualmente, bajo el lema de “civilización ecológica”, China busca promover las inversiones en plantas de energías renovables en distintas partes del mundo. Según la investigadora de CONICET-FLACSO, la política de cuidado ambiental de China está acompañada por un intenso desarrollo de tecnologías para la producción energética sustentable, y destacó que el 70% de los paneles solares y el 30% de las turbinas de energía eólica se producen en China. Este país es también pionero en nuevas tecnologías que permiten maximizar el aprovechamiento de los recursos naturales, como son el hidrógeno verde, en el que la provincia ya tiene intenciones de reactivar el proyecto de la planta experimental en Pico Truncado.⁹

Para nuestro país, esto reviste una importancia fundamental, ya que desde que se lanzaron las licitaciones del plan Renovar para diversificar la matriz energética nacional, el 20% de la energía eólica y el 45% de la energía solar que se produce en el país tiene participación de empresas chinas, entre ellas, se destacan Power China y Shanghai Electric, que participaron de la construcción y puesta en marcha de los Parques de energía solar en Cauchari, en la provincia de Jujuy. En el cierre de su ponencia, González Jáuregui destacó el enorme potencial que tiene la provincia de Santa Cruz, y la región patagónica en general, para la producción de energías a partir de fuentes alternativas, y la importancia de asociarse con contrapartes chinas en esquemas que permitan la transferencia de conocimientos en ciencia y tecnología.

⁹ <https://laopinionaustral.com.ar/edicion-impres/pico-truncado-avanza-hacia-la-produccion-de-hidrogeno-verde-410188.html>



En su presentación, el Mag. Federico Vaccarezza ofreció un análisis de los principales productos de la canasta exportable santacruceña para la República Popular China y otros mercados del Asia Pacífico, representados por camarones (Pesca), cerezas (Frutícola), carne ovina y lana sucia (Ganadería) y analizó la posición de estos productos respecto a los principales competidores regionales, considerando en forma comparada el impacto de los acuerdos de libre comercio y otros instrumentos para fomentar la exportación.

El especialista vinculado al proyecto demostró el enorme potencial de los mercados asiáticos para la producción santacruceña, y propuso algunas líneas



de trabajo para mejorar su competitividad internacional, como la celebración de un acuerdo de alcance parcial en el marco de la Asociación Estratégica Integral Argentino China, la baja a 0% de los derechos de exportación y el aumento de los reintegros, que sumados a una inteligente política productiva de fortalecimiento de la cadena de valor para los sectores en cuestión permitirían elevar consecuentemente las exportaciones y aumentar las posibilidades de desarrollo productivo, económico y social de la provincia. Según sus estimaciones, estas medidas podrían contribuir a elevar la cuota de mercado asiático para estos cuatro productos de 2,9% actual a un 20-25% en el término de 4 años.

Por último, la directora ejecutiva de la Cámara de Comercio retomó algunas de sus experiencias en la promoción de inversiones y radicación de empresas chinas en nuestro país. En primer lugar, hizo referencia a que la Patagonia es una de las regiones más conocidas por los turistas chinos que visitan Latinoamérica. Por otra parte, indicó que, lamentablemente, aún persisten ciertos prejuicios en distintos ámbitos de la sociedad argentina respecto de China en general y de los empresarios, trabajadores, e incluso turistas provenientes de China. En este sentido, indicó que las estrategias de promoción de inversiones deben ir acompañadas de acciones que promuevan el conocimiento y aprendizaje intercultural.

La Subsecretaria de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Provincia retomó este punto en el cierre de la jornada, y enfatizó que debemos pensar estrategias de “descolonización de los saberes” y la recuperación de las epistemologías del Sur global, para lograr una mejor vinculación con nuestras contrapartes en Asia.

5. Material de promoción

i. Confección de folletería

La folletería y las imágenes utilizadas para la promoción comercial, turística y de inversiones fue provista por el gobierno de la Provincia de Santa Cruz



ii. Traducción al chino

Tanto el discurso de la ministra Silvina Córdoba para China Mining 2021 como el video de presentación de la provincia a cargo del secretario de Estado de Planeamiento Estratégico de la provincia de Santa Cruz, Mario Rodríguez fueron traducidos al chino (mandarín) por la profesora Ana Kuo, traductora profesional con amplia experiencia y probada capacidad.

6. Ferias y convenciones en China y Asia Pacífico

a. China Mining

Entre el 21 y 23 de octubre se llevó a cabo en el Municipio de Tianjin, República Popular China, la Feria Minera China Mining 2021, una de las principales exposiciones mineras, en la cual se presenta el potencial minero de nuestro país ante inversores de todo el mundo. En esta ocasión, y en el marco de la pandemia, la Feria se realizó en formato bimodal, en forma presencial para quienes ya se encontraban en China, y virtual para quienes participaban desde el extranjero.

Gracias al trabajo articulado entre el Ministerio de la Producción, Comercio e Industria, FOMICRUZ; y la Secretaría de Comunicación y la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo, dependiente de Jefatura de Gabinete de Ministros, la ministra de Producción, Comercio e Industria de Santa Cruz, Silvina Córdoba, participó del evento en representación de la Provincia en forma remota.

La ministra Córdoba destacó “la importancia de este encuentro, que ofrece excelentes oportunidades para mostrar el desarrollo de la actividad minera junto a las condiciones legales, impositivas y características específicas de los yacimientos en Santa Cruz, a lo que se suma la presencia de la empresa provincial, FOMICRUZ, que tiene áreas mineras y energéticas para trabajar de forma conjunta con compañías internacionales”.

Cabe destacar que, en la actualidad, China es el segundo inversor con mayor presupuesto exploratorio asignado a proyectos mineros argentinos,



detrás de Canadá, hecho que ha crecido vertiginosamente en los últimos años. Del evento también participan junto a la Secretaría de Minería de la Nación, las provincias de San Juan, Salta, Catamarca, Jujuy. Además, participa la Agencia de Inversiones y la Embajada Argentina en China.¹⁰

b. CIIE

No fue posible participar de la CIIE por las restricciones de la pandemia y la cuarentena en China

c. Otras Ferias Internacionales en países del Asia Pacifico

i. 2021 BRICS Exhibition on New Industrial Revolution

En el marco de las actividades de articulación desarrolladas por la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo, dependiente de Jefatura de Gabinete de Ministros, Santa Cruz, y a través de la Secretaría de Planificación Estratégica se harán visibles los desarrollos tecnológicos y todo su potencial de cara a la exposición Santa Cruz participará en la exposición “2021 BRICS Exhibition on New Industrial Revolution” que se realizó entre el 8 y 11 de septiembre del 2021 en la Ciudad de Xiamen, Provincia de Fujian, en China. La Feria es organizada por el Centro para la Cooperación Internacional en Economía y Tecnología, el Ministerio de Industria y Tecnología de la Información (MIIT) y el Gobierno Municipal de Xiamen. El objetivo del evento es la de construir una plataforma de servicios económicos y comerciales de alta gama para los países que componen el BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), a partir del intercambio de oportunidades de inversión, intercambio técnico, cooperación industrial e intercambio de logros.

¹⁰ Ver “El Gobierno de Santa Cruz participa en la Feria Minera China Mining 2021” disponible en: <https://noticias.santacruz.gob.ar/gestion/jefatura-de-gabinete/item/21639-el-gobierno-de-santa-cruz-participa-en-la-feria-minera-china-mining-2021> El video y el texto completos de la presentación de la Ministra Silvina Córdoba se encuentran disponibles en: <https://newsargenchina.ar/contenido/2128/la-provincia-de-santa-cruz-participa-del-evento-internacional-china-mining-2021>



Imagen del diseño del Pabellón de la Argentina en la
“2021 BRICS Exhibition on New Industrial Revolution”

En este sentido, Santa Cruz fue la única provincia argentina invitada en calidad de “Participante muy importante” en el stand del Pabellón dedicado a Argentina, en la que compartió espacio junto con INVAP e IMPSA, entre otras agencias.¹¹ La exhibición santacruceña contó con la presentación institucional de Mario Rodríguez, secretario de Estado de Planificación Estratégica de la provincia.¹² Rodríguez destacó que la participación en dicha Feria abre una ventana de oportunidades para el sector de ciencia, tecnología e innovación, y que puede potenciarse a partir de la articulación con empresas de tecnología y universidades. El objetivo trazado por la gobernadora Alicia Kirchner es que el desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica pueda transformarse en desarrollo económico y social para el bienestar del pueblo santacruceño. Para ello, la asociación estratégica con contrapartes chinas resulta fundamental.¹³

¹¹ La prensa santacruceña destacó que Santa Cruz fue la única provincia argentina presente en esta Feria <https://www.tiemposur.com.ar/cultura/santa-cruz-participa-en-feria-cientifico-tecnologica-en-la-republica-popular-china>

¹² Ver video completo de la promoción realizada por el Secretario de Planificación Estratégica en: <https://www.youtube.com/watch?v=O5efkC6nN7I>

¹³ Ver nota completa en <https://newsargenchina.ar/contenido/1835/la-provincia-de-santa-cruz-participa-en-la-feria-de-ciencia-y-tecnologia-de-bric>



El Embajador de la República Argentina en la República Popular China, Gustavo Sabino Vaca Narvaja, participó de la inauguración del pabellón y la participación de la provincia de Santa Cruz en la Feria se difundió en las redes oficiales de la Embajada.¹⁴



El Embajador de la República Argentina en la República Popular China, Gustavo Sabino Vaca Narvaja en el stand de la Provincia de Santa Cruz de la Feria “2021 BRICS Exhibition on New Industrial Revolution”

Plan de inserción comercial de la Cancillería Argentina – Año 2021

La inserción en los mercados internacionales y la apertura de nuevos mercados permiten a los países contribuir al crecimiento y a la generar empleo de manera sostenible. En el marco del actual Estudio, la provincia de Santa Cruz busca fortalecer sus capacidades y desplegar su potencial exportador.

Exportar representa un verdadero reto para muchos actores del sistema productivo nacional y provincial, por lo que es necesario ser acompañado y fomentado por parte del Estado, brindando herramientas que permitan facilitar el proceso de llegar con productos y servicios a los distintos destinos del

¹⁴ Por ejemplo, en Facebook: <https://www.facebook.com/ArgentinaEnChina/posts/la-provincia-de-santa-cruz-participa-de-la-feria-2021-brics-exhibition-on-new-in/4239781812785896/>

mundo, en particular los mercados de China y Asia Pacífico que se han priorizado para el presente análisis.

En línea con los objetivos de política exterior que lleva adelante el Gobierno Nacional y la articulación entre el sector público privado, en abril del presente año la Cancillería argentina presentó el Plan de Promoción de Exportaciones 2021, el que comprende 657 acciones comerciales a desarrollarse en el curso del año 2021. El Plan fue elaborado por la Subsecretaría de Promoción de Comercio e Inversiones, buscando reflejar el trabajo conjunto llevado adelante por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto con más de 240 cámaras empresariales, en el marco de Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones, lanzado en el año 2020 por dicho Ministerio.

El mencionado Consejo se compone por 16 comisiones de trabajo, 247 cámaras, 68 complejos productivos, que representan aproximadamente 18.300 empresas. En cada comisión de trabajo los complejos productivos definieron y caracterizaron la oferta exportable, identificaron los mercados objetivos y elaboraron estrategias de inserción para cada uno de ellos, dando como resultado las agendas de promoción 2021.

Tabla 1. Comisiones del Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones

CONSEJO PÚBLICO PRIVADO PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES			
COMISIÓN DE TRABAJO	TEMÁTICA	COMISIÓN DE TRABAJO	TEMÁTICA
1	Mesa Alimentos y Bebidas	9	Mesa Bienes de Capital
2	Mesa Carnes	10	Mesa Industrias de la Transformación
3	Mesa Frutícola	11	Mesa Industrias Químicas
4	Mesa Granario	12	Mesa Minería y Petróleo
5	Mesa Pesca	13	Mesa Tecnologías Médicas
6	Mesa Regionales I	14	Mesa Industrias Culturales
7	Mesa Regionales II - Complejo Vitivinícola	15	Mesa Indumentaria
8	Mesa Automotriz	16	Mesa Servicios Basados en el Conocimiento

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

De la propuesta elaborada por la Cancillería Argentina para 2021, de eventual interés para la provincia de Santa Cruz y correspondientes a la región de Asia Pacífico, se destaca la misión comercial de pesca a China agendada



para noviembre de 2021 y las acciones de posicionamiento para arándanos y cerezas en los mercados de destino de Rusia y Singapur, previstas para septiembre y diciembre respectivamente, las cuales son coordinadas por la mesa frutícola. Estas acciones son factibles de ser exploradas en el esquema de fortalecer el relacionamiento con los ministerios nacionales y las cámaras sectoriales productivas.

1.1. Programa de participación en Ferias y Exposiciones de la AAICI

La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), dependiente de la Cancillería Argentina, promueve las exportaciones y las inversiones en Argentina, asistiendo a empresas argentinas en sus negocios en el mercado internacional, mediante herramientas y asesoramiento. La Agencia cuenta con una Red Federal de Agencias y Organismos de Inversión y Comercio Internacional integrada por autoridades provinciales y de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con competencia en las áreas de promoción de exportaciones e inversiones.

El objetivo de la Red Federal es generar un espacio de participación activa y de articulación con las provincias para coordinar planes de trabajo de internacionalización y atracción de inversiones, generar herramientas de promoción conjuntas, compartir información comercial, colaborar para potenciar las diversas economías regionales, como así también abordar de manera transversal el intercambio de buenas prácticas para el fortalecimiento institucional de sus miembros y la capacitación conjunta. La provincia de Santa Cruz es miembro de la mencionada Red Federal.

Asimismo, la AAICI promueve el posicionamiento de las empresas nacionales en el exterior, contribuyendo al desarrollo comercial argentino, vinculando expositores con compradores y fortaleciendo lazos con potenciales clientes en los distintos mercados extranjeros. En este sentido, cada año elabora un calendario de difusión de Ferias Internacionales priorizadas.

Al respecto, se realizó un entrecruzamiento sobre el universo total de ferias y exposiciones previstas para la segunda parte de 2021 en países seleccionados de la región de Asia Pacífico, tomando en cuenta dos parámetros: a) que se realicen a partir de agosto de 2021 y b) que pertenezcan



a sectores vinculados con la matriz productiva y exportadora de la provincia de Santa Cruz,

Por su parte, en Anexo se enumeran otras ferias y exposiciones a desarrollarse en países de Asia Pacífico que no se vinculan directamente a la actual matriz productiva de la provincia.

A continuación, se presentan los resultados por país de interés:

Tabla 2. Ferias y Exposiciones vinculadas con la matriz provincial a celebrarse en la República Popular China

FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
The 16th Shanghai International Fisheries & Seafood Exhibition	Pesca	25/08/2021	27/08/2021
CNIBF	Energía Renovables	25/08/2021	27/08/2021
China Mining Conference & Exhibition 2021 Tianjin	Minería	21/10/2021	23/10/2021
CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO	Comercio	05/11/2021	10/11/2021

Tabla 3. Ferias y Exposiciones vinculadas con la matriz provincial a celebrarse en Vietnam

FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
VIETFISH 2021	Pesca	25/08/2021	27/08/2021
CONTECH VIETNAM 2021	Industria minera	20/10/2021	23/10/2021
OIL & GAS VIETNAM (OGAV) 2021	Energía: petróleo y gas	20/10/2021	22/10/2021
ASEAN WIND ENERGY 2021	Energías renovables	09/11/2021	10/11/2021
ELECTRIC & POWER VIETNAM 2021; RENEWABLE ENERGY VIETNAM 2021	Energías renovables Industria eléctrica	10/11/2021	12/11/2021

OTRAS FERIAS PRIORIZADAS POR AAICI en países seleccionados

República Popular China



FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
China International Wire & Cable Industry Exhibition	Industria	31/08/2021	02/09/2021
The 44th China International Furniture Fair Shanghai	Industria mueble	03/09/2021	06/09/2021
China International Furniture Expo	Industria mueble	07/09/2021	11/09/2021
china international industry fair	Industria	14/09/2021	18/09/2021
CeMAT Asia (Materials Handling, Automation, Transport/Logistics)	Logística	26/10/2021	29/10/2021
Heavy Machinery ASIA	Maquinaria Pesada	26/10/2021	29/10/2021
China Yiwu International Forest Products Fair	Industria forestal	01/11/2021	04/11/2021
CHINA ELECTRONICS FAIR	Industria electrónica	02/11/2021	04/11/2021
FHC CHINA	Alimentos y bebidas	09/11/2021	11/11/2021
PROWINE CHINA	Alimentos y bebidas	09/11/2021	11/11/2021
IFRESH	Frutas y vegetales	18/11/2021	20/11/2021
SHANGHAITEX	Industria Textil	23/11/2021	26/11/2021
CPHI CHINA	Industria Farmaceutica	16/12/2021	18/12/2021

Vietnam

FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
CAFE SHOW VIETNAM 2021	Alimentos y bebidas	05/08/2021	07/08/2021
VIETFOOD & BEVERAGE – PROPACK 2021 IN HOCHIMINH	Alimentos y bebidas	12/08/2021	14/08/2021
VIETNAM MEDI-PHARM EXPO 2021 IN HO CHI MINH CITY	Industria Farmacéutica	12/08/2021	14/08/2021
VIETNAM AUTOEXPO 2021	Industria automotriz	19/08/2021	22/08/2021
COATINGS VIETNAM 2021	Industria gráfica y de impresión	26/08/2021	28/08/2021
PAPER VIETNAM 2021	Industria papelera	26/08/2021	28/08/2021
RUBBER AND TYRE VIETNAM 2021	Industria caucho y neumático	26/08/2021	28/08/2021
FOOD & HOTEL VIETNAM 2021	Alimentos y bebidas Bienes de capital	07/09/2021	09/09/2021
VIPILEC 2021	Infraestructura portuaria y logística	07/09/2021	09/09/2021
PHARMEDI VIETNAM 2020	Equipamiento médico	22/09/2021	25/09/2021
SAIGON FABRIC 2021	Industria textil	22/09/2021	25/09/2021
VIIF 2021	Maquinarias y Equipos	06/10/2021	08/10/2021
ANALYTICA VIETNAM 2021	Biología	07/10/2021	09/10/2021
VIBS 2021	Equipamiento industria panadería	13/10/2021	16/10/2021
VIETNAM PLAS 2021	Industria plástico y caucho	13/10/2021	16/10/2021
VIETSTOCK 2021 EXPO & FORUM	Alimentos y bebidas	13/10/2021	15/10/2021
VIETNAM WOOD & FURNITEC 2021	Industria forestal	20/10/2021	23/10/2021
VIETFOOD & BEVERAGE 2021 - PROPACK 2021 IN HANOI	Alimentos y bebidas	03/11/2021	06/11/2021
FOODEXPO 2020	Alimentos y bebidas	17/11/2021	20/11/2021
GROWTECH EXPO 2021	Maquinaria -agrícola	18/11/2021	20/11/2021

India



FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
AGRITech INDIA	Bienes de capital	05/08/2021	07/08/2021
DairyTech India	Alimentos y bebidas	05/08/2021	07/08/2021
MEDICAL EXPO DELHI	Servicios	20/08/2021	22/08/2021
International Poultry Dairy & Livestock Expo	Alimentos y bebidas	27/08/2021	29/08/2021
UNITED AGRI TECH	Bienes de capital	27/08/2021	30/08/2021
ANNAPOORNA - ANUFOOD	Alimentos y bebidas	06/09/2021	08/09/2021
Annapoorna - ANUFOOD India	Alimentos y bebidas	06/09/2021	08/09/2021
GLOBOIL INDIA	Agroindustria	23/09/2021	25/09/2021
DAIRY INDUSTRY EXPO	Alimentos y bebidas	08/10/2021	10/10/2021
INDIA MED EXPO	Servicios	08/10/2021	10/10/2021
DRINK TECHNOLOGY INDIA	Alimentos y bebidas	20/10/2021	22/10/2021
Dairy Livestock & Poultry Expo Asia	Alimentos y bebidas	09/11/2021	11/11/2021
MACHMA Expo	Bienes de capital	19/11/2021	22/11/2021
ASIA PHARMACON EXPO	Industria Farmacéutica	20/11/2021	21/11/2021
Poultry India Exhibition	Alimentos y bebidas	24/11/2021	26/11/2021
TECHTEXTIL INDIA	Industria	25/11/2021	27/11/2021
ENGIMACH	Bienes de capital	01/12/2021	05/12/2021
ANUTEC - International FoodTec India	Alimentos y bebidas	02/12/2021	04/12/2021
hennai	Maquinas y herramientas	09/12/2021	13/12/2021
AGRI ASIA - International Exhibition & Conference on Agricultural Technology	Agroindustria	09/12/2021	11/12/2021
GRAINMACH ASIA	Agroindustria	09/12/2021	11/12/2021
India International Medical Equipment Expo	Servicios	11/12/2021	13/12/2021
INDOMACH NAGPUR	Tecnología	17/12/2021	20/12/2021
IMTEX 2022	Bienes de capital	20/01/2022	26/01/2022
Foodtech Asia	Agroindustria	21/01/2022	23/01/2022
iDAC - Infrastructure Development Architecture Construction	Infraestructura	27/01/2022	29/01/2022
UNITED DAIRY TECH	Tecnología	28/01/2022	30/01/2022
YARN, FABRIC AND ACCESSORIES TRADE SHOW	Industria	10/02/2022	12/02/2022
India Grain Mech Expo	Agroindustria	11/02/2022	13/02/2022
MACHINEX EXPO	Tecnología	11/02/2022	14/02/2022
AGRI INTEX	Bienes de capital	11/07/2022	14/07/2022

Malasia

FERIA / EVENTO	SECTOR	FECHA APERTURA	FECHA FIN
5th Malaysia International Dental Show 2021	Industria	17/09/2021	19/09/2021
Electronic Manufacturing Expo Asia 2021	Industria	05/10/2021	07/10/2021
Automechanika KL 2022	Industria	15/03/2022	17/03/2022
DSA/NATSEC - Defence Services Asia Exhibition and Conference	Servicios	26/03/2022	31/03/2022



8. Conclusiones y recomendaciones

El relevamiento realizado a lo largo de este semestre permitió recabar, sistematizar, e interpretar información cuantitativa y cualitativa de distintos actores provinciales involucrados en los vínculos con la República Popular China. A partir de este informe, se espera que la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Provincia de Santa Cruz pueda contribuir a la elaboración de planes de acción consensuados con los actores involucrados, valorar los logros alcanzados detectar las vacancias y dificultades encontradas hasta el momento y, a partir de ello, proponer líneas de acción concretas y sostenibles en el tiempo.

A tal fin, el presente Informe Final busca sistematizar los principales aspectos de la vinculación entre la provincia de Santa Cruz y la República Popular China, con el objetivo de constituir una herramienta de consulta para los organismos del estado provincial y para los distintos sectores productivos.

El apartado 1 de este proyecto dio cuenta del interés provincial, en sus distintas dependencias e instituciones, de contar con un diagnóstico preciso de la cooperación con China y con algunas recomendaciones, volcadas en este informe, que le permitan desplegar una agenda de cooperación tendiente a mejorar la inserción comercial de sus productos, así como la comprensión general de la transformación china, su impacto global y en nuestro país, así como con un dispositivo institucional para capacitar a interesados y funcionarios en la cooperación con el país asiático.

A fin de fomentar las capacidades de vinculación con China y Asia Pacífico, se propuso la creación de la Cátedra Libre “Santa Cruz – China” que se dictará en la sede Río Gallegos de la Universidad Tecnológica Nacional a partir de 2022, con la participación de autoridades provinciales, académicas, empresariales y laborales (se adjunta en Anexo el borrador del proyecto presentado).

Como mencionamos en el punto 2, la República Popular de China es objetivo prioritario de la política exterior argentina. La RPCh es, al momento de la redacción de este informe, el segundo socio comercial del país y uno de los



principales financistas e inversores. En este marco, y acentuando una cooperación que se potenciará en 2022, cuando se celebre el 50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre ambos países, las provincias argentinas desarrollan agendas de cooperación en el nivel subnacional amparadas por los acuerdos vigentes, como el del 2 de diciembre de 2018, y por el deseo de los distintos ministerios y organismo del estado nacional de fortalecer las capacidades para la cooperación provincial con China, entre los que se destaca la creación de la Unidad de Vinculación con China en el CFI.

En el punto 3 se resume la información brindada sobre el interés de cooperación con la RPC por las autoridades provinciales en las entrevistas virtuales y presenciales que dan forma a este proyecto: sectores energéticos, las represas, la pesca en el Atlántico Sur, y la promoción de la minería. En ese sentido, durante el período de este estudio, las represas del Río Santa Cruz fueron reactivadas con fondos del Tesoro Nacional, con el objetivo de poder finalizar las obras. La represa Néstor Kirchner está bajo estudio de geología para determinar la factibilidad de la construcción de su presa central, de acuerdo a los nuevos descubrimientos de una falla geológica que potencialmente podría comprometer su seguridad. Se espera que en 2022 los trabajos de su construcción continúen, una vez finalizados los estudios técnicos.

En el punto 4 se analizaron las potencialidades de la complementariedad económica. Se analiza que “las exportaciones con origen provincial hacia la región del sudeste asiático compuesta por China, Hong Kong, Taiwán y los países del Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) compuesta por Brunei, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia y Vietnam si bien fluctuaron entre el 6% y el 13% del total valor exportado por la provincia, en promedio representaron el 9% del total a lo largo la última década.” En promedio “las exportaciones a la República Popular China (RPCh) equivalieron a U\$S 147 millones anuales y al bloque ASEAN de U\$S 21 millones anuales”, registrando valores que podrían ser aumentados con inversiones mineras, mayor acceso de productos de pesca, cerezas, cordero e



hidrocarburos, con productos como el oro y plata en bruto, mariscos, carne ovina, lana y frutas frescas).

La promoción turística en Asia es recomendada, junto a la minera, como ejes de la organización de los planes de difusión del Destino Santa Cruz como posibilidad en el corto plazo de permitir mayor generación de divisas internacionales. Por tal motivo, se aconseja profundizar la articulación con las autoridades nacionales en Turismo y Cancillería para potenciar la agenda de trabajo nacional-subnacional.

En el punto 5 se narran los resultados de las dos jornadas vinculadas al Seminario sobre la cooperación con China para la Patagonia argentina, bajo el título “La Región Patagonia y China: cooperación para el desarrollo productivo y social”, realizado en el marco de este proyecto, y organizado en forma conjunta entre la Provincia de Santa Cruz, el CFI y la Universidad Nacional de Avellaneda. La primera jornada, “Historia y Cultura de China: el entendimiento mutuo como base de la cooperación”, llevada a cabo el 18 de noviembre de 2021, contó con la exposición en el acto de apertura del director de Relaciones Internacionales del CFI, Diego Gómez; el ministro consejero Wang Xiaolin, de la Embajada de la República Popular China en la República Argentina; y la subsecretaria de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Provincia de Santa Cruz, Ana María Cortés, y la disertación de Daniela Krone (CFI), Diego Mazzoccone (Ministerio de Defensa y CLEPEC) y el director del proyecto Ignacio Villagrán. En la segunda jornada, “Comercio, inversiones y ambiente: nuevos escenarios para el desarrollo” disertaron la Dra. Juliana González Jáuregui, investigadora CONICET-FLACSO, el Mg. Federico Vaccarezza, analista de comercio internacional del proyecto y docente de la UNDAV, y la Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio Argentino-China, Mag. Alejandra Conconi.

Finalmente, como parte del apoyo técnico de este proyecto se tradujeron los discursos de la ministra de Producción para el China Mining 2021 y del Secretario de Planificación para la Feria de Xiamen 2021.

ii. Recomendaciones

Gestión



- a. Incrementar las capacidades de vinculación con la República Popular China y otros países del Asia Pacífico de las secretarías de estado y otras instancias de la gestión provincial a partir de la vinculación coordinada con ministerios y agencias nacionales a través de la Subsecretaría de Cooperación Internacional.
- b. Establecer canales de comunicación directos con las representaciones diplomáticas de la República Popular China y otros países del Asia Pacífico en nuestro país.

Comercio

- c. Propuesta de inicio de negociaciones comerciales por un primer acuerdo de preferencias arancelarias de alcance parcial en el marco de la asociación estratégica integral que integre las posiciones arancelarias correspondientes a los principales productos con potencial exportador de Santa Cruz.
- d. Solicitud al Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación de un aumento de los reintegros de exportaciones que actualmente están en niveles que oscilan entre el 0,50% y el 1% para estos productos.
- e. Solicitud de disminución al 0% de los derechos de exportación para camarones y langostinos congelados y lana sucia;
- f. Restablecimiento de los incentivos N° 2229/2015 para la exportación desde puertos patagónicos.¹⁵
- g. Elaboración y puesta en marcha de un Plan Estratégico Provincial de fortalecimiento de las cadenas de valor ovina y frutícola orientado al aumento de las exportaciones al mercado chino.
- h. Aprovechamiento de los recursos existentes y disponibles para comercializar productos santacruceños en el mercado chino, como son el Hub Integral de Argentina en Shanghai, RPCh.

Educación y Cultura

- i. Creación de la Cátedra Libre “Santa Cruz – China” en la Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Santa Cruz para que sirva como

¹⁵ Corresponde considerar que no se infringe una normativa de la OMC hasta que el Órgano de Apelaciones (OA) del organismo emita un fallo y es posible que el país miembro adecue la normativa una vez que el mismo sea emitido y vuelva a ponerla luego en vigencia con una nueva denominación lo que vuelve a iniciar el procedimiento de consultas desde cero y asegura una vigencia de la norma por cuatro años.



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA

espacio plural y multisectorial de discusión y análisis de los distintos aspectos de la vinculación con China.

j. Promoción de los intercambios estudiantiles directos, para que jóvenes santacruceños puedan realizar estancias de estudio en universidades chinas.

k. Traducciones al chino de obras literarias o estudios que hagan al conocimiento de la provincia y la región patagónica.



ANEXO

Cuestionario Inicial

Informe sobre el estado de la cooperación entre la Provincia de Santa Cruz y Asia-Pacífico

Desde la Subsecretaría de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Provincia de Santa Cruz estamos llevando adelante un relevamiento para conocer los programas vigentes de vinculación con países de la región Asia Pacífico e identificar áreas de potencial crecimiento. A tal efecto, le pedimos que complete el siguiente formulario. ¡Muchas gracias por su tiempo!

DATOS PERSONALES

Nombre y Apellido:

.....

Área o dependencia:

.....

Cargo:

.....

.....

Desde /hasta:

.....

.....

COOPERACIÓN INTERNACIONAL

- ¿Cuáles son actualmente las áreas de gestión que buscaría fortalecer a través de la cooperación internacional?

- ¿Serviría a su gestión tener más información sobre programas de cooperación internacional?

- ¿Tiene proyectos de cooperación vigentes con contrapartes en la República Popular China, Corea, Japón o Vietnam? ¿En qué áreas específicas?



- ¿Hay registros históricos de actividades de vinculación con esos países en su dependencia?

- ¿Tiene interés de hacer conexiones con alguno de esos países u otros de la región Asia Pacífico? **En caso de respuesta afirmativa**, ¿qué tipo de iniciativas estaría interesada/o en desarrollar?

- ¿Considera que ampliar la cooperación con esos países serviría al desarrollo de Santa Cruz? ¿Por qué?

- ¿Recibe regularmente información sobre las relaciones de Argentina con los países de Asia-Pacífico? **En caso de respuesta afirmativa**, ¿de qué fuentes la obtiene?

- ¿Conoce la Iniciativa de la Franja y la Ruta del gobierno chino y el debate argentino sobre su posible ingreso?

- ¿Tiene algún comentario o sugerencia para mejorar la internacionalización de la provincia de Santa Cruz?



Anexo documental de entrevistas con funcionarios



Primera reunión ministra Silvina Córdoba el 17 de junio de 2021



Lic. Sebastián Puig, Decano de la Facultad Regional Santa Cruz de la Universidad Tecnológica Nacional, 6 de julio de 2021.

Secretario de Extensión y Cultura de la Facultad Regional Santa Cruz de la Universidad Tecnológica Nacional, el Lic. Diego Navarro, debido a sus funciones específicas y sus contactos previos con Asia, entrevista que se concretó el 7 de julio de 2021



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



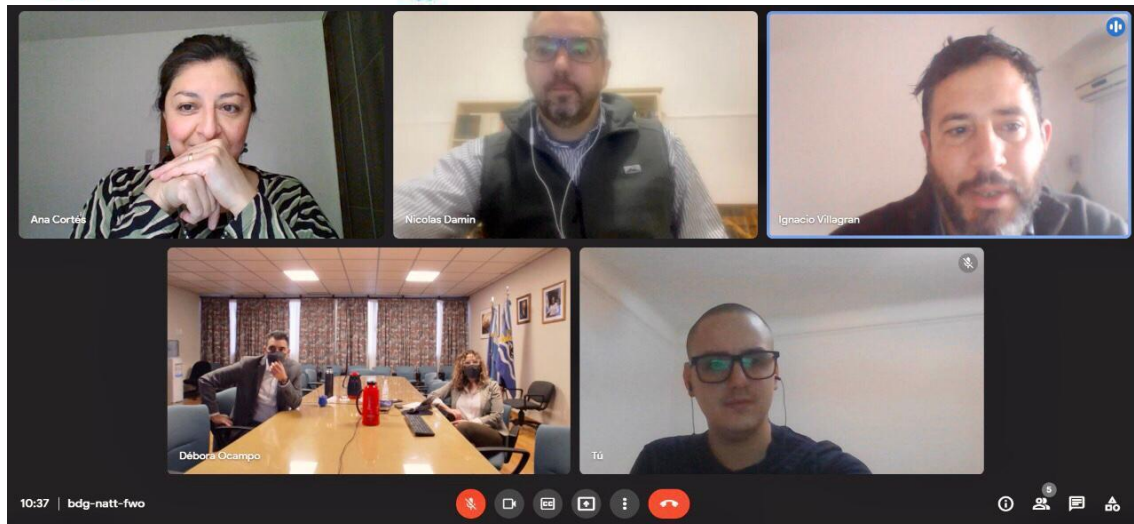
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA



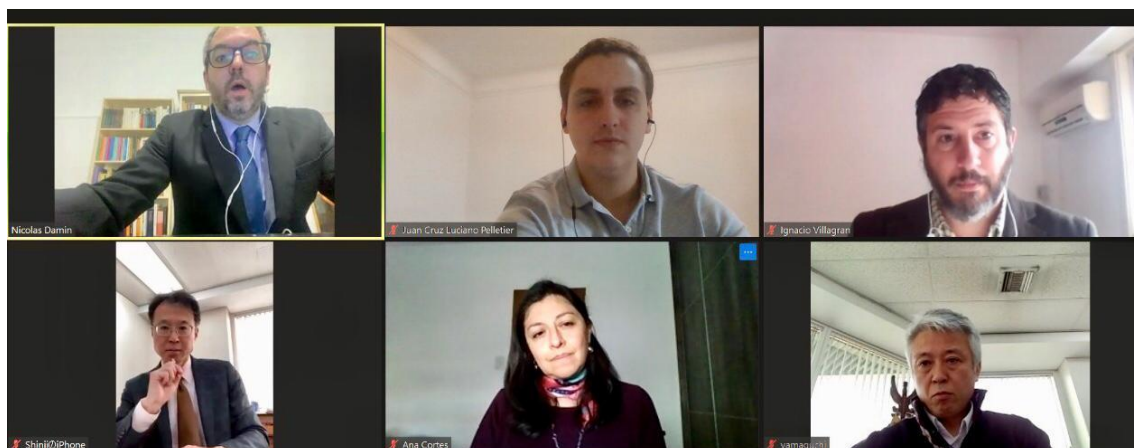
Reunión con el Sr. Martín López, secretario de Estado de Deportes y Recreación Provincial 7 de julio de 2021



el 8 de julio de 2021 nos entrevistamos con el Sr. Oscar Canto, secretario de Estado de Cultura.



Entrevista con Lic. Esteban Tejada, presidente de FOMICRUZ Sociedad del Estado y Débora Ocampo, Gerenta General de FOMICRUZ
15 de julio



Reunión con el Sr. Shinshi Maeda, Responsable de Cooperación Internacional de la Embajada de Japón y el señor Yamaguchi, representante de JICA. Los temas que se trataron fueron las posibilidades de acceder a programas de Asistencia Financiera no reembolsable para proyectos comunitarios de seguridad humana, la posible participación en el programa OVOP (One Village, One Product) para promover la producción de textiles en lana de guanaco, y los intercambios en temas educativos y culturales.



Reunión presencial en la Casa de Santa Cruz con el Secretario de Estado de Planeamiento Estratégico de la provincia de Santa Cruz, Mario Rodríguez a fin de planificar la participación de la Provincia en el Pabellón Argentina de la Feria “2021 BRICS Exhibition on New Industrial Revolution” en Xiamen.
17 de agosto.



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA

ANEXO

CÁTEDRA LIBRE

**“Vinculación Integral con la República Popular China para el Desarrollo
de la Provincia de Santa Cruz”**

Propuesta para el Primer cuatrimestre 2022

A dictarse en la

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

Facultad Regional Santa Cruz

Secretaría de Extensión y Cultura

Coordinador: Dr. Ignacio Villagrán

Equipo Docente: Cdor. Jorge Cannataro, Dr. Nicolás Javier Damin, Lic. Marcelo Galvano Leguizamon, Lic. Federico Vaccarezza.

Conferencistas invitados según áreas temáticas específicas

Carga horaria: 32 hs

Fundamentos

La República Popular China, es actualmente el segundo socio comercial de nuestro país y el principal en la región Asia Pacífico. También es la principal fuente de financiamiento de proyectos de infraestructura de gran escala en nuestro país. Más aún, a partir de la firma de la asociación estratégica integral en el 2014, ambos países han multiplicado y profundizado las áreas de cooperación bilateral. En este marco, la provincia de Santa Cruz ha desarrollado numerosas iniciativas de asociación con contrapartes de la RPCh, entre las que se destacan la construcción de dos represas hidroeléctricas, la radicación de empresas petroleras y pesqueras, el hermanamiento entre ciudades y la participación público-privada en delegaciones nacionales.

La Cátedra Libre “Vinculación Integral con la República Popular China para el Desarrollo de la Provincia de Santa Cruz” tiene como propósito integrar los conocimientos de académicos especialistas en el desarrollo de China y de funcionarios vinculados a la promoción y gestión de las distintas áreas de la relación bilateral desde los organismos del Estado nacional, provincial y municipal y lograr la transferencia de estas experiencias al público interesado.



En este sentido, esta Cátedra Libre se ofrece como un espacio de formación, discusión e intercambio que permite analizar el vínculo entre nuestro país □especialmente la Provincia de Santa Cruz□ y la República Popular China en sus múltiples dimensiones, y considerando los procesos de integración regional y la cooperación bilateral, los proyectos de financiamiento para el desarrollo, y las áreas de cooperación tecnológicas y académicas, interpretando estos ejes como aspectos constitutivos de una política de Estado. De esta manera, la Cátedra Libre busca potenciar la articulación entre la Universidad y los ministerios nacionales y provinciales, las cámaras productivas, sindicatos, y diversas instituciones de la sociedad civil para contribuir al desarrollo integral de la Provincia de Santa Cruz.

Estructura del curso:

Cuatro módulos de cursada virtual. Cada módulo se compone de dos clases teórico-prácticas. Cada clase tendrá una duración de 2 horas aproximadamente, incluyendo la exposición de los docentes y la participación de invitados especiales. Los estudiantes dispondrán de materiales de lectura para profundizar en las temáticas de su interés.

Módulo I: China: historia, cultura, organización social y política

Clase 1: El mundo chino en la antigüedad y la época clásica. Conceptos de la filosofía política clásica de China. El surgimiento del sistema imperial burocrático en China. La influencia cultural china en el Este asiático. La presencia cultural y material de China en el mundo a partir del siglo XVI. La expansión imperialista europea en Asia y las Guerras del Opio. Caída del sistema imperial burocrático y transición a la República de China.

Clase 2: Las transformaciones sociales y políticas de la primera mitad del siglo XX. La fundación de la República Popular. El liderazgo de Mao Zedong y la reconstrucción de China. La segunda generación de dirigentes y la política de reforma y apertura. Crecimiento económico acelerado en la década de 1990. Ingreso a la OMC y presencia en los mercados globales. Las transformaciones de la sociedad China a fines del siglo XX y comienzos del XXI.



Módulo 2: La presencia de China a nivel global en el nuevo milenio

Clase 3: La influencia de la tradición y la cultura en los procesos de negociación. Representaciones del otro y de las diferencias culturales en el proceso de interacción y negociación con China.

Clase 4: Políticas de planificación estatal en CyT. Empresas privadas de base tecnológica. Programa Made in China 2025. Internacionalización de empresas tecnológicas chinas. El caso de Huawei.

Módulo 3: Relaciones bilaterales Argentina-China

Clase 5: Relaciones bilaterales previas al ingreso a la ONU en 1972. Normalización de relaciones diplomáticas con la R.P. China. Contexto político y económico internacional de la relación estratégica de Argentina con China. La complementariedad entre ambos países. La evolución del comercio bilateral de las últimas décadas. Asociación Estratégica Integral de 2014. G20 Argentina 2018. Plan Argentino de Promoción en Asia 2021

Clase 6: Mecanismos de financiamiento bilateral.

Las ventajas del financiamiento al desarrollo vs. el financiamiento de mercado. La especificidad del caso chino. Estrategias de vinculación tecnológica y productiva. Institutos Confucio, programas y centro de estudio. Cooperación científica internacional Argentina-China

Módulo 4: Relaciones internacionales a nivel provincial: Santa Cruz-China.

Clase 7: Análisis sub-nacional y regional de proyectos de inversión y comercio. Políticas provinciales de inserción comercial en China. Cooperación Santa Cruz-China: infraestructura y energía. Represas Kirchner y Cepernic. El potencial minero de Santa Cruz y la demanda china. La experiencia de SINOPEC. Desarrollo de proyectos de energías renovables.



Clase 8: Políticas y estrategias de promoción turística. Estructura del comercio y potencialidades. Pesca y debates Reflexiones finales: oportunidades y desafíos de la relación con la República Popular China.

Modalidad de seguimiento y evaluación

El curso se dictará con una frecuencia semanal y tendrá una carga horaria total de 32hs. Cada unidad temática corresponde a una clase teórico-práctica de equivalente a 4 horas de duración. Las temáticas de cada clase serán presentadas por el equipo docente y las mismas podrán ser ampliadas y problematizadas a partir del diálogo grupal y del tratamiento de la bibliografía correspondiente. En tal sentido, la metodología de trabajo en cada encuentro alternará dos instancias recíprocas en el proceso de enseñanza-aprendizaje: a) Exposición teórica por parte del docente: se buscará orientar la reflexión de cada proceso histórico o problemática específica propuesta en el programa a partir de su descripción y análisis, del relevamiento conceptual de los textos de la bibliografía. b) Participación e intervención de los estudiantes: se buscará fomentar el diálogo e intercambio grupal a partir del planteo de preguntas que orienten la discusión en clase y la revisión de los textos de la bibliografía.

Régimen de evaluación

Para aprobar el curso, los estudiantes deberán cumplir con las siguientes instancias de regularidad y evaluación: a) acreditar un mínimo de 80 % de asistencia a las clases dictadas, y b) aprobar un trabajo escrito sobre alguno de los ejes propuestos al finalizar el curso.

Bibliografía sugerida

AAVV (2015). “El desembarco chino en América Latina”. *Revista Nueva Sociedad* 259.

Bittencourt, Gustavo (coord.) (2012): *El impacto de China en América Latina: comercio e inversiones*, Red Mercosur de Investigaciones Económicas, Serie Red Mercosur #20, Montevideo.



Dussel Peters, Enrique y Ariel Armony (2017). *Efectos de China en la cantidad y calidad del empleo en América Latina y el Caribe*. Lima: OIT-Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

Libro blanco para América Latina (2016). Documento de la Cancillería de la República Popular China sobre la Política de China hacia América Latina y el Caribe.

Malena, Jorge (2010). *China. La construcción de un "país grande"*. Buenos Aires: Céfiro.

_____ (2015). "China y los frutos de 35 años de reforma y apertura económica" (pp. 23-62), en Claudio Castro y Sebastián Vigliero (comp.), *Gigantes Emergentes. Procesos político-económicos y empresa en Brasil, Rusia, India y China*. Buenos Aires: Lenguaje Claro.

Meisner, Maurice (2007). *La China de Mao y después. Una historia de la República Popular*. Córdoba: Comunicarte.

Moneta, Carlos J. y Sergio Cesarín (comp.) (2005) *China y América Latina: Nuevos Enfoques sobre Cooperación y Desarrollo: ¿Una Segunda Ruta de la Seda?*, Buenos Aires: BID-INTAL.

_____ (2016). *La tentación pragmática: China-Argentina, América Latina: lo actual, lo próximo y lo distante*. Sáenz Peña: Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Oviedo, Eduardo D. (2010) *Historia de las relaciones internacionales entre Argentina y China 1945- 2010*. Buenos Aires: Dunken.

_____ (2005) *China en expansión*. Córdoba: Universidad Católica de Córdoba.

Wang Gungwu y Zheng Yongnian (2008) *China and the New International Order*. Routledge: Londres y New York.



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA

ANEXO

Presentación del Hub Integral de Argentina en Shanghai



HUB INTEGRAL DE ARGENTINA

阿根廷创新中心

SHANGHAI 上海

Septiembre, 2021

2021年9月

ÍNDICE 目录

01 ¿Quiénes somos?
我们是谁?

02 ¿Qué ofrecemos?
我们的服务与优势

03 Hub 2.0- Hub Integral de
Argentina en Shanghai
Hub 2.0-阿根廷创新中心

04 ¿Qué esperamos?
我们的愿景

01 ¿Quiénes somos? 我们是谁?



— ¿Quiénes somos?



HUB 1.0



HUB 2.0

Fundado en 2018, Hub Integral de Argentina en Shanghai es una plataforma innovadora de servicio integral que incluye servicio comercial, promoción de ciencia y tecnología, exposición de cultura y arte, entre otros. Fue iniciado por la Embajada de la República Argentina en China, el Consulado General de la República Argentina en Shanghai, la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), Shanghai Juerui International Trade Co., Ltd. y Juerui International Logistics Co. El Hub constituye una plataforma para las PyMEs argentinas que no cuentan con la capacidad de explorar de manera independiente el mercado internacional para ingresar sus productos al mercado chino, brindando servicios one-stop y asistencia conveniente en la cooperación e inversión empresarial. Aparte de las funciones básicas como **servicio de importación, logísticas, almacenamiento, centro de distribución**, también con los canales de ventas online y offline de Xibarita, el Hub ofrece **servicio de marketing y comercialización** de manera directa y fácil para las PyMEs argentinas.

— 我们是谁?



HUB 1.0



HUB 2.0

阿根廷(上海)创新中心, 是一个集商贸服务、科技推广、文化展示于一体的综合性创新型服务平台, 由阿根廷投资贸易促进局、阿根廷驻华大使馆、阿根廷驻上海总领事馆、上海爵瑞国际贸易有限公司及上海爵瑞国际物流有限公司共同发起设立。其职能包括: 为尚不具备独立开拓国际市场能力的阿根廷中小企业进入中国市场搭建服务性平台, 为开展商贸业务合作、促进国际投资交流等提供一站式服务, 依托平台推动贸易发展、深化项目合作、促进人文交流。除进口贸易服务、物流仓储服务、分拨中心服务等基本功能外, 创新中心依托西柏丽(Xibarita)品牌的线上、线下销售网络, 为阿根廷中小企业提供直接与便捷的商务拓展与市场推广服务。阿根廷(上海)创新中心将通过不断的创新发展在文化、经济、科技等领域成为中阿两国合作交流的重要桥梁与纽带。

发展 历程



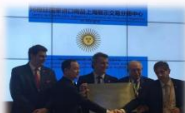
Se inauguró el Pabellón Argentino.
阿根廷进口馆成立

2019.5



Li Qiang, Secretario General del Partido Municipal y Gong Zheng, Alcalde de Shanghai visitó al Pabellón Argentino.
上海市委书记李强、市长龚正视察调研上海阿根廷进口商品馆

2020.7



Se estableció el Centro de Distribución, Exposición y Comercio de productos argentinos en Shanghai
阿根廷国家进口商品展示交易分拨中心成立

2018.11



1° Aniversario del Hub
Convenio con ProMendoza
Hub成立一周年, 与门多萨推广局签署战略合作协议

2019.11



2° Aniversario del Hub
Hub成立两周年

2020.11

Historia

- 2021.4: Se cambió al nombre Hub Integral de Argentina en Shanghai 正式更名为“阿根廷（上海）创新中心”
- 2021.6.30: Se inauguró el Espacio Cultural Argentino. 阿根廷文化空间成立
- 2021.7.2: Se relanzó el nuevo Pabellón Argentino en la Pospandemia era. 阿根廷进口馆新装开幕
- 2021.8: Se asoció como sponsor oro a la Cámara Argentino China Hub正式加入阿根廷中国商会

— Se asocia como sponsor oro a la Cámara Argentino China



➢ Como la Cámara oficial más grande de comercio entre ambos países en Argentina, la Cámara Argentino China es una asociación civil sin fines de lucro, dedicada a la promoción del comercio bilateral y los negocios entre Argentina y China. Fundada en 1984, nuclea a las empresas más importantes del ecosistema chino de negocios y comercio bilateral. Con estrecha colaboración con la Oficina Económica Comercial de la Embajada de la República Popular China y el Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional (CCPIT), acompaña a pymes en el desarrollo y fortalecimiento de negocios entre ambos países y acompaña a las grandes empresas socias en la promoción de sus actividades.

➢ Con el Hub Argentina, la mayor plataforma de distribución, exposición y comercio de productos argentinos en China, las empresas pueden mantener stock en zona franca ubicada en territorio chino y pueden así responder en tiempo real a las oportunidades de venta. En torno a esa ventaja central (servicio de importación, logística, almacenamiento, distribución), el Hub ofrece también servicio de marketing para incluir la comercialización en la red de comercios, tanto online como off-line de la cadena Xibarita de la empresa operadora del Hub - Juerui Group. Este año el Hub se ha ampliado a diversas áreas como arte y cultura, ciencia y tecnología ecoagrícola, educación, etc.

— Hub正式加入阿根廷中国商会



➢ 阿根廷中国商会作为阿根廷最大的中阿官方商会，是一个非营利民间组织，致力于促进阿根廷和中国之间的双边贸易和商业。商会成立于1984年，汇集了中国商业和双边贸易体系中最重要公司。在与中华人民共和国大使馆商业经济办公室和中国国际贸易促进委员会（CCPIT）紧密合作下，与中小企业一起发展和加强两国之间的业务，并与大型合作伙伴公司合作，促进其活动。

➢ 阿根廷（上海）创新中心作为阿根廷产品在中国最大的分拨、展示和交易平台，阿根廷企业通过中心可以在位于中国境内的自贸区存放相关商品，从而能够保证货源充足。围绕这一核心优势（即中心可提供进口贸易、物流、仓储、配送服务），中心还提供营销服务，商会成员可以在创新中心的运营方-爵瑞集团的业务网络中得到多样的销售渠道，如集团旗下西柏丽（Xibarita）品牌线上和线下门店的销售。今年，创新中心还将业务范围扩展到艺术文化、生态农业科技、教育等多个领域。

— Empresas Argentinas en el HUB 已入驻hub的合作企业



— Empresas Argentinas en China 阿根廷企业在中国



- Actualmente hay cerca de 50 empresas argentinas.
- 目前有近50家阿根廷公司入驻

➢ Los productos introducidos son en general los productos alimenticios.
➢ 涉及的产品主要为各类生鲜及日常休闲食品

- ✓ Marisco 海鲜
- ✓ Carne 肉类
- ✓ Dulces 甜品
- ✓ Aceite 粮油
- ✓ Legumbres 豆类
- ✓ Caramelos 糖果
- ✓ Fruto Seco 干果
- ✓ Vino 葡萄酒
- ✓ Mate 马黛茶
- ✓ Arte y cultura 艺术文化

02

¿Qué ofrecemos? 我们的服务

- Servicio de Importación 进口贸易服务
- Servicio de Almacenamiento y Logística 物流仓储服务
- Business Development 商务渠道拓展
- ¿Dónde vendemos? 我们的销售渠道
- Nuestro valor agregado 我们的增值服务



专业的团队支持

El apoyo del equipo profesional

- 拥有一支专业提供阿根廷食品酒类进口解决方案的跨国团队
- Dispone de un equipo multinacional que ofrece la receta de importación de los alimentos y vinos argentinos.
- 运用完整的供应链管理方案
- Utilizar el programa de gestión de la cadena de suministro.
- 采取系统的管理和高效的运作
- Adoptar la gestión sistemática y la operación eficiente.



— One-Stop Service



阿根廷创新中心
HUB INTEGRAL DE ARGENTINA EN SHANGHAI

Import Service
进口贸易服务

Almacenamiento
仓储服务

SCM Finance
供应链融资

Local Regulation
Consulting
当地政策法规咨询

Business Development
& Marketing
商务拓展及市场推广

Establecimiento de su
propia oficina en China
公司注册服务

— Procedimiento 入驻流程

Servicio integral logístico internacional y en el interior de China



- Transporte interno y marítimo
A la selección de la exportadora
空运/海运/陆运服务
- Recepción de la mercadería en Shanghai y despacho de aduana
货物清关服务
- Servicio de importación
进口贸易服务
- Servicio de almacenamiento y distribución
仓储/物流配送服务
- Desarrollo comercial y venta del producto
商务拓展/市场推广/产品销售



— Almacenamiento 保税仓储

Dirección: No.1 Depósito, No. 66 Yesheng Rd. zona de libre de comercio de YangShan, Shanghai

地址: 上海市浦东新区洋山自贸区业盛路66号1单元1号库

Superficie del centro de distribución: en total 10000+m3, incluido una cámara a temperatura constante de 3000m3

面积: 总共一万多立方米, 含有一个3000 多立方米的恒温库



Temperatura constant 恒温库



Almacén de freezing 冷库



Almacén de freezing 冷库



Temperatura normal 标准库

— Business Development 商务渠道拓展



Dónde vendemos 我们的销售渠道

Xibarita, un canal de venta para el Hub Integral de Argentina en Shanghai

西柏丽品牌是阿根廷（上海）创新中心的自有销售渠道



代理及分销 B2B Distribuidores

B2B

除上海总部，爵瑞实业还在北京设立分公司，并以京沪两地为核心，向周边地区拓展业务。Además de la sede de Shanghai, Juerui Industry también establece la oficina en Beijing para expandir su negocio hacia las regiones circundantes.

爵瑞实业在全国各主要城市广设代理及分销商 Juerui Industry tiene distribuidores en las principales ciudades del país.

将优质阿根廷美食美酒产品销往全国逾30个省市及自治区。Los productos se venden en más de 30 provincias y regiones autónomas.

分公司 Branches

HORECA部分酒店会所形象客户

Hotel & Club

HORECA 餐饮

5 Star Hotels

Private Clubs

HORECA部分餐厅形象客户

Restaurantes

HORECA 餐饮

Premium Restaurants

Restaurants



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA



Operador de Argentina Import Pavilion 阿根廷进口馆官方运营商

En mayo de 2019 se inauguró el Centro de exposición y comercio de los productos argentinos.
2019年5月阿根廷国家进口商品馆正式成立。



Operador de Argentina Import Pavilion 阿根廷进口馆官方运营商

El 2 de julio de 2021 se relanzó el Nuevo Pabellón Argentino con más productos y nuevas formas de marketing y ventas. 2021年7月2日阿根廷进口馆新装亮相，拥有更多阿根廷特色产品及多样化的市场、销售渠道。





Xibarita Flagship Store
西柏丽外滩旗舰店


**Offline shops
线下门店**



Xibarita Flagship Store
西柏丽外滩旗舰店-体验区



Xibarita Xujiahui
西柏丽体验店-徐家汇联商厦



Xibarita Shenzhen Baoneng
西柏丽深圳宝能总部



Xibarita Shenzhen Baoneng
西柏丽深圳宝能总部



Xibarita Minhang
西柏丽-闵行虹桥品汇特色馆



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA



Xibarita Chongqing
西柏丽西班牙厨房-重庆

Offline
shops
线下门店

Xibarita Shenyang
西柏丽体验店-沈阳

Xibarita Suqian
西柏丽酒店-宿迁

Xibarita Suqian
西柏丽酒店-宿迁

Xibarita Anhui
西柏丽进口食品展销中心-安徽

Xibarita Anhui
西柏丽进口食品展销中心-安徽



XIBARITA
Let's share
西柏丽世界 精品共享

Xibarita en Supermercados
西柏丽入驻进口超市

Offline
shops
线下门店

- ① Xibarita Corner in Xuhui Riverside Store
- ② Xibarita Corner in Nanjing Road Walkway Store
- ③ Xibarita Corner in North Bund Raffles City Store

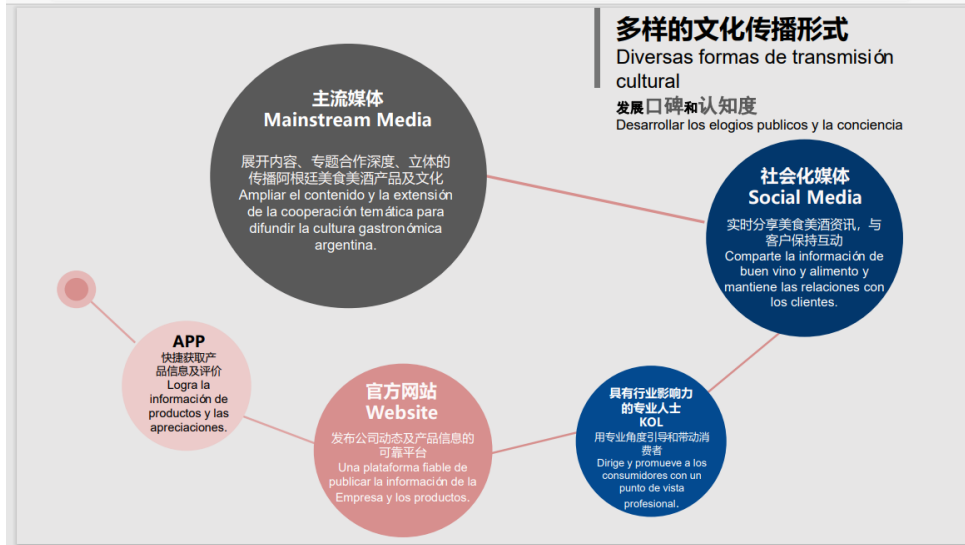


XIBARITA
Let's share
西柏丽世界 精品共享

Xibarita tienda en línea
西柏丽线上旗舰店

Xibarita - ICBC Mall
工商银行融e购

Online
shops
线上商城



XIBARITA | Xibarita en TikTok

西柏丽 | 西柏丽抖音平台

- 西柏丽线上专营店已入驻抖音平台
- La tienda de franquicia en línea de Xibarita ingresó a la plataforma electrónica de ICBC.
- 来自西语系国家原装美味的进口产品陆续上架，我们定期直播，销售优质的肉类、海鲜、酒水、零食等
- En las estanterías se encuentran originales y deliciosos productos importados de Argentina. Hacemos livestreaming con KOL para vender carne, mariscos de alta calidad, bebidas, bocadillos, etc.

03 Hub 2.0

- Diversificación de las industrias
产业多样化
- Diversas formas de marketing y comercialización
市场和销售渠道多样化
- Crear un "Parque de Innovación"
打造阿根廷 "创新园区"

— Espacio Cultural Argentino 阿根廷文化空间

El 30 de junio de 2021 se inauguró el Espacio Cultural Argentino. El Hub Integral de Argentina en Shanghai abrió un nuevo campo de innovación cultural de Argentina. A través de la exposición y comercio de las obras de arte, profundizará los intercambios culturales entre China y Argentina, para que el pueblo chino comprenda más profundamente la cultura y el arte de Argentina. Trabajaremos juntos para promover la herencia y la innovación de la cultura china y argentina, y a través de las funciones de investigación, exhibición, comunicación, difusión y aplicaciones innovadoras esta plataforma cultural chino-argentina, haremos el "Espacio Cultural Argentino" de mas innovación e influencia.

通过阿根廷创新中心的新领域拓展，阿根廷文化空间落户上海，阿根廷获得了一个能够深入中国民间展示阿根廷文化的舞台。未来阿根廷文化空间将面向中国社会开展包含艺术、文学、舞蹈、电影、美食等方面的民间交流活动，让更多中国民众切实地体验阿根廷文化的魅力。



— Cooperación en ciencia y tecnología agrícola 农业科技项目合作

El Hub se dedicará a la promoción de la cooperación internacional de la eco-agricultura integrada industria-instituto-investigación. A través de la autorización y recomendación del Gobierno de Argentina, introducirá instituciones argentinas de agricultura para cooperar con instituciones chinas, brindando servicios de exhibición, liberación y comercio de tecnología de producción agrícola, forestal, ganadera y pesquera, y gradualmente formando un proyecto piloto para la integración de producción, educación e investigación en la cooperación internacional en eco-agricultura.

产学研一体化生态农业：集中以阿根廷为代表的西语系国家先进生态农业技术项目，以新科技技术创新为后盾，提供农林牧渔生产技术的展示、发布、交易服务，逐步形成产学研一体化生态农业国际合作示范项目。



— Diversas formas de marketing y comercialización 多样化的市场推广和销售渠道

Promueve la influencia de los productos argentinos a través de actividades:

- ✓ Prueba de comidas
- ✓ Degustación de vinos
- ✓ actividades VIP como las rondas de negocios, congresos, seminarios, etc.
- ✓ Livestreaming sales

阿根廷创新中心通过举办各类活动提升阿根廷产品的影响力:

- ✓ 美食品鉴会
- ✓ 葡萄酒品鉴会
- ✓ VIP定制活动，例如商业交流会，专题研讨会，座谈会等。
- ✓ 直播销售



— Degustación de vinos para ProMendoza
门多萨推广署产品推广活动



— Celebración de los 30 años del Mercosur
“南方共同市场”成立30周年活动



— Seminario “Argentina y China: Oportunidades
para la internacionalización de las Mipymes”
“阿根廷与中国：中小微企业国际化的经验与思考”国际研讨会



— Evento 25 de mayo 阿根廷国庆日庆祝活动



— Evento de promoción en Sun Chateau 阿根廷葵花籽油产品推广活动



04
¿Qué esperamos?
我们的愿景





Nuestra Expectativa 我们的愿景

Las empresas argentinas que se establecieron en los depósitos forasteros de la Zona de Libre Comercio de Shanghai establecerán sedes centrales de la distribución Asia-Pacífico para atender el comercio de países asiáticos y encontrar posibles importadores y distribuidores en las provincias y ciudades de China. A través de actividades de promoción a largo plazo, las empresas argentinas y los productos argentinos se introducen en los mercados de Asia y China para establecer una fama de marca y propia red de ventas.

致力于让入驻的阿根廷企业建立亚太地区贸易集散分拨中心总部，服务亚洲各国的转口贸易，在中国各省市地区洽谈潜在的进口商和经销商，通过长期的推广活动使阿根廷企业及商品在中国市场建立其品牌知名度、自有的销售网络，以及在中国建立亚太地区的转口贸易中心。

El futuro...Centro de Argentina en China 未来...阿根廷中心



¡Gracias!

Contacto
联系方式:

Hub Integral de Argentina en Shanghai
阿根廷（上海）创新中心
Ms. Luisa Lu
Marketing&Communication Manager
luisa.lu@jueruiindustry.com





Anexo.

Complementariedad Comercio e Inversiones - Santa Cruz-República Popular China

Matriz de Variables

Comerciales

Indicador	Código	Periodicidad	Unidad	Fórmula	
Exportaciones totales de la Provincia de Santa Cruz	Expo_SC	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de Santa Cruz, en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Productos Primarios (PP)	Expo_SC_PP	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz - Productos Primarios (PP), en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA)	Expo_SC_MOA	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA), en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Industrial (MOI)	Expo_SC_MOI	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Industrial (MOI), en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Combustibles y Energía (CyE)	Expo_SC_CyE	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz - Combustibles y Energía (CyE), en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones Provincia de Santa Cruz con destino a ASEAN	Expo_SC_ASEAN	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz con destino a ASEAN, en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones Provincia de Santa Cruz con destino a la República Popular China	Expo_SC_RPCCh	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de la Provincia de Santa Cruz con destino a la República Popular China (RPCCh), en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones per cápita de Santa Cruz	Expo_SC_percap	Anual	Dólares estadounidenses	Exportaciones totales de Santa Cruz en USD / Población de Santa Cruz	Exportación per cápita de Santa Cruz
Exportaciones totales de la República Argentina	Expo_Arg	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación total de la República Argentina, en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones totales de la República Argentina con destino a ASEAN	Expo_Arg_ASEAN	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación total de la República Argentina con destino a ASEAN, en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones totales de la República Argentina con destino a la República Popular China	Expo_Arg_RPCCh	Anual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación total de la República Argentina con destino a la República Popular China, en millones de dólares estadounidenses
Exportaciones per cápita de Argentina	Expo_Arg_percap	Anual	Dólares estadounidenses	Exportaciones totales de Argentina en USD / Población de Argentina	Exportación per cápita de Argentina
Participación de exportaciones de Santa Cruz en el total exportado por la Argentina	Expo_SC%Expo_Arg	Anual	Porcentaje	Exportaciones totales de Santa Cruz en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Relación de exportaciones de Santa Cruz con el total exportado por la Argentina
Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a ASEAN en el total exportado por la Argentina con destino a ASEAN	Expo_SC%Expo_Arg_ASEAN	Anual	Porcentaje	Exportaciones totales de Santa Cruz con destino a Asean en USD / Exportaciones totales de Argentina con destino a Asean en USD	Relación de exportaciones de Santa Cruz con destino a ASEAN en el total exportado por la Argentina con destino a ASEAN
Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a la RPCCh en el total exportado por la Argentina con destino a la RPCCh	Expo_SC%Expo_Arg_RPCCh	Anual	Porcentaje	Exportaciones totales de Santa Cruz con destino a RPCCh en USD / Exportaciones totales de Argentina con destino a RPCCh en USD	Relación de exportaciones de Santa Cruz con destino a la RPCCh en el total exportado por la Argentina con destino a la RPCCh
Exportaciones de Argentina de carne ovina (USD)	Expo_Arg_CO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de Argentina de carne ovina (USD), en millones de dólares estadounidenses



Exportaciones de Argentina de carne ovina (tn)	Expo_Arg_CO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones toneladas
Participación de las exportaciones argentinas de carne ovina en el total exportado	Expo_Arg_CO_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de carne ovina en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación (en dólares)
Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_CO_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones destino a la de Naciones toneladas
Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_CO_RPCCh	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones destino a la Posición
Importaciones de la ASEAN de carne ovina (USD)	Impo_ASEAN_CO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones la Asociación (ASEAN) ara
Importaciones de la ASEAN de carne ovina (tn)	Impo_ASEAN_CO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones la Asociación (ASEAN), e
Importaciones de la República Popular China de carne ovina (USD)	Impo_RPCCh_CO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones la República estadounidenses
Importaciones de la República Popular China de carne ovina (tn)	Impo_RPCCh_CO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones la República ara
Exportaciones de Argentina de lana sucia (USD)	Expo_Arg_LS_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportaciones millones de
Exportaciones de Argentina de lana sucia (tn)	Expo_Arg_LS_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones toneladas
Participación de las exportaciones argentinas de lana sucia en el total exportado	Expo_Arg_LS_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de lana sucia en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación (en dólares)
Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_LS_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones a los países Naciones toneladas
Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_LS_RPCCh	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones a la República
Importaciones de la ASEAN de lana sucia (USD)	Impo_ASEAN_LS_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones la Asociación (ASEAN)
Importaciones de la ASEAN de lana sucia (tn)	Impo_ASEAN_LS_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones la Asociación (ASEAN),
Importaciones de la República Popular China de lana sucia (USD)	Impo_RPCCh_LS_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones la República estadounidenses
Importaciones de la República Popular China de lana sucia (tn)	Impo_RPCCh_LS_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones la República
Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (USD)	Expo_Arg_CyM_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportaciones langostinos estadounidenses



Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (tn)	Expo_Arg_CyM_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportación de langostinos
Participación de las exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados en el total exportado	Expo_Arg_CyM_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación de las exportaciones de langostinos
Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_CyM_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportación de langostinos que comprende el Sudeste Asiático
Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_CyM_RPCh	Mensual	Toneladas	-	Exportación de langostinos a la República Popular China
Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (USD)	Impo_ASEAN_CyM_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importación de camarones y langostinos congelados de la ASEAN en millones de dólares
Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (tn)	Impo_ASEAN_CyM_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importación de camarones y langostinos congelados de la ASEAN en toneladas
Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (USD)	Impo_RPCh_CyM_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importación de camarones y langostinos congelados de la República Popular China en millones de dólares
Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (tn)	Impo_RPCh_CyM_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importación de camarones y langostinos congelados de la República Popular China en toneladas
Exportaciones de Argentina de oro (USD)	Expo_Arg_ORO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportación de oro en millones de dólares
Exportaciones de Argentina de oro (tn)	Expo_Arg_ORO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportación de oro en toneladas
Participación de las exportaciones argentinas de oro en el total exportado	Expo_Arg_ORO_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de oro en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación de las exportaciones de oro en millones de dólares
Exportaciones argentinas de oro con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_ORO_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportación de oro a países que comprende el Sudeste Asiático
Exportaciones argentinas de oro con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_ORO_RPCh	Mensual	Toneladas	-	Exportación de oro a la República Popular China
Importaciones de la ASEAN de oro (USD)	Impo_ASEAN_ORO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importación de oro de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) en millones de dólares
Importaciones de la ASEAN de oro (tn)	Impo_ASEAN_ORO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importación de oro de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) en toneladas
Importaciones de la República Popular China de oro (USD)	Impo_RPCh_ORO_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importación de oro de la República Popular China en millones de dólares
Importaciones de la República Popular China de oro (tn)	Impo_RPCh_ORO_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importación de oro de la República Popular China en toneladas



Exportaciones de Argentina de plata (USD)	Expo_Arg_PLA_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportaciones de plata en dólares estadounidenses
Exportaciones de Argentina de plata (tn)	Expo_Arg_PLA_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones de plata en toneladas
Participación de las exportaciones argentinas de plata en el total exportado	Expo_Arg_PLA_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de plata en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación de las exportaciones argentinas de plata en el total exportado (dólares)
Exportaciones argentinas de plata con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_PLA_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones argentinas de plata con destino a ASEAN (toneladas)
Exportaciones argentinas de plata con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_PLA_RPCCh	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones argentinas de plata con destino a la República Popular China (toneladas)
Importaciones de la ASEAN de plata (USD)	Impo_ASEAN_PLA_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones de la ASEAN de plata (dólares)
Importaciones de la ASEAN de plata (tn)	Impo_ASEAN_PLA_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones de la ASEAN de plata (toneladas)
Importaciones de la República Popular China de plata (USD)	Impo_RPCCh_PLA_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones de la República Popular China de plata (dólares)
Importaciones de la República Popular China de plata (tn)	Impo_RPCCh_PLA_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones de la República Popular China de plata (toneladas)
Exportaciones de Argentina de cereza (USD)	Expo_Arg_CER_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Exportaciones de Argentina de cereza (dólares)
Exportaciones de Argentina de cereza (tn)	Expo_Arg_CER_Tn	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones de Argentina de cereza (toneladas)
Participación de las exportaciones argentinas de cereza en el total exportado	Expo_Arg_CER_USD%Tot	Mensual	Porcentaje	Exportaciones argentinas de cereza en USD / Exportaciones totales de Argentina en USD	Participación de las exportaciones argentinas de cereza en el total exportado (dólares)
Exportaciones argentinas de cereza con destino a ASEAN (tn)	Expo_Arg_CER_ASEAN	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones argentinas de cereza con destino a ASEAN (toneladas)
Exportaciones argentinas de cereza con destino a la República Popular China (tn)	Expo_Arg_CER_RPCCh	Mensual	Toneladas	-	Exportaciones argentinas de cereza con destino a la República Popular China (toneladas)
Importaciones de la ASEAN de cereza (USD)	Impo_ASEAN_CER_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones de la ASEAN de cereza (dólares)
Importaciones de la ASEAN de cereza (tn)	Impo_ASEAN_CER_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones de la ASEAN de cereza (toneladas)
Importaciones de la República Popular China de cereza (USD)	Impo_RPCCh_CER_USD	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Importaciones de la República Popular China de cereza (dólares)



Importaciones de la República Popular China de cereza (tn)	Impo_RPCCh_CER_Tn	Mensual	Toneladas	-	Importaciones República Argentina
--	-------------------	---------	-----------	---	-----------------------------------

Económicas y demográficas

Indicador	Código	Periodicidad	Unidad	Fórmula	
Desempleo en Santa Cruz	SC_Desempl	Trimestral	Porcentaje	-	Esti
Población de Santa Cruz	SC_Pob	Anual	Cantidad de personas	-	Can
Población de la Argentina	Arg_Pob	Anual	Cantidad de personas	-	Ca
Salario privado en Santa Cruz	SC_SalPriv	Mensual	Pesos argentinos	-	Remu regist
Empleo registrado privado en Santa Cruz	SC_EmpleoQ	Trimestral	Cantidad de puestos de trabajo registrados	-	Ca sector
Tasa de Actividad en Santa Cruz	SC_Actividad	Trimestral	Porcentaje	-	Pobla del
Tasa de Empleo en Santa Cruz	SC_Empleo%	Trimestral	Porcentaje	-	Pobla
Tasa de Desocupación en Santa Cruz	SC_Desempl	Trimestral	Porcentaje	-	Pe pob
Tasa de Ocupados demandantes de empleo en Santa Cruz	SC_OcupDem	Trimestral	Porcentaje	-	Pobla la po
Tasa de Subocupación en Santa Cruz	SC_Subocup	Trimestral	Porcentaje	-	Pe pob
Tasa de Subocupación demandante en Santa Cruz	SC_SubocupDem	Trimestral	Porcentaje	-	Pobla del la
Tasa de Subocupación no demandante en Santa Cruz	SC_SubocupNoDem	Trimestral	Porcentaje	-	Pe resp
Ventas en Santa Cruz	SC_Ventas	Mensual	Miles de pesos argentinos	-	Venta
Inflación interanual en la Patagonia	SC_Infla_IA	Mensual	Porcentaje	(IPC Patagonia del mes en curso / IPC Patagonia del mismo mes en el año anterior) -1	Evolu en la
Inflación mensual en la Patagonia	SC_Infla_M	Mensual	Porcentaje		Evolu en
IPC mensual en la Patagonia	IPC_Pat	Mensual	Porcentaje		Indic



Turismo

Indicador	Código	Periodicidad	Unidad	Fórmula	
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	PasTot_SC	Mensual	Cantidad de personas	-	deser
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	PasCab_SC	Mensual	Cantidad de personas	-	des tod
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internacional)	PasInt_SC	Mensual	Cantidad de personas	-	deser tod
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	PasCab_RG	Mensual	Cantidad de personas	-	deser
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internacional)	PasInt_RG	Mensual	Cantidad de personas	-	deser
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	PasTot_RG	Mensual	Cantidad de personas	-	d
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	PasCab_EC	Mensual	Cantidad de personas	-	deser
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internacional)	PasInt_EC	Mensual	Cantidad de personas	-	deser
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	PasTot_EC	Mensual	Cantidad de personas	-	de
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	VueTot_SC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont to
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	VueCab_SC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont vuelo
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internacionales)	VueInt_SC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont v
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	VueTot_RG	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	VueCab_RG	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont vuelo
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internacionales)	VueInt_RG	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Núm a cont vuelo



Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	VueTot_EC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Número a contar de vuelos
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	VueCab_EC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Número a contar de vuelos
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internacionales)	VueInt_EC	Mensual	Cantidad de vuelos	-	Número a contar de vuelos
Establecimientos hoteleros - El Calafate	H_EC	Mensual	Cantidad	-	Cantidad
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	HD_EC	Mensual	Cantidad	-	Cantidad hoteleros así como o bur...
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	HO_EC	Mensual	Cantidad	-	Total de unidades múltiples que...
Plazas disponibles - El Calafate	PD_EC	Mensual	Cantidad	-	Número de plazas suplementarias
Plazas ocupadas - El Calafate	PO_EC	Mensual	Cantidad	-	Cantidad de plazas ocupadas
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	H%_EC	Mensual	Porcentaje	(Habitaciones o unidades ocupadas en El Calafate / Habitaciones o unidades disponibles en El Calafate) * 100	Cantidad de plazas ocupadas
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	P%_EC	Mensual	Porcentaje	(Plazas ocupadas en El Calafate / Plazas disponibles en El Calafate) * 100	Cantidad de plazas ocupadas
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	VR_EC	Mensual	Cantidad de personas	-	Cantidad de personas hospedadas
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	E_VR_EC	Mensual	Días	-	Período de estadía promedio de los hospedados residentes
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	VNR_EC	Mensual	Cantidad de personas	-	Cantidad de personas Arge...
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	E_VNR_EC	Mensual	Días	-	Período de estadía promedio de los hospedados no residentes
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	H_RG	Mensual	Cantidad	-	Cantidad



Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	HD_RG	Mensual	Cantidad	-	Car hotel asi co o bur o
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	HO_RG	Mensual	Cantidad	-	Total sid mult que
Plazas disponibles - Río Gallegos	PD_RG	Mensual	Cantidad	-	N suple o
Plazas ocupadas - Río Gallegos	PO_RG	Mensual	Cantidad	-	C per
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	H%_RG	Mensual	Porcentaje	(Habitaciones o unidades ocupadas en Río Gallegos / Habitaciones o unidades disponibles en Río Gallegos) * 100	C ocu habit
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	P%_RG	Mensual	Porcentaje	(Plazas ocupadas en Río Gallegos / Plazas disponibles en Río Gallegos) * 100	Canti las
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	VR_RG	Mensual	Cantidad de personas	-	Canti hos
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	E_VR_RG	Mensual	Días	-	Permo d
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	VNR_RG	Mensual	Cantidad de personas	-	C Arge
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	E_VNR_RG	Mensual	Días	-	Permo de
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	H_SC	Mensual	Cantidad	-	Car para-
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	HD_SC	Mensual	Cantidad	-	Car hotel asi co o bur o es
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	HO_SC	Mensual	Cantidad	-	Total sid mult que
Plazas disponibles - Santa Cruz	PD_SC	Mensual	Cantidad	-	N suple o es
Plazas ocupadas - Santa Cruz	PO_SC	Mensual	Cantidad	-	C per
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	H%_SC	Mensual	Porcentaje	(Habitaciones o unidades ocupadas en Río Gallegos y El Calafate / Habitaciones o unidades disponibles en Río Gallegos y El Calafate) * 100	C ocu habit



Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	P%_SC	Mensual	Porcentaje	(Plazas ocupadas en Río Gallegos y El Calafate / Plazas disponibles en Río Gallegos y El Calafate) * 100	Canti las p
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	VR_SC	Mensual	Cantidad de personas		Canti hos
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	E_VR_SC	Mensual	Días	-	Perno de
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	VNR_SC	Mensual	Cantidad de personas	-	Ca Arge
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	E_VNR_SC	Mensual	Días	-	Perno de
Ingreso de dólares por turismo	IN_USD_Tur	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Ingre Co
Egreso de dólares por turismo	EG_USD_Tur	Mensual	Millones de dólares estadounidenses	-	Egres Pa
Participación de ingresos de dólares por turismo en el total de exportaciones	IN_USD_Tur%	Mensual	Porcentaje	-	Relac por tu total
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	R_PNArg	Mensual	Cantidad de personas	-	Ca visita
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	NR_PNArg	Mensual	Cantidad de personas	-	Can visita
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	Tot_PNArg	Mensual	Cantidad de personas	-	Ca
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	R_PNPat	Mensual	Cantidad de personas	-	Ca visita
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	NR_PNPat	Mensual	Cantidad de personas	-	Can visita
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	Tot_PNPat	Mensual	Cantidad de personas	-	Ca P

ANEXO
Variables Comerciales

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Exportaciones totales de la Provincia de Santa Cruz	1.847	1.908	1.649	1.594	2.052	2.052
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Productos Primarios (PP)	507	545	566	503	451	629
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA)	49	29	17	22	12	10
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Manufacturas de Origen Industrial (MOI)	827	794	707	738	1.455	1.26
Exportaciones de la Provincia de Santa Cruz - Combustibles y Energía	465	540	359	331	134	149
Exportaciones Provincia de Santa Cruz con destino a ASEAN	9	12	20	34	19	46
Exportaciones Provincia de Santa Cruz con destino a la República Popular China	105	159	204	80	106	194
Población Santa Cruz	284.414	293.407	302.420	311.444	320.469	329.4
Exportaciones per cápita de Santa Cruz	6.494	6.504	5.452	5.117	6.402	6.22
Exportaciones totales de la República Argentina	82.981	79.982	75.963	68.404	56.784	57.9
Población Argentina	41.261.490	41.733.271	42.202.935	42.669.500	43.131.966	43.590
Exportaciones totales de la República Argentina con destino a ASEAN	4.217	4.392	5.097	5.180	4.583	5.80
Exportaciones totales de la República Argentina con destino a la República Popular China	6.561	5.490	6.114	5.006	5.387	4.66
Exportaciones per cápita de Argentina	2.011	1.917	1.800	1.603	1.317	1.32
Participación de exportaciones de Santa Cruz en el total exportado por la Argentina	2,2%	2,4%	2,2%	2,3%	3,6%	3,5%
Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a ASEAN en el total exportado por la Argentina con destino a ASEAN	0,2%	0,3%	0,4%	0,7%	0,4%	0,8%
Participación de exportaciones de Santa Cruz con destino a la RPCh en el total exportado por la Argentina con destino a la RPCh	1,6%	2,9%	3,3%	1,6%	2,0%	4,2%
Exportaciones de Argentina de carne ovina (USD)	15	8	3	7	3	4
Exportaciones de Argentina de carne ovina (tn)	2.503	1.313	492	1.003	520	801
Participación de las exportaciones argentinas del carne ovina en el total exportado	0,018%	0,010%	0,003%	0,010%	0,006%	0,007%
Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a ASEAN (tn)	0	0	0	0	0	110



Exportaciones argentinas de carne ovina con destino a la República Popular China (tn)	0	0	0	0	0	0
Importaciones de la ASEAN de carne ovina (USD)	75	71	84	105	102	99
Importaciones de la ASEAN de carne ovina (tn)	12.757	14.031	18.200	20.539	24.321	25.36
Importaciones de la República Popular China de carne ovina (USD)	268	394	823	917	670	538
Importaciones de la República Popular China de carne ovina (tn)	80.783	115.341	226.573	231.970	206.072	206.5
Exportaciones de Argentina de lana sucia (USD)	70	45	48	57	62	85
Exportaciones de Argentina de lana sucia (tn)	11.176	7.177	8.367	9.523	10.865	13.14
Participación de las exportaciones argentinas del lana sucia en el total exportado	0,08%	0,06%	0,06%	0,08%	0,11%	0,15%
Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a ASEAN (tn)	0	0	0	596	200	139
Exportaciones argentinas de lana sucia con destino a la República Popular China (tn)	2.736	2.554	3.447	4.717	5.431	4.81
Importaciones de la ASEAN de lana sucia (USD)	0	4	1	11	25	33
Importaciones de la ASEAN de lana sucia (tn)	23	189	144	2.019	4.584	7.02
Importaciones de la República Popular China de lana sucia (USD)	2.619	2.398	2.487	2.125	2.130	2.13
Importaciones de la República Popular China de lana sucia (tn)	263.221	250.297	283.773	260.459	268.847	252.0
Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (USD)	s/d	477	616	760	764	1.00
Exportaciones de Argentina de camarones y langostinos congelados (tn)	s/d	78.105	91.258	107.476	120.786	159.8
Participación de las exportaciones argentinas del camarones y langostinos congelados en el total exportado	s/d	0,6%	0,8%	1,1%	1,3%	1,7%
Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a ASEAN (tn)	s/d	694	1.982	3.463	2.916	7.00
Exportaciones argentinas de camarones y langostinos congelados con destino a la República Popular China (tn)	s/d	3.151	6.031	8.869	20.521	32.60
Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (USD)	s/d	226	517	848	626	536
Importaciones de la ASEAN de camarones y langostinos congelados (tn)	s/d	14.612	71.381	98.457	70.199	68.40
Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (USD)	s/d	153	194	309	441	445
Importaciones de la República Popular China de camarones y langostinos congelados (tn)	s/d	26.219	25.862	37.262	59.166	60.80



Exportaciones de Argentina de oro (USD)	2.315	2.254	1.847	1.826	2.261	2.04
Exportaciones de Argentina de oro (tn)	209	238	317	299	552	446
Participación de las exportaciones argentinas del oro en el total exportado	2,8%	2,8%	2,4%	2,7%	4,0%	3,5%
Exportaciones argentinas de oro con destino a ASEAN (tn)	0	0	0	0	0	0
Exportaciones argentinas de oro con destino a la República Popular China (tn)	0	0	0	0	0	0
Importaciones de la ASEAN de oro (USD)	31.281	21.977	35.605	23.796	13.760	11.78
Importaciones de la ASEAN de oro (tn)	719	557	822	613	401	335
Importaciones de la República Popular China de oro (USD)	0	0	0	0	0	0
Importaciones de la República Popular China de oro (tn)	0	0	0	0	0	0
Exportaciones de Argentina de plata (USD)	412	307	199	235	233	193
Exportaciones de Argentina de plata (tn)	244	199	151	210	245	184
Participación de las exportaciones argentinas del plata en el total exportado	0,50%	0,38%	0,26%	0,34%	0,41%	0,33%
Exportaciones argentinas de plata con destino a ASEAN (tn)	0	0	0	0	0	0
Exportaciones argentinas de plata con destino a la República Popular China (tn)	0	0	0	0	0	0
Importaciones de la ASEAN de plata (USD)	626	437	453	388	402	386
Importaciones de la ASEAN de plata (tn)	675	494	657	654	791	791
Importaciones de la República Popular China de plata (USD)	180	188	158	135	440	341
Importaciones de la República Popular China de plata (tn)	503	415	347	319	897	796
Exportaciones de Argentina de cereza (USD)	s/d	15	10	17	16	23
Exportaciones de Argentina de cereza (tn)	s/d	1.939	1.074	2.781	2.040	3.49
Participación de las exportaciones argentinas del cereza en el total exportado	s/d	0,02%	0,01%	0,03%	0,03%	0,04%
Exportaciones argentinas de cereza con destino a ASEAN (tn)	s/d	3	1	1		53
Exportaciones argentinas de cereza con destino a la República Popular China (tn)	s/d	0	0	0	0	0
Importaciones de la ASEAN de cereza (USD)	s/d	11	12	15	18	28
Importaciones de la ASEAN de cereza (tn)		1.662	2.354	3.280	4.080	5.43
Importaciones de la República Popular China de cereza (USD)	s/d	307	298	531	672	794
Importaciones de la República Popular China de cereza (tn)	s/d	41.589	37.539	65.063	91.502	109.0



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



Santa Cruz
Gobierno de la provincia



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA

Ingreso de dólares por turismo	3.527	2.618	1.568	1.213	950	1.56
Relación de ingresos de dólares por turismo respecto a exportaciones de Argentina	4,3%	3,3%	2,1%	1,8%	1,7%	2,7%

Variables Económicas – Mercado de Trabajo

	1er trim 2011	2do trim 2011	3er trim 2011	4to trim 2011	1er trim 2012	2do trim 2012	3er trim 2012	4to trim 2012	1er trim 2013	2do trim 2013	3er trim 2013	4to trim 2013
Empleo registrado privado en Santa Cruz	60.731	60.217	59.881	63.203	64.515	63.370	61.874	63.475	64.898	63.788	62.405	63.993
Actividad en Santa Cruz	46,8	49,2	48,2	47,9	48,4	49,0	47,0	47,9	45,1	45,2	44,5	47,1
Empleo en Santa Cruz	45,7	48,2	47,1	46,9	46,5	47,1	45,6	45,9	43,2	43,0	43,1	45,3
Desocupación en Santa Cruz	2,4	2,2	2,3	2,1	3,9	3,9	2,9	4,1	4,3	4,9	3,0	3,8
Ocupados demandantes de empleo en Santa Cruz	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
Subocupación en Santa Cruz	2,0	2,2	1,3	2,1	1,6	3,3	3,0	1,6	1,7	2,3	2,6	3,3
Subocupación demandante en Santa Cruz	1,9	1,6	1,2	1,6	1,4	2,4	1,6	0,9	1,3	1,4	2,1	1,5
Subocupación no demandante en Santa Cruz	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,9	1,4	0,7	0,4	0,9	0,4	1,8

1/3 continúa...

	1er trim 2015	2do trim 2015	3er trim 2015	4to trim 2015	1er trim 2016	2do trim 2016	3er trim 2016	4to trim 2016	1er trim 2017	2do trim 2017	3er trim 2017	4to trim 2017
Empleo registrado privado en Santa Cruz	66.339	66.701	66.540	67.314	64.944	61.582	60.499	61.027	62.291	60.524	59.568	60.323
Actividad en Santa Cruz	48,4	47,1	45,4	s/d	s/d	45,6	44,6	45,0	44,5	43,9	42,7	43,6
Empleo en Santa Cruz	46,4	44,7	43,3	s/d	s/d	42,7	42,1	42,2	43,0	42,0	40,2	40,5
Desocupación en Santa Cruz	4,2	5,2	4,5	s/d	s/d	6,3	5,5	6,4	3,3	4,3	6,0	6,9
Ocupados demandantes de empleo en Santa Cruz	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	7,5	6,0	2,8	4,0	3,4	4,6	4,4
Subocupación en Santa Cruz	2,2	6,8	2,8	s/d	s/d	2,3	3,7	0,5	1,7	2,3	5,0	3,8
Subocupación demandante en Santa Cruz	1,8	3,8	2,1	s/d	s/d	2,1	3,4	0,5	1,3	2,1	3,4	1,3
Subocupación no demandante en Santa Cruz	0,5	3,0	0,7	s/d	s/d	0,2	0,3	0,0	0,4	0,2	1,7	2,5

2/3 continúa...

	1er trim 2019	2do trim 2019	3er trim 2019	4to trim 2019	1er trim 2020	2do trim 2020	3er trim 2020	4to trim 2020	1er trim 2021	2do trim 2021
Empleo registrado privado en Santa Cruz	61.323	58.763	58.252	59.397	60.886	57.774	57.311	57.403	59.456	
Actividad en Santa Cruz	45,9	47,1	45,3	41,7	44,0	39,3	41,3	43,1	42,2	42,0
Empleo en Santa Cruz	41,0	42,7	42,4	39,0	41,5	37,4	40,1	40,1	38,4	38,5
Desocupación en Santa Cruz	10,7	9,4	6,5	6,4	5,7	4,7	3,1	6,8	9,0	8,2
Ocupados demandantes de empleo en Santa Cruz	13,2	10,7	12,5	10,5	15,2	9,0	5,7	6,6	11,0	19,0
Subocupación en Santa Cruz	8,1	8,9	11,0	9,1	7,7	9,3	2,6	6,6	7,1	11,7
Subocupación demandante en Santa Cruz	5,8	5,1	6,3	5,3	4,2	2,9	1,7	4,2	4,4	8,4
Subocupación no demandante en Santa Cruz	2,3	3,7	4,7	3,7	3,5	6,4	0,9	2,4	2,7	3,3

3/3

VARIABLES ECONÓMICAS – SALARIOS, VENTAS E INFLACIÓN (POR AÑO)

	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
Salario privado en Santa Cruz	53.208	39.103	41.774	40.761	39.305	42.172	63.124	48.460	47.001	46.370
Ventas en Santa Cruz	...	227.756	222.033	257.479	289.435	276.262	321.641	384.815	307.973	301.637
Inflación mensual en la Patagonia	...	2,6	1,7	2,1	2	1,7	1,1	1,5	1,7	1,3
Inflación interanual en la Patagonia
IPC Patagonia	100,0	102,6	104,3	106,5	108,7	110,5	111,7	113,4	115,3	116,8

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18
Salario privado en Santa Cruz	47.946	52.706	50.039	50.001	57.686	77.709	59.375	62.157	68.025
Ventas en Santa Cruz	305.267	301.827	368.511	360.189	361.755	415.859	455.860	374.674	346.125
Inflación mensual en la Patagonia	2,6	2	3,1	2,7	2	3,3	3,2	3,6	6,6
Inflación interanual en la Patagonia	23,5	23,9	25,1	26	26,3	29,1	31,2	33,7	40,7
IPC Patagonia	126,6	129,2	133,2	136,9	139,6	144,1	148,8	154,2	164,3

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19
Salario privado en Santa Cruz	67.894	74.562	76.678	75.308	81.655	116.136	91.571	96.825	91.255
Ventas en Santa Cruz	382.711	375.458	490.680	441.223	492.474	644.776	658.206	543.645	520.029
Inflación mensual en la Patagonia	3	3	4,3	3,5	3,4	2,8	2,5	4,2	5,3
Inflación interanual en la Patagonia	51,3	52,7	54,4	55,7	57,9	57,1	56,1	56,9	55
IPC Patagonia	191,5	197,3	205,8	213,1	220,3	226,4	232,2	242,0	254,7

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20
Salario privado en Santa Cruz	105.356	116.299	113.506	94.437	97.516	138.209	100.145	113.637	115.962
Ventas en Santa Cruz	587.870	636.105	325.314	9.624	25.044	113.195	243.387	313.746	265.124
Inflación mensual en la Patagonia	2,5	1,8	2,6	0,6	1,6	1,9	2,7	2,9	2,3
Inflación interanual en la Patagonia	53,3	51,5	49	44,8	42,2	41,1	41,3	39,5	35,6
IPC Patagonia	293,6	298,8	306,6	308,5	313,4	319,4	328,1	337,7	345,3

	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21
Salario privado en Santa Cruz	143.740	149.257	155.782	148.953	161.988	224.469
Ventas en Santa Cruz	659.383	680.335	877.232	784.082	658.536	828.784	1.192.910
Inflación mensual en la Patagonia	4,1	3,9	4,1	4,8	3,5	3,4	3,3	3,4	3,7
Inflación interanual en la Patagonia	34,3	37,1	39	44,7	47,5	49,7	50,6	51,3	53,5
IPC Patagonia	394,4	409,6	426,2	446,5	462,2	478,1	494,1	511,0	530,1

VARIABLES DE TURISMO – VUELOS (POR AÑO)

	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	82.716	69.955	71.532	54.150	33.193	8.121	20.642
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	82.663	69.928	71.427	54.150	33.192	8.121	20.639
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	53	27	105	0	1	0	3
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	19.737	17.191	20.316	19.037	16.445	5.307	11.706
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	8	27	5	0	1	0	3
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	19.745	17.218	20.321	19.037	16.446	5.307	11.709
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	62.926	52.737	51.111	35.113	16.747	2.814	8.933
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	45	0	100	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	62.971	52.737	51.211	35.113	16.747	2.814	8.933
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	932	934	904	741	548	156	290
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	922	932	900	739	544	154	287



Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	10	2	4	2	4	2	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	304	337	374	309	262	82	160
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	297	335	372	307	258	80	157
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	7	2	2	2	4	2	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	628	597	530	432	286	74	130
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	625	597	528	432	286	74	130
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	3	0	2	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	360	283	332	300	275	254	277
Egreso de dólares por turismo	300	268	234	240	256	240	246

	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	81.792	68.554	62.441	45.531	30.432	24.708	36.293
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	81.563	68.390	62.431	45.529	30.432	24.707	36.290
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	229	164	10	2	0	1	3
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	19.804	17.361	18.474	17.591	15.239	14.730	19.357
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	0	5	6	2	0	1	3
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	19.804	17.366	18.480	17.593	15.239	14.731	19.360
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	61.759	51.029	43.957	27.938	15.193	9.977	16.933
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	229	159	4	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	61.988	51.188	43.961	27.938	15.193	9.977	16.933
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	993	875	761	655	594	585	659
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	981	865	757	653	592	580	656
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	12	10	4	2	2	5	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	288	262	288	341	344	358	393
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	285	260	285	339	342	353	390
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	3	2	3	2	2	5	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	705	613	473	314	250	227	266
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	696	605	472	314	250	227	266
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	9	8	1	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	323	244	298	241	241	181	190
Egreso de dólares por turismo	457	465	422	327	402	480	571

	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	86.503	76.348	64.107	49.008	31.976	29.059	40.994
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	86.363	76.340	64.098	48.857	31.976	29.059	40.994
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	140	8	9	151	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	18.783	18.027	20.082	18.313	17.283	16.278	22.474
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	106	0	0	1	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	18.889	18.027	20.082	18.314	17.283	16.278	22.474
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	67.580	58.313	44.016	30.544	14.693	12.781	18.520
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	34	8	9	150	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	67.614	58.321	44.025	30.694	14.693	12.781	18.520

Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	1.157	1.108	999	878	699	612	711
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	1.153	1.104	994	867	697	610	708
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	4	4	5	11	2	2	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	489	459	510	506	420	361	402
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	487	457	508	499	418	359	399
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	2	2	7	2	2	3
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	668	649	489	372	279	251	309
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	666	647	486	368	279	251	309
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	2	2	3	4	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	212	158	139	140	116	88	155
Egreso de dólares por turismo	773	793	685	774	728	606	667

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	91.317	80.297	74.592	60.937	41.938	31.170	45.863
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	91.304	80.285	74.578	60.923	41.937	31.170	45.856
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	13	12	14	14	1	0	7
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	19.479	18.510	20.121	18.200	18.669	17.076	24.646
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	0	10	1	0	1	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	19.479	18.520	20.122	18.200	18.670	17.076	24.646
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	71.825	61.775	54.457	42.723	23.268	14.094	21.210
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	13	2	13	14	0	0	7
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	71.838	61.777	54.470	42.737	23.268	14.094	21.217
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	1.116	1.033	948	804	731	681	781
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	1.107	1.027	944	800	729	679	776
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	9	6	4	4	2	2	5
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	391	393	436	378	418	401	458
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	387	389	434	376	416	399	454
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	4	4	2	2	2	2	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	725	640	512	426	313	280	323
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	720	638	510	424	313	280	322
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	5	2	2	2	0	0	1
Ingreso de dólares por turismo	132	121	105	106	114	80	79
Egreso de dólares por turismo	821	511	377	379	373	391	451

	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	106.571	92.252	85.432	69.078	47.780	36.915	62.327
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	106.564	92.186	85.414	69.004	47.779	36.915	62.326
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	7	66	18	74	1	0	1
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	21.349	20.817	20.784	20.760	20.646	18.920	29.878
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	0	58	3	70	1	0	1
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	21.349	20.875	20.787	20.830	20.647	18.920	29.879
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	85.215	71.369	64.630	48.244	27.133	17.995	32.448



Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	7	8	15	4	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	85.222	71.377	64.645	48.248	27.133	17.995	32.448
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	1.003	938	864	793	691	641	767
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	999	933	860	790	687	639	763
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	4	5	4	3	4	2	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	279	275	268	271	275	283	381
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	277	272	266	269	273	281	377
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	3	2	2	2	2	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	724	663	596	522	416	358	386
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	722	661	594	521	414	358	386
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	2	2	2	1	2	0	0
Ingreso de dólares por turismo	123	98	98	78	69	77	67
Egreso de dólares por turismo	694	617	607	566	554	566	696

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	114.235	101.208	89.749	58.710	40.139	34.680	55.962
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	114.228	101.114	89.749	58.709	39.992	34.677	55.953
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	7	94	0	1	147	3	9
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	27.155	24.300	21.049	18.000	17.166	16.808	23.710
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	7	6	0	1	147	3	9
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	27.162	24.306	21.049	18.001	17.313	16.811	23.719
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	87.073	76.814	68.700	40.709	22.826	17.869	32.243
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	0	88	0	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	87.073	76.902	68.700	40.709	22.826	17.869	32.243
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	1.036	1.040	920	627	582	529	673
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	1.034	1.032	915	625	577	527	671
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	2	8	5	2	5	2	2
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	355	406	304	250	269	245	323
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	353	402	299	248	264	243	321
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	4	5	2	5	2	2
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	681	634	616	377	313	284	350
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	681	630	616	377	313	284	350
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	0	4	0	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	129	124	149	101	123	100	92
Egreso de dólares por turismo	803	763	664	596	617	676	650

	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	111.431	95.010	91.450	63.299	41.370	36.188	49.751
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	111.205	94.913	91.335	63.212	41.333	36.148	49.744
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	226	97	115	87	37	40	7
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	22.778	20.447	22.095	18.386	18.755	18.215	25.425
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	224	76	48	87	37	40	7



Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	23.002	20.523	22.143	18.473	18.792	18.255	25.432
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	88.427	74.466	69.240	44.826	22.578	17.933	24.319
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	2	21	67	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	88.429	74.487	69.307	44.826	22.578	17.933	24.319
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	1.020	943	979	567	487	451	455
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	1.017	935	974	565	483	449	453
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	3	8	5	2	4	2	2
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	267	238	278	172	239	205	237
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	265	234	275	170	235	203	235
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	4	3	2	4	2	2
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	753	705	701	395	248	246	218
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	752	701	699	395	248	246	218
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	1	4	2	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	166	151	212	159	152	156	110
Egreso de dólares por turismo	1.309	959	960	755	861	818	862

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	103.352	89.319	94.259	62.598	35.660	28.881	48.014
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	103.271	89.267	94.185	62.547	35.660	28.760	48.014
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	81	52	74	51	0	121	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	18.913	17.545	20.976	17.426	16.082	15.187	22.489
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	3	14	52	51	0	121	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	18.916	17.559	21.028	17.477	16.082	15.308	22.489
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	84.358	71.722	73.209	45.121	19.578	13.573	25.525
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	78	38	22	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	84.436	71.760	73.231	45.121	19.578	13.573	25.525
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	897	794	837	513	326	312	414
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	873	779	823	511	325	304	413
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	24	15	14	2	1	8	1
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	198	172	198	176	174	166	199
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	196	170	195	174	173	158	198
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	2	3	2	1	8	1
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	699	622	639	337	152	146	215
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	677	609	628	337	152	146	215
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	22	13	11	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	220	169	187	139	145	121	112
Egreso de dólares por turismo	1.405	1.025	869	817	826	593	660

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	117.567	101.177	94.145	68.867	45.619	38.780	50.865
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	117.437	101.171	94.130	68.856	45.608	38.780	50.633
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	130	6	15	11	11	0	232



Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	23.415	22.401	23.450	19.210	19.758	20.208	23.116
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	113	0	0	3	0	0	232
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	23.528	22.401	23.450	19.213	19.758	20.208	23.348
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	94.022	78.770	70.680	49.646	25.850	18.572	27.517
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	17	6	15	8	11	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	94.039	78.776	70.695	49.654	25.861	18.572	27.517
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	950	861	770	536	393	357	427
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	946	856	760	529	383	355	423
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	4	5	10	7	10	2	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	203	196	211	199	197	198	210
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	201	192	207	194	190	196	206
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	4	4	5	7	2	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	747	665	559	337	196	159	217
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	745	664	553	335	193	159	217
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	2	1	6	2	3	0	0
Ingreso de dólares por turismo	221	188	190	166	145	113	153
Egreso de dólares por turismo	771	574	506	494	538	492	604

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)	119.084	109.640	55.142	1.416	891	248	26
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)	119.074	109.533	55.087	1.416	891	248	26
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)	10	107	55	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)	22.202	22.075	13.553	1.222	882	246	8
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)	0	102	52	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)	22.202	22.177	13.605	1.222	882	246	8
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)	96.872	87.458	41.534	194	9	2	18
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)	10	5	3	0	0	0	0
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)	96.882	87.463	41.537	194	9	2	18
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)	997	896	496	20	26	18	14
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)	989	889	494	20	26	18	14
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)	8	7	2	0	0	0	0
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)	242	219	133	16	20	14	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)	240	216	132	16	20	14	4
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)	2	3	1	0	0	0	0
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)	755	677	363	4	6	4	10
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)	749	673	362	4	6	4	10
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)	6	4	1	0	0	0	0
Ingreso de dólares por turismo	191	124	91	23	18	21	32
Egreso de dólares por turismo	312	278	187	88	110	151	171

	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (totales)



Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (cabotaje)
Pasajeros por línea aérea en Santa Cruz (internac.)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (cabotaje)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (internac.)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto Río Gallegos (totales)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (cabotaje)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (internac.)
Pasajeros por línea aérea aeropuerto El Calafate (totales)
Vuelos comerciales en Santa Cruz (totales)
Vuelos comerciales en Santa Cruz (cabotaje)
Vuelos comerciales en Santa Cruz (internac.)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (totales)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (cabotaje)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de Río Gallegos (internac.)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (totales)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (cabotaje)
Vuelos comerciales en el aeropuerto de El Calafate (internac.)
Ingreso de dólares por turismo	16	12	19	13	14	14	13
Egreso de dólares por turismo	145	125	148	117	145	197	180

VARIABLES DE TURISMO – HOSPEDAJES, OCUPACIÓN Y ESTADÍAS (POR AÑO)

	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	137	137	137	120	74	64	65	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	89.683	80.556	80.693	62.760	41.579	30.612	33.232	3
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	61.217	52.751	42.707	21.779	11.289	3.669	6.479	
Plazas disponibles - El Calafate	233.802	209.552	227.819	191.040	125.168	97.470	107.849	1
Plazas ocupadas - El Calafate	148.956	122.662	121.976	63.254	28.258	11.340	20.327	2
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	68,3%	65,5%	52,9%	34,7%	27,2%	12,0%	19,5%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	63,7%	58,5%	53,5%	33,1%	22,6%	11,6%	18,8%	
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	27.270	18.682	18.234	8.153	5.077	2.017	4.117	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,15	2,08	2,05	2,09	2,10	2,34	2,42	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	44.880	43.814	42.586	22.797	8.869	3.238	5.159	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,01	1,91	1,99	2,03	1,98	2,04	2,01	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	38	38	38	38	38	38	38	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	26.598	24.108	26.753	26.056	26.166	26.700	26.753	2
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	12.913	10.288	10.487	8.808	8.699	6.815	8.123	
Plazas disponibles - Río Gallegos	60.419	54.712	61.070	58.688	59.039	58.380	60.698	6
Plazas ocupadas - Río Gallegos	23.632	18.608	17.470	14.474	13.831	10.763	13.329	1
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	48,5%	42,7%	39,2%	33,8%	33,2%	25,5%	30,4%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	39,1%	34,0%	28,6%	24,7%	23,4%	18,4%	22,0%	1
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	11.010	8.770	8.802	7.967	7.349	6.336	8.104	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,76	1,76	1,72	1,70	1,75	1,61	1,59	
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	2.553	2.103	1.669	655	465	391	333	



Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,69	1,49	1,40	1,47	2,14	1,45	1,45
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	175	175	175	158	112	102	103
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	116.281	104.664	107.446	88.816	67.745	57.312	59.985
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	74.130	63.039	53.194	30.587	19.988	10.484	14.602
Plazas disponibles - Santa Cruz	294.221	264.264	288.889	249.728	184.207	155.850	168.547
Plazas ocupadas - Santa Cruz	172.588	141.270	139.446	77.728	42.089	22.103	33.656
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	63,8%	60,2%	49,5%	34,4%	29,5%	18,3%	24,3%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	58,7%	53,5%	48,3%	31,1%	22,8%	14,2%	20,0%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	38.280	27.452	27.036	16.120	12.426	8.353	12.221
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	2,03	1,98	1,94	1,90	1,89	1,79	1,87
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	47.433	45.917	44.255	23.452	9.334	3.629	5.492
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	2,00	1,89	1,97	2,01	1,99	1,98	1,98

	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12
Establecimientos hoteleros - El Calafate	121	121	120	76	48	43	43
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	84.723	80.272	80.104	46.816	30.504	24.330	25.296
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	51.712	45.844	34.714	17.904	6.765	5.343	6.342
Plazas disponibles - El Calafate	215.443	204.624	209.367	126.842	87.947	86.400	82.863
Plazas ocupadas - El Calafate	112.293	102.706	80.756	42.479	15.892	14.613	17.930
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	61,0%	57,1%	43,3%	38,2%	22,2%	22,0%	25,1%
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	52,1%	50,2%	38,6%	33,5%	18,1%	16,9%	21,6%
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	19.674	17.546	17.203	7.472	4.557	4.736	6.070
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	1,97	2,07	1,88	2,04	2,19	2,16	2,33
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	37.246	33.216	25.125	13.384	2.941	2.274	1.726
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	1,97	2,00	1,92	2,04	2,01	1,93	2,18
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	36	36	36	36	36	36	36
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	27.187	24.650	26.722	26.580	26.970	26.160	27.342
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	10.569	8.812	9.567	9.374	9.921	7.859	8.053
Plazas disponibles - Río Gallegos	59.303	55.013	59.799	59.220	59.582	57.570	60.636
Plazas ocupadas - Río Gallegos	17.456	15.200	14.445	14.821	14.826	12.043	14.381
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	38,9%	35,7%	35,8%	35,3%	36,8%	30,0%	29,5%
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	29,4%	27,6%	24,2%	25,0%	24,9%	20,9%	23,7%
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	11.018	9.113	8.641	10.620	9.314	6.188	8.565
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,44	1,46	1,40	1,29	1,44	1,74	1,64
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.419	1.726	1.824	1.126	885	897	264
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,16	1,12	1,29	1,02	1,61	1,42	1,25
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	157	157	156	112	84	79	79
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	111.910	104.922	106.826	73.396	57.474	50.490	52.638
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	62.281	54.656	44.281	27.278	16.686	13.202	14.395
Plazas disponibles - Santa Cruz	274.746	259.637	269.166	186.062	147.529	143.970	143.499
Plazas ocupadas - Santa Cruz	129.749	117.906	95.201	57.300	30.718	26.656	32.311
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	55,7%	52,1%	41,5%	37,2%	29,0%	26,1%	27,3%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	47,2%	45,4%	35,4%	30,8%	20,8%	18,5%	22,5%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	30.692	26.659	25.844	18.092	13.871	10.924	14.635
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,78	1,86	1,72	1,60	1,69	1,92	1,93
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	38.665	34.942	26.949	14.510	3.826	3.171	1.990
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,94	1,95	1,88	1,96	1,92	1,78	2,06

	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13
Establecimientos hoteleros - El Calafate	129	129	129	103	83
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	83.359	74.116	80.272	55.964	47.485
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	51.285	45.069	33.146	18.052	10.463



Plazas disponibles - El Calafate	219.170	199.164	217.200	162.388	139.111
Plazas ocupadas - El Calafate	117.168	105.831	83.129	47.541	26.293
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	61,5%	60,8%	41,3%	32,3%	22,0%
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	53,5%	53,1%	38,3%	29,3%	18,9%
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	26.178	29.282	22.719	13.411	7.655
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,08	2,03	2,04	2,22	2,29
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	31.267	23.738	18.977	8.613	4.155
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,01	1,95	1,94	2,07	2,11
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	34	34	35	35
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	25.699	23.436	26.102	25.260
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	8.687	7.750	7.501	6.806
Plazas disponibles - Río Gallegos	55.831	51.464	58.032	56.250
Plazas ocupadas - Río Gallegos	15.504	13.490	13.030	11.742
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	33,8%	33,1%	28,7%	26,9%
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	27,8%	26,2%	22,5%	20,9%
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	10.999	9.506	8.558	7.940
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,26	1,28	1,40	1,36
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.245	1.062	791	808
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,32	1,21	1,34	1,20
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	163	163	164	138
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	109.058	97.552	106.374	81.224
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	59.972	52.819	40.647	24.858
Plazas disponibles - Santa Cruz	275.001	250.628	275.232	218.638
Plazas ocupadas - Santa Cruz	132.672	119.321	96.159	59.283
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	55,0%	54,1%	38,2%	30,6%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	48,2%	47,6%	34,9%	27,1%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	37.177	38.788	31.277	21.351
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,83	1,85	1,86	1,90
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	32.512	24.800	19.768	9.421
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,98	1,92	1,91	1,99

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	123	123	113	80
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	79.174	73.304	70.857	46.500
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	53.259	46.226	34.203	25.167
Plazas disponibles - El Calafate	222.022	200.200	208.323	138.510
Plazas ocupadas - El Calafate	140.723	114.684	84.976	57.044
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	67,3%	63,1%	48,3%	54,1%
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	63,4%	57,3%	40,8%	41,2%
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	37.997	32.904	18.362	12.764
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	1,98	2,14	2,24	2,54
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	35.254	20.275	20.332	11.567
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	1,86	2,18	2,16	2,13
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	34	34	34	34	34	34	34	...
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	24.924	22.456	26.443	24.750	25.079	23.730	25.110	2
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	10.144	9.007	8.577	8.670	7.259	5.479	5.372	5
Plazas disponibles - Río Gallegos	57.257	52.304	59.086	57.000	56.792	55.110	58.497	5
Plazas ocupadas - Río Gallegos	18.406	16.921	15.137	15.345	13.635	9.742	10.487	1
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	40,7%	40,1%	32,4%	35,0%	28,9%	23,1%	21,4%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	32,1%	32,4%	25,6%	26,9%	24,0%	17,7%	17,9%	1
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	11.335	10.530	9.608	8.353	6.983	5.039	6.212	...
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,42	1,49	1,48	1,78	1,88	1,89	1,53	...
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.588	874	671	392	317	138	600	...
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,46	1,44	1,43	1,30	1,68	1,58	1,61	...
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	157	157	147	114



Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	104.098	95.760	97.300	71.250
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	63.403	55.233	42.780	33.837
Plazas disponibles - Santa Cruz	279.279	252.504	267.409	195.510
Plazas ocupadas - Santa Cruz	159.129	131.605	100.113	72.389
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	60,9%	57,7%	44,0%	47,5%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	57,0%	52,1%	37,4%	37,0%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	49.332	43.434	27.970	21.117
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,85	1,98	1,98	2,24
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	36.842	21.149	21.003	11.959
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,84	2,15	2,13	2,10

	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	119	113	110	80	53	36	32	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	81.181	72.100	80.316	53.304	34.561	30.290	31.546	4
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	58.619	54.672	47.532	28.224	13.642	10.595	16.209	1
Plazas disponibles - El Calafate	219.357	190.820	206.939	143.834	100.302	78.516	82.127	1
Plazas ocupadas - El Calafate	141.424	129.442	102.629	59.571	28.325	21.756	32.368	4
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	72,2%	75,8%	59,2%	52,9%	39,5%	35,0%	51,4%	4
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	64,5%	67,8%	49,6%	41,4%	28,2%	27,7%	39,4%	3
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	38.633	30.063	24.714	13.188	9.154	5.795	12.054	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	1,90	2,09	2,06	2,25	2,27	1,74	2,57	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	36.041	31.001	25.006	15.043	3.185	6.685	463	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	1,89	2,15	2,07	1,99	2,36	1,74	2,87	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	32	30	30	30	29	28	28	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	25.152	21.868	24.521	23.760	24.009	22.470	23.467	2
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	11.559	10.647	10.792	10.751	9.173	9.394	8.238	1
Plazas disponibles - Río Gallegos	55.341	48.832	54.591	52.320	53.199	50.430	52.762	5
Plazas ocupadas - Río Gallegos	21.049	18.525	17.331	18.184	14.759	15.536	14.059	1
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	46,0%	48,7%	44,0%	45,2%	38,2%	41,8%	35,1%	4
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	38,0%	37,9%	31,7%	34,8%	27,7%	30,8%	26,6%	3
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	15.939	12.373	10.442	10.763	9.846	10.030	9.815	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,23	1,33	1,51	1,62	1,43	1,49	1,39	
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.221	1.661	1.084	564	446	330	354	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,14	1,27	1,40	1,33	1,58	1,76	1,31	
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	151	143	140	110	82	64	60	
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	106.333	93.968	104.837	77.064	58.570	52.760	55.013	6
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	70.178	65.319	58.324	38.975	22.815	19.989	24.447	3
Plazas disponibles - Santa Cruz	274.698	239.652	261.530	196.154	153.501	128.946	134.889	1
Plazas ocupadas - Santa Cruz	162.473	147.967	119.960	77.755	43.084	37.292	46.427	5
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	66,0%	69,5%	55,6%	50,6%	39,0%	37,9%	44,4%	
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	59,1%	61,7%	45,9%	39,6%	28,1%	28,9%	34,4%	
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	54.572	42.436	35.156	23.951	19.000	15.825	21.869	2
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,70	1,87	1,90	1,97	1,83	1,58	2,04	
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	37.262	32.662	26.090	15.607	3.631	7.015	817	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,87	2,10	2,04	1,96	2,27	1,74	2,20	

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	124	123	103	68	40	39	49	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	82.646	76.154	65.811	44.286	33.990	30.818	34.813	4
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	55.091	49.249	32.181	18.546	9.146	6.559	13.610	1
Plazas disponibles - El Calafate	225.465	207.031	183.681	121.884	83.946	73.664	97.448	1
Plazas ocupadas - El Calafate	126.550	118.671	73.814	36.498	19.086	13.909	29.660	3
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	66,7%	64,7%	48,9%	41,9%	26,9%	21,3%	39,1%	
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	56,1%	57,3%	40,2%	29,9%	22,7%	18,9%	30,4%	
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	29.139	31.261	18.285	15.748	8.469	5.076	10.533	1



Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,22	2,20	2,43	1,67	1,83	2,18	2,15
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	30.896	27.801	15.801	6.381	1.628	1.807	4.008
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,00	1,79	1,86	1,60	2,20	1,59	1,76
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	29	28	28	28	28	27	27
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	23.715	21.518	22.878	21.750	23.188	22.170	23.002
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	10.859	8.867	8.095	8.067	8.078	6.198	6.412
Plazas disponibles - Río Gallegos	54.095	49.039	53.103	51.510	52.051	49.860	51.677
Plazas ocupadas - Río Gallegos	18.503	16.261	13.079	12.102	12.132	9.951	10.288
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	45,8%	41,2%	35,4%	37,1%	34,8%	28,0%	27,9%
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	34,2%	33,2%	24,6%	23,5%	23,3%	20,0%	19,9%
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	13.739	10.953	8.178	6.373	8.132	6.322	6.249
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,25	1,38	1,51	1,82	1,45	1,53	1,57
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.015	920	553	358	306	198	398
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,30	1,19	1,35	1,42	1,23	1,32	1,25
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	153	151	131	96	68	66	76
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	106.361	97.672	88.689	66.036	57.178	52.988	57.815
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	65.950	58.116	40.276	26.613	17.224	12.757	20.022
Plazas disponibles - Santa Cruz	279.560	256.070	236.784	173.394	135.997	123.524	149.125
Plazas ocupadas - Santa Cruz	145.053	134.932	86.893	48.600	31.218	23.860	39.948
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	62,0%	59,5%	45,4%	40,3%	30,1%	24,1%	34,6%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	51,9%	52,7%	36,7%	28,0%	23,0%	19,3%	26,8%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	42.878	42.214	26.463	22.121	16.601	11.398	16.782
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,91	1,99	2,14	1,71	1,64	1,82	1,93
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	31.911	28.721	16.354	6.739	1.934	2.005	4.406
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,98	1,77	1,84	1,60	2,04	1,56	1,72

	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	111	53	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	75.699	30.844	4
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	48.657	11.984	1
Plazas disponibles - El Calafate	216.363	104.879	1
Plazas ocupadas - El Calafate	130.000	30.416	3
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	64,3%	38,9%	2
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	60,1%	29,0%	2
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	30.421	11.134	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,24	2,22	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	30.944	2.850	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,00	2,01	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	27	27	28	27	27	26	26	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	21.700	19.740	22.165	21.030	21.731	22.140	21.824	2
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	8.238	7.807	8.867	5.924	6.197	5.907	5.506	
Plazas disponibles - Río Gallegos	50.561	45.808	52.390	48.990	50.623	49.770	50.065	4
Plazas ocupadas - Río Gallegos	14.794	13.534	13.724	9.841	10.868	10.090	10.049	1
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	38,0%	39,5%	40,0%	28,2%	28,5%	26,7%	25,2%	2
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	29,3%	29,5%	26,2%	20,1%	21,5%	20,3%	20,1%	2
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	9.403	8.338	7.863	6.150	6.422	6.787	6.233	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,44	1,47	1,62	1,53	1,62	1,45	1,56	
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	862	883	578	267	238	142	250	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,45	1,47	1,64	1,72	1,85	1,75	1,38	
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	138	79	
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	97.399	52.668	6
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	56.895	17.490	1
Plazas disponibles - Santa Cruz	266.924	154.944	1
Plazas ocupadas - Santa Cruz	144.794	40.465	4
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	58,4%	33,2%	2



Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	54,2%	26,1%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	39.824	17.367
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	2,05	1,98
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	31.806	3.100
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,98	1,96

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	114	114	104	61	33	36	36	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	77.810	72.184	72.323	41.652	31.558	29.670	32.674	4
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	48.474	57.843	44.735	24.319	7.275	7.229	11.431	1
Plazas disponibles - El Calafate	211.606	197.484	188.759	119.626	79.980	79.950	87.792	1
Plazas ocupadas - El Calafate	114.715	143.183	101.728	60.277	16.954	16.335	26.380	2
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	62,3%	80,1%	61,9%	58,4%	23,1%	24,4%	35,0%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	54,2%	72,5%	53,9%	50,4%	21,2%	20,4%	30,0%	1
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	27.397	37.223	27.799	15.372	5.588	4.814	9.578	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,10	2,12	2,01	2,23	1,96	2,04	1,89	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	28.375	32.692	23.266	12.755	2.967	3.357	4.170	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,01	1,96	1,97	2,04	2,02	1,94	1,99	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	27	27	27	27	27	26	26	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	22.041	19.792	22.041	21.330	22.041	21.510	22.227	2
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	8.021	8.181	9.461	8.642	7.686	6.829	6.147	
Plazas disponibles - Río Gallegos	50.747	45.304	50.809	49.110	50.747	48.720	50.344	5
Plazas ocupadas - Río Gallegos	14.063	13.555	15.629	12.747	12.324	11.008	10.679	1
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	36,4%	41,3%	42,9%	40,5%	34,9%	31,7%	27,7%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	27,7%	29,9%	30,8%	26,0%	24,3%	22,6%	21,2%	1
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	8.093	7.976	9.756	7.929	7.267	6.430	6.158	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,53	1,47	1,50	1,53	1,63	1,66	1,68	
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.161	1.350	620	458	356	261	183	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,47	1,37	1,63	1,40	1,45	1,38	1,89	
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	141	141	131	88	60	62	62	
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	99.851	91.976	94.364	62.982	53.599	51.180	54.901	6
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	56.495	66.024	54.196	32.961	14.961	14.058	17.578	1
Plazas disponibles - Santa Cruz	262.353	242.788	239.568	168.736	130.727	128.670	138.136	1
Plazas ocupadas - Santa Cruz	128.778	156.738	117.357	73.024	29.278	27.343	37.059	4
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	56,6%	71,8%	57,4%	52,3%	27,9%	27,5%	32,0%	1
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	49,1%	64,6%	49,0%	43,3%	22,4%	21,3%	26,8%	1
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	35.490	45.199	37.555	23.301	12.855	11.244	15.736	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,97	2,01	1,88	1,99	1,77	1,82	1,81	
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	29.536	34.042	23.886	13.213	3.323	3.618	4.353	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	1,99	1,94	1,96	2,02	1,96	1,90	1,99	

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	119	119	119	73	44	29	31	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	84.506	77.812	80.848	55.917	33.296	29.292	32.548	3
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	59.355	51.744	44.676	29.196	12.226	12.633	18.005	1
Plazas disponibles - El Calafate	222.146	208.264	212.567	152.706	93.810	68.952	83.660	9
Plazas ocupadas - El Calafate	140.114	129.792	102.454	68.442	34.399	28.477	39.662	3
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	70,2%	66,5%	55,3%	52,2%	36,7%	43,1%	55,3%	4
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	63,1%	62,3%	48,2%	44,8%	36,7%	41,3%	47,4%	1
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	25.740	25.764	17.729	12.212	7.200	7.813	8.906	1
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,16	2,13	2,17	2,12	1,82	2,38	2,56	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	39.658	34.077	31.248	19.109	9.837	4.297	5.474	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,13	2,20	2,05	2,23	2,16	2,29	3,08	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	25	25	25	25	25	25	25	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	22.134	20.636	22.785	22.050	22.785	21.990	23.188	2



Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	8.945	9.262	10.025	7.180	7.746	7.059	6.563
Plazas disponibles - Río Gallegos	49.910	46.144	50.964	49.320	50.995	49.230	50.623
Plazas ocupadas - Río Gallegos	14.259	15.070	14.690	10.805	10.990	10.099	9.357
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	40,4%	44,9%	44,0%	32,6%	34,0%	32,1%	28,3%
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	28,6%	32,7%	28,8%	21,9%	21,6%	20,5%	18,5%
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	8.646	9.012	8.916	7.074	7.591	6.814	6.636
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,52	1,55	1,55	1,44	1,37	1,43	1,38
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	783	778	612	435	368	230	112
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,37	1,37	1,42	1,45	1,57	1,57	1,59
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	144	144	144	98	69	54	56
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	106.640	98.448	103.633	77.967	56.081	51.282	55.736
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	68.300	61.006	54.701	36.376	19.972	19.692	24.568
Plazas disponibles - Santa Cruz	272.056	254.408	263.531	202.026	144.805	118.182	134.283
Plazas ocupadas - Santa Cruz	154.373	144.862	117.144	79.247	45.389	38.576	49.019
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	64,0%	62,0%	52,8%	46,7%	35,6%	38,4%	44,1%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	56,7%	56,9%	44,5%	39,2%	31,3%	32,6%	36,5%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	34.386	34.776	26.645	19.286	14.791	14.627	15.542
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	2,00	1,98	1,97	1,87	1,59	1,94	2,06
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	40.441	34.855	31.860	19.544	10.205	4.527	5.586
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	2,12	2,18	2,03	2,21	2,14	2,25	3,05

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	a
Establecimientos hoteleros - El Calafate	114	118	117	
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	79.453	75.081	65.473	
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	60.567	54.511	38.219	
Plazas disponibles - El Calafate	218.364	215.122	162.117	
Plazas ocupadas - El Calafate	152.093	147.656	76.814	
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	76,2%	72,6%	58,4%	
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	69,7%	68,6%	47,4%	
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	32.823	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,02	
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	41.750	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,06	
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	24	5	
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	23.195	7.998	
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	8.738	845	
Plazas disponibles - Río Gallegos	50.420	16.647	
Plazas ocupadas - Río Gallegos	14.889	969	
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	37,7%	10,6%	
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	29,5%	5,8%	
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	9.394	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	1,38	
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	1.562	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	1,24	
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	138	
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	102.648	
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	69.305	
Plazas disponibles - Santa Cruz	268.784	
Plazas ocupadas - Santa Cruz	166.982	
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	67,5%	
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	62,1%	
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	42.217	
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	1,88	
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	43.312	
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	2,03	



	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21
Establecimientos hoteleros - El Calafate	82	81	81	66	36	39	41	41
Habitaciones o unidades disponibles - El Calafate	66.423	62.312	64.656	49.522	22.600	20.532	35.636	35.636
Habitaciones o unidades ocupadas - El Calafate	24.496	31.929	30.860	16.166	6.827	4.773	11.550	11.550
Plazas disponibles - El Calafate	160.262	158.236	166.017	131.200	65.114	62.838	93.361	93.361
Plazas ocupadas - El Calafate	55.269	69.277	70.116	37.677	13.842	10.266	27.602	27.602
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - El Calafate	36,9%	51,2%	47,7%	32,6%	30,2%	23,2%	32,4%	32,4%
Porcentaje de ocupación de plazas - El Calafate	34,5%	43,8%	42,2%	28,7%	21,3%	16,3%	29,6%	29,6%
Viajeros hospedados residentes - El Calafate	22.475	26.970	28.879	18.727	3.500	3.172	8.433	8.433
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - El Calafate	2,42	2,57	2,43	2,01	3,95	3,24	3,27	3,27
Viajeros hospedados no residentes - El Calafate	470	0	0	0	0	0	0	0
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - El Calafate	2,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Establecimientos hoteleros - Río Gallegos	13	13	14	14	14	14	17	17
Habitaciones o unidades disponibles - Río Gallegos	15.980	14.672	16.622	16.290	16.771	16.050	17.732	17.732
Habitaciones o unidades ocupadas - Río Gallegos	5.424	6.875	6.106	5.554	5.911	2.606	3.707	3.707
Plazas disponibles - Río Gallegos	32.268	31.052	35.471	35.970	37.510	36.000	38.471	38.471
Plazas ocupadas - Río Gallegos	6.851	9.058	10.400	7.166	6.980	4.113	5.301	5.301
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Río Gallegos	33,9%	46,9%	36,7%	34,1%	35,2%	16,2%	20,9%	20,9%
Porcentaje de ocupación de plazas - Río Gallegos	21,2%	29,2%	29,3%	19,9%	18,6%	11,4%	13,8%	13,8%
Viajeros hospedados residentes - Río Gallegos	2.299	3.328	3.985	6.100	5.505	2.496	4.127	4.127
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Río Gallegos	2,89	2,72	2,60	1,17	1,27	1,64	1,28	1,28
Viajeros hospedados no residentes - Río Gallegos	0	0	0	0	0	0	0	0
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Río Gallegos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Establecimientos hoteleros - Santa Cruz	95	94	95	80	50	53	58	58
Habitaciones o unidades disponibles - Santa Cruz	82.403	76.984	81.278	65.812	39.371	36.582	53.368	53.368
Habitaciones o unidades ocupadas - Santa Cruz	29.920	38.804	36.966	21.720	12.738	7.379	15.257	15.257
Plazas disponibles - Santa Cruz	192.530	189.288	201.488	167.170	102.624	98.838	131.832	131.832
Plazas ocupadas - Santa Cruz	62.120	78.335	80.516	44.843	20.822	14.379	32.903	32.903
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades - Santa Cruz	36,3%	50,4%	45,5%	33,0%	32,4%	20,2%	28,6%	28,6%
Porcentaje de ocupación de plazas - Santa Cruz	32,3%	41,4%	40,0%	26,8%	20,3%	14,5%	25,0%	25,0%
Viajeros hospedados residentes - Santa Cruz	24.774	30.298	32.864	24.827	9.005	5.668	12.560	12.560
Duración de estadía promedio de los hospedados residentes - Santa Cruz	2,46	2,58	2,45	1,80	2,31	2,53	2,61	2,61
Viajeros hospedados no residentes - Santa Cruz	470	0	0	0	0	0	0	0
Duración de estadía promedio de los hospedados no residentes - Santa Cruz	2,04

VARIABLES DE TURISMO – PARQUES NACIONALES

	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	485.743	282.651	198.265	135.602	80.166	59.021	187.527	100.000
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	152.863	153.067	121.398	74.086	39.347	26.387	41.973	42.000
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	638.606	435.718	319.663	209.688	119.513	85.408	229.501	142.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	325.464	172.672	101.399	53.649	24.208	7.543	24.205	19.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	94.241	103.185	66.683	29.676	9.887	2.262	6.522	8.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	419.705	275.857	168.082	83.325	34.095	9.804	30.727	27.000

	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12	ago-12
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	472.200	306.643	148.394	210.370	89.008	75.522	250.409	117.000
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	153.712	129.239	99.718	68.873	36.298	32.770	47.717	46.000
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	625.912	435.882	248.112	279.243	125.306	108.291	298.126	163.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	281.100	168.339	78.368	75.347	22.363	18.776	42.923	30.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	91.528	71.409	49.560	22.351	8.185	7.774	12.279	12.000
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	372.628	239.748	127.928	97.699	30.549	26.550	55.202	42.000



	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	603.868	370.700	261.101	143.655	77.896	103.177	192.877	109
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	140.270	126.550	101.734	57.975	41.278	32.863	55.526	50
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	744.137	497.250	362.834	201.630	119.174	136.040	248.403	160
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	430.226	244.016	141.091	65.954	23.409	24.583	54.505	36
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	79.716	72.314	48.949	23.007	10.935	10.373	18.284	16
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	509.942	316.330	190.040	88.961	34.343	34.956	72.790	53

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	648.643	357.020	247.171	169.091	120.325	105.905	178.958	130
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	217.584	138.343	110.474	78.462	48.533	66.327	54.257	51
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	866.227	495.363	357.645	247.553	168.858	172.231	233.215	181
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	381.260	246.034	151.113	83.758	45.321	29.854	61.473	48
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	89.789	85.348	52.632	30.307	14.116	10.181	16.733	17
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	471.049	331.382	203.745	114.065	59.437	40.035	78.206	66

	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	536.250	378.190	221.454	170.013	112.010	81.520	260.262	143
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	163.291	142.171	104.946	69.591	45.011	37.735	57.259	53
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	699.541	520.361	326.400	239.605	157.021	119.255	317.522	196
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	390.404	250.728	128.103	81.064	33.925	23.846	63.043	49
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	91.969	81.670	53.142	24.473	11.281	7.917	11.387	11
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	482.373	332.398	181.245	105.538	45.206	31.762	74.431	61

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	480.017	315.636	215.765	108.931	82.860	91.504	260.166	140
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	144.572	136.532	108.567	59.626	41.315	35.227	54.162	51
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	624.590	452.168	324.333	168.556	124.175	126.732	314.327	191
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	355.693	231.623	147.119	68.403	33.336	32.023	73.824	49
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	79.306	77.924	56.800	22.583	11.552	10.325	12.578	12
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	434.999	309.547	203.920	90.985	44.888	42.348	86.402	62

	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	536.751	400.742	212.950	181.061	102.332	86.836	260.996	154
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	163.936	132.613	99.591	77.803	38.927	36.187	61.108	52
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	700.687	533.355	312.541	258.864	141.259	123.023	322.104	207
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	367.007	256.808	127.823	78.370	33.709	26.906	61.844	53
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	100.516	81.496	56.693	31.634	10.978	8.862	16.403	14
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	467.523	338.304	184.516	110.004	44.687	35.768	78.247	67

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	514.310	373.521	253.720	186.623	116.078	97.394	280.069	176
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	167.987	142.845	121.394	68.628	46.612	34.394	63.406	58
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	682.297	516.366	375.114	255.251	162.690	131.788	343.475	234
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	337.380	230.375	138.147	87.109	42.971	31.630	74.115	61
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	103.181	86.948	67.454	29.037	13.145	7.048	16.277	18
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	440.561	317.323	205.601	116.146	56.116	38.678	90.392	79

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	406.763	305.087	255.746	205.724	123.390	136.894	296.854	186
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	208.253	170.987	152.927	104.369	53.137	47.408	79.156	71
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	615.016	476.074	408.673	310.093	176.527	184.302	376.010	257
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	267.686	197.102	152.137	95.036	43.785	44.336	75.263	63



Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	127.186	110.476	83.570	46.125	15.565	12.635	21.503	22
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	394.872	307.578	235.707	141.161	59.350	56.971	96.766	86

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	552.057	416.417	105.414	0	0	0	3.410	5.
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	226.961	200.511	72.320	0	0	0	0	
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	779.018	616.928	177.733	0	0	0	3.410	5.
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	386.857	259.031	64.984	0	0	0	2.282	2.
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	140.545	125.058	41.476	0	0	0	0	
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	527.402	384.089	106.459	0	0	0	2.282	2.

	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ag
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (residentes)	203.092	225.666	165.368	86.446	26.873	19.846	142.714	133
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (no residentes)	405	287	373	380	140	101	321	3
Visitas a Parques Nacionales de la Argentina (total)	203.497	225.953	165.741	86.826	27.013	19.947	143.035	133
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (residentes)	161.456	160.563	122.685	43.306	11.460	10.426	55.090	55
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (no residentes)	211	189	200	80	21	25	86	8
Visitas a Parques Nacionales de la Patagonia (total)	161.667	160.752	122.885	43.386	11.481	10.451	55.176	55