

El desembarco comercial de la Argentina en China

martes, 30 de mayo de 2017

• requiere contemplar las diferencias entre el agro pampeano

El desembarco comercial de la Argentina en China requiere contemplar las diferencias entre el agro pampeano

Uno de los aspectos que hace importante la reciente visita presidencial a China es el hecho que ese país está en el podio de los grandes importadores de productos vinculados al agro y los alimentos, disputando el primer lugar con Estados Unidos y la Unión Europea.

Coordinador: Jorge Vasconcelos - Editorial - Juan Manuel Garzón y Lucio Dipré *

Uno de los aspectos que hace importante la reciente visita presidencial a China es el hecho que ese país está en el podio de los grandes importadores de productos vinculados al agro y los alimentos, disputando el primer lugar con Estados Unidos y la Unión Europea. Se trata de un fenómeno reciente. A comienzos de siglo, las compras de alimentos de China eran sólo 1/3 de las de Estados Unidos o de la Unión Europea y, desde entonces, crecieron al 15,3% anual, mientras las europeas lo hicieron un 5,4% y 6,8% las de Estados Unidos

La región de "China Ampliada" (incluye además Filipinas, Tailandia, Indonesia y Vietnam), es el destino hoy del 30% de las exportaciones de la cadena aviar y bovina de la argentina, y es el 20% para el caso de la soja y el maíz. En cambio, ese protagonismo se diluye cuando se trata de las economías regionales de la Argentina (13 cadenas relevadas). Solo para una de ellas, China es un destino relevante: para la Foresto-Industria, el gigante asiático representó el 22,4% de los envíos del primer trimestre 2017. En el resto de cadenas la participación es muy baja (5% en frutas finas, menos del 1% en muchos casos, 3% en promedio)

Países competidores tienen más éxito en ese mercado: mientras la Argentina captura sólo el 2% de las importaciones totales de China vinculadas a cítricos (fruta fresca, aceites, jugos), Estados Unidos tiene el 20%, Australia el 11% y Brasil el 8%. En la cadena vitícola (uvas frescas, vinos), la Unión Europea tiene el 37% del mercado chino (vinos, Francia e Italia básicamente), Australia el 14% (uvas frescas y vinos), Chile el 13% (uvas frescas y vino), mientras que Argentina sólo el 0,5% (vinos). Por ende, un mejor aprovechamiento del mercado chino demanda una estrategia de promoción de exportaciones y, también, de un buen diagnóstico para definir los cambios a nivel productos, sectores y políticas que permitan cerrar la brecha con nuestros competidores

En Foco 1 - Juan Francisco Campodónico

Comercio exterior: los datos a abril extrapolan un modesto aumento de las exportaciones en el año, con importaciones más dinámicas, reflejo de la salida de la recesión

En el primer cuatrimestre de 2017, sin computar combustibles, el valor en dólares de las exportaciones aumentó 1,4% interanual, y el de las importaciones lo hizo un 8,7%, dando continuidad a las señales de mejora del nivel de actividad, por las mayores compras de insumos y bienes de capital importados y el aumento de exportaciones industriales

Los datos hasta abril marcan un déficit comercial de US\$ 1,3 mil millones para el primer cuatrimestre y extrapolan un

saldo negativo de US\$ 4,6 mil millones para todo el año. Si bien el saldo cambió de signo, esta composición de fuertes importaciones no deja de ser saludable, debido al repunte (desde marzo) de los Bienes Intermedios (15,8%) y Bienes de Capital (34,6%)

El saldo de la balanza energética fue deficitario en US\$ 628 millones en el primer cuatrimestre, y el acumulado de los últimos doce meses es de US\$ 3 mil millones, desde US\$ 4 mil millones en igual periodo del año anterior

En Foco 2 - Joaquín Berro Madero

Los balances de empresas petroleras marcan un cambio de tendencia en el primer trimestre del año

En el primer trimestre de 2017 las ventas de firmas del sector de hidrocarburos subieron 25,2% interanual, mientras los costos asociados a esa facturación lo hicieron a una tasa menor, de 14% interanual

Así, el ratio del costo de ventas/facturación, descendió de 85,4% en enero/marzo de 2016 a 77,8% en igual período de este año. El resultado operativo se multiplicó 3,6 veces en doce meses, pasando de 2,2 a 7,8 mil millones de pesos

El ratio resultado operativo/facturación pasó de 4,2% en el primer trimestre de 2016 a 12,2% en igual período de este año, Sin embargo, el ratio de rentabilidad pasó de 2,7 a 2,3% en términos de facturación, cuando el promedio entre 2012 y 2015 ha sido de 9%

En Foco 3 - Vanessa Toselli y Lucía Iglesias

El dato regional de la semana: La demanda de energía cayó 1,3% interanual en el primer cuatrimestre

Este indicador de nivel de actividad permanece en terreno negativo fundamentalmente por la influencia de la región pampeana, que captura el 70 % del consumo del país y mostró una merma de 2 % interanual

En los datos por provincias, se destaca la suba de la demanda de Misiones, de 18,6 % interanual, seguida por Neuquén (6,5 %), La Pampa (3,8 %), Mendoza (3,7 %) y La Rioja (3,6 %)

En cambio, la contracción de la demanda todavía fue significativa en Formosa (- 7,0 %), Corrientes (-5,7 %), Santa Fe (-4,2 %), Chubut (-4,2 %), Río Negro (- 3,7 %), Entre Ríos (-3,5 %), Jujuy (-3,3 %) y San Juan (-3,0 %)

IERAL - * Monitor/Foco Fiscal – mayo 17