

Trabajo  
final de  
Graduación

2010

---

**OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LA REPÚBLICA  
ARGENTINA EN EL MERCADO DEL ASEAN**

**Carrera: Lic. en Comercio Internacional**

**Alumno: Gal Chen**

**Tutor: Carlos R. Savi**



## Resumen:

Debido a la creciente importancia de los mercados del Sudeste Asiático en el panorama de la economía global, y el rol cada vez más preponderante del comercio internacional entre las economías en vía de desarrollo, es que se aborda el presente trabajo final de graduación para poder determinar las posibilidades que tiene Argentina de poder colocar su oferta exportable en la región del ASEAN. Se trata de encontrar cuáles son las oportunidades comerciales inexploradas y subaprovechadas que tal mercado ofrece para la oferta exportadora argentina. Para la realización de la investigación se manejarán datos estadísticos con una serie de índices del comercio internacional y luego se analizarán las barreras comerciales que pueden impedir la entrada de productos argentinos al ASEAN. Para el aprovechamiento de oportunidades comerciales que ofrece el ASEAN, es menester una política comercial orientada a tal mercado, con un fuerte enfoque en el acercamiento de los exportadores argentinos a sus pares asiáticos para poder aprovechar esas oportunidades.

## Abstract:

Due to the increasing importance of Southeast Asian markets in the global economic scene, and the increasing prominent role of the international trade between the economies of developing nations, this thesis tries to determine the possibilities for Argentina to be able to allocate their exports supply in the ASEAN region. This thesis try tries to find out the unexplored and underutilized commercial opportunities that this market offers to the Argentinean export supply. To carry out the investigation, statistical data will be handled with a series of international trade indexes, and the trade barriers that can hamper the entry of Argentinian products in ASEAN will be analyzed. In order to exploit the commercial opportunities offered by the ASEAN, it is necessary a trade policy aimed at this market together with a strong focus on rapprochement of the Argentinean exporters to their Asian counterparts.

## INDICE

Introducción.....	2
Problema.....	3
Objetivo general .....	3
Objetivos específicos.....	3
CAPITULO 1 .....	4
Marco Teórico .....	4
1.1 Teorías del comercio internacional.....	4
1.1.2 Barreras al comercio.....	13
1.1.3 Oportunidades comerciales .....	20
1.1.4 Índices de comercio .....	24
CAPITULO 2 .....	29
Marco metodológico.....	29
CAPITULO 3 .....	30
3.1 Antecedentes.....	30
3.2 Descripción del perfil socio-económico del ASEAN.....	35
3.3 El comercio de la Argentina con el mercado del ASEAN entre los años 2001 – 2008 .....	42
3.4 El comercio de la Argentina con el mercado del ASEAN: Análisis sectorial.....	46
3.5 Las oportunidades comerciales “sub-aprovechadas” e “inexploradas” de la Argentina en el mercado del ASEAN.....	62
Oportunidades en el mercado tailandés .....	65
Oportunidades en el mercado de Indonesia.....	68
Oportunidades en el mercado de Malasia.....	71
Oportunidades en el mercado de las Filipinas .....	73
Oportunidades en el mercado de Vietnam.....	75
Oportunidades en el mercado de Singapur .....	77
Oportunidades en los mercados de Myanmar, Laos, Camboya y Brunei.....	79
CAPITULO 4 .....	81
4.1 Barreras comerciales.....	81
Barreras comerciales en el mercado Tailandés.....	81
Barreras comerciales en el mercado de Indonesia.....	83
Barreras comerciales en el mercado de Malasia.....	85
Barreras comerciales en el mercado de Filipinas .....	86
Barreras comerciales en el mercado de Singapur .....	87
Barreras comerciales en el mercado de Vietnam.....	89
Barreras comerciales en el mercado de Brunei .....	89
Barreras comerciales en el mercado de Camboya.....	90
Barreras comerciales en el mercado de Laos.....	90
Barreras comerciales en el mercado de Myanmar.....	90
4.2 Comparación del arancel promedio .....	92
Conclusiones.....	93
Bibliografía.....	96
Anexo estadístico.....	98
IIC Argentina ASEAN .....	98

IIC ASEAN Argentina .....	98
VCR Argentina año 2008 .....	99
DVCR ASEAN año 2008 .....	102
Anexo estadístico Brunei.....	103
Anexo estadístico Birmania.....	105
Anexo estadístico Camboya .....	107
Anexo estadístico Laos.....	109

## Introducción

En el mundo actual, donde las relaciones entre los diferentes actores internacionales, cada vez son más complejas e interconectadas, un país no puede dejar de lado una política comercial diversificada.

Con el crecimiento de las economías asiáticas y su rol cada vez mayor dentro del contexto global, una política de exportaciones diversificada es esencial para el desarrollo de las exportaciones Argentinas.

Si se toman como ejemplo las últimas crisis económicas en Estados Unidos y Europa, en la actualidad Argentina no puede continuar con su política comercial exportadora hacia sus tradicionales contrapartes europeas y estadounidense, sino que tiene que diversificar sus destinos hacia las regiones que demuestren un mayor crecimiento y estabilidad económica. Una de esas regiones que muestra particular interés para la pauta exportadora Argentina es la región del Sudeste Asiático y específicamente los países integrantes del ASEAN.

Una región que alberga 600 millones de personas con un PBI aproximado de 1,5 Mil millones de dólares americanos y un total de comercio exterior de 1,7 Mil millones respectivamente, no puede estar excluida de la política comercial de un país. En función de ello en el siguiente trabajo se analizarán cuáles son las oportunidades comerciales que esa región ofrece a la República Argentina y si esas oportunidades pueden llevarse a cabo teniendo en cuenta los factores limitantes del comercio exterior. El principal objeto de este trabajo es brindar un panorama de mercado para los productores argentinos, a fin de hacerles conocer las potencialidades que ese mercado puede ofrecer para sus exportaciones.

## **Problema**

¿Cuáles son las oportunidades comerciales que ofrece el mercado del ASEAN para las exportaciones Argentinas?

## **Objetivo general**

Detectar los sectores en el mercado del ASEAN que ofrecen oportunidades comerciales para la oferta exportable Argentina.

## **Objetivos específicos**

- 1- Describir el perfil socio económico del ASEAN.
- 2- Analizar las relaciones comerciales entre la Argentina y el mercado del ASEAN entre Enero 2001 y Diciembre 2008.
- 3- Identificar las “oportunidades comerciales sub-aprovechadas” (en las cuales se comercia menos que el potencial).
- 4- Identificar las “oportunidades comerciales inexploradas” (en las cuales el comercio es nulo).
- 5- Describir las barreras de entrada a los países del ASEAN.

# CAPITULO 1

## Marco Teórico

### 1.1 Teorías del comercio internacional

La teoría del comercio internacional ha intentado a lo largo de su evolución, contestar básicamente 4 grandes grupos de interrogantes<sup>1</sup>:

1. Aquellos referidos a la naturaleza y las causas del comercio internacional, investigando la estructura, el volumen y la dirección de dicho fenómeno: ¿por qué comercia un país con otro? ¿Qué tipo de producto comercia? ¿Cuáles exporta y cuales importa y en qué cantidad? ¿Con qué países se llevan a cabo esos intercambios?
2. Aquellos a referidos a la evolución de los precios internacionales: ¿a qué precios se realizan esas transacciones? ¿Cómo se determinan tales precios?
3. Las cuestiones que tienen que ver con las consecuencias del comercio exterior para las economías nacionales: ¿qué efecto tiene el comercio internacional sobre la estructura económica de los países y sobre su proceso de crecimiento económico? ¿Cuáles son sus consecuencias sobre el bienestar de los ciudadanos?
4. Por último, las que se preocupan por el papel de la política económica en el comercio internacional: ¿debe procurarse la liberalización del mercado internacional? ¿Qué efectos tienen la barrera al comercio? ¿Qué se deriva de los procesos de integración económica?

En el siguiente trabajo se pondrá énfasis sobre el primer grupo de interrogantes y el consiguiente marco teórico dará sustento a las siguientes preguntas.

- ¿Por qué comercia un país con otro?
- ¿Qué tipo de producto comercia?

---

<sup>1</sup> Universidad de la Republica, Facultad de Derecho, teorías del comercio internacional, material de apoyo para el curso de comercio., P.32 consultado en <http://www.fder.edu.uy/contenido/rrii/contenido/curricular/comercio-matutino/unidad-v-grupo-matutino/teorias-del-comercio-internacional-material-de-apoyo.pdf> Consultado 15-04-2010

- ¿Cuáles exporta y cuáles importa?
- ¿Con que países se llevan a cabo esos intercambios?
- ¿Cuáles son las barreras que impiden dicho comercio?

## Las teorías clásicas

Los pensadores clásicos son los que criticaron ferozmente a los mercantilistas y opinaban que el comercio internacional lleva consigo un mayor bienestar a la sociedad en general.

El primero en aportar esas ideas fue Adam Smith, el cual en el año 1776 publica su libro, comúnmente conocido como "*Naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*", que entre otras temas, intenta explicar la razón por la cual se comercializan las naciones, de allí surge el concepto de la ventaja absoluta.

### **La ventaja absoluta**

Adam Smith<sup>2</sup> en su investigación sobre la "*Naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*" propone que es lo que debe y no debe producir cada nación, así de contundente lo expone: "la máxima de cualquier prudente cabeza de familia es no intentar hacer en casa lo que le cuesta más caro que si lo compra. El sastre no intenta fabricar sus propios zapatos, si no que se los compra a los zapateros (...)". Lo que es prudencia en la conducta de una casa de familia, suele serlo también en la conducta de un gran reino.

Si un país extranjero, ofrece una mercancía más barata de lo que le cuesta producir al país doméstico, será mejor comprarla a cambio de una parte de la producción de su propia industria. Debiendo dedicar la producción a aquellos sectores en que se tenga alguna ventaja.<sup>3</sup>

De esta manera Smith establece la teoría de la "*ventaja absoluta*" bajo la cual un país exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviera ventaja (desventaja)

---

<sup>2</sup> Ibidem. Citando a Adam Smith

<sup>3</sup> Ibidem

absoluta de costos respecto a otro país. Sin embargo esa teoría no estaba exenta de deficiencias, principalmente en su criterio para lograr la especialización internacional.

### La ventaja comparativa

A principios del siglo XIX, David Ricardo profundiza esa teoría y establece la teoría de la “*ventaja comparativa*”. En la misma establece que no hace falta que un país tenga ventaja absoluta, si no que será suficiente que tal país tenga un costo relativo menor con respecto a los demás países en el bien a exportar.

Si se supone que existen sólo dos países, Costa Rica y Chile, que producen dos bienes, vino y café. La siguiente tabla muestra las cantidades de horas hombre que son necesarias en cada país para producir una unidad de cada bien.

País	Bienes		Precios relativos
	Café	Vino	
Costa Rica	80	90	8/9
Chile	120	100	12/10

Fuente: “El comercio internacional”, Lic. Gabriel Leandro

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que Costa Rica tiene ventaja absoluta en la producción de ambos bienes, y que de acuerdo con la teoría de las ventajas absolutas, Costa Rica exportaría los dos bienes y Chile no exportaría ninguno, sino que importaría ambos, entonces Chile no daría nada a cambio de los bienes que recibe, lo cual no tiene sentido, o sea, no habría comercio internacional en este caso.<sup>4</sup>

Según la teoría de David Ricardo basta con que existan diferencias en los costos relativos para que se pueda dar el comercio. Por lo tanto se puede observar en la tabla expuesta anteriormente que el café es relativamente más barato en Costa Rica que en Chile, y de modo similar se puede afirmar que el vino es relativamente más barato en Chile.

<sup>4</sup> Leandro Gabriel “El comercio internacional”, disponible en <http://www.auladeeconomia.com/articulos2b.htm> consultado el 20-4-2010

Hasta ahora el análisis se ha efectuado únicamente con los precios domésticos. Estos precios solamente determinan el rango en el cual se encuentran los términos internacionales de intercambio o precios internacionales, pero no permiten determinar los términos de intercambio en sí mismos. En este caso los términos internacionales de intercambio se encuentran entre  $8/9$  y  $12/10$ . Sólo cuando los términos de intercambio se ubican en ese rango puede haber comercio internacional<sup>5</sup>.

Además, Ricardo señala que las diferencias en la productividad del trabajo en los distintos países, representan la causa del comercio internacional, suponiendo otra nueva superación al análisis realizado por Smith.

#### Alcances y límites del modelo Ricardiano

- El modelo predice que, al realizar el comercio internacional se logrará una Especialización muy extrema, y eso no se observa.
- El modelo no toma en cuenta los efectos del comercio internacional sobre la Distribución del ingreso. Según él, todos ganan siempre.
- No toma en cuenta tampoco diferencias en la distribución de recursos ni economías de escala.
- La gran lección del modelo Ricardiano es que un país tiende a exportar bienes para los cuales su productividad es alta.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Ibidem

<sup>6</sup> Ventosa Santa María Daniel "Los Clásicos" departamento de economías y finanzas Universidad de Guanajuato México disponible en <http://www.ventosa-santaularia.com/Clasicos.pdf> consultado el 20-4-2010

## **Heckscher-Ohlin**

Como en cualquier desarrollo teórico, también en los supuestos de Ricardo se encontraban fallas y se avanzó en la teoría económica con el modelo H-O agregando los factores de producción.

El modelo predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, o sea que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados.

Una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente escaso y caro. En otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exporta la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importa la mercancía relativamente intensiva en capital<sup>7</sup>.

## **Teorías recientes**

Los estudios empíricos demuestran una dicotomía entre la teoría y la realidad, de acuerdo a las teorías expuestas hasta acá, los países desarrollados no podrían comercializar uno con otro, por su idéntico grado de desarrollo tecnológico y desarrollo industrial parecido por ejemplo, en tal caso no se explica la gran cantidad de comercio efectuado entre los Estados Unidos, UE y Japón. Por lo tanto surgió una teoría más completa, la cual abarca el comercio intraindustrial y las economías de escala

### **Comercio intraindustrial y economías de escala**

A partir de la creación de la CEE (Comunidad Económica Europea) en 1957, los expertos en comercio internacional se percataron de que los intercambios entre estas naciones europeas (todas ellas economías desarrolladas), aumentaron

---

<sup>7</sup> Enciclopedia Multimedia Interactiva y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas. "El modelo Heckscher-Ohlin" disponible en [www.eumed.net/coursecon/](http://www.eumed.net/coursecon/) consultado 20-4-2010

espectacularmente a raíz de la unión aduanera, pero este comercio no respondía a la pauta del modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson de complementariedad productiva entre naciones (comercio interindustrial), sino que era, en gran medida, intercambio intraindustrial.

Este sorprendente hecho hizo preguntarse a los investigadores cómo se explicaban esos intercambios, y este fue uno de los puntos de partida de las nuevas explicaciones del comercio internacional, que centraron su análisis en suavizar los supuestos del modelo neoclásico (rendimientos constantes, mercados perfectamente competitivos y ausencia de externalidades)<sup>8</sup>.

Para obtener una explicación completa del patrón de comercio internacional es necesario ver cómo se relacionan las economías de escala con la ventaja comparativa.

Según el modelo neoclásico, se considera en el modelo dos países, uno con abundancia de capital (que produce manufacturas que son intensivas en capital) y otro con abundancia de trabajo (que produce alimentos que son intensivos en trabajo) y si ambos presentan rendimientos constantes y funcionan en competencia perfecta, el patrón de comercio corresponde al que se presenta en la figura 1, donde tan sólo existe comercio interindustrial, es decir, el país capital-abundante exporta únicamente manufacturas e importa únicamente alimentos. En este caso el comercio se explica completamente a través de la ventaja comparativa.

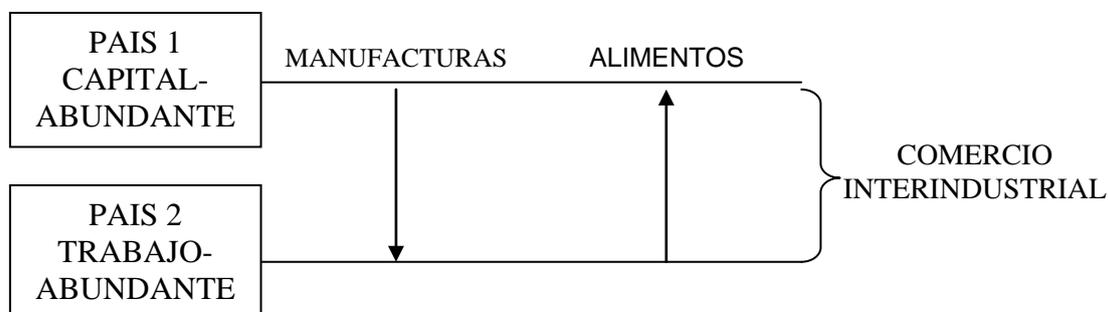
Como se demostró en el caso de la CEE, los análisis empíricos muestran que este no es el patrón de comercio predominante en los intercambios internacionales, especialmente en los intercambios entre países industrializados, donde más del cincuenta por ciento de los bienes comercializados son producidos por sectores con abundancia de capital.

La falta de concordancia entre el modelo y la realidad parece residir en la no consideración de los rendimientos crecientes a escala ni en la estructura de competencia monopolística del modelo tradicional. En la figura 1 se demuestra el modelo Neoclásico.

---

8 Steimberg, F. La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica, 2004 P 25. texto completo disponible en [www.eumed.net/coursecon/libreria/](http://www.eumed.net/coursecon/libreria/) consultado 25-4-2010

FIGURA 1: LOS INTERCAMBIOS SEGÚN EL MODELO NEOCLÁSICO



Fuente: Steimberg, F. (2004) La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica

En la figura 2 se demuestra una situación similar pero donde existen rendimientos crecientes a escala (los costes medios disminuyen con el aumento de la producción) y donde el mercado de manufacturas, en vez de funcionar en forma de competencia perfecta, lo hace en forma de competencia monopolística, según el modelo de Chamberlain. En esta situación se producirá una especialización intraindustrial.<sup>9</sup>

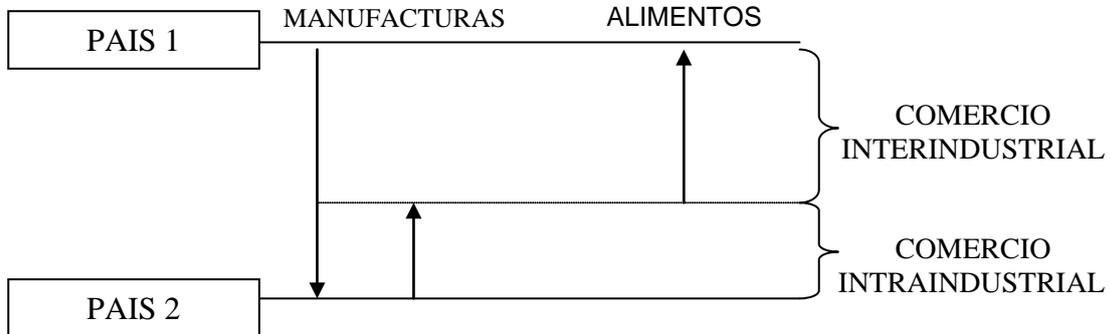
Esto sucede porque a ninguno de los países le conviene satisfacer completamente la diversificada demanda de manufacturas que hacen sus ciudadanos, porque si lo hacen, no aprovechan las ventajas de las economías de escala. Como existen rendimientos crecientes a escala, a las empresas les conviene especializarse en determinados bienes y satisfacer tanto la demanda nacional como la extranjera de esas manufacturas.

Del mismo modo, empresas del otro país se especializarán en otro tipo de manufacturas y aprovecharán las economías de escala para aumentar su producción y servir a ambos mercados.

---

<sup>9</sup> Ibidem P 61

FIGURA 2



Steimberg, F. (2004) La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica

Por lo tanto, lo que sucede es que, dada la diversidad de la demanda de manufacturas en ambos países, el país 1, a pesar de ser un exportador neto de manufacturas, también demandará manufacturas producidas en el país 2, dando lugar al comercio intraindustrial<sup>10</sup>.

A su vez los consumidores de ambos países se ven beneficiados porque:

- 1) Disfrutan de una mayor variedad de productos (sustitutivos cercanos).
- 2) Pagan un precio menor por ellos, derivado de la reducción de costes para las empresas que se aprovechan de los rendimientos crecientes a escala.

En síntesis, la introducción de las economías de escala en el modelo, amplía la explicación del por qué se comercia: el comercio intraindustrial bidireccional se añade al tradicional comercio interindustrial que se deriva de la ventaja comparativa.

Sin embargo qué país produce qué manufacturas, y qué cuantía alcanza el comercio intraindustrial sobre el total, queda indeterminado. Tan sólo se sabe que aunque ambos países tengan idénticas dotaciones de factores habrá comercio intraindustrial y que cuanto más parecidas sean estas dotaciones, el comercio intraindustrial representará un mayor porcentaje del comercio total.

<sup>10</sup> Ibidem P 62

Las economías de escala serían en este caso, la explicación fundamental del comercio; mientras que la ventaja comparativa prácticamente no explicaría nada. Este es el caso, por ejemplo, del comercio entre algunos países de la UE.<sup>11</sup>

Mientras que las diferencias en la proporción de factores darían lugar a la especialización inter-industrial en la producción y el comercio, las economías de escala conducirían a la especialización intraindustrial de la producción y el comercio. En este sentido, países con dotaciones de factores similares tendrían patrones de comercio basados fundamentalmente, en el comercio intraindustrial.<sup>12</sup>

Otra vertiente para explorar el comercio intraindustrial es la denominada “Nueva Geografía”. La literatura siempre ha insistido sobre la evidencia acerca de que el coeficiente relativo de comercio intra respecto del inter-industrial, decrecía con la distancia.

La tecnología de las comunicaciones, jugaría un papel preponderante en la determinación del fenómeno. Sin embargo, trabajos recientes sostienen como hipótesis más plausible la “clusterización” espacial de la producción como causa de los bajos niveles relativos de comercio inter-industrial entre países geográficamente cercanos. Esta “clusterización” espacial de la producción, podría ser resultado de la distribución espacial de las dotaciones de factores, o simplemente que la geografía influye en la localización de la producción.<sup>13</sup>

La proximidad geográfica facilita diferentes formas de interacción económica y se beneficia del agrupamiento de las actividades económicas. En este sentido, hay una acción positiva de la localización de los eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás, que tiende a forzar a las firmas a ubicarse en una misma localización, aprovechando las economías de aglomeración. Pero debe tenerse en consideración que este proceso es posible sólo si se está en presencia de economías de escala.

Otro aspecto importante del fenómeno de la especialización intraindustrial se refiere a las decisiones de localización de la producción de las firmas multinacionales en relación con sus filiales. Si bien los estudios empíricos no abundan respecto de este

---

<sup>11</sup> Ibidem

<sup>12</sup> Lucángeli Jorge ,CEPAL - Serie Macroeconomía del desarrollo No 64 La especialización intraindustrial en MERCOSUR, P. 16

<sup>13</sup> Ibidem P16-17

tipo de comercio, algunos trabajos muestran que, en algunas industrias, una parte considerable del comercio intra es consecuencia de transacciones intra-firma.

Este caso ha sido más estudiado para el comercio entre países industrializados o entre países norte-sur. El argumento en general, es que la globalización brinda más espacio para que las firmas “internacionalicen” sus operaciones, como así también la reducción de los costos de los servicios, permite mantener vinculaciones eficientes entre localizaciones remotas.<sup>14</sup>

## 1.1.2 Barreras al comercio

### Barreras de entrada

El análisis pionero en esta materia, corresponde a Bain (1956), que definía las barreras de entrada como aquello que permite a las empresas establecidas lograr beneficios extraordinarios, elevando el precio por encima del nivel competitivo sin inducir a nuevas a empresas a entrar en el sector<sup>15</sup>

El gobierno español describe a las barreras en el ámbito del comercio internacional de la siguiente manera <sup>16</sup>:

“Son medidas establecidas por los gobiernos (disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, normas, etc.), así como prácticas de tramitación aduanera, usos y costumbres locales que prohíben, limitan o dificultan los intercambios económicos internacionales (importaciones o exportaciones de determinados bienes o servicios) y las inversiones. Las barreras comerciales, también llamadas obstáculos al comercio, discriminan a favor de los productos locales o de los servicios prestados por empresas del país, originando problemas en el comercio internacional. Las barreras a la inversión, limitan o impiden la actividad económica del inversor foráneo en determinados sectores”.

Las metas más comunes que se buscan con las barreras comerciales son:

- Proteger a las empresas nacionales en contra de la competencia extranjera.
- Proteger a las industrias que apenas acaban de instalarse.

---

<sup>14</sup> Op cit Lucángeli Jorge ,CEPAL p 17

<sup>15</sup> Op cit Steimberg, F. P 54

<sup>16</sup> Gobierno de España Secretaria de estado de Comercio Exterior  
<http://www.barrerascomerciales.es/FAQ.aspx?ver=1#1> consultado el 1-5-2010

- Proteger el empleo.
- Sustituir importaciones; estimulando la protección nacional.
- Promover el desarrollo de la actividad exportadora.
- Reducir la dependencia respecto a los proveedores extranjeros.
- Estimular la inversión directa, tanto nacional como internacional.
- Atenuar problemas relacionados con la balanza de pagos.
- Evitar el dumping.

### **Tipos de Barreras**

- **Barreras basadas en el precio:** a través del arancel de aduana. Por ejemplo, a algunos productos de tabaco que entran en Estados Unidos, se le agrega un arancel ad-valorem del 100 %, con lo cual su costo se duplica para los consumidores estadounidenses. Ello conlleva; con aranceles elevados; a que aumenten los ingresos del gobierno, se desalienten las importaciones y hacer más atractivo los productos nacionales.
- **Límites de cantidad: o “cuotas”:** restringen el número de unidades que pueden importarse. Esa cuota se llama embargo cuando se fija en cero, como en el caso de los puros habaneros procedentes de Cuba a los EEUU. Si la cuota anual se establece en 1.000.000 de unidades, no podrá importarse una cantidad mayor durante un año; una vez alcanzada la cuota, las importaciones adicionales se devuelven al país exportador.
- **Fijación de precios internacionales:** en este caso un grupo de empresas internacionales establece precios o volúmenes de venta con el propósito de controlar el precio. A esto se le da el nombre de cártel. Un buen ejemplo de ello es la OPEP (Organización de los Países Exportadores de Petróleo), formada por Arabia Saudita, Kuwait, Irán, Irak y Venezuela; entre otros. El cártel regula la oferta de petróleo y de esa manera controla el precio y las ganancias. Esta práctica es ilegal.
- **Límites financieros:** Hay varios límites financieros. Uno de los más comunes son los controles de tipo de cambio que restringe el flujo de divisas; por ejemplo: dólar diferenciado. Otro control consiste en limitar las divisas que

pueden sacarse del país. (Este tema será tratado más ampliamente en Mercado de Cambios).

- **Controles de la inversión extranjera:** son límites a la inversión directa extranjera, a la transferencia o envío de fondos.
- **“Compre productos nacionales”:** a través de regulaciones que discriminan a los proveedores extranjeros.
- **Barreras técnicas:** normas relativas a la salud, la seguridad, el tamaño y las medidas, crean barreras comerciales que excluyen a los productos que no cumplan con ellas. Procedimientos de prueba y certificación; inspecciones en planta; procedimientos lentos y engorrosos que proporcionan costos adicionales que recaen sobre el exportador y en consecuencia sobre el producto.<sup>17</sup>

Como forma de protección, las barreras arancelarias son menos combatidas, porque las reglas están bien definidas en función de la alícuota. Los problemas más serios en el campo de las barreras no arancelarias, son las prácticas que discriminan el producto extranjero, controladas directa o indirectamente por el gobierno, y que tienden a restringir o alterar el volumen, la composición de los productos y el destino del comercio Internacional.<sup>18</sup>

### **Barreras arancelarias**

Las barreras arancelarias son impedimentos formales a las importaciones, la aplicación de aranceles a un producto de un país dado, con el fin de proteger

Los productores nacionales del mismo bien o para desestimular la importación.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Fundación Gas Natural, disponible en <http://www.primeraexportacion.com.ar/doc/capacit/docs/0026.php> consultado 10-5-2010

<sup>18</sup> Fundación Pro Mendoza ,Manual del exportador disponible en [http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual\\_nuevo\\_exportador.pdf](http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual_nuevo_exportador.pdf) consultado el 10-5-2010

<sup>19</sup> La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) del Gobierno de San Salvador disponible en <http://www.conamype.gob.sv/cajadeherramientas/mipymes/tratados/glosario.htm> consultado el 10-5-2010

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino y en principio es de carácter impositivo.

El arancel de aduana puede ser:<sup>20</sup>

**Ad-valorem:** (al valor) es un arancel basado en un porcentaje del valor del producto, de modo que un reloj tasado en US\$ 25,00 con un impuesto del 10 % pagará un arancel de US\$.2, 50.

**Específico:** un monto establecido por unidad de medida; el que a su vez puede ser:

**Único:** un importe determinado por unidad de medida; por ejemplo: 1 US\$. por unidad de producto importado. Así, un fabricante que introduce 1.000 pares de zapatos pagará un derecho específico único de US\$.1.000

**Máximo:** es aquél que no puede exceder de un determinado monto en US\$. preestablecido; caso contrario se aplicará el ad-valorem.

**Mínimo:** es aquel que no puede ser inferior al monto determinado en US\$. preestablecido. Caso contrario se aplicará el ad-valorem.

**Adicional o compuesto:** cuando además del ad-valorem se aplica un derecho específico. Por tanto, un traje valuado en US\$ 80,00 que tiene un derecho específico de US\$ 3,00 y un derecho ad-valorem de 5 %, tendrá un derecho compuesto de US\$ 7,00.

Con el arancel de aduana se gravan los productos en el momento de su entrada al mercado nacional a través de las aduanas. Según el nivel de dicho impuesto, puede ser general, o sea aplicable a todas las posiciones arancelarias, o bien puede ser diferenciado.

Se facilita, con un arancel bajo; el ingreso de productos desde el exterior, o bien con un arancel alto se dificulta la entrada de los productos provenientes desde el exterior. O sea que el arancel de aduana determina tendencias políticas.

---

<sup>20</sup> Op cit Fundación Gas Natural

En el primer caso, estamos frente a una tendencia librecambista, que favorece el libre comercio entre las naciones del mundo, tal como lo impulsa la O.I.C (W.T.O.) G.A.T.T.

En el segundo caso, estamos frente a una tendencia proteccionista; es decir que tiende a reservar el mercado nacional para los productos domésticos. La medición de ese nivel de aranceles nos permite determinar el grado de competitividad de la economía de un país.

Antes de la década del 90, los países más desarrollados, más industrializados, se caracterizaban por tener niveles más bajos de aranceles. Todo lo contrario sucedía con los países de desarrollo intermedio y subdesarrollado, que contaban con niveles mucho más altos en sus derechos arancelarios.

Mediante esta filosofía, los países menos desarrollados tenían el propósito de fomentar dentro de sus mercados el desarrollo de su industria, sobre la base de la sustitución de importaciones. Es decir, se entendía que los aranceles de aduana eran el elemento básico de protección de los sistemas productivos nacionales. Otra causa del uso de los aranceles, es incrementar los ingresos del gobierno. Así, los aranceles de importación constituyen una fuente importante de ingresos para los países en vías de desarrollo.

Los aranceles de aduana siguen siendo una de las barreras comerciales de mayor uso, pese a que a menudo perjudican a los consumidores de bajos ingresos y tienen poca o nula repercusión en los de altos ingresos.

En los años recientes, la mayor parte de las naciones han intentado atenuar estas barreras e implantar políticas de un comercio más libre.<sup>21</sup>

### **Barreras no arancelarias**

Son aquellas constituidas por normas, regulaciones y trámites burocráticos que retrasan o impiden la compra de productos del extranjero; como por ejemplo: un procesamiento lento de los permisos de importación (licencias de importación); el

---

<sup>21</sup> Ibidem

establecimiento de normas de calidad que excluyen a los productos extranjeros; demora considerable en los controles sanitarios, etc.<sup>22</sup>

El Ministerio de Economía Argentino, en su documento sobre barreras comerciales del NFTA, define y clasifica de la siguiente forma las barreras no arancelarias (denominadas BNA); entendiéndose como barreras las "leyes gubernamentales, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Por ello, si bien algunas categorías utilizadas no son generalmente consideradas en la literatura como BNAs, se las incluyó igualmente con el objetivo de reflejar la preocupación del sector privado sobre el tema. De esta manera, la definición utilizada implica tanto la consideración de BNAs amparadas como de BNAs no amparadas por los tratados y las reglas internacionales de comercio.<sup>23</sup>

Como primer criterio, se clasificó a las barreras por los grandes motivos que las generan, los cuales son:

- A. Políticas de importación.
- B. Medidas sanitarias y fitosanitarias.
- C. Obstáculos técnicos.
- D. Medidas de protección del medio ambiente
- E. Políticas públicas discriminatorias
- F. Productos especiales (como seguridad nacional).
- G. Otros.

Como segundo criterio, se clasificó a las BNAs por tipo de medida, pudiendo cada una de ellas, pertenecer a más de un motivo. A modo de ejemplo se puede citar el caso de las licencias de importación, que pueden responder a motivos como el de "Políticas de importación", o "Medidas sanitarias y fitosanitarias".

---

<sup>22</sup> Ibidem

<sup>23</sup> Ministerio de economía y finanzas publicas de la Republica Argentina disponible en [http://www.mecon.gov.ar/cnce/bar/Barreras\\_Nafta1/Capitulo3.htm](http://www.mecon.gov.ar/cnce/bar/Barreras_Nafta1/Capitulo3.htm) consultado el 3-6-2010

Se puede observar la importancia que se da a las BNA por parte de la UNCTAD, en la designación de grupo de estudio ya en el año 2005, para estudiar los efectos de tal tipo de barreras.

El Secretario General de la UNCTAD, Supachai Panitchpakdi, dijo ante la reunión que, "las barreras no arancelarias (BNA) están pasando al primer plano de los problemas de acceso a los mercados", especialmente en las naciones más pobres del mundo. Además, anunció su propósito de nombrar a un grupo oficioso de personalidades para que estudie la cuestión".<sup>24</sup>

En los últimos años han proliferado las BNA, a medida que se iban reduciendo los derechos arancelarios, tras décadas de negociación en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Muchos observadores dicen que los obstáculos no arancelarios, suponen una nueva forma de proteccionismo, más difícil de detectar y de definir.

Los economistas y especialistas en comercio, han tratado de documentar la difusión de estas barreras y también afrontan la tarea más ardua, determinar los efectos económicos precisos de una serie de requisitos y regulaciones nacionales o locales en la restricción de las importaciones.

Las barreras no arancelarias pueden consistir en medidas antidumping, nuevas normas técnicas en materia de importaciones, nuevas reglamentaciones de seguridad, modificaciones de las normas sanitarias o procedimientos más rigurosos para la tramitación de licencias de importación y el despacho de aduana.

Los expertos dicen que puede ser difícil distinguir, las medidas legítimas adoptadas por los países industrializados para proteger la salud pública y promover la seguridad de los consumidores, de las normas que vulneran los principios del libre comercio y restringen injustamente las importaciones.

La vigilancia mundial de las barreras no arancelarias, resulta problemática, dado que varían de un país a otro, cambian con frecuencia y son difíciles de clasificar y cuantificar. Los especialistas dicen que la falta de transparencia en ese planteamiento

---

<sup>24</sup> UNCTAD nota de información para la prensa del 05-09-2005, Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo  
<http://www.unctad.org/Templates/Webflyer.asp?docID=6306&intltemID=2068&lang=3>  
consultado el 20-6-2010

de la regulación del comercio, lo expone a abusos. Es difícil calcular sus efectos en el comercio internacional, aunque son amplios. Es obvio que las BNA perjudican especialmente a las exportaciones de los países en desarrollo y de los países menos adelantados (PMA).

La UNCTAD estima que en 2002, el 40% de las exportaciones de los PMA se vieron afectadas por las BNA. El pronunciado incremento de su utilización durante los últimos años, supone cargas costosas y a menudo innecesarias para las empresas, especialmente de países en desarrollo, que luchan por adaptar sus exportaciones a las normas técnicas, sanitarias o administrativas. Las BNA influyen en la capacidad de oferta, la competitividad de las exportaciones y el acceso a los mercados de los países en desarrollo<sup>25</sup>

### 1.1.3 Oportunidades comerciales

Para entender que es una oportunidad comercial, se empezará con su definición.

Según el Diccionario de la Real Academia Española la palabra “oportunidad” se define de la siguiente manera;

1. f. Sazón, coyuntura, conveniencia de tiempo y de lugar.
2. f. pl. Sección de un comercio en la que se ofrecen artículos a un precio más bajo del que normalmente tienen.<sup>26</sup>

La palabra oportunidad, viene de la palabra latina “opportunitas”; término resultante de la unión de “op” que significa “previo” y “portus” que significa puerto. De esa manera la palabra “opportunitas” se definía, en el campo de la navegación marítima.

Posteriormente, cuando el uso de la palabra se asimilo a la vida cotidiana, su significado se amplió para denotar la situación de una persona con objetivos claros (un puerto visible) y la determinación suficiente para esforzarse por ellos (la embarcación dirigida hacia el puerto)<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Ibidem

<sup>26</sup> Real Academia Española disponible en [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=oportunidad](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=oportunidad) consultado el 20-6-2010

<sup>27</sup> Romero Luis Eduardo “Las oportunidades son un punto de vista” disponible en “Prodes E-Learning space [http://www.prodesconsult.com/08\\_E\\_Learning/Basico/Articulos/Prodes\\_Oportunidades.pdf](http://www.prodesconsult.com/08_E_Learning/Basico/Articulos/Prodes_Oportunidades.pdf) consultado el 21-6-2010

Se le llama oportunidad comercial o idea de negocio, a la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente, y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia.<sup>28</sup>

El consultorio de comercio internacional ICECOMEX de la Universidad ICESI, formula varias cuestiones relevantes a la hora de explicar el concepto de oportunidad comercial, las cuales ayudan aclarar ese concepto. A pesar que las preguntas están desarrolladas en referencia a una empresa o negocio en particular, se puede inferir los mismos conceptos a la hora de tratar de un sector de la economía o un país.

1. *¿De qué depende que una oportunidad comercial sea atractiva?*

El atractivo de una oportunidad dependerá del número de compradores potenciales y su capacidad de compra, de la disposición e interés de compra y de la capacidad de la empresa.

2. *¿Cuáles son las fuentes de las oportunidades comerciales?*

Las fuentes de las oportunidades comerciales son:

- Productos/servicios escasos.
- Productos/servicio mejorados o superiores: necesidades insatisfechas, cambios en las preferencias del consumidor, desarrollo tecnológico.
- Productos/servicios nuevos: desarrollo tecnológico, investigación del consumidor y la competencia.

3. *¿Cuándo ocurre una nueva oportunidad comercial?*

Una nueva oportunidad comercial ocurre cuando:

- Se identifica un mercado previamente no conocido.
- Se descubre o desarrolla una nueva necesidad.
- Se identifica una mejor manera de servir a un mercado.

---

<sup>28</sup>consultorio de comercio internacional ICECOMEX de la Universidad ICESI “oportunidades comerciales” disponible en <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/> consultado 21-6-2010

4. *¿Cuándo es viable una oportunidad comercial?*

La viabilidad de una oportunidad comercial se da cuando el volumen de las ventas de un producto o servicio, logra cubrir los costos de producción y generan el beneficio al cual se aspira.

5. *¿De qué manera encontrar la mejor oportunidad de negocio?*

La manera de detectar la mejor oportunidad de negocio es cumpliendo con los siguientes requisitos:

- La idea u oportunidad de negocio debe ser oportuna, debe surgir en el momento adecuado y prolongarse al menos a mediano plazo.
- La idea u oportunidad de negocio debe incluir al producto o servicio cierto valor agregado, que le ofrezca mayor satisfacción al cliente potencial para lograr diferenciarse en el mercado.
- El mercado potencial que se ha identificado, debe contener un tamaño mínimo de clientes, los cuales estén dispuestos a adquirir los productos y servicios ofrecidos.
- Es muy importante ser creativos y marcar cierto compás de diferencia entre los competidores.
- Contar con una red de relaciones, un equipo que esté al tanto de los movimientos del mercado para eliminar la subjetividad en la toma de decisiones, y en el reconocimiento de buenas ideas.
- Para que una oportunidad de negocio se vuelva realidad, es imprescindible estar altamente motivado y reconocer las oportunidades de mercado como uno de los focos de éxito, tanto para la empresa como para el empresario.

6. *¿Cómo evaluar una oportunidad o idea de negocio?*

Al identificar una idea u oportunidad de negocio, esta debe ser sometida a una evaluación por parte de los empresarios, a su vez, se debe definir si dicha idea u oportunidad de negocio es adecuada para la compañía que intenta

materializarla. Con el fin de llevar a cabo dicha evaluación, es conveniente que se resuelvan ciertos interrogantes, los cuales definirán el potencial de la empresa y de la oportunidad de negocio. Estos interrogantes son:

- ¿Existirá un mercado lo suficientemente grande?
- ¿Son los costos lo suficientemente bajos como para hacer que el negocio deje ganancia?
- ¿Existe la posibilidad de crecer?
- ¿Cuál será la fuerza de la competencia?
- ¿Se Posen las capacidades/conocimientos necesarios?

7. *¿Al momento de exportar por primera vez, que oportunidades debe tener en cuenta una empresa?*

Una vez una empresa se ha posicionado, se deben buscar oportunidades en el exterior para poder exportar. Es por esto que al incursionar en el mercado internacional, las empresas deben tener en cuenta las oportunidades comerciales que sean más favorables para su negocio. Inicialmente, deben saber hacia dónde deben exportar, cuál país por medio de los acuerdos comerciales le genera más beneficios a su bien o servicio. Una vez hecho esto, debe hacerse una promoción del producto, darlo a conocer por medio de la participación en ferias internacionales y del envío de muestras.<sup>29</sup>

De acuerdo al trabajo realizado por parte de Secretaria de Comercio del estado Español se aclara que, La literatura económica ha propuesto múltiples modelos teóricos de determinación de países objetivo. Estos distintos modelos se diferencian por las distintas formas de calcular los diferentes indicadores que se utilizan para medir el atractivo de un país (indicadores económicos, sociales, políticos, etcétera), así como por las diferentes ponderaciones dadas a cada uno de ellos.

En este sentido, destacan por su importancia los métodos econométricos (por ejemplo, el de Alexandrides y Moschis, 1977). Asimismo, existen otros métodos de menor complejidad matemática, como es el método de criterios múltiples, que analiza los mercados en términos de tamaño, crecimiento y cobertura. Otro tipo de modelos

---

<sup>29</sup> Ibidem

analiza tanto los mercados de destino de la internacionalización de las empresas, así como la posición o situación de la empresa en dichos mercados. Este tipo de modelos fue propuesto por Harrel y Kiefer (1993), en un contexto de marketing internacional para ser aplicado a la política de internacionalización de una empresa.<sup>30</sup>

El proceso de selección de mercados con mayor potencial o interés estratégico, no sólo es fundamental en un entorno empresarial, sino que también es utilizado por organismos internacionales (como la UNCTAD para el desarrollo del comercio de los países en desarrollo) y por entes gubernamentales (como son los organismos estatales encargados de la promoción comercial y de inversiones).

El gobierno Español base su metodología, en la construcción de una serie de indicadores, tanto de carácter cuantitativo, relativos a la evolución de las exportaciones españolas y de la inversión española en el exterior, así como a la situación económica, política y de cualquier otro tipo que se considere relevante de los diferentes países en los que pueden actuar las empresas españolas. Al actuar de esta manera, lo que se intenta es identificar y clasificar aquellos mercados y áreas geográficas con un mayor potencial para la internacionalización de las empresas españolas.

A su vez el Gobierno Argentino aplica en sus investigaciones de mercados externos diferentes tipos de índices para determinar los potenciales mercados para la oferta exportadora de su país. De los cuales se selecciona los siguientes índices para el desarrollo del trabajo.

### **1.1.4 Índices de comercio**<sup>31</sup>

Para la realización de investigaciones empíricas en el ámbito del comercio internacional, la literatura ofrece diferentes índices para medir la complementariedad comercial entre diferentes países. Esos índices ayudan a encontrar el patrón de

---

30 Boletín económico de ICE (información comercial española) N° 2836 del 21 de Febrero al 6 de Marzo del 2005 <http://www.revistasice.com/RevistasICE/portada.htm?in=0>, consultado el 22-6-2010

<sup>31</sup> Centro de Economía Internacional, Oportunidades y desafíos para la Argentina en el mercado de Asia Oriental un estudio de impacto, Diciembre 2003. Documento disponible en [www.cei.gov.ar](http://www.cei.gov.ar) [http://www.cei.gov.ar/serie/pdf/6asia\\_op.pdf](http://www.cei.gov.ar/serie/pdf/6asia_op.pdf) consultado el 10-7-2010

comercio entre los países, el cual sustenta la teoría económica que define tal comercio. Para la realización de la investigación objeto de ese trabajo se eligieron los siguientes índices:

### **INDICE DE INTENSIDAD EN EL COMERCIO (IIC)**

Formalmente, el IIC se define como:

$$IIC_{AB} = \frac{X_A^b / X_A}{M_B / M_{Mur}} = \frac{X_{AB}}{m_B}$$

Dónde:

$X_A^B$  : Exportaciones del país A al país B

$X_A$  : Exportaciones totales del país A

$M_B$  : Importaciones totales del país B

$M_{Mur}$  : Importaciones mundiales (excluidas las importaciones del país A)

$x_{AB}$  : Participación del país B en las exportaciones totales del país A

$m_B$  : Participación del país B en las importaciones mundiales (excluidas las importaciones del país A)

Si este índice es igual a 1, la participación del país B en las exportaciones del país A y en las importaciones mundiales es la misma. En cambio, cuando  $IIC < 1$ , la proporción de las exportaciones del país A que tienen como destino al mercado del país B es menor que la que correspondería de acuerdo a la participación de B en la demanda mundial de importaciones. Finalmente, si  $IIC > 1$  la participación del país B en las ventas de A es mayor que la participación de B en las compras mundiales.

Por otro lado, el IIC puede subdividirse en un índice de complementariedad en el comercio ( $ICC_{AB}$ ), que mide el efecto sobre el comercio bilateral a partir de la especialización en el comercio de los países A y B.

## **INDICE DE COMPLEMENTARIEDAD COMERCIAL (ICC)**

El índice de complementariedad comercial (ICC), derivado del índice de Ventajas Comparativas Reveladas (VCR) sugerido por Balassa, muestra el grado de asociación entre los productos que exporta un país A y los que importa otro país B.

### **EL ICC SECTORIAL**

En términos más formales el ICC sectorial se puede expresar de la siguiente manera:

$$ICC_{AB}^a = \frac{\frac{X_A^a}{X_A}}{\frac{M_{Mun}^a}{M_{Mun}}} \times \frac{\frac{M_B^a}{M_B}}{\frac{M_{Mun}^a}{M_{Mun}}}$$

(1)                      (2)

Dónde:

$X_A^a$  : Exportaciones del bien "a" del país A

$X_A$  : Exportaciones totales del país A

$M_A^a$  : Importaciones del bien "a" del país B

$M_B$  : Importaciones totales del país B

$M_{Mun}^a$  : Importaciones mundiales del bien "a" (excluidas las imp. del país A)

$M_{Mun}$  : Importaciones mundiales totales

La expresión (1) es el indicador de VCR, en este caso del país A, que expresa en qué medida dicho país se especializa en la exportación del bien "a". Esto ocurre cuando la participación de dicho bien en las exportaciones de A supera la participación que tiene

en el comercio mundial. El indicador de VCR se complementa con la expresión (2) que da un idea de en qué medida el país B (es decir, el mercado de destino de las exportaciones) se especializa en las importaciones del bien “a”, es decir, de cuánto importa de dicho bien en relación a lo comercializado mundialmente.

Si la expresión (1) es mayor que 1, puede decirse que el país A se especializa en la exportación del bien “a” porque, en términos relativos, exporta más que lo que se comercia mundialmente.

Si la expresión (2) es mayor que 1 entonces el país B se especializa en la importación del bien a porque, en términos relativos, importa más de lo que se comercia mundialmente.

Si ambas expresiones son mayores a 1 entonces  $ICC > 1$ . En dicho caso puede decirse que los países A y B tienen un grado de complementariedad comercial significativo en el comercio del bien “a”.

Pero puede ocurrir que uno de los factores del producto sea inferior a 1 y que, igualmente el ICC sea mayor a 1. Por ejemplo, si (1)=0,6 y (2)=2 entonces  $ICC = 1.2$ . En ese caso, el segundo factor más que compensa al anterior.

### **INDICE DE COMERCIO INTRASECTORIAL (ICI)**

El índice utilizado es el presentado por Fuchs y Kosakoff (1992), que es una modificación del índice tradicional de Grubel y Lloyd (1971). Su expresión es la siguiente:

$$ICI = 1 - \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)}$$

Dónde:

$X_i$ : Exportaciones del sector i

$M_i$ : Importaciones del sector i

El ICI varía entre 0 y 2. El sector es un exportador neto si el ICI se ubica entre 0 y 0,5, ya que exporta más de lo que importa; es un importador neto si se ubica entre 1,5 y 2, ya que compra más de lo que vende; mientras que registra comercio intrasectorial si oscila entre 0,5 y 1,5, donde las compras y las ventas alcanzan valores parecidos.

## CAPITULO 2

### Marco metodológico

#### Método de investigación

Para la realización del presente trabajo final de graduación, se llevará a cabo una investigación de tipo exploratorio - descriptivo ya que es la mas apropiada a la hora de investigar un tema del cual no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o que la información disponible es poca y por lo tanto se requiere explorar e indagar, con el fin de alcanzar el objetivo planteado. Se aplica la investigación de tipo descriptivo que consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Esa caracterización y descripción del comercio entre la Argentina y el ASEAN se basará en la recolección de datos secundarios de carácter cuantitativo obtenidos de fuentes secundarios publicados en sitios de Internet, para su consiguiente análisis basado en la interpretación de los datos en índices del comercio internacional. El carácter cuantitativo de los datos es inductivo ya que se busca el entendimiento del fenómeno y se usará un análisis estadístico de los datos. Los fuentes de investigación donde se obtendrán los datos secundarios serán, entre otros: publicaciones estadísticas “on - line” del ASEAN como el “ASEAN statistical year book 2008” y las tablas estadísticas que publica en su pagina de Internet, la pagina de Internet de la OMC con su herramienta comparativa de análisis de tarifas y la herramienta de análisis de datos “trademap.org” dependiente del *Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC)* desarrollado por la UNCTAD y el OMC, informes de cámaras de comercio y Agencias gubernamentales y mixtas.

## CAPITULO 3

### 3.1 Antecedentes

#### Perspectiva histórica de las relaciones comerciales entre la Argentina y el ASEAN

Debido a la escasez relativa de bibliografía referida específicamente a la relación entre la Argentina y el mercado del ASEAN, se opta por analizar la perspectiva histórica de las relaciones comerciales de la Argentina con la región del Asia – pacífico en general; y dentro de ellas se detallan datos de algunos países particulares del ASEAN.

En el siguiente apartado, se utilizó como fuente principal, el trabajo realizado por el Doctor Sadous, Eduardo Alberto (embajador argentino en Malasia 1991-1996) titulado “Las relaciones económicas y comerciales de la República Argentina con los países de Asia – Pacífico entre 1989 y 1999”.

En el principio de los 90, el Canciller Guido Di Tella decía:

“... Con Asia tenemos relaciones bajísimas, como si mutuamente no existiéramos. Yo he iniciado visitas al Japón, China y Corea, pero el Presidente va a hacer estas visitas, va a debutar el año que viene con visitas a Japón y China para dar una señal muy clara del interés que tiene nuestro país en la región. Dentro de veinte años nuestras relaciones no pueden ser las que tenemos ahora. Queremos sembrar en el espacio económico

asiático para un futuro, para dentro de diez o veinte años, porque estas son relaciones que tardan mucho en desarrollarse”.<sup>32</sup>

En la década de los 90, junto con el proceso de globalización mundial y la apertura de la economía Argentina, se puso un énfasis por parte de la administración Argentina en reforzar los lazos con la región de Asia – Pacífico.

En el intento por parte de la administración argentina de reforzar los lazos con los países Asiáticos se puede observar un fuerte crecimiento dinámico de las relaciones comerciales con algunos países del ASEAN, especialmente en cuanto a la relación diplomática (con visitas de alta jerarquía) y el aumento del comercio entre tal región y la Argentina. Se tiene que tener en cuenta que ese comercio está principalmente constituido por el comercio Inter-industrial, correspondiente a la teoría clásica de ventajas comparativas y dotaciones de factores. Mientras que las exportaciones Argentinas están centradas en commodities y en materias primas las importaciones se concentran en manufacturas en cuanto que el comercio intra – industrial es poco relevante en esa panorámica.

### **Visitas recíprocas**

En cuanto a la diplomacia entre las dos regiones se puede apreciar en el siguiente relato por parte del doctor Sadous, Eduardo Alberto: “No podemos dejar de mencionar distintos acontecimientos que han marcado la voluntad de acercamiento y cooperación entre la Argentina y la región del Asia-Pacífico, entre 1989 y 1999. En este sentido, los esfuerzos para la promoción y mayor inserción de la economía Argentina en la región, han incluido las visitas del Presidente Dr. Carlos Menem a varios de los países del área: Japón, la República de Corea, la República Popular China, Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia, la República Socialista de Vietnam y Singapur, ocasiones en que pudo constatar personalmente, el avance dramático en el campo económico

---

<sup>32</sup> Sadous Eduardo Alberto “Las relaciones económicas y comerciales de la República Argentina con los países de Asia – Pacífico entre 1989 y 1999”. disponible en <http://www.asiayargentina.com/> consultado el 2-8-2010

que se ha ido produciendo en todos los países que visitó. Además estas giras contaron con una importante presencia empresarial Argentina”<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Ibidem

## **Acuerdos suscriptos en materia económica y comercial con los países del ASEAN 1989-1999**<sup>34</sup>

### **República Socialista de Vietnam**

Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de la República Socialista de Vietnam se firmó en Hanoi el 3 de junio de 1996. En vigor desde el 1/06/97. Ley 24.778 Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial, entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de la República Socialista de Vietnam se suscribió en Hanoi el 3 de junio de 1996. Aprobado por ley 24.859. Vigente desde el 19 de octubre de 1997. Acuerdo de Cooperación para la Sanidad Animal entre la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación de la República Argentina y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República Socialista de Vietnam, se firmó en Hanoi el 3 de junio de 1996. En vigor desde la fecha de su firma.

### **República de Filipinas**

Memorándum de Entendimiento sobre el Comercio Agrícola: firmado en Manila el 6 de octubre de 1995, durante la visita efectuada por el Sr. Presidente de la Nación.

Acuerdo entre la Cámara Argentina de Comercio y la Cámara de Comercio e Industria de Filipinas: firmado en Manila el 6 de octubre de 1995 Acta de Cooperación en Materia de Sanidad Animal entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la República Argentina y el Departamento de Agricultura de la República de Filipinas, firmado el 13/10/94. Acuerdo sobre Promoción y Protección Recíproca de Inversiones. Suscripto en Buenos Aires el día 20/9/99, en ocasión de la visita del Presidente de Filipinas, Joseph Estrada.

---

<sup>34</sup> Ibidem

### **República de Indonesia**

Convenio de Cooperación Económica y Comercial, firmado en Jakarta, el 9 de octubre de 1990. Aprobado por ley 24.097. Vigente desde el 13 de octubre de 1993. Acuerdo Especial de Prorrrateo Tarifado suscripto el 4 de Abril de 1994 entre Aerolíneas Argentinas S.A. y Garuda Indonesia Airways, herramienta idónea para la medición del tráfico aéreo operado por dichas compañías entre ambos países, a efectos de brindar una mejor alternativa económica para viajeros cuya motivación sean los negocios o las inversiones. Memorándum de Entendimiento sobre Cooperación Turística, firmado en Bali el 7 de octubre de 1993. Convenio de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, firmado en Buenos Aires, el 7 de noviembre de 1995. Memorándum de Entendimiento Interinstitucional sobre Sanidad Animal entre el Ministerio de Agricultura de Indonesia y la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación, firmado en Jakarta el 26 de agosto de 1996.

### **Malasia**

Acuerdo Comercial entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de Malasia, firmado el 01/07/91 en Buenos Aires, establece medidas para fortalecer el comercio entre ambos países. Aprobado por ley 24.205. No está en vigor Acuerdo de Cooperación Económica Comercial, Científica y Técnica entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de Malasia, firmado el 01/07/91 en Buenos Aires.

Se intercambiaron los Instrumentos de Ratificación el 19 de mayo de 1993, Ley 24187. Acuerdo Bilateral de Pagos, entre el Banco Central de la República Argentina y el Banco Central de Malasia. Firmado en 1993. Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones. Firmado en Kuala Lumpur el 06/09/94. En vigor desde el 20 de marzo de 1996. Ley 24.613 Acuerdo de Cooperación en materia de turismo, firmado en Kuala Lumpur el 23 de agosto de 1996. Acuerdo de Transporte Aéreo, suscripto en Kuala Lumpur el 23 de agosto de 1996 Acuerdo de Exención Recíproca con respecto a Impuestos sobre Ganancias provenientes de la operación de Barcos y Aeronaves en el Transporte Internacional. Suscripto en Buenos Aires el 3 de octubre de 1997.

### **República de Singapur**

Acuerdo sobre Servicios Aéreos entre el Gobierno de la República Argentina y el

Gobierno de la República de Singapur, suscripto en Singapur el 20 de febrero de 1997. Se encuentra en vigor desde el 21 de octubre de 1998.

### **Reino de Tailandia**

Acuerdo de Entendimiento y Cooperación entre la Cámara de Comercio y el Board of Trade de Tailandia: en vigor desde 1991. Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial, firmado durante la visita del Sr. Presidente de la Nación al Reino de Tailandia el día 19 de febrero de 1997.

## **3.2 Descripción del perfil socio-económico del ASEAN**



fuelle <http://www.eppo.go.th/inter/asean/asean-sec/index.html>

### **ASEAN – “Association of Southeast Asian Nations”**

Según el sitio de Internet del ASEAN, La Asociación de Naciones del Sudeste Asiático tiene como objetivos la aceleración del crecimiento, el progreso social, el desarrollo cultural y concebir un ámbito donde debatir las diferencias entre los miembros de manera pacífica, protegiendo la paz y estabilidad de la región.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Disponible en ASEAN [http://www.ASEANsec.org/about\\_ASEAN.html](http://www.ASEANsec.org/about_ASEAN.html) consultado el 15-7-2010

El ASEAN es uno de los bloques regionales de mayor dinamismo en el mundo y está compuesto actualmente por 10 naciones. Fue creada en agosto de 1967 con la firma de la “declaración de Bangkok” por los 5 países fundadores del ASEAN, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia y Singapur. Brunei Darussalam se sumó el 8 Enero de 1984, Vietnam el 28 Julio 1995, Laos y Myanmar el 23 Julio 1997, y Camboya el 30 de Abril 1999, formando así lo que se denomina hoy día los 10 miembros del ASEAN.

Su territorio abarca 4.435.830 km<sup>2</sup>, con un total de población de 591.841.000 un promedio anual de crecimiento población de 1,4%, lo que llevaría a una población de alrededor de 700 millones de habitantes, para el año 2020.

Por un lado están los países con grandes extensiones de territorio, como es Indonesia con un 1.860 millones de km<sup>2</sup> y Myanmar 676.577 km<sup>2</sup>, y por el otro lado, existen países como Singapur y Brunei, con 710 km<sup>2</sup> y 5.765 km<sup>2</sup> respectivamente. Así existen también grandes diferencias en cuanto a la población respecto de Indonesia; Filipinas con 231.92 y 87 millones respectivamente y están los países con pocas poblaciones como Brunei con 406 mil habitantes y Singapur con casi 5 millones.<sup>36</sup>

En cuanto al PBI global del ASEAN, está alrededor de US\$ 1.5 billones, liderado por Indonesia con 546 mil millones de dólares, seguido por Tailandia con 264 mil millones, en el tercer lugar esta Malasia con 191 mil millones, Singapur con 177 mil millones y en el quinto lugar Filipinas con 161 mil millones de dólares. Por lo tanto se observa que los 5 países fundadores del ASEAN, también concentran el 90% de su producto bruto interno.<sup>37</sup>

Los datos citados se pueden verificar por el estudio hecho por el Departamento de Economía de la Cámara Argentina de Comercio, publicado en octubre del 2009, el cual dice, “ Los 5 países fundadores (ASEAN 5) poseen la mayor participación en el PIB de la asociación (el 90,1% del total es generado por el ASEAN 5). La evolución del PIB del bloque se encuentra delimitada por la crisis asiática de julio de 1997, donde cuatro de los cinco países principales de la asociación (Tailandia, Malasia, Filipinas e Indonesia) entraron en crisis económica, llevando al contagio de gran parte de las economías mundiales. El PIB logró duplicarse entre 1990 y 1997; no obstante, la crisis

---

<sup>36</sup> Fuente “tabla 1 selected basic ASEAN indicators as of 15 april 2010, disponible en el sitio oficial del ASEAN <http://www.ASEANsec.org/19226.htm> consultado el 15-7-2010

<sup>37</sup> Ibidem

provocó un derrumbe del 32,4% en 1998. La recuperación posterior a la crisis fue exponencial. El producto se elevó entre 1998 y 2008 un 213 por ciento.<sup>38</sup> Ese crecimiento post crisis Asiática, de un promedio anual de 21,3% es un hecho que demuestra el gran dinamismo de esas economías.

Cuando se analiza la composición sectorial del PBI, se puede ver por un lado, países como Singapur y Brunei , que su sector agrícola representa (año 2007) 0,1% y 1,1% del PBI, mientras que, en países como Laos y Camboya, el sector agrícola representa un 45% (año 2005) y 27,5% (año 2008) del PBI.<sup>39</sup> Pero aún con esos altos porcentajes, en ningún país dentro del bloque, la agricultura representa el mayor componente del PBI, sino que, en la mayoría de los países, son justamente los servicios o la industria quienes ocupan el primer o segundo lugar de la composición sectorial.

Se tiene que tener en cuenta que a pesar de la baja participación del sector agrícola en la composición sectorial como porcentaje del PBI, ese sector aún guarda una mayor relevancia en términos de ocupación. Se puede observar que en algunos países como Camboya y Vietnam, ese sector es responsable por el 60,3% (año 2004) y 55,7% (año 2006) de la población ocupada. En cuanto que en países como Singapur y Brunei ese porcentaje significa 0% y 2% respectivamente.

En cuanto al PBI per cápita, podemos observar una gran dispersión entre los diferentes miembros del ASEAN, liderando el grupo, con un 51.392 US\$ PPP está Singapur, seguido con US\$ 45.816 PPP de Brunei y en el tercer lugar está Malasia con US\$ 12.258 PPP. Por otro lado, las tres últimas economías en cuanto al PBI per cápita, en términos del PPP son, Laos con US\$ 2.396 PPP, seguida por Camboya con US\$ 1.789 PPP y última está Myanmar con un US\$ 1.095 PPP.

Un dato interesante, es que el país más abierto al comercio internacional, Singapur, lidera el PBI per cápita y el país más cerrado al mundo, Myanmar, está en la última posición con un solo 2,13% del ingreso per cápita (en términos de la paridad de

---

<sup>38</sup> Cámara Argentina de Comercio Informe Económico: ASEAN Departamento de Economía Octubre 2009 P. 2 disponible en [www.cac.com.ar/documentos/13\\_ASEAN.pdf](http://www.cac.com.ar/documentos/13_ASEAN.pdf) consultado el 20-7-2010

<sup>39</sup> ASEAN statistical year book 2008 disponible en <http://www.ASEANsec.org/publications/ASEANstats08.pdf> consultado el 20-7-2010

poder adquisitivo) del primero. Esa situación, además demuestra la disparidad y la gran diferencia en cuanto a las economías participantes del ASEAN.

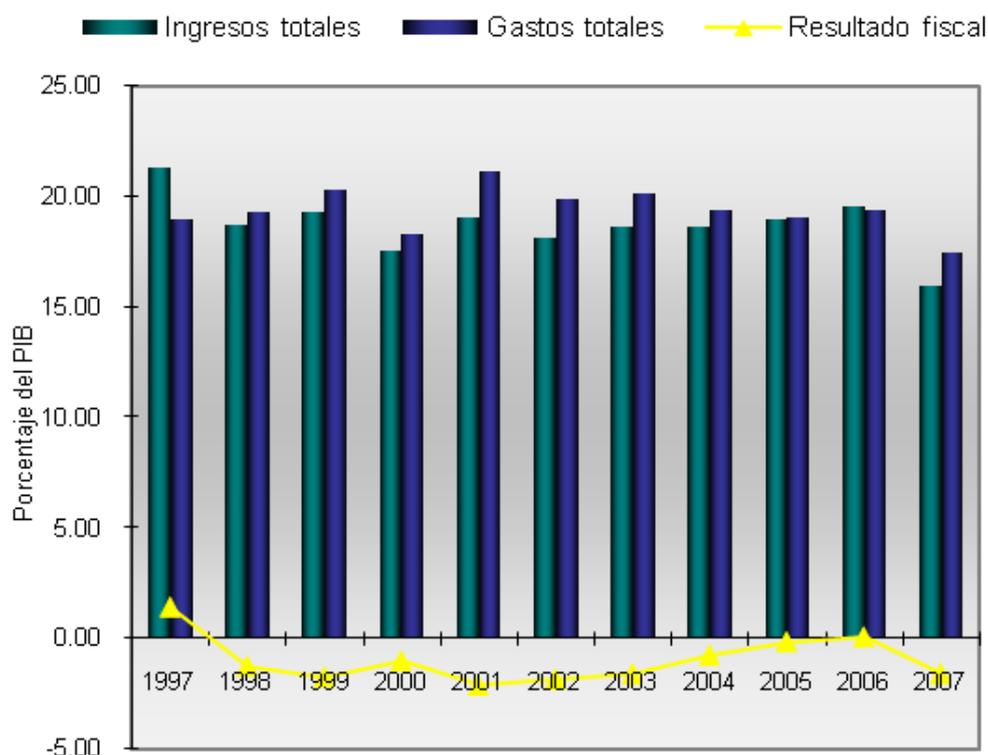
En una primera observación, esta dispersión en cuanto al nivel de ingreso de la población, puede llevar a estimar un potencial a economías basadas en comercio interindustrial entre sus miembros, basado en la teoría clásica del comercio. Y por otro aspecto, se observa que hay un gran camino por delante, para equilibrar las condiciones económicas de los países miembros.

En cuanto a estabilidad de precios, se puede observar la gran disparidad en cuanto a la inflación en los distintos países. De acuerdo al estudio de la Cámara de Comercio Argentina “El índice de precios al consumidor ha variado considerablemente entre el período 2000-2008 (6,7%). Para 2008, la inflación alcanzó una tasa del 9% anual, 4,5% mayor a la observada en 2007. Se destaca la estabilidad de precios en Tailandia y Singapur, con tasas promedio de 1% y 2,5% entre 2000 y 2008. Se observa, además, que países de menor desarrollo dentro del bloque, especialmente Myanmar, han tenido serios problemas inflacionarios, con tasas que alcanzaron el 58,1% anual. Por su parte, Vietnam y Camboya, tuvieron fuertes aumentos en el año 2008, trepando al 23,1% y 19,7% respectivamente.”<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Cámara Argentina de Comercio Op cit

## Finanzas públicas ASEAN



Fuente: Departamento de Economía CAC en base a Banco de Desarrollo de Asia

En cuanto a las Finanzas públicas, se observa que después de la crisis asiática en 1997, existe durante todo el periodo excepto de 2006, un déficit en las finanzas públicas. De acuerdo al trabajo realizado por la Camara de Comercio Argentina, las Perspectivas a futuro en materia fiscal son las siguientes:

“En primer lugar, la disciplina fiscal constituye una cuenta pendiente de ASEAN frente a la crisis económica internacional, pese a que el escenario actual encuentra mejor preparada a la región en relación a la crisis de 1997, consecuencia de:

- mayor nivel de crecimiento de las economías;
- aumento de las reservas en moneda extranjera, no utilizadas para cubrir déficit de cuenta corriente como en 1997;
- disminución del déficit en cuenta corriente;
- reducción de la deuda externa, a pesar de que aún significa un alto porcentaje en relación al PIB: 7% en Indonesia y 8,8% en Tailandia en 2007.

En segundo lugar, debe procurarse que dicho margen se logre evitando tributos distorsivos, como lo son aquellos que gravan al comercio internacional. Ello dificultaría, no sólo la actividad económica, sino también la profundización de la integración regional,

dado el compromiso asumido de reducir progresivamente los impuestos que alcanzan las importaciones”.<sup>41</sup>

En cuanto a la evolución del tipo de cambio, existe una tendencia mixta, ya que algunos países, experimentaron una depreciación de su tipo de cambio entre 2004 y 2009, como son; Vietnam, Camboya, Myanmar e Indonesia. En cuanto el resto de los países experimentaron apreciación de su tipo de cambio.<sup>42</sup>

En el sector externo, el cual mueve unos 1.5 billones, se observa la misma disparidad en los indicadores como en las variables anteriores, están los países con un grande dinamismo de comercio internacional, como Singapur con un comercio total entre importaciones y exportaciones de 514 mil millones en el año 2009, y por el otro extremo, se ubica Brunei con 9.5 mil millones. En el rango medio se ubican Tailandia, Malasia e Indonesia, con un comercio de 285 mil millones, 279 mil millones y 213 mil millones respectivamente.<sup>43</sup>

En cuanto a la evolución dinámica de dicho comercio, se puede observar en el “libro anual de estadísticas del ASEAN para el año 2008” que, el comercio del ASEAN 6 incluyendo Brunei, Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia, representaba en el año 2003 el 98,5% del total comercio del ASEAN, mientras que en el año 2008, ese porcentaje fue de 90,5%, lo que representa en esos 5 años un aumento de la participación de los “países nuevos del ASEAN” dentro del comercio total de la región. Pero aún hay un largo camino para aumentar la participación de esos países en el comercio total de la región.

En cuanto al comercio regional dentro del ASEAN, y el comercio extra regional, se observe que, el primero creció entre los años 2004 y 2008 en un 75,69 %; en cuanto que el segundo, creció en un 54,38 %. Lo que demuestra, que el proceso de integración regional, está llevando a un aumento mayor en el comercio intra zona de que extra zona. En cuanto a la composición total del comercio, el comercio intra zona es responsable del 26,78 % del comercio total, y el comercio extra zona de un 73,22 %.<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> Cámara Argentina de Comercio Op cit P 11

<sup>42</sup> Fuente “table 12 Exchange rate, US\$ 1 in national currency, average of period as of 15 april 2010, disponible en <http://www.ASEANsec.org/18135.htm> consultado el 25-7-2010

<sup>43</sup> Op cit “tabla 1 selected basic ASEAN indicators

<sup>44</sup> Op cit ASEAN statistical year book 2008

De acuerdo al informe de la Camara de Comercio, “Los principales socios comerciales del ASEAN son Japón, la Unión Europea, China, Estados Unidos, República de Corea, Australia, India, Hong Kong y Taiwán”.<sup>45</sup>

Cuando se analiza la balanza comercial de acuerdo al estudio de la Camara de Comercio Argentina, se observa que, “En el período 2000-2008, el bloque comercial del ASEAN, presentó superávit comercial, el cual se ubicó en los US\$ 54.314 millones en 2008, luego de su mayor caída del período (38,4 %). Las exportaciones e importaciones registraron variaciones positivas en todos los años, con excepción de 2001. Sin embargo, el desempeño de las importaciones fue, en la mayoría de estos años, superior al de las exportaciones. Como consecuencia de esta performance, el superávit comercial del ASEAN experimentó un decrecimiento en cinco de los nueve años aquí analizados.

A pesar de que el ASEAN en su conjunto presentó a lo largo de estos años un superávit de balanza comercial, algunos países que lo conforman, registraron continuados déficit. Tal es el caso de Vietnam, Filipinas, Laos y Camboya. Singapur, Malasia, Tailandia e Indonesia, son los países que realizan un mayor aporte al comercio exterior del ASEAN”.<sup>46</sup>

Cuando se toma en cuenta la composición de las exportaciones e importaciones de la región, se observa que “el 72,0 % son manufacturas; el 17,0 %, combustibles y productos mineros y el 11,0 %, productos agrícolas.

Singapur se destaca como el país que presenta el mayor valor de exportaciones de manufacturas, así como también de combustibles y productos mineros. Tailandia, en cambio, es el país que registra el mayor valor de exportaciones agrícolas.

Por su parte, las importaciones están compuestas en un 72,1 % por manufacturas, 21,4 % por combustibles y productos mineros y en un 6,5 % por productos agrícolas. Singapur también es el país del bloque que más importa manufacturas, como a su vez, combustibles y productos mineros; en tanto, Malasia es el mayor importador de productos agrícolas”.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Op cit Informe Económico: ASEAN P 16

<sup>46</sup> Ibidem

<sup>47</sup> Ibidem

### **3.3 El comercio de la Argentina con el mercado del ASEAN entre los años 2001 -2008**

En la siguiente sección, se analizará en primera instancia, las exportaciones e importaciones entre la Argentina y el ASEAN. Por lo tanto, se ampliará el uso del “índice de Intensidad de comercio” (IIC), para una mejor visión de la evolución que ha tenido el ASEAN como comprador de Argentina y viceversa.<sup>48</sup>

Ese indicador permite analizar el carácter dinámico que tuvo el comercio bilateral y observar la evolución proporcional de dicho comercio en relación a la evolución del comercio de dichas regiones con el resto del mundo.

En segunda instancia, se describirá el saldo comercial que mantiene Argentina con el mercado del ASEAN, de esa forma, se busca encontrar si Argentina, en su relación comercial con dicha región, mantiene saldo positivo o negativo, lo cual es un factor importante a la hora de tomar decisiones de política comercial. Además se analizará si Argentina comercializa o no con el ASEAN en los sectores deficitarios que dicha región mantiene en su balanza comercial con el resto del mundo.

#### **Índice de intensidad de comercio**

A continuación se analizará el “índice de Intensidad de comercio” (IIC) para una mejor visión de la evolución que ha tenido el ASEAN como comprador de productos argentinos y viceversa.

En tal índice se refleja la evolución que ha tenido el mercado del ASEAN (Argentina) como comprador de la Argentina (ASEAN), ya que ajusta la participación del ASEAN (Argentina) en las ventas de Argentina (ASEAN) de acuerdo a la participación del ASEAN (Argentina) en las compras mundiales.

Esta medida indica que comprar mucho o poco depende de lo que participa el socio en las importaciones mundiales. Cuando el IIC es igual a 1, significa que la participación del ASEAN (Argentina) en las exportaciones de Argentina (ASEAN) es la

---

<sup>48</sup> Los datos empleados en el (IIC) se refieren a los años 2002-2008, por la razón que el año 2001 no está descrito en la base de datos del “trade-map”

misma que su participación en el comercio mundial; cuando es mayor a 1, indica que la participación es mayor. En el siguiente cuadro se muestra el IIC para la Argentina con los países del ASEAN, por un lado, y para los países del ASEAN con el Argentina, por el otro.

**Comercio Argentina – ASEAN (ASEAN – Argentina): índice de intensidad de comercio.**<sup>49</sup>

	Año 2002	Año 2008
Argentina – ASEAN	0,6	0,54

	Año 2002	Año 2008
ASEAN - Argentina	0,14	0,28

De acuerdo a la tabla anterior se puede apreciar que la participación del ASEAN (Argentina) en las exportaciones argentinas, es menor a la que correspondía de acuerdo a la participación del ASEAN (Argentina) en las compras mundiales. Eso significa que, en términos relativos, Argentina compra menos a los países del ASEAN de lo que compra al mundo, y viceversa. En segundo lugar, se puede observar que entre 2002 y 2008, se duplica la importancia de Argentina como cliente del ASEAN, pero aun manteniéndose en niveles muy bajos del IIC, y por otro lado, el ASEAN decrece levemente en importancia como cliente de las exportaciones argentinas.

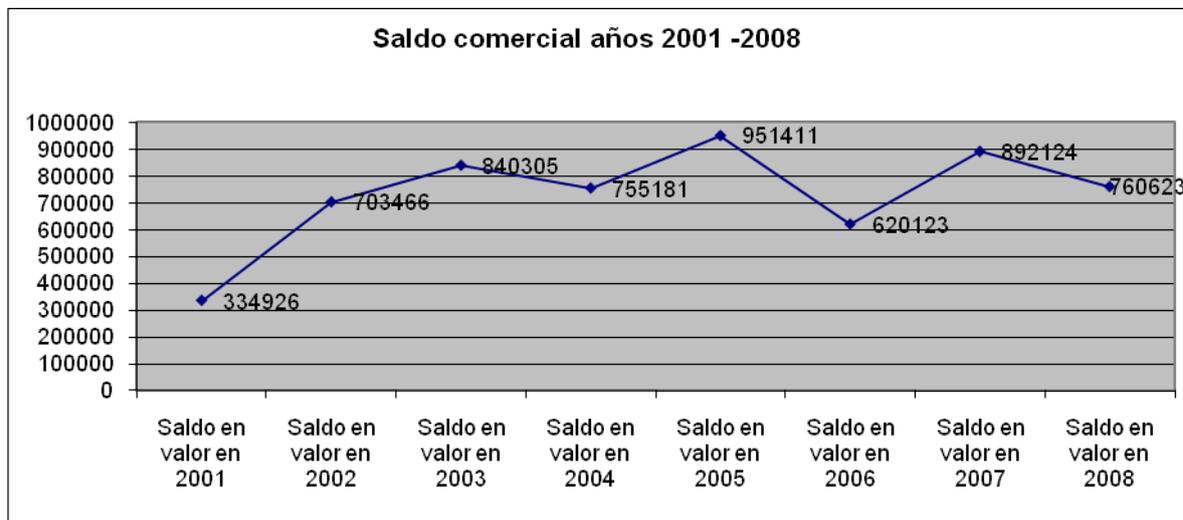
**Saldo comercial entre Argentina y ASEAN**

La siguiente parte el análisis se basará en datos extraídos de la página de Internet del “trademap.org”<sup>50</sup> dependiente del *Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC)* desarrollado por la UNCTAD y el OMC.

<sup>49</sup> Elaboración propia basada en datos obtenidos en [http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx) ver anexo de índices en Excel consultado el 26-8-2010

<sup>50</sup> [http://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx), consultado el 2-9-2010

Se analizarán especialmente relaciones referidas al saldo comercial entre las dos regiones. Se puede observar en el siguiente grafico que la Argentina mantiene un saldo favorable con el mercado del ASEAN durante la época analizada.



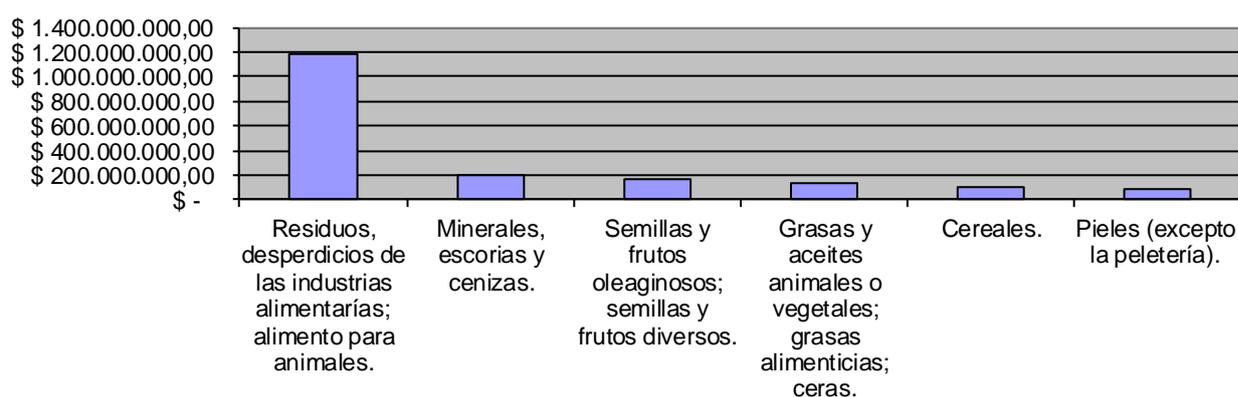
Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares.

En el año 2002, hay un aumento exponencial en el saldo comercial, pasando de un superávit de US\$ 334.926.000 en el año 2001, a más que duplicar ese saldo en el año siguiente con un superávit de US\$ 703.466.000 lo cual corresponde principalmente a la devaluación Argentina en el 2002.

Se puede observar que después del 2002, el saldo comercial se mantiene oscilando entre un mínimo de US\$ 620.123.000 en el año 2006 y un máximo de US\$ 951.411.000 en el 2005.

Cuando se analiza la balanza comercial sectorial se observan los siguientes datos (el último año de datos disponibles es 2008).

### principales sectores de exportacion



Año 2008

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

El principal sector superavitario de la Argentina es “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales”, el cual mantiene un saldo a favor de US\$ 1.188.925.000, seguido por, “Minerales, escorias y cenizas”, con US\$ 198.494.000, “Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”, con un saldo de US\$ 158.268.000. “Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras” US\$ 140.771.000, “Cereales” con un saldo de US\$ 104.050.000, “Pieles (excepto la peletería) y cueros” US\$ 87.947.000. Esos 6 principales sectores representan alrededor de 93% del saldo superavitario de la balanza comercial argentina con el mercado del ASEAN, lo cual representa un grado elevado de concentración de los sectores exportadores.

Las preguntas que surgen de esos datos son ¿serán esos sectores, los sectores deficitarios del ASEAN con el resto del mundo? ¿Existen sectores deficitarios del mercado del ASEAN que la Argentina no está aprovechando?

Cuando se analiza la balanza comercial del ASEAN con el resto del mundo Se observa lo siguiente; los 6 principales sectores deficitarios del ASEAN con el mundo son: En primer lugar ,”Fundición, hierro y acero” con US\$ - 32.565.165.000 ,”Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación” con US\$ – 22.146.718.000, Abonos, con US\$ -7.927.142.000, “Navegación aérea o espacial” con US\$ -7.906.155.000 y por ultimo “Manufacturas de fundición, de hierro o de acero” con

unos US -7.643.171.000, "*Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales*" con US\$ - 4.716.835.000.

La Argentina no mantiene un saldo positivo importante con el mercado del ASEAN en los 5 primeros sectores mencionados anteriormente, excepto el sector de Manufacturas de fundición, de hierro o de acero, en el cual la Argentina mantiene un saldo positivo de unos US\$ 22.405.000 con dicho mercado. Por otro lado el sector de Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, la Argentina mantiene con el resto del mundo un saldo positivo de unos US\$ 2.583.666.000, mientras que con el mercado del ASEAN ese saldo es negativo y representa unos US\$ - 25.180.000.

En lo que se refiere el sexto sector deficitario del ASEAN, "*Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales*", la Argentina está aprovechando de manera considerable ese sector deficitario del ASEAN, con exportaciones de US\$ 1.188.925.000, los cuales representan el sector más importante en el saldo comercial positivo de la Argentina con dicha región.

De acuerdo a los datos descriptos anteriormente, se puede estimar que los sectores que pueden representar una oportunidad comercial para la Argentina son: Manufacturas de fundición, de hierro o de acero y Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación. Ya que en el primero la Argentina mantiene un saldo comercial positivo con el mercado del ASEAN, aunque no muy importante; en el segundo sector la Argentina mantiene un saldo positivo con el mundo y un saldo negativo con el ASEAN. En cuanto el sector de "*Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales*" la Argentina tiene que tratar de aumentar su posición como proveedor de tal sector al mercado del ASEAN.

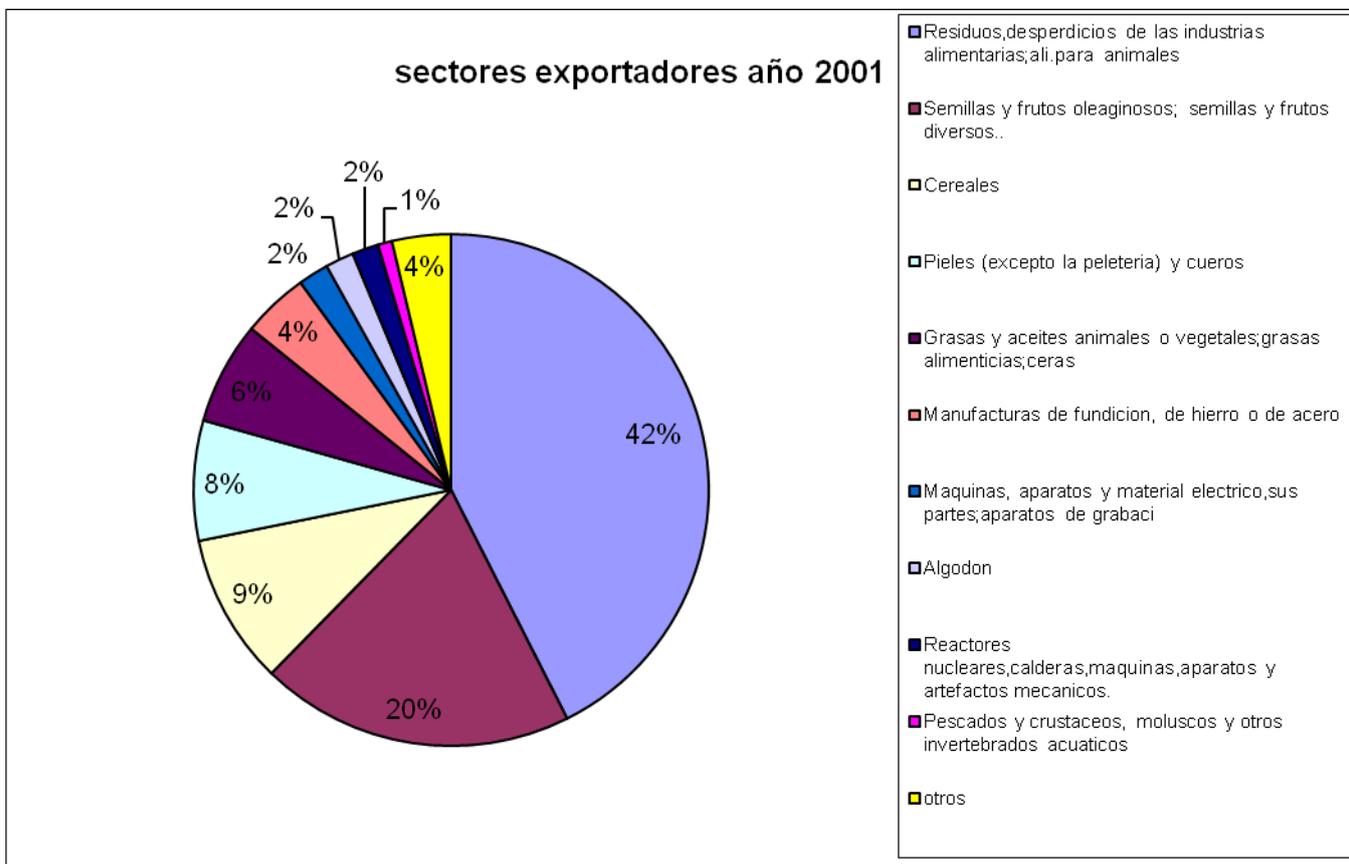
### **3.4 El comercio de la Argentina con el mercado del ASEAN: Análisis sectorial**

Para continuar con lo expuesto anteriormente, en el siguiente apartado se analizará en primera instancia la composición sectorial que tuvieron los principales 10 sectores exportadores de Argentina hacia el mercado del ASEAN, se realizará una comparación

sectorial entre los principales sectores exportadores en el año 2001 y los principales sectores del año 2008.

Luego se realizará un análisis más dinámico. Por un lado se investigará la evolución que tuvieron los principales 20 sectores de las exportaciones Argentinas hacia el mercado del ASEAN entre los años 2001 y 2008 (ya que aquellas representan el 96% y 98% respectivamente, de lo exportado), y por el otro lado, se realizará un análisis de los sectores de importación del ASEAN en los años de 2002 a 2008. De tal manera se busca saber, si la evolución de las exportaciones argentinas acompaña a las necesidades de importación actuales del ASEAN.

**Sectores exportadores de la Argentina hacia el ASEAN año 2001**



Fuente: www.trademap.org” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

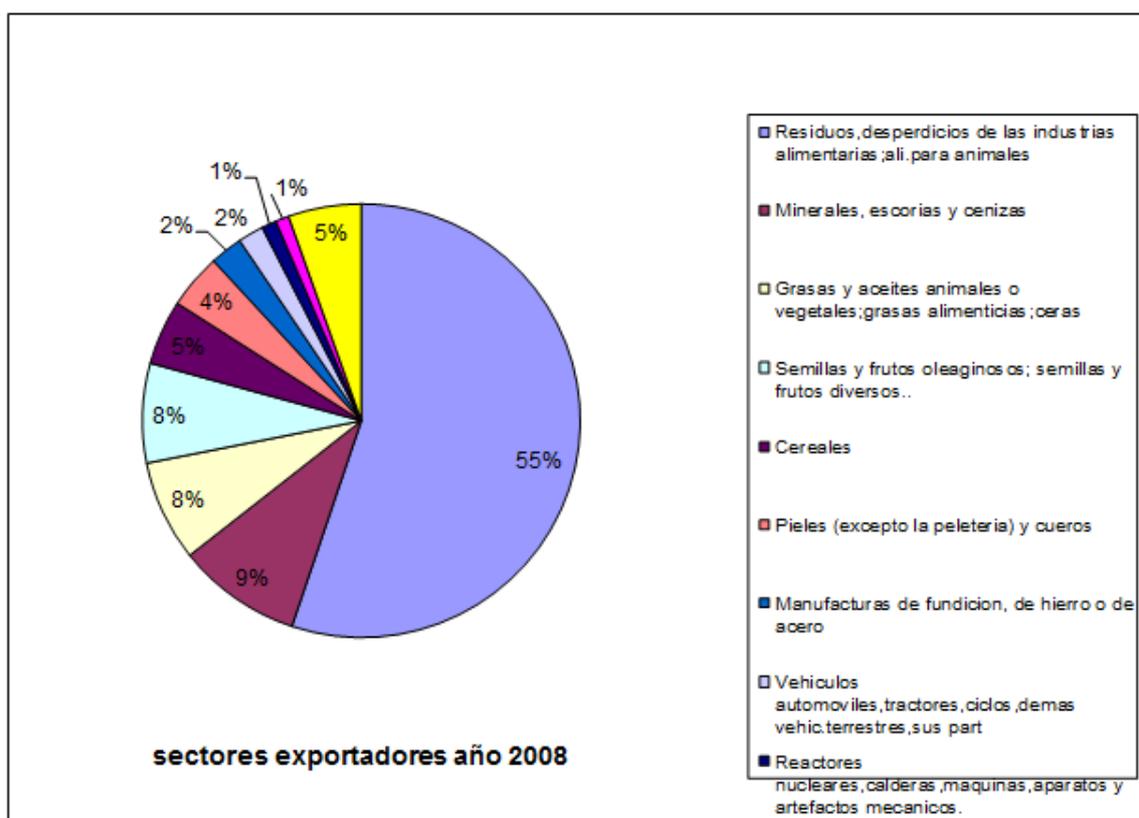
Cuando se analizan los sectores exportadores en el año 2001 se puede observar que alrededor de 80% de lo exportado corresponde a la industria agro-alimenticia, lo que representa una gran concentración principalmente en un sector.

Las exportaciones están lideradas por el sector de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales”*, con 42 % de las exportaciones hacia el ASEAN, seguido por *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”*, con 19 % de lo exportado, *“cereales”* con un 10 % y *“pieles”* con un 8 % y cerrando los 5 principales sectores están las *“Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras”* con un 6 %. Cuando se investiga los subsectores<sup>51</sup> se observa que en el sector *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales”*, el sub sector *“Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja”*, es responsable del 98,3 % de las exportaciones del sector.

En el siguiente sector *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”*, el sub sector *“Habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya), incluso quebrantada”*, es responsable del 99,8 % de las exportaciones.

En el caso del sector, *“cereales”* se observa que los sub sectores de *“Maíz”* y *“trigo”* son responsables del 91,6 % y 8,4 % de las exportaciones del sector respectivamente.

## Sectores exportadores de la Argentina hacia el ASEAN 2008



Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

Cuando se analizan los sectores exportadores, en el año 2008 se observa que al igual que el año 2001, sigue liderando las exportaciones Argentinas el sector “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales”, pero aumentó su participación desde 42 % en el año 2001 a 56 % en el año 2008.

Se puede observar que en el año 2008, hubo un cambio en la composición de los sectores, comparando con el año 2001. El sector de “Minerales, escorias y cenizas” pasó de exportaciones nulas en el año 2001, a unas exportaciones de US\$ 52.944.000 en el año 2004; hasta representar en el año 2008 el 2 sector exportador hacia el ASEAN con 9 % del total exportado.

El sector de “Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras” que en el año 2001 estuvo en la quinta posición, pasó en el año 2008 a la tercera posición, con un 8 % del valor exportado. Las “Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”, pasó del segundo lugar en el año 2001, a la cuarta posición en el año 2008 y el sector de “cereales”, perdió importancia, pasando de la tercera posición en el

año 2001 con el 10 % de lo exportado a la quinta posición con sólo el 5 % de lo exportado.

En cuanto a la composición de los sub sectores, en el sector de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales”* el sub sector *“Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja”* sigue siendo responsable por el 98,7 % de las exportaciones del sector, pero surgió un nuevo sub sector en importancia absoluta, el *“Harina, polvo y pellets, de carne, despojos, pescado o de crustáceos,”* que mantiene relevancia ínfima en la composición porcentual, pero en el año 2008 representa unas exportaciones de US\$ 13.303.000 comparado con el año 2001 que exporto unos US\$ 278.000.<sup>52</sup>

En cuanto al segundo sector de importancia *“Minerales, escorias y cenizas”* la totalidad de los US\$ 198.000.000, es representado por el sub sector de *“Minerales de cobre y sus concentrados”*.

En el tercer sector *“Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras”* el sub sector de *“aceite de soja en bruto, incluso desgomado”* representa el 74 % de lo exportado. En los sectores *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”* y *“cereales”* la composición sub sectorial mantuvo prácticamente la misma.

En el año 2008 surge el sector *“Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes”* que pasa a representar el 2 % de lo exportado.

En términos absolutos, se exporta en el año 2008 unos US\$ 40.926.000, lo que representa poca relevancia en valores relativos, pero un gran interés en cuanto a la especialización productiva, ya que ese caso puede representar un sector intrasectorial contrario con la especialización agrícola e intersectorial que representan las exportaciones Argentinas hacia el mercado del ASEAN.

---

<sup>52</sup> trademap.org Op cit

## Evolución de las exportaciones Argentinas hacia el ASEAN

Evolución de los principales 20 sectores de exportaciones Argentinas hacia el ASEAN  
En orden de importancia referidos al año 2008, Valores en miles de US\$

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2001	Valor en 2008	Variación
	Todos los productos	834.428	2.205.662	164%
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	351.329	1.188.940	238%
'26	Minerales, escorias y cenizas <sup>53</sup>	52.944	198.494	275%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	53.381	162.204	204%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	162.889	160.027	-2%
'10	Cereales	78.576	104.136	33%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	62.611	88.136	41%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	34.622	52.166	51%
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes <sup>54</sup>	102	40.926	40024%
'84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	13.748	23.628	72%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	3.497	21.322	510%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	690	19.501	2726%
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación <sup>55</sup>	3.865	15.232	294%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrrios o de melones	2.205	14.637	564%
'30	Productos farmacéuticos	2.886	13.539	369%
'02	Carne y despojos comestibles	1.333	13.157	887%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	7.285	11.944	64%
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	15.819	9.349	-41%
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	4.457	7.776	74%
'35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados	2.792	5.783	107%
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	49	5.439	11000%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

<sup>53</sup> Empezó a exportar en el año 2004

<sup>54</sup> empezó a exportar en el año 2002

<sup>55</sup> empezó a exportar en el año 2002

En la tabla expuesta anteriormente, se puede observar que los 5 principales sectores que tuvieron la mejor evolución entre 2001 y 2008 son los siguientes:

1. *“Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes”*. Pasando desde US\$ 102.000 en el año 2002 a US\$ 40.926.000, con un 40,024 % de aumento.
2. *“Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares”* pasando desde US\$ 49.000 en el año 2001 a US\$ 543.9000, ese sector creció mucho en términos relativos con un 11,000 % , pero tiene poca importancia en términos absolutos.
3. *“Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados”* pasando desde US\$ 690.000 a US\$ 19.501.000 con un 2726 % de aumento.
4. *“Carne y despojos comestibles”* pasando desde US\$ 1.333.000 a US\$ 13.157.000 con un 887 % de aumento.
5. *“Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones”* pasando desde US\$ 2.205.000 a US\$ 14.637.000 con un 564 % de aumento.

En cuanto a los 5 principales sectores que tuvieron la peor evolución entre 2001 y 2008 se observan los siguientes:

1. *“Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación”* con una disminución de (-41 %)
2. *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”* con una disminución de (-2 %)
3. *“cereales”* con un aumento de 33 %
4. *“Pieles (excepto la peletería) y cueros”* con un aumento de 41 %
5. *“Manufacturas de fundición, de hierro o de acero”* con un aumento de 51%

En la siguiente tabla se expondrá la evolución que tuvieron los principales 20 sectores de importación del ASEAN entre los años 2002 - 2008, con el objetivo de analizar si las importaciones de tal mercado tienen una respuesta positiva por parte de las exportaciones Argentinas a tal mercado.

## Evolución de las importaciones del ASEAN desde el mundo

Evolución de los principales 20 sectores de importaciones del ASEAN desde el mundo

Código	Descripción del producto	Valor importado en 2002	Valor importado en 2008	variación
'TOTAL	Todos los productos	358.348.444	943.744.118	163%
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos. de su destilación	39.325.710	200.491.551	410%
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	110.851.832	200.232.651	81%
'84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	59.790.968	131.708.742	120%
'72	Fundición, hierro y acero	9.807.629	43.854.906	347%
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos .terrestres, sus partes	10.613.599	28.377.037	167%
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	10.461.502	25.741.443	146%
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	4.918.467	21.706.167	341%
'29	Productos químicos orgánicos	7.939.760	20.151.548	154%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	5.532.407	19.400.337	251%
'90	Instrumentos, aparatos de óptica ,fotografía, cinematografía, medida,	7.938.036	19.058.787	140%
'88	Navegación aérea o espacial	5.111.817	14.338.444	180%
'99	Materias no a otra parte especificadas	3.908.310	11.016.442	182%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	3.367.760	9.345.432	177%
'38	Miscellaneous chemical products.	4.055.785	9.084.512	124%
'10	Cereales	3.026.794	8.186.827	170%
'40	Caucho y manufacturas de caucho	2.581.157	7.951.223	208%
'48	Papel, cartón; manufacturas. de pasta de celulosa, de papel / de cartón	3.515.361	7.311.792	108%
'52	Algodón	2.904.854	5.668.343	95%
'32	Extractos curtientes /tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	2.566.193	4.457.106	74%
'55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	2.516.006	3.635.208	44%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

De la tabla expuesta anteriormente se puede observar que los 5 principales sectores que tuvieron la mejor evolución entre 2002 y 2008 son los siguientes:

1. *“Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación”* con un incremento de 410 %
2. *“Fundición, hierro y acero”* con un incremento de 347 %
3. *“Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares”* con un incremento de 341 %
4. *“Manufacturas de fundición, de hierro o de acero”* con un incremento de 251 %
5. *“Caucho y manufacturas de caucho”* con un incremento de 208 %

Si se comparan las dos tablas, por un lado la evolución de las exportaciones Argentinas hacia el ASEAN y por el otro la evolución que tuvieron las importaciones del ASEAN desde el mundo, se puede observar que no existe dinamismo similar entre los sectores de las dos partes, ya que en los 5 principales sectores que demostraron la mejor evolución en las importaciones del ASEAN, la Argentina no presenta por su parte una evolución importante de sus exportaciones.

Excepto el sector de *“Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación”*, que también representa en el año 2008 el primer puesto en importancia absoluta con unas importaciones en alrededor de 200 mil millones, la Argentina tuvo un incremento de 294 % en sus exportaciones de tal sector, pero aún representa muy poco como porcentaje de las importaciones del ASEAN en dicho sector.

En los sectores de *“Fundición, hierro y acero”*, *“Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares”* y *“Caucho y manufacturas de caucho”* la Argentina no presenta exportaciones significativas al ASEAN.

En cuanto al sector *“Manufacturas de fundición, de hierro o de acero”* la Argentina tuvo un incremento de sólo el 51% en sus exportaciones en la época analizada, mientras el ASEAN tuvo un incremento de 251% en sus importaciones. Por lo tanto las exportaciones Argentinas no pudieron acompañar el crecimiento de las importaciones. Cuando se analiza las necesidades actuales de importación por parte

del mercado del ASEAN, se puede apreciar que predominan las manufacturas de origen industrial y los Combustibles minerales, aceites minerales y productos.

Por lo tanto en primera instancia se puede apreciar que las necesidades principales de importación del mercado del ASEAN, concentran en sectores que la Argentina no exporta actualmente a ese mercado y que no son parte de la especialización exportadora Argentina.

### **Comercio intersectorial e intrasectorial**

A continuación, se analizará el carácter del comercio entre las dos regiones, con el propósito de encontrar el patrón de comercio predominante. El comercio entre dos regiones puede adoptar diferentes formas, pero las dos principales son el comercio intersectorial o el intrasectorial. Se entiende que la presencia del carácter intraindustrial en el comercio indica cierto grado de complementación industrial, sea al nivel sectorial o en nivel global de la economía.

“El carácter intersectorial o interindustrial del comercio bilateral, es un reflejo de la especialización productiva de un país en aquellos productos donde revela ventajas comparativas. Pero también puede darse que haya intercambio de productos similares, lo que se denomina comercio intrasectorial o intraindustrial, que suele ser consecuencia de factores como semejanza en la estructura productiva, diferenciación de productos y comercio intra – firma”.<sup>56</sup>

Para analizar el carácter del comercio se ampliará el uso del índice de comercio intrasectorial (ICI). El índice utilizado, es el presentado por Fuchs y Kosakoff (1992), que es una modificación del índice tradicional de Grubel y Lloyd (1971).

Se comenzará con el análisis de los principales 10 sectores exportadores de Argentina hacia el ASEAN en el año 2008, para descubrir si el carácter del comercio es intersectorial o intrasectorial. De tal forma se pretende descubrir si el ASEAN es importador neto, exportador neto o demuestra un comercio intraindustrial en los 10 principales sectores de exportaciones Argentinas.

---

<sup>56</sup> Op cit “oportunidades y desafíos para la Argentina en el mercado de Asia oriental un estudio de impacto” CEI, 2003

En la siguiente tabla se describen las exportaciones e importaciones mundiales del ASEAN en los 10 principales sectores de exportaciones Argentinas a tal mercado, Además se exponen los resultados del (ICI).

### Índice de comercio intrasectorial (ICI)

Los principales 10 sectores de exportaciones Argentinas hacia el ASEAN  
En orden de importancia correspondientes al año 2008

Código del producto	Descripción del producto	impo del ASEAN desde el mundo	expo del ASEAN al mundo	ICI	
		Valor en miles de dólares en 2008	Valor en miles de dólares en 2008		
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales	6.617.902	1.901.067	1,55	importador neto
'26	Minerales, escorias y cenizas	2.244.983	5.396.765	0,59	comercio intrasectorial
'15	Grasas y aceites animales o vegetales ;grasas alimenticias; ceras	3.980.407	3.4610.617	0,21	exportador neto
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos	2.807.561	577.653	1,66	importador neto
'10	Cereales	8.186.827	9.452.001	0,93	comercio intrasectorial
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	2.251.030	1.032.514	1,37	comercio intrasectorial
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	19.400.337	11.757.166	1,25	comercio intrasectorial
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos .terrestres, sus partes	28.377.037	27.857.990	1,01	comercio intrasectorial
'84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	131.708.742	138.036.736	0,98	comercio intrasectorial
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	4.512.946	1.564.580	1,485	comercio intrasectorial

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

De acuerdo a la tabla expuesta anteriormente, se pueden extraer los siguientes observaciones: la mayoría de los sectores analizados exponen un carácter de comercio intrasectorial, excepto a “*Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos*” y “*Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales*” ,que el ASEAN es importador neto y el sector de “*Grasas y aceites animales o vegetales ;grasas alimenticias; ceras*” en el cual el ASEAN demuestra carácter de exportador neto.

Pero cuando se analiza los sub sectores de “*Grasas y aceites animales o vegetales ;grasas alimenticias; ceras*”, surge que, mientras el ASEAN exporta principalmente “Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar” y Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o babasu, y sus fracciones” la Argentina exporta hacia el ASEAN “Aceite de soja (soya) y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar” y Aceites de girasol, cártamo o algodón, y sus fracciones, incluso refinados”. Por lo tanto el carácter del ASEAN de exportador neto en tal sector no afecta a las exportaciones argentinas.

## Estructura de las exportaciones argentinas e importaciones del ASEAN

En esa parte se realizará el análisis sobre los principales 10 sectores de exportaciones argentinas hacia el ASEAN con el objeto de averiguar si tales sectores corresponden a la especialización importadora del ASEAN.

### Índice de complementariedad comercial (ICC)

Los principales 10 sectores de exportaciones argentinas hacia el ASEAN  
En orden de importancia correspondientes al año 2008

Descripción del producto	expo de la Argentina hacia el mundo	impo del ASEAN desde el mundo	impo mundiales	impo de la Argentina desde el mundo	impo del mundo - impo de la Argentina	ICC
	Valor en miles de dólares en 2008					
Todos los productos	70.020.544	943.744.118	16.232.819.712	57.422.088	16.175.397.624	
Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales	7.794.235	6.617.902	59.083.880	49.078	59.034.802	58,81
Minerales, escorias y cenizas	1.116.501	2.244.983	202.108.448	971.606	201.136.842	0,25
Grasas y aceites animales o vegetales ;grasas alimenticias; ceras	7.059.047	3.980.407	89.057.056	72.276	88.984.780	14,10
Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos	4.886.965	2.807.561	74.664.992	1.416.909	73.248.083	10,16
Cereales	6.771.826	8.186.827	115.205.496	32.812	1.1517.2684	16,61
Pieles (excepto la peletería) y cueros	897.299	2.251.030	28.045.444	43.081	28.002.363	10,24
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	185.6399	19.400.337	310.615.488	1.133.025	30.948.2463	1,49
Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos .terrestres, sus partes	6.490.687	28.377.037	122.771.2640	9.366.613	121.8346.027	0,49
Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	1.823.355	131.708.742	1.945.824.128	9.065.586	1.936.758.542	0,25
Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	1.014.706	451.2946	68.620.064	20.677	68.599.387	3,87

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

Los resultados de la tabla anterior demuestran que las exportaciones argentinas en los 10 sectores analizados, muestran en su mayoría, una elevada complementariedad comercial, ya que algunos sectores, como los “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales” y “cereales”, muestran un ICC de 58,81 y 16,61 respectivamente, lo que significa una alta complementariedad comercial de modo que el comercio entre ambas regiones podría explicarse a partir del carácter de

las ventajas comparativas de cada uno y una tendencia a un importante comercio entre las dos regiones.

En cuanto a los sectores de “Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos .terrestres, sus partes”, “Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos” y “Minerales, escorias y cenizas” el índice es menor a 1 lo que significa baja complementariedad comercial en dichos sectores. Eso significa que la relación entre las ventajas comparativas relevadas de ambos regiones no es un factor importante a la hora de explicar el comercio bilateral en tal sector, sino que pueden existir otros factores que explican dicho comercio, por ejemplo comercio intra. – firma o intraindustrial.

## **Ventaja Comparativa Relevada (VCR) y la Desventaja Comparativa Relevada (DVCR)**

“El VCR muestra la especialización exportadora de un país en relación al promedio comercializado mundialmente. Cuando el VCR es mayor a 1, se puede decir que el país ha mostrado una especialización a exportar ese bien superior al promedio mundial. Por su parte, el DVCR refleja la especialización importadora. Cuando es mayor a 1, muestra que ese producto participa en las importaciones del país más de lo que sucede en el promedio mundial”<sup>57</sup>.

En una primera instancia, se buscará relevar los principales 10 sectores que la Argentina muestra VCR y por otro lado se busca relevar los 10 principales sectores que el ASEAN muestra DVCR.

De tal manera, se podrá obtener un panorama global de los sectores importantes a tratar en el descubrimiento de las oportunidades “sub aprovechadas” y “no aprovechadas” en el mercado del ASEAN para las exportaciones argentinas. Es lógico, de acuerdo a la teoría del comercio internacional, tratar de enfocar el esfuerzo exportador en los sectores que revelan las mejores ventajas comparativas al país.

---

<sup>57</sup> Op cit CEI, 2003

**Los 10 principales sectores en los cuales Argentina muestra una ventaja comparativa relevada (VCR)**

Código	Descripción del producto	VCR
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales	30,61
'15	Grasas y aceites animales o vegetales ;grasas alimenticias; ceras	18,39
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos	15,47
'10	Cereales	13,63
'11	Productos de la molinera ;malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	9,76
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	7,43
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta	5,18
'02	Carne y despojos comestibles	4,76
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	4,11
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	3,58

Fuente: www.trademap.org” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

**Los 10 principales sectores en los cuales ASEAN muestra en ellos su desventaja comparativa relevada (DVCR)**

Código	Descripción del producto	DVCR
'80	Estaño y manufacturas de estaño	3,7
'60	Tejidos de punto	2,93
'78	Plomo y manufacturas de plomo	2,19
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales	1,93
'52	Algodón	1,86
'55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	1,85
'31	Abonos	1,81
'58	Tejidos especiales; superficiales .textiles con pelo insertado; encajes	1,76
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	1,71
'11	Productos de la molinera ;malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	1,6

Fuente: www.trademap.org” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

Cuando se comparan los 10 principales sectores que la Argentina muestra el (VCR) más elevado, conjuntamente con los 10 sectores que el ASEAN muestra su (DVCR) más elevado, se puede observar que, el principal sector argentino “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales” con un muy elevado (VCR)

de 30,61 tiene su punto de conexión con el tercer sector en importancia en la especialización importadora del ASEAN.

Se observa también, que el sector de *“Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo”*, que en la Argentina se posiciona como el quinto sector en importancia de acuerdo al (VCR), tiene su punto de conexión con el décimo sector en importancia del ASEAN. Los otros principales sectores de la (VCR) no se encuentran conexiones con los principales sectores del ASEAN de acuerdo a su (DVCR).

### **3.5 Las oportunidades comerciales “sub-aprovechadas” e “inexploradas” de la Argentina en el mercado del ASEAN**

En la siguiente sección se realizará un análisis global para todo el mercado del ASEAN, en el cual se detallarán los sectores en los que Argentina comercia con el ASEAN de manera “sub – aprovechada” e “inexplorada”. Verificando en el primer caso, la existencia de un comercio menor de lo potencialmente posible y en el segundo caso un comercio inexistente.

Para realizar esa tarea se ampliará el uso del índice de complementariedad comercial (ICC) con el objetivo de encontrar los sectores que demuestran un ICC mayor que 1, ya que tales sectores, implican una complementariedad comercial entre la oferta exportadora Argentina y la especialización importadora del ASEAN.

Consiguientemente los sectores seleccionados se representarán en tabla, describiendo por un lado las importaciones del sector desde el mundo y desde la Argentina, de tal manera se podrá observar el potencial de incrementar el comercio en dichos sectores.

## **Los sectores que representan un (ICC) mayor que 1 con el mercado del ASEAN – un análisis global**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo ASEAN desde Argentina Valor en miles de dólares en 2008	impo ASEAN desde mundo Valor en miles de dólares en 2008	% que representa la Argentina dentro del total importado por el ASEAN desde el mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación. para animales	59,02	1.769.775	6.617.902	26,74%
'10	Cereales	16,67	119.354	8.186.827	1,46%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	15,65	3.301	1.522.733	0,22%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias ;ceras	14,15	116.498	3.980.407	2,93%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	10,27	81.091	2.251.030	3,60%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	10,20	292.845	2.807.561	10,43%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	3,88	0	894.090	0,00%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	3,88	15.115	28.377.037	0,05%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	3,03	14.869	4.002.423	0,37%
'38	Miscellaneous chemical products.	2,69	1.259	9.084.512	0,01%
'35	Materias albuminoideas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	2,51	4.964	1.172.317	0,42%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2,18	12.608	1.909.540	0,66%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,68	7.929	1.889.675	0,42%
'02	Carne y despojos comestibles	1,56	11.247	1.789.099	0,63%
'17	Azucres y artículos de confitería	1,53	1.565	1.744.106	0,09%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,50	52.547	19.400.337	0,27%
'20	Prep. De legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	1,48	836	812.464	0,10%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	1,37	373	1.863.657	0,02%
'33	Aceites esenciales y resinoideas; prep. de perfumería, de tocador	1,28	2.493	4.291.789	0,06%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1,27	1.386	283.458	0,49%
'14	Materias trenzables, demás productos .de origen vegetal, no expresados .en otros	1,22	0	40.285	0,00%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,19	5	9.345.432	0,00%
'05	Los demás productos .de origen animal, no comprendidos en otros capítulos	1,17	3.056	171.557	1,78%
'88	Navegación aérea o espacial	1,16	288	14.338.444	0,00%
'58	Tejidos especiales; superfic. textiles con pelo insertado; encajes	1,08	10	1.147.357	0,00%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	1,08	3.485	2.886.401	0,12%
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1,06	149	1.354.870	0,01%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

### **Las oportunidades comerciales sub aprovechadas análisis global**

De acuerdo a la tabla expuesta anteriormente, se puede observar que la mayoría de los sectores, en que la Argentina tiene un ICC mayor a uno, el comercio con el ASEAN es ínfimo en proporción a lo que tal mercado importa desde el mundo.

La participación significativa de la Argentina se encuentra en el sector de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales”*, con una participación del 27% de lo importado por el ASEAN.

Seguido por el sector *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”*, con participación del 10% de lo importado, *“Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras”* y *“Pieles (excepto la peletería) y cueros”* con alrededor de 3% de lo importado, *“Los demás productos .de origen animal, no comprendidos en otros capítulos”*, con casi el 1,8% de lo importado y *“cereales”* con el 1,5% de lo importado.

El resto de los sectores, demuestran una participación muy baja en las importaciones del ASEAN, ya que representan menos del 1% de lo importado en los respectivos sectores. Esos resultados demuestran, que existe un amplio universo de oportunidades comerciales sub – aprovechadas, ya que la Argentina participa muy poco en el comercio con el ASEAN en los sectores que representan complementariedad comercial.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas, análisis global**

En cuanto a las oportunidades comerciales inexploradas, en las cuales el comercio entre la Argentina y el ASEAN es nulo, se encuentran los sectores de *“Plomo y manufacturas de plomo”* y *“Materias trenzables, demás productos .de origen vegetal, no expresados .en otros”* los cuales representan un mercado de importaciones del ASEAN de unos 900 millones y US\$ 40 millones de respectivamente.

El sector de *“Aluminio y manufacturas de aluminio”* prácticamente es inexplorado, ya que representa exportaciones Argentinas de US\$ 5.000 en el 2008 a un mercado importador de US\$ 9 mil millones de en el mismo año.

## Oportunidades en el mercado tailandés

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado tailandés

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	Impo Tailandia desde Arg. 2008	impo Tailandia desde mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	72,30	396.361	1.534.405	25,83%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	20,75	99.376	1.081.054	9,19%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	13,23	44.263	548.630	8,07%
'04	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	9,14	9.500	2.288.012	0,42%
'10	Cereales	4,32	337	401.929	0,08%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	4,25	91	226.091	0,04%
'38	Miscellaneous chemical products.	3,85	237	2.457.613	0,01%
'05	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	2,65	559	583.572	0,10%
'35	Materias albuminoideas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	2,51	1.773	221.768	0,80%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	2,01	4.186	4.921.633	0,09%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,87	3	2.769.357	0,00%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	1,59	736	164.892	0,45%
'05	Los demás productos de origen animal, no comprendidos en otros capítulos	1,48	380	40.986	0,93%
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	1,45	3	9.373.419	0,00%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	1,44	93	371.192	0,03%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,38	74	293.843	0,03%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	1,06	20	671.840	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

De acuerdo a la tabla expuesta anteriormente, se puede observar que la mayoría de los sectores en que la Argentina tiene un ICC mayor a uno, el comercio con Tailandia es ínfimo, en proporción a lo que tal mercado importa desde el mundo.

La participación significativa de la Argentina se encuentra en el sector de “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales” con una participación del 26% de lo importado por Tailandia, seguido por el sector “Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”, con una participación del 9% de lo importado, “Pieles (excepto la peletería) y cueros”, con alrededor de 8% de lo importado.

El resto de los sectores demuestran una participación muy chica en las importaciones tailandesas, ya que representan menos que el 1% de lo importado en los respectivos sectores.

Esos resultados demuestran, al igual como en el análisis global del mercado del ASEAN, que existe un amplio universo de oportunidades comerciales sub – aprovechadas, ya que la Argentina participa muy poco en el comercio con Tailandia en los sectores que presentan complementariedad comercial.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado tailandés**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo Tailandia desde Arg. 2008	impo Tailandia desde mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	15,18	0	279.548	0,00%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	4,11	0	179.349	0,00%
'14	Materias trenzables, demás productos .de origen vegetal, no expresados. en otros	2,55	0	15.958	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1,94	0	81.849	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades comerciales inexploradas, en las cuales el comercio entre la Argentina y Tailandia es nulo, se encuentran los sectores de “Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo”, “Plomo y manufacturas de plomo” y “Materias trenzables, demás productos .de origen vegetal, no expresados .en otros” y” Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin” los cuales representan un mercado de importaciones de unos 550 millones.

El sector de *“Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semi preciosas y similares”* prácticamente es inexplorado ya que representa unas exportaciones Argentinas de US\$ 3.000 en el 2008 a un mercado importador de US\$ 9,3 mil millones en el mismo año.

## Oportunidades en el mercado de Indonesia

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado de Indonesia

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de indonesia desde el Arg 2008	impo de indonesia desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	113,6	507.838	1.744.993	29,10%
'10	Cereales	32,7	35.804	2.199.782	1,63%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	22,4	28.300	845.776	3,35%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	11,2	3.740	336.021	1,11%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	5,5	10.515	874.488	1,20%
'35	Materias albuminoideas productos. a base de almidón o de fécula modificados	4,3	166	277.596	0,06%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	3,7	271	141.712	0,19%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	2,9	4.225	451.973	0,93%
'38	Miscellaneous chemical products.	2,6	51	1.192.576	0,00%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,9	9.084	3.335.075	0,00
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados...	1,2	60	281.067	0,00
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	1,2	94	555.888	0,02%
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones. para lavar, etc.	1,0	883	425.427	0,21%
'56	Guata, fieltro. Telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, etc.	1,0	21	162.891	0,01%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En la tabla expuesta anteriormente se puede observar que el patrón de comercio con el mercado de Indonesia sigue el comportamiento expuesto en los otros países del

ASEAN, con una participación mínima de las exportaciones argentinas dentro de lo importado por Indonesia desde el resto del mundo.

En este caso, también el principal sector exportador de la Argentina es el de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales”* con una participación del 29% de lo importado por Indonesia. Seguido por el sector de *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”* con el 3,3% de lo importado los sectores de *“cereales”* *“Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural”* y *“Pieles (excepto la peletería) y cueros”* con el 1,63%, 1,2% y 1,1% de lo importado respectivamente. El resto de los sectores representan una ínfima participación de la Argentina con el menos de 1% de lo importado.

## Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado de Indonesia

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de indonesia desde el Arg 2008	impo de indonesia desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	32,6	0	434.841	0,00%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	6,6	0	209.626	0,00
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	3,4	0	401.441	0,00%
'17	Azucares y artículos de confitería	2,9	0	457.971	0,00%
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel...	2,6	0	1.474.812	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	2,0	0	60.870	0,00%
'79	Cinc y manufacturas de cinc	1,9	0	275.759	0,00
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1,7	0	292.657	0,00%
'01	Animales vivos	1,5	0	393.238	0,00%
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos...	1,4	0	69.179	0,00%
'02	Carne y despojos comestibles	1,4	0	214.020	0,00%
'05	Los demás productos .de origen. Animal ,no comprendidos en otros capítulos	1,3	0	25.381	0,00%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,2	0	1.242.958	0,00
'88	Navegación aérea o espacial	1,2	0	2.036.914	0,00
'21	Preparaciones alimenticias diversas	1,0	0	497.460	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades inexploradas, se observa que aquellas representan un mercado importador de casi US\$ 9.5 mil millones, con un sector muy interesante para la Argentina como es el sector tradicional Argentino *“Carne y despojos comestibles”*, con unos US\$ 200 millones de importaciones y el sector de *“Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo”* con un ICC de 32,6 con el mercado de Indonesia, e importaciones de US\$ 400 millones.

## Oportunidades en el mercado de Malasia

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado de Malasia

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Malasia desde el Arg 2008	impo de Malasia desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	38,75	315.104	719.176	43,81%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	33,72	60.974	1.569.764	3,88%
'10	Cereales	23,95	76.245	1.946.979	3,92%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula ;inulina; gluten de trigo	16,02	2.923	258.073	1,13%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	9,65	158.570	439.531	36,08%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	3,94	485	142.792	0,34%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	3,92	1.928	755.061	0,26%
'17	Azúcares y artículos de confitería	2,70	103	508.774	0,02%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2,36	6.743	341.773	1,97%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	2,27	613	496.850	0,12%
'02	Carne y despojos comestibles	2,13	846	402.773	0,21%
'35	Materias albuminoideas; productos base de almidón o de fécula modificados	2,12	1.245	163.672	0,76%
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	2,04	13	432.442	0,00%
'38	Miscellaneous chemical products.	1,95	163	1.086.567	0,02%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	1,86	12	169.197	0,01%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,66	9.484	3.550.987	0,27%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,56	2	2.019.807	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1,32	1.386	48.423	2,86%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,28	1.444	237.829	0,61%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	1,17	200	646.091	0,03%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades sub aprovechadas en el mercado de Malasia, se puede observar que la mayor participación del comercio Argentino con tal mercado se centra en los sectores relacionados al Agro, siguiendo el patrón de comercio entre la

Argentina y el ASEAN. En primer lugar, sigue estando como en los casos anteriores el sector de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentación para animales”* con una participación del 43,81% de lo importado en tal sector, seguido por *“Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos”* con el 36% de lo importado y en el tercer lugar está el sector de *“cereales”* con sólo el 3,92% de lo importado por el mercado de Malasia.

En cuanto a los sectores que presentan un gran margen, entre lo importado desde la Argentina y las importaciones totales del mercado, se encuentran los sectores de *“Manufacturas de fundición, de hierro o de acero”* y *“Aluminio y manufacturas de aluminio”*, con unas importaciones de 3 mil millones y 2 mil millones respectivamente, en las cuales la parte Argentina representa sólo importaciones de 9.5 millones, lo cual demuestra el gran potencial de ampliación de mercado.

Además se encuentra el sector de *“Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras”*, con un elevado ICC de 33,72 el cual representa tan sólo US\$ 60 millones, dentro de un sector de US\$ 1.5 mil millones.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado de Malasia**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Malasia desde el Arg 2008	impo de Malasia desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'18	Cacao y sus preparaciones	3,54	0	1.287.060	0,00%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	3,24	0	123.712	0,00%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	1,89	0	426.664	0,00%
'14	Materias trenzables, demás productos de origen vegetal, no expreso. en otros capítulos	1,75	0	9.607	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades inexploradas, se observa que aquellas representan un mercado importador de casi US\$ 1.8 mil millones de, con sectores que no representan una gran especialización exportadora Argentina.

El sector más interesante en esa tabla es el *“Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería”* que la Argentina tiene experiencia exportadora hacia el mercado tailandés.

## Oportunidades en el mercado de las Filipinas

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado de las Filipinas

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Filipinas desde el Arg 2008	impo de Filipinas desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento .para animales	98,51	320.878	707.186	45,37%
'10	Cereales	86,46	5.066	2.719.045	0,19%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	28,19	213	175.631	0,12%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	12,96	1.331	233.319	0,57%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	9,77	3.913	727.488	0,54%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	9,25	2.341	163.024	1,44%
'02	Carne y despojos comestibles	4,35	10	319.115	0,00%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	3,89	4.870	217.636	2,24%
'35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados	3,31	630	98.922	0,64%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	3,17	64	111.447	0,06%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	2,98	110	4.1860	0,26%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	2,48	8	216.461	0,00%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	1,87	24	450.874	0,01%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	1,46	306	123.368	0,25%
'33	Aceites esenciales y resinoideas; prep. de perfumería, de tocador	1,35	1.051	290.279	0,36%
'17	Azúcares y artículos de confitería	1,32	41	96.404	0,04%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

Se puede observar en la tabla expuesta anteriormente, que los sectores de *“Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento .para animales”* y *“cereales”* representan un elevado ICC de 98 y 86 respectivamente, cuando en el primer sector, la Argentina aprovecha su complementariedad comercial con el mercado Filipino participando con el 45% de sus importaciones, en cuanto que en el segundo sector *“cereales”*, participa con tan solo el 0,19% del mercado de importaciones, que representa 2.7 mil millones. El segundo sector en cuanto a participación Argentina es el de *“Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados”*, con el 2,24% de las importaciones

Filipinas en tal sector, representado US\$ 4 millones de un mercado de US\$ 217 millones.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado de las Filipinas**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Filipinas desde el Arg 2008	impo de Filipinas desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'38	Miscellaneous chemical products.	2,25	0	484.859	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1,29	0	18.373	0,00%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,21	0	86.870	0,00%
'05	Los demás productos. de origen .animal, no comprendidos en otros capítulos	1,17	0	10.970	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades inexploradas, se observa que aquellas representan un mercado importador de casi US\$ 600 millones, con sectores insignificantes en la pauta exportadora Argentina.

## Oportunidades en el mercado de Vietnam

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado de Vietnam

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Vietnam desde el Arg 2008	impo de Vietnam desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias ;alimentos .para animales	180,81	229.594	1.734.048	13,24%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	54,13	28.116	1.014.474	2,77%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	27,83	49.195	669.477	7,35%
'10	Cereales	11,90	1.902	499.917	0,38%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	5,97	4.153	140.606	2,95%
'05	Los demás productos. de origen. animal, no comprendidos en otros capítulos	4,32	2.676	54.138	4,94%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	4,28	800	425.256	0,19%
'35	Materias albuminoideas ;productos .a base de almidón o de fécula modificados	4,08	20	162.778	0,01%
'38	Miscellaneous chemical products.	4,07	409	1.175.211	0,03%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	2,65	421	299.163	0,14%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2,53	991	189.032	0,52%
'02	Carne y despojos comestibles	1,94	8.732	189.809	4,60%
'17	Azúcares y artículos de confitería	1,91	404	185.631	0,22%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	1,74	245	203.145	0,12%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,40	2.156	1.548.413	0,14%
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1,27	3.532	4.296.997	0,08%
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	1,02	3.314	1.079.960	0,31%
'32	Extractos curtientes/tintóreos ;taninos, sus derivados; pinturas	1,01	122	567.507	0,02%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a los sectores sub - aprovechados también en el caso de Vietnam, el principal sector en cuanto al ICC, es el de “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento .para animales”, pero en este caso representa una muy alta complementariedad comercial, con un ICC de 180 y con tan solo el 13 % de las

importaciones Vietnemesas en tal sector. Otros dos sectores que pueden representar amplio potencial para las exportaciones Argentinas, son los sectores de “*Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras*” y “*cereales*”, con alto ICC y relativamente poca participación, especialmente en el caso de los “*cereales*”, con importaciones desde Argentina de tan solo 1.9 millones, cuando el mercado total del sector es de US\$ 500 millones.

Un nuevo sector que no figuraba anteriormente en los países analizados, es el sector de “*Materias plásticas y manufacturas de estas materias*”, en el cual la Argentina exporta hacia el Vietnam US\$ 3.5 millones, con un mercado importador de 4.2 mil millones. Lo cual representa el sector con mayores importaciones de Vietnam, dentro de los sectores que presentan complementariedad comercial con la Argentina.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado de Vietnam**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Vietnam desde el Arg 2008	impo de Vietnam desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	21,55	0	179.411	0,00%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	8,45	0	166.490	0,00%
'58	Tejidos especiales; superficiales .textiles con pelo insertado; encajes	5,16	0	468.540	0,00%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	3,55	0	340.144	0,00%
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados...	3,37	0	504.655	0,00%
'56	Guata, fieltro. Telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, etc.	2,66	0	279.130	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	2,54	0	48.373	0,00%
'43	Peletería, confecciones de peletería; peletería artificial / facticia	2,09	0	31.807	0,00%
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	1,52	0	899.099	0,00%
'79	Cinc y manufacturas de cinc	1,31	0	119.620	0,00%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,18	0	786.882	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades inexploradas, se observa que aquellas representan un mercado importador de casi US\$ 3.8 mil millones, con sectores interesantes en cuanto a la complementariedad comercial con el mercado Vietnamés, como son los sectores

de “Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo” y “Plomo y manufacturas de plomo” con un ICC de 21,5 y 8,45 respectivamente.

## Oportunidades en el mercado de Singapur

### Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con el mercado de Singapur

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Singapur desde el Arg 2008	impo de Singapur desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	7,90	4.636	752.770	0,62%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	4,59	165	151.390	0,11%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	2,57	7.559	1.014.356	0,75%
'38	Miscellaneous chemical products.	2,24	397	2.559.356	0,02%
'88	Navegación aérea o espacial	2,11	246	8.794.995	0,00%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	1,87	2.252	1.696.804	0,13%
'02	Carne y despojos comestibles	1,59	1.018	615.149	0,17%
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	1,55	39	583.544	0,01%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. .de perfumería, de tocador	1,53	1.030	1.733.187	0,06%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	1,48	2.699	665.108	0,41%
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	1,42	105	132.222	0,08%
'35	Materias albuminoideas; productos. a base de almidón o de fécula modificados	1,42	1.130	225.193	0,50%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	1,40	4	414.065	0,00%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	1,27	216	9.3976	0,23%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,14	23.675	4.994.150	0,47%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,08	2.186	410.589	0,53%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

Contrariamente a los países analizados anteriormente, Singapur no cuenta con el sector de “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales” en su pauta comercial con la Argentina, y el principal sector en cuanto al ICC es el de “Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras”, con unas importaciones desde la Argentina de US\$ 4.6 millones, lo que representa tan solo el 0,62% de un mercado de US\$ 750 millones.

Esa poca participación de las exportaciones Argentinas dentro de lo importado por Singapur, se repite en todos los sectores analizados, ya que las importaciones desde la Argentina en los sectores analizados representan menos del 1% del total importado.

En cuanto a la participación de la Argentina en el total importado por Singapur, se puede afirmar que es ínfima, ya que la Argentina representa el 0,02% de las importaciones totales del Singapur, con unos US\$ 74 millones, de un total de US\$ 319 mil millones. Además de representar los menores índices de ICC dentro de los países analizados.

### **Las oportunidades comerciales inexploradas con el mercado de Singapur**

En orden de importancia desde el mayor ICC al menor; valores en miles de US\$

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Singapur desde el Arg 2008	impo de Singapur desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'78	Plomo y manufacturas de plomo	2,57	0	200.764	0,00%
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos. para animales	2,04	0	77.581	0,00%
'10	Cereales	1,89	0	314.386	0,00%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	1,30	0	241.505	0,00%
'14	Materias trenzables, demás productos. de origen vegetal, no expresadas .en otros	1,13	0	12.725	0,00%

Fuente: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)” Elaboración propia sobre datos del CCI valores en miles de dólares

En cuanto a las oportunidades inexploradas, se observa que aquellas representan un mercado importador de casi US\$ 850 millones, con sectores que en los otros países del ASEAN cuentan con un alto ICC, por un lado, y con amplia participación. En el caso de Singapur, tales sectores no son aprovechados por los exportadores Argentinos.

## **Oportunidades en los mercados de Myanmar, Laos, Camboya y Brunei**

### **Las oportunidades comerciales sub aprovechadas con los mercados de Myanmar, Laos, Camboya y Brunei**

En cuanto al análisis de los países con menor peso relativo en el comercio bilateral, se realizará un análisis menos detallado, las tablas con los datos estadísticos obtenidos, se presentarán en un anexo, y en el cuerpo del trabajo se describirá en forma resumida los puntos importantes.

Los 4 países analizados, representan la menor cantidad de comercio efectuado entre el mercado del ASEAN y la Argentina. El comercio entre la Argentina y tales países se caracteriza por centralizarse en pocos productos y un comercio inestable, con muy pocas exportaciones en cuanto al valor monetario. Eso no significa que ese comercio no podría ser aumentado en el futuro, ya que esos países, representan una alta complementariedad comercial con la pauta exportadora Argentina y mantienen un alto nivel de ICC.

Brunei en el sector de *“Materias trenzables, demás productos de origen vegetal, no expresadas, en otros”*, representa un ICC de 493, y en el sector de *“los demás productos de origen animal no comprendidos en otros capítulos”*, un ICC de 271. En el caso actual de Brunei, el comercio en el año 2008 se totaliza con unos US\$ 369 millones, concentrados en el sector de *“caballos”* y *“artículos talabartería para caballos”*, pero aún la Argentina tiene un mercado grande para crecer, ya que en tal sector Brunei importa desde el mundo casi US\$ 470 millones.<sup>58</sup>

En cuanto a Myanmar, el comercio bilateral es ínfimo y se concentra en sectores que no presentan complementariedad comercial con la Argentina. El sector *“Farmacéutico”*, exportó unos US\$ 85 millones en el año 2008, seguido por *“Pescados y crustáceos”*, con US\$ 62 millones y *“fundición hierro y acero”*, con US\$ 52 millones.

---

<sup>58</sup> Ver anexo estadístico Brunei

En el año 2009, surgió un nuevo sector en el comercio bilateral, “Pieles (excepto la peletería) y cueros”, con unos US\$ 450.000. Pero aún con ese ínfimo comercio, Birmania presenta unos índices de complementariedad comercial muy altos<sup>59</sup>.

Camboya por su parte, comercia con la Argentina en el sector de “Pieles (excepto la peletería) y cueros”, con unos US\$ 4 millones, lo que representa el 7,6% del total importado por Camboya en tal sector, y prácticamente el 100% de lo importado desde la Argentina. En el resto de los sectores la Argentina tiene unos altos ICC con Camboya, pero con comercio nulo.<sup>60</sup>

Laos sigue el patrón de comercio que demostraron los países analizados anteriormente, con un comercio inestable y concentrado, pero con altos ICC. En el año 2007, el comercio bilateral con la Argentina totalizó US\$ 43 millones en el sector “fundición hierro y acero”. En el año 2008, no existió comercio, y en el año 2009 la Argentina exportó hacia Laos US\$ 11 millones en “manufacturas de fundición de hierro o acero”.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Ver anexo estadístico Birmania

<sup>60</sup> Ver anexo estadístico Camboya

<sup>61</sup> Ver anexo estadístico Laos

## CAPITULO 4

### 4.1 Barreras comerciales

A la hora de analizar las barreras comerciales que enfrentan las exportaciones argentinas en el mercado del ASEAN, debe recordar que los diferentes países del bloque comercial representan estructura comercial muy diferente una de otra.

Por un lado está Singapur con políticas comerciales libres, con un arancel promedio de importaciones acercando al 0% y sin restricciones especiales a las importaciones. Por el otro extremo está Vietnam con un promedio de aranceles de importación muy alto. El resto de los países representan cada uno diferentes niveles de proteccionismo, por el cual será importante realizar un análisis detallado por país, enfocando particularmente en los sectores que representan oportunidades comerciales para Argentina.

### Barreras comerciales en el mercado Tailandés

En el mercado tailandés se observa el uso de crestas arancelarias, las cuales significan “derechos de aduana relativamente altos que se destacan por encima del nivel medio del Arancel y suelen aplicarse a productos sensibles. En el caso de los países industrializados, se considera por regla general que los derechos del 15 por ciento o más constituyen crestas arancelarias”.<sup>62</sup>

En general los gravámenes ad valorem oscilan entre el 0% y el 150%, con un promedio general del 23%. Desde 1990 el gobierno tailandés viene reduciendo las barreras arancelarias sobre algunos productos específicos (maquinaria, computadoras y sus partes, automóviles y partes, acero y productos químicos), como parte de un programa de reestructuración para su régimen de importaciones, con el fin de estimular la competencia. Los gravámenes, en general, son ad valorem sobre CIF, sólo unos pocos son específicos o, cuando es el caso, se aplica el más alto.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> OMC [http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/glossary\\_s/crestas\\_arancelarias\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/crestas_arancelarias_s.htm) consultado el 15-9-2010

<sup>63</sup> Camara de comercio de Lima <http://www.x.com.pe/> consultado el 15-9-2010

Con el fin de proteger determinados sectores de la competencia exterior, el Ministerio de Comercio de Tailandia, aplica aranceles ad valorem que oscilan entre el 30% y el 80%. Estos aranceles están aún por debajo del nivel consolidado ante la Organización Mundial del Comercio, que alcanza en ocasiones valores superiores al 200%. El vino es un caso a destacar porque, además de tener un arancel del 60%, también soporta otros tipos de impuestos: un 10% de impuesto municipal, un 176% de impuesto especial, un 1,5% de impuesto de retransmisión, un 2% de impuesto de sanidad, y un 7% de IVA, de modo que la carga impositiva total es de 390% del valor CIF del producto<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup>Op cit Gobierno de España Secretaria de Estado de Comercio Exterior

### **Aranceles aplicados a los principales 5 sectores de las oportunidades sub aprovechadas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	(1% - 6% - 9%)
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	(5%- 26,5% - 30%)
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	(5%)
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	(5% - 30%)
'10	Cereales	(0% )

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx>Elaboración propia sobre datos del OMC

### **Aranceles aplicados al principal sector de las oportunidades inexploradas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	(9% - 40%) (referido a importaciones brasileras)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx>Elaboración propia sobre datos del OMC

## **Barreras comerciales en el mercado de Indonesia**

Régimen arancelario: el arancel de Indonesia se basa en el Sistema Armonizado y consta de 13 niveles que fluctúan entre el 0% y el 100%. El sistema es complejo incluye además una serie de sobre cargos y exenciones.

Las importaciones se agrupan en dos categorías, con los aranceles más altos para los bienes no esenciales.

La primera categoría contiene cuatro grupos:

1. la mayoría de las importaciones,
2. bienes esenciales,
3. menos esenciales,
4. de lujo y algunos bienes de consumo.

La segunda categoría incluye la lista de importación prohibida (electrodomésticos, llantas, material impreso y otros).

En general, los gravámenes son ad valorem sobre CIF; algunos son específicos.<sup>65</sup>

Una de las principales barreras no arancelarias consiste en el mal funcionamiento de las oficinas aduaneras. El problema radica en una normativa poco transparente y en constante cambio, lo que se traduce en un encarecimiento de los productos y en retrasos. Además de lo anterior, la exigencia de licencias de importación, supone otra importante barrera comercial. A esta falta de transparencia y previsibilidad se añade que sólo las empresas domiciliadas en el país pueden ser importadores registrados, de los cuales hay varios miles. El Ministerio de Comercio es el principal organismo responsable de expedir las licencias, pero pueden necesitarse también licencias especiales de otros Ministerios para importar determinados productos como medicamentos y alimentos.<sup>66</sup>

**Aranceles aplicados a los principales 5 sectores de las oportunidades sub aprovechadas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	(0%)
'10	Cereales	(0%- 5%)
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos	(0%)
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	(0% - 5%)
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	(5%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

<sup>65</sup> Op cit Camara de comercio de Lima

<sup>66</sup> Op cit Gobierno de España Secretaria de Estado de Comercio Exterior

### **Aranceles aplicados al principal sector de las oportunidades inexploradas**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida</b>
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	(5,38%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

## **Barreras comerciales en el mercado de Malasia**

El perfil arancelario de Malasia presenta un nivel consolidado promedio del 24,5% (76% para productos agropecuarios; 15% para consumo e industriales), frente a un 8,4% de arancel aplicado promedio.

Subsisten aranceles aplicados muy elevados para ciertos productos y sectores. El sector del automóvil goza de una protección muy fuerte, pues la importación de vehículos está sujeta a unos aranceles aplicados que alcanzan valores máximos de hasta un 300%. Sin embargo, como la importación de piezas para su montaje en Malasia paga entre un 42% y un 80%, la práctica totalidad de los automóviles importados se montan localmente.

Otros sectores con fuerte protección arancelaria en Malasia son los azulejos y pavimentos cerámicos, así como ciertos productos de vidrio (que soportan aranceles que pueden llegar al 60%), determinados productos químicos industriales (que pueden alcanzar el 40%), textiles (20%), calzado (30%) y algunos siderúrgicos (hasta el 25% en algunos casos). El vino tiene un específico de 23 RM (6€) por litro y el vino de 7RM.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Op cit Gobierno de España Secretaria de Estado de Comercio Exterior

### **Aranceles aplicados a los principales 5 sectores de las oportunidades sub aprovechadas**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida</b>
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	(0%)
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	(0%- 5%)
'10	Cereales	(0%)
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula ;inulina; gluten de trigo	(0%)
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	(0% )

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx>Elaboración propia sobre datos del OMC

### **Aranceles aplicados al principal sector de las oportunidades inexploradas**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida</b>
'18	Cacao y sus preparaciones	(0%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx>Elaboración propia sobre datos del OMC

## **Barreras comerciales en el mercado de Filipinas**

El programa de tarifas de Filipinas, se encuentra basado en el sistema armonizado de nomenclatura de 1996, y cuenta con 5.692 líneas tarifarias.

El programa de reforma comprensiva de tarifas del gobierno filipino tiene como objetivo reducir en una forma unilateral las tarifas arancelarias aplicadas con el fin de establecer un sistema de sólo dos categorías de tarifas arancelarias aplicables que son el 3% para materias primas y semi-elaboradas, y el 10% para productos terminados en enero de 2003; y finalmente la aplicación de un arancel uniforme del 5% para aquellos productos terminados en enero de 2004.

Las materias primas y las manufacturas no producidas localmente muestran bajas tarifas arancelarias, mientras que los productos intermedios y las materias primas producidas localmente están sujetos a tarifas entre el 15% y 30%. Las tarifas

arancelarias más altas son del 35% al 65% y son tasadas a productos agrícolas sensibles en la economía.<sup>68</sup>

### **Aranceles aplicados a los principales 5 sectores de las oportunidades sub aprovechadas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	(1% - 3%)
'10	Cereales	(1%- 5% - 7%)
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	(7% - 8,5%)
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	(2% - 3% - 7%)
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	(1% - 3% - 5% - 7%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

### **Aranceles aplicados al principal sector de las oportunidades inexploradas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'38	Miscellaneous chemical products.	(entre 0% y 7% )

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

## **Barreras comerciales en el mercado de Singapur**

Los productos sujetos a gravamen son básicamente bebidas alcohólicas y licores (incluyendo vinos y cervezas), tabaco (cigarrillos y puros), productos derivados del petróleo y vehículos de motor.

Existen a su vez otros productos sometidos a controles ya sean sanitarios o de seguridad. Algunos de estos productos son animales y plantas, pescado, crustáceos y

<sup>68</sup> Pro export colombia  
<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=1159&IDCompany=16>  
consultado el 20-9-2010

moluscos, leche en polvo, sacarina, carne y productos cárnicos, frutas y vegetales, productos químicos y farmacéuticos, armas, material radioactivo, publicaciones, películas de cine y vídeo y equipos de telecomunicación.

Los productos prohibidos son encendedores con forma de pistola, petardos, reproducciones de billetes y monedas, chicle excepto aquel que tenga fines terapéuticos, material pornográfico y discos (cds, dvds) que violen los derechos de propiedad intelectual.

Los productos que se importan como materias primas para empresas industriales pueden quedar exentos, previa solicitud al Departamento de Aduanas. En cualquier caso, la mayoría de las materias primas no están sujetas a gravamen alguno<sup>69</sup>.

#### **Aranceles aplicados a los principales 5 sectores de las oportunidades sub aprovechadas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	(0%)
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	(0%)
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	(0%)
'38	Miscellaneous chemical products.	(0%)
'88	Navegación aérea o espacial	(0%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

#### **Aranceles aplicados al principal sector de las oportunidades inexploradas**

Código	Descripción del producto	Arancel aplicado Dependiendo de la sub partida
'78	Plomo y manufacturas de plomo	(0%)

Fuente: tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> Elaboración propia sobre datos del OMC

<sup>69</sup> disponible en [http://www.oficinascomerciales.es/FicherosEstaticos/auto/0806/Barreras%20de%20Acceso\\_21056\\_.pdf](http://www.oficinascomerciales.es/FicherosEstaticos/auto/0806/Barreras%20de%20Acceso_21056_.pdf) consultado el 20-9-2010

## Barreras comerciales en el mercado de Vietnam

El principal obstáculo de acceso al mercado vietnamita son sin duda los altos aranceles que recaen sobre determinados productos competitivos con la industria local. Concretamente, se detectan crestas importantes en algunas partidas arancelarias como: motocicletas (90%), automóviles (83%), vinos (62%), licores (60%), azulejos (cuyos tipos oscilan entre el 30 y el 70%), conservas de fruta y verdura (40%), calzado (38%), frutas frescas (36%) o zumos de fruta (35%).

Los compromisos de Vietnam en la OMC incluyen una reducción de los aranceles para el vino hasta el 50-55% y de licores al 45% en 2012, pero en la actualidad no existe un calendario de reducción tarifaria por lo que es posible que hasta 2013 estas rebajas no sean efectivas.

Vietnam establece para ciertos productos (leche, derivados de la leche y algunos otros de uso y consumo diario como azúcar, arroz y petróleo) medidas de estabilización de precios, que obligan no sólo al vendedor final, sino también a los productores, importadores y distribuidores. Este mecanismo, que antes sólo se aplicaba a las empresas estatales, se ha extendido ahora a toda clase de empresas.

El mecanismo se basa en 3 principios:

- Declaración de precios
- Registro de los precios (con notificación de las modificaciones en los precios, y necesaria autorización para moverse fuera de una determinada horquilla)
- Estabilización. Las autoridades pueden intervenir en caso de que detecten “fluctuaciones anormales” en los precios.<sup>70</sup>

## Barreras comerciales en el mercado de Brunei

Brunei sigue una escala arancelaria basada en la Nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera (“Customs Cooperation Council Nomenclatura” - CCCN). Los aranceles a la importación varían entre el 0% y el 20%, como máximo (solo el 0,5% de

---

<sup>70</sup> Op cit Gobierno de España secretaria de estado de comercio exterior

líneas se gravan con tipos superiores al 20%). Los tipos de aranceles más altos se aplican a los vehículos automóviles que pueden alcanzar el 200%. Bienes básicos como los alimentarios, materiales de construcción, maquinaria industrial o bebidas no alcohólicas no soportan ningún arancel. El nivel de protección arancelaria es, en general, bajo.<sup>71</sup>

## **Barreras comerciales en el mercado de Camboya**

En Camboya los derechos oscilan entre el 5% y el 100%. Las tasas más bajas se aplican a las importaciones de países que tienen relaciones diplomáticas con Camboya; las más altas son para los artículos de lujo y para los países que no tienen relaciones diplomáticas con el país.<sup>72</sup>

## **Barreras comerciales en el mercado de Laos**

Laos utiliza para su codificación arancelaria la nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera. Los gravámenes oscilan entre el 2% y el 80%, pero el promedio está entre el 20% y el 30%.

Materias primas, medios de producción y bienes esenciales de consumo están exentos del pago de gravámenes.

La mayoría de derechos arancelarios son ad valorem sobre CIF; hay algunos específicos.<sup>73</sup>

## **Barreras comerciales en el mercado de Myanmar**

En el caso de Myanmar no se encontró datos publicados sobre el acceso a su mercado...“La actual situación política en Myanmar provoca un aislamiento del país por parte de la comunidad internacional que dificulta el comercio y la inversión así

---

<sup>71</sup><http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,,00.bin?doc=521807> consultado el 22-9-2010

<sup>72</sup> Op cit Camara de comercio de Lima

<sup>73</sup> Op cit Camara de comercio de Lima

como provoca el freno de cualquier iniciativa de cooperación económica o comercial".<sup>74</sup>

Por lo tanto se va referir a tal país solamente en la siguiente tabla que compara el arancel promedio entre los miembros del ASEAN.

En la misma se observe que el nivel de arancel promedio aplicado por el país es relativamente bajo, lo que no significa que otras barreras comerciales impiden el acceso a dicho mercado.

---

<sup>74</sup>Organizacion periodistas en internet <http://www.periodistas.org/redseguridad/Myanmar.pdf> consultado el 23-9-2010

## 4.2 Comparación del arancel promedio

	Tailandia (2008)	Indonesia (2007)	Malasia (2008)	Filipinas (2008)	Singapur (2008)	Vietnam (2007)	Brunei (2008)	Laos (2008)	Camboya (2007)	Myanmar (2007)
Arancel general promedio	10,5	6,9	8,8	6,3	0	16,8	2,5	9,7	14,2	5,6
Productos agrícolas	25,2	8,5	14,7	9,7	0,2	24,2	0,1	19,5	18,1	8,7
Productos NO agrícolas	8,2	6,7	8	5,7	0	15,7	2,9	8,2	13,6	5,1
% de líneas arancelarias no ad-valorem	10,3%	0,2%	0,7%	0%	0%	0%	0,3%	0%	0%	0%

Fuente: <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=Y,MM,PH,SG,TH,VN>

En la tabla expuesta arriba se puede observar que los niveles promedios de arancel no representan una barrera significativa a los productos argentinos.

Al distinguir entre el sector agrícola y no agrícola se observa que los miembros del ASEAN ejercen un proteccionismo considerable sobre sus agricultores locales. A pesar de tal proteccionismo, cuando se analiza los sub sectores que representan oportunidades comerciales para la Argentina, se evidencia que en la mayoría de los casos los aranceles rondan entre el 0% y el 9%, con una excepción en el mercado Tailandés en el sector de “*Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos*” en el cual el arancel puede llegar hasta el 30% dependiendo de la sub partida arancelaria.

## Conclusiones

A lo largo de este trabajo se observó que una región con alrededor de 600 millones de habitantes y un PBI de 1.5 Mil millones de dólares, no puede ser excluida de la agenda comercial argentina.

Teniendo en cuenta que dicha región representa una complementariedad comercial importante con el país en cuanto al carácter Inter-industrial del comercio y un leve comienzo de comercio de carácter intra-industrial, la política comercial Argentina tendrá que poner más énfasis en el desarrollo del comercio con dicha región en el futuro.

A lo largo de la última década el saldo comercial de la Argentina con dicha región fue positivo, con unos US\$ 334 millones en el año 2001 hasta un pico máximo en el año 2005 de US\$ 950 millones. Dicho saldo, a pesar de su positiva evolución, no alcanzó a seguir la evolución del comercio del ASEAN con el resto del mundo, como se pudo apreciar en el análisis de intensidad de comercio desarrollado en este trabajo.

Esto significa que a pesar de la evolución positiva del comercio en términos absolutos, en términos relativos el ASEAN compra menos a la Argentina de lo que compra al mundo y viceversa.

Cuando se hace un análisis desagregado a sectores, se observa una gran concentración sectorial de las exportaciones argentinas a dicha región ya que 6 principales sectores de exportaciones concentran alrededor de 93% del saldo superavitario con el ASEAN, liderando, el sector de “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales”, el cual representa la mayor oportunidad sub - aprovechada para la Argentina en el mercado del ASEAN.

Al ampliar el índice de comercio intrasectorial se pudo observar que el ASEAN es importador neto de tal sector y que ,por otro lado, el sector representa una especialización exportadora de Argentina. Esos factores están claramente representados en el alto índice de complementariedad comercial (ICC – 58,81) que mantiene tal sector en el comercio bilateral.

En cuanto a los 10 principales sectores de exportaciones Argentinas hacia el ASEAN en el año 2008 se observa el alto nivel de complementariedad comercial liderando con el

sector de “Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales” con un ICC de 58,81 y seguido por “cereales” con un ICC de 16,61 y “grasas y aceites animales o vegetales” con ICC de 14,1 lo cual demuestra una alta complementariedad comercial de modo que el comercio entre ambas regiones podría explicarse a partir del carácter de las ventajas comparativas de cada uno y una tendencia a un importante comercio entre las dos regiones.

En el análisis más detallado de las oportunidades sub aprovechadas se observa que en la mayoría de los sectores que presentan una complementariedad comercial con el ASEAN la participación argentina es ínfima en relación a lo que dicho mercado importa desde el mundo.

El único sector con una participación importante en las importaciones del ASEAN es el sector de los ya mencionados “Residuos”, con el 27% del total importado en dicho sector.

Eso demuestra el largo camino que hay que seguir en los otros sectores que representan complementariedad comercial entre los dos mercados, con el fin de aumentar la participación Argentina en las importaciones del ASEAN.

En cuanto a las oportunidades inexploradas se destaca el sector del “Aluminio y manufacturas de aluminio” que prácticamente es inexplorado, ya que representa exportaciones argentinas de 5 mil dólares en el 2008, a un mercado importador de US\$ 9 mil millones en el mismo año.

Un factor interesante a seguir es el comercio entre Argentina y los países con menor peso significativo en el ASEAN como Brunei, Myanmar, Camboya y Laos. Esos países mantienen actualmente un ínfimo comercio con Argentina lo cual no significa que ese comercio no podría ser aumentado en el futuro, ya que esos países, presentan una alta complementariedad comercial con la pauta exportadora Argentina y mantienen un alto nivel de ICC.

En cuanto a las barreras comerciales que enfrentan las exportaciones argentinas en el mercado del ASEAN, se puede observar un arancel general promedio no muy alto con un mínimo de 0% en Singapur y un máximo de 16,8% en Vietnam, pero con un proteccionismo bastante importante en los productos de origen agrícola, liderado por los aranceles tailandeses de 25,2% en promedio.

Cuando se realiza un análisis más detallado, de los sectores que representan oportunidades comerciales, no se observan altas barreras arancelarias para penetrar a los mercados del ASEAN excepto Tailandia, la cual ejerce un alto grado de proteccionismo en los sectores de “Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos” y “Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos” con rango de aranceles entre 5% y 30%.

En conclusión, el mercado del ASEAN es un mercado muy interesante para la oferta exportadora argentina, ya que por un lado demuestra un carácter principalmente Inter-industrial con alta complementariedad a las exportaciones argentinas, y por el otro, existe un comienzo de comercio intra-industrial lo que puede generar a futuro, oportunidades interesantes en cuanto a la integración de la cadena productiva de las dos regiones.

A pesar del alto grado de complementariedad comercial y la relativamente baja protección arancelaria, Argentina - hasta el momento - no pudo aprovechar sus ventajas comparativas para ampliar el comercio con dicha región, lo cual lleva a que la participación actual de sus exportaciones dentro de las importaciones del ASEAN sea ínfima.

Como se observó a lo largo del trabajo, el ASEAN puede considerarse una oportunidad comercial excelente para los exportadores argentinos, ya que representa un mercado complementario a la oferta exportadora del país con relativamente bajos aranceles y alguna experiencia exportadora exitosa a algunos de los países del ASEAN.

Es menester una política comercial orientada a tal mercado, con un fuerte enfoque en el acercamiento de los exportadores argentinos a sus pares asiáticos. Esa labor tiene que ser desarrollada por las entidades gubernamental argentinas conjuntamente con las organizaciones mixtas (como la Agencias Pro Córdoba, pro Mendoza, entre otros) y la comunidad empresarial.

Este panorama no tiene que asustar o impedir a los exportadores argentinos comerciar con dicha región, sino que tienen que participar conjuntamente con las autoridades argentinas en el desarrollo de políticas comerciales efectivas para llevar a cabo una mejor inserción en un mercado tan alentador como el ASEAN.

## Bibliografía

- ASEAN [http://www.ASEANsec.org/about\\_ASEAN.html](http://www.ASEANsec.org/about_ASEAN.html) consultado el 15-7-2010
- ASEAN statistical year book 2008 <http://www.ASEANsec.org/publications/ASEANstats08.pdf> consultado el 20-7-2010
- Agencia Pro Mendoza ,Manual del exportador [http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual\\_nuevo\\_exportador.pdf](http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual_nuevo_exportador.pdf) consultado el 10-5-2010
- Centro de Economía Internacional, Oportunidades y desafíos para la Argentina en el mercado de Asia Oriental un estudio de impacto, Diciembre 2003. Documento disponible en [www.cei.gov.ar](http://www.cei.gov.ar) [http://www.cei.gov.ar/serie/pdf/6asia\\_op.pdf](http://www.cei.gov.ar/serie/pdf/6asia_op.pdf) consultado el 10-7-2010
- Consultorio de Comercio Internacional ICECOMEX de la Universidad ICES “oportunidades comerciales” I <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/>
- Camara de comercio de Lima <http://www.x.com.pe/> consultado el 15-9-2010
- Enciclopedia Multimedia Interactivo y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas “El modelo Heckscher-Ohlin” disponible en. [www.eumed.net/cursecon/](http://www.eumed.net/cursecon/) consultado 20-4-2010
- Fundación Gas Natural <http://www.primeraexportacion.com.ar/doc/capacit/docs/0026.php> consultado 10-5-2010
- Gobierno de España secretaria de Estado de Comercio Exterior <http://www.barrerascomerciales.es/FAQ.aspx?ver=1#1> consultado el 1-5-2010
- Informe Económico: ASEAN Departamento de Economía Cámara Argentina de Comercio Octubre 2009 disponible en [www.cac.com.ar/documentos/13\\_ASEAN.pdf](http://www.cac.com.ar/documentos/13_ASEAN.pdf) consultado el 20-7-2010
- Información Comercial Española, Boletín económico de ICE N° 2836 del 21 de Febrero al 6 de Marzo del 2005 disponible en <http://www.revistasice.com/RevistasICE/portada.htm?in=0>, consultado el 22-6-2010
- Instituto Español de Comercio Exterior <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=521807> consultado el 22-9-2010
- La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) del Gobierno de San <http://www.conamype.gob.sv/cajadeherramientas/mipymes/tratados/glosario.htm> consultado el 10-5-2010
- Leandro Gabriel “El comercio internacional”, disponible en <http://www.auladeeconomia.com/articulos2b.htm> consultado el 20-4-2010
- Lucángeli Jorge ,CEPAL - Serie Macroeconomía del desarrollo No 64 La especialización intraindustrial en MERCOSUR disponible en [www.eclac.org/de/publicaciones/xml/5/.../LCL2853\\_P.pdf](http://www.eclac.org/de/publicaciones/xml/5/.../LCL2853_P.pdf)
- Ministerio de economía y finanzas publicas de la República Argentina [http://www.mecon.gov.ar/cnce/bar/Barreras\\_Nafta1/Capitulo3.htm](http://www.mecon.gov.ar/cnce/bar/Barreras_Nafta1/Capitulo3.htm) consultado el 3-6-2010
- OMC <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=BN,KH,ID,LA,MY,MM,PH,SG,TH,VN> consultado el 23-9-2010
- OMC analisis de tarifas <http://tariffanalysis.wto.org/report/ExportMarket.aspx> consultado el 16-9-2010
- OMC [http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/glossary\\_s/crestas\\_arancelarias\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/crestas_arancelarias_s.htm) consultado el 15-9-2010
- Organizacion de periodistas en Internet <http://www.periodistas.org/redseguridad/Myanmar.pdf> consultado el 23-9-2010
- Pro export colombia <http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=1159&IDCompany=16> consultado el 20-9-2010

- Real Academia Española  
[http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=oportunidad](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=oportunidad) consultado el 20-6-2010
- Romero Luis Eduardo “Las oportunidades son un punto de vista” “Prodes E- Learning space”  
[http://www.prodesconsult.com/08\\_E\\_Learning/Basico/Articulos/Prodes\\_Oportunidades.pdf](http://www.prodesconsult.com/08_E_Learning/Basico/Articulos/Prodes_Oportunidades.pdf) consultado el 21-6-2010
- Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior  
[http://www.oficinascomerciales.es/FicherosEstaticos/auto/0806/Barreras%20de%20Acceso\\_21056\\_.pdf](http://www.oficinascomerciales.es/FicherosEstaticos/auto/0806/Barreras%20de%20Acceso_21056_.pdf) consultado el 20-9-2010
- Sados, Eduardo Alberto Las relaciones económicas y comerciales de la República Argentina con los países de Asia – Pacífico entre 1989 y 1999. disponible en  
<http://www.asiayargentina.com/> consultado el 2-8-2010
- Steimberg, F. “La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica (2004). texto completo disponible en [www.eumed.net/cursecon/libreria/](http://www.eumed.net/cursecon/libreria/) consultado 25-4-2010
- tabla 1 selected basic ASEAN indicators as of 15 april 2010, publicado en su página de internet  
<http://www.ASEANsec.org/19226.htm> consultado el 15-7-2010
- table 12 Exchange rate, US\$ 1 in national currency, average of period as of 15 april 2010, publicado en su pagina de internet <http://www.ASEANsec.org/18135.htm> consultado el 25-7-2010
- “trademap.org” dependiente del *Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC)* desarrollado por la UNCTAD y el OMC.  
[http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx) consultado el 27-8-2010
- UNCTAD Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo, nota de información para la prensa del 05-09-2005, disponible en  
<http://www.unctad.org/Templates/Webflyer.asp?docID=6306&intItemID=2068&lang=3> consultado el 20-6-2010
- Universidad de la Republica, Facultad de derecho, Teorías del comercio internacional, material de apoyo para el curso de comercio. Disponible en  
<http://www.fder.edu.uy/contenido/rrii/contenido/curricular/comercio-matutino/unidad-v-grupo-matutino/teorias-del-comercio-internacional-material-de-apoyo.pdf> Consultado 15-04-2010
- Ventosa Santa María Daniel “Los Clásicos” departamento de economías y finanzas Universidad de Guanajuato México disponible en <http://www.ventosa-santaularia.com/Clasicos.pdf> consultado 20-4-2010

## Anexo estadístico

### IIC Argentina ASEAN

	2002	2008
expo Arg al ASEAN	846.110.000	2.205.662.000
expo total de la Arg	25.709.372.000	70.020.544.000
impo total del ASEAN	358.348.444.000	943.744.118.000
impo mundiales	6.552.787.456.000	16.232.819.712.000
impo Argentina	8.989.546.000	57.422.088.000
impo mundo - (impo Arg)	6.543.797.910.000	16.175.397.624.000

	2002	2002	
expo Arg al ASEAN	846.110.000	358.348.444.000	impo total del ASEAN
expo total de la Arg	25.709.372.000	6.543.797.910.000	impo mundiales- (impo Arg)
	0,032910567	0,054761539	<b>0,60 IIC 2002</b>
	2008	2008	
expo Arg al ASEAN	2.205.662.000	943.744.118.000	impo total del ASEAN
expo total de la Arg	70.020.544.000	16.175.397.624.000	impo mundiales – (impo Arg)
	0,031500212	0,058344415	<b>0,54 IIC 2008</b>

### IIC ASEAN Argentina

	2002	2008	
expo ASEAN al Arg	80.265.000	1.033.219.000	
expo total del ASEAN	405.040.248.000	985.645.307.000	
impo total de la Arg	8.989.546.000	57.422.088.000	
impo mundiales	6.552.787.456.000	16.232.819.712.000	
impo ASEAN	358.348.444.000	943.744.118.000	
impo mundo - (impo ASEAN)	6.194.439.012.000	15.289.075.594.000	
	2002	2002	
expo ASEAN al Arg	80.265.000	8.989.546.000	impo total de la Arg
expo total del ASEAN	405.040.248.000	6.194.439.012.000	impo mundo - (impo ASEAN)
	0,000198165	0,001451228	<b>0,14 2002</b>
	2008	2008	
expo ASEAN al Arg	1.033.219.000	57.422.088.000	impo total de la Arg
expo total del ASEAN	985.645.307.000	15.289.075.594.000	impo mundo - (impo ASEAN)
	0,001048267	0,003755759	<b>0,28 2008</b>

## VCR Argentina año 2008

Las filas subrayadas representan un VCR mayor a 1.

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

Código	Descripción del producto	vcr 2008
'TOTAL	Todos los productos	
'01	Animales vivos	0,50
'02	Carne y despojos comestibles	4,76
'03	Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	3,58
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	3,43
'05	Los demás produc.de orig.animal,no comprendidos en otros capítulos	2,83
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	0,05
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	2,30
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	4,11
'09	Café, té, yerba mate y especias	0,72
'10	Cereales	13,63
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	9,76
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	15,47
'13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	0,12
'14	Materias trenzables, demás produc.de origen vegetal, no expres. en otros	1,48
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	18,39
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustaceos, de moluscos..	1,80
'17	Azúcares y artículos de confitería	1,74
'18	Cacao y sus preparaciones	0,90
'19	Prep.a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	1,97
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	5,18
'21	Preparaciones alimenticias diversas	0,74
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	1,95
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	30,61
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2,33
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	0,31
'26	Minerales, escorias y cenizas	1,29
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	0,54
'28	Prod.químicos inorgan.; compuestos inorgan./organ.de los metales	0,61
'29	Productos químicos orgánicos	0,35
'30	Productos farmacéuticos	0,36
'31	Abonos	0,21
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	0,61

'33	Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumeria,de tocador	1,44
'34	Jabones,agentes de superficie organicos,preparac.para lavar,etc	0,84
'35	Materias albuminoidas;prod.a base de almidón o de fécula modificados	2,89
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos..	0,62
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	1,03
'38	Miscellaneous chemical products.	2,63
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	0,71
'40	Caucho y manufacturas de caucho	0,54
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	7,43
'42	Manuf.de cuero;articul.de guarnicioneria,talabarteria,viaje....	0,26
'43	Peleteria,confecciones de peleteria;peleteria artificial/facticia	1,82
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	0,58
'45	Corcho y sus manufacturas	0,23
'46	Manufacturas de espartería o de cestería	0,01
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulosicas;papel..	0,65
'48	Papel,carton;manufact. de pasta de celulosa,de papel/de cartón	0,54
'49	Productos editoriales,de la prensa/de otras industrias graficas	0,48
'50	Seda	0,00
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	3,57
'52	Algodón	0,12
'53	Las demás fibras textiles vegetales;hilados y tejidos de papel	0,01
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	0,32
'55	Fibras sintéticas o artificiales descontinuas	0,08
'56	Guata,fieltro.telas sin tejer;hilados especiales;cordeles,etc..	0,88
'57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo,de mater.textiles	0,16
'58	Tejidos especiales;superfic.textiles con pelo insertado;encajes	0,61
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados..	0,63
'60	Tejidos de punto	0,13
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	0,09
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	0,06
'63	Los demás artículos textiles confeccionados;conjuntos/surtidos..	0,07
'64	Calzado,polainas,botines y artículos análogos y sus partes	0,08
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	0,06
'66	Paraguas,sombrillas,quitasoles,bastones asiento,latigos,fustas	0,03
'67	Plumas,plumon preparados y artículos de pluma/plumon;flores artificial	0,02
'68	Manufacturas de piedra,yeso,cemento,amianto,mica o materias análogas	0,42
'69	Productos cerámicos	0,33
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	0,17

'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	0,56
'72	Fundición, hierro y acero	0,26
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,39
'74	Cobre y manufacturas de cobre	0,03
'75	Níquel y manufacturas de níquel	0,00
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,18
'78	Plomo y manufacturas de plomo	1,77
'79	Cinc y manufacturas de cinc	0,71
'80	Estaño y manufacturas de estaño	0,00
'81	Los demás metales comunes;cermets; manufacturas de estas materias	0,04
'82	Herramientas,utiles,articul.de cuchillera,cubiertos de mesa,de met.com	0,16
'83	Manufacturas diversas de metales comunes	0,22
'84	Reactores nucleares,calderas,maquinas,aparatos y artefactos mecánicos.	0,22
'85	Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes;aparatos de grabaci	0,07
'86	Vehículos y material para vías o símil. y sus partes;aparatos mecánico	0,13
'87	Vehículos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic.terrestres,sus part	1,24
'88	Navegación aérea o espacial	0,91
'89	Navegación marítima o fluvial	0,23
'90	Instrumentos,aparatos de óptica,fotografia,cinematografia,medida,contr	0,12
'91	Relojería	0,03
'92	Instrumentos de musica;partes y accesorios de estos instrumentos	0,06
'93	Armas y municiones y sus partes y accesorios	0,39
'94	Muebles;mobiliario medicoquirurgico;articulos de cama y similares	0,21
'95	Juguetes,juegos,articulos para recreo o para deporte;partes...	0,04
'96	Manufacturas diversas	0,11
'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,11
'99	Materias no a otra parte especificadas	0,80

## DVCR ASEAN año 2008

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

Código	Descripción del producto	impo del ASEAN desde el mundo 2008	Valor importada en 2008	Valor importada en 2008, miles de Dólar EUA	impo del mundo - impo de la Argentina	impo sector ASEAN/ impo total ASEAN	impo del mundo - impo de la Argentina /impo mundial	dvcr
'80	Estaño y manufacturas de estaño	1.451.793	27.874	6.780.536	6.752.662	0,0015	0,0004	3,70
'60	Tejidos de punto	3.611.137	133.273	21.345.580	21.212.307	0,0038	0,0013	2,93
'78	Plomo y manufacturas de plomo	894.090	2.331	7.021.174	7.018.843	0,0009	0,0004	2,19
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	6.617.902	49.078	59.083.880	59.034.802	0,0070	0,0036	1,93
'52	Algodón	5.668.343	260.320	52.649.640	52.389.320	0,0060	0,0032	1,86
'55	Fibras sintéticas o artificiales descontinuas	3.635.208	286.946	34.149.832	33.862.886	0,0039	0,0021	1,85
'31	Abonos	9.153.991	1.473.607	88.321.040	86.847.433	0,0097	0,0054	1,81
'58	Tejidos especiales; superfic. textiles con pelo insertado; encajes	1.147.357	24.346	11.251.957	11.227.611	0,0012	0,0007	1,76
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	200.232.651	6.525.766	2.022.979.072	2.016.453.306	0,2122	0,1242	1,71
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	1.522.733	17.807	16.359.297	16.341.490	0,0016	0,0010	1,60
'89	Navegación marítima o fluvial	7.917.904	87.878	88.199.544	88.111.666	0,0084	0,0054	1,55
'72	Fundición, hierro y acero	43.854.906	1.692.421	544.953.472	543.261.051	0,0465	0,0335	1,39
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	2.251.030	43.081	28.045.444	28.002.363	0,0024	0,0017	1,38
'88	Navegación aérea o espacial	14.338.444	1.199.379	194.299.472	193.100.093	0,0152	0,0119	1,28
'79	Cinc y manufacturas de cinc	961.673	55.423	13.009.583	12.954.160	0,0010	0,0008	1,28
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados...	1.374.086	96.236	19.168.418	19.072.182	0,0015	0,0012	1,24
'91	Relojería	2.558.216	48.331	35.665.756	35.617.425	0,0027	0,0022	1,24
'10	Cereales	8.186.827	32.812	115.205.496	115.172.684	0,0087	0,0071	1,22
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	2.733.614	201.690	38.845.872	38.644.182	0,0029	0,0024	1,22
'74	Cobre y manufacturas de cobre	10.280.416	345.118	148.437.216	148.092.098	0,0109	0,0091	1,19
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod. de su destilación	200.491.551	4.133.211	2.893.783.296	2.889.650.085	0,2124	0,1780	1,19
'84	Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	131.708.742	9.065.586	1.945.824.128	1.936.758.542	0,1396	0,1193	1,17
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	21.706.167	68.980	327.220.160	327.151.180	0,0230	0,0202	1,14
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	4.512.946	20.677	68.620.064	68.599.387	0,0048	0,0042	1,13
'32	Extractos curtientes/tintoreos; taninos, sus derivados; pinturas	4.457.106	395.167	69.661.704	69.266.537	0,0047	0,0043	1,11
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	19.400.337	1.133.025	310.615.488	309.482.463	0,0206	0,0191	1,08
'18	Cacao y sus preparaciones	2.028.422	151.577	34.151.148	33.999.571	0,0021	0,0021	1,03
'38	Miscellaneous chemical products.	9.084.512	1.049.959	153.656.144	152.606.185	0,0096	0,0094	1,02
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	9.345.432	258.551	158.799.520	158.540.969	0,0099	0,0098	1,01

## Anexo estadístico Brunei

### Oportunidades sub aprovechadas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Brunei desde el Arg 2008	impo de Brunei desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
TOTAL	Todos los productos		369	2.391.610	0,02%
'01	Animales vivos	94,1	330	464.465	0,07%
'42	Manuf.de cuero;articul.de guarnicioneria,talabarteria,viaje....	0,4	25	11.331	0,22%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Oportunidades inexploradas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Brunei desde el Arg 2008	impo de Brunei desde el mundo 2008
'14	Materias trenzables, demas produc.de origen vegetal, no expres. en otros	493,3	0	41.401
'05	Los demás produc.de orig.animal,no comprendidos en otros capítulos	271,5	0	100.763
'11	Productos de la molinera;malta;almidon y fecula;inulina;gluten de trigo	196,3	0	48.407
'02	Carne y despojos comestibles	96,0	0	278.579
'23	Residuos,desperdicios de las industrias alimentarias;ali.para animales	78,4	0	22.266
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos...	62,3	0	43.490
'03	Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	57,9	0	193.856
'15	Grasas y aceites animales o vegetales;grasas alimenticias;ceras	56,3	0	40.102
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	47,9	0	141.063
'10	Cereales	44,0	0	54.815
'43	Peletería,confecciones de peletería;peletería artificial/facticia	23,6	0	10.673
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	22,9	0	64.968
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	21,1	0	11.708
'07	Legumbres y hortalizas,plantas,raices y tubérculos alimenticios	20,1	0	65.409
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	18,7	0	25.949
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	13,9	0	7.861
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos...	13,8	0	12.499
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustaceos,de moluscos...	12,5	0	36.775
'17	Azucares y artículos de confitería	11,7	0	33.722
'35	Materias albuminoidas;prod.a base de almidón o de fécula modificados	11,5	0	13.633
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	10,0	0	22.112
'09	Café, té, yerba mate y especias	9,6	0	62.978
'19	Prep.a base de cereales,harina,amidon,fecula o leche;pastelería	8,1	0	27.967
'13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	7,2	0	43.165
'45	Corcho y sus manufacturas	7,1	0	8.859
'18	Cacao y sus preparaciones	5,6	0	31.379
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	4,4	0	12.394
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	3,4	0	23.100
'21	Preparaciones alimenticias diversas	2,6	0	25.163
'34	Jabones,agentes de superficie organicos,preparac.para lavar,etc	1,8	0	14.187
'33	Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumería,de tocador	1,7	0	14.472
'38	Miscellaneous chemical products.	1,4	0	12.385
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	1,2	0	72.169

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Anexo estadístico Birmania

### Oportunidades sub aprovechadas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Myanmar desde el Arg 2008	impo de Myanmar desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'TOTAL	Todos los productos		226	6.292.444	0,004%
'03	Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	0,09	62		
'30	Productos farmacéuticos	0,34	85		
'72	Fundición, hierro y acero	0,45	52		
'84	Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	0,23	25		
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	12,34	450	año 2009	

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Oportunidades inexploradas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Myanmar desde el Arg 2008	impo de Myanmar desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'15	Grasas y aceites animales o vegetales;grasas alimenticias;ceras	173,39	0	325.212	0,00%
'11	Productos de la molinera;malta;almidon y fecula;inulina;gluten de trigo	17,02	0	11.045	0,00%
'23	Residuos,desperdicios de las industrias alimentarias;ali.para animales	13,82	0	10.336	0,00%
'10	Cereales	12,35	0	40.438	0,00%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	12,34	0	18.031	0,00%
'19	Prep.a base de cereales,harina,amidon,fecula o leche;pasteleria	7,36	0	66.857	0,00%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	7,20	0	55.864	0,00%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	5,62	0	100.479	0,00%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	5,86	0	8.688	0,00%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	4,60	0	115.839	0,00%
'56	Guata,fieltro.telas sin tejer;hilados especiales;cordeles,etc.	4,22	0	34.535	0,00%
'58	Tejidos especiales;superfic.textiles con pelo insertado;encajes	4,10	0	29.055	0,00%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	3,77	0	21.970	0,00%
'05	Los demás produc.de orig.animal,no comprendidos en otros capítulos	3,65	0	3.569	0,00%
'38	Miscellaneous chemical products.	3,14	2	70.583	0,00%
'35	Materias albuminoidas;prod.a base de almidón o de fécula modificados	3,11	0	9.682	0,00%
'33	Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumeria,de tocador	2,29	0	51.117	0,00%
'34	Jabones,agentes de superficie organicos,preparac.para lavar,etc	2,18	0	46.244	0,00%
'79	Cinc y manufacturas de cinc	2,34	0	16.593	0,00%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	2,34	0	201.751	0,00%
'20	Prep.de legumbres,hortalizas,frutos o de otras partes de plant.	1,82	0	6.651	0,00%
'17	Azucres y artículos de confitería	1,80	0	13.627	0,00%
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados..	1,78	0	20.841	0,00%
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos..	1,69	0	4.032	0,00%
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	1,51	0	69.595	0,00%
'43	Peleteria,confecciones de peleteria;peleteria artificial/facticia	1,50	0	1.776	0,00%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	1,44	0	10.736	0,00%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,34	0	69.830	0,00%
'87	Vehículos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic.terrestres,sus part	1,08	0	414.887	0,00%
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1,05	0	278.284	0,00%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Anexo estadístico Camboya

### Oportunidades sub aprovechadas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Camboya desde el Arg 2008	impo de Camboya desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
total	Todos los productos		4.168	7.555.885	0,06%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	31,1	4.161	54.587	7,62%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Oportunidades inexploradas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Camboya desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	63,3	56.822	0%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	24,7	172.720	0%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	24,2	18.824	0%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	18,8	42.402	0%
'17	Azúcares y artículos de confitería	13,0	118.554	0%
'60	Tejidos de punto	12,1	884.578	0%
'58	Tejidos especiales; superfic. textiles con pelo insertado; encajes	10,7	90.717	0%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	7,7	164.853	0%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	7,2	78.391	0%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	4,8	45.012	0%
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	4,2	7.566	0%
'56	Guata, fieltro. telas sin tejer; hilados especiales; cordones, etc.	4,3	42.390	0%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	4,1	36.893	0%
'10	Cereales	3,7	14.665	0%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	2,8	12.461	0%
'35	Materias albuminoidas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	2,6	9.866	0%
'01	Animales vivos	2,2	34.226	0%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	1,8	47.134	0%
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	1,7	15.377	0%
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	1,6	39.553	0%
'52	Algodón	1,6	324.433	0%
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	1,6	89.218	0%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	1,4	41.105	0%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1,4	147.261	0%
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados..	1,2	17.192	0%
'87	Vehículos automotrices, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus part	1,2	568.509	0%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	1,2	13.112	0%
'69	Productos cerámicos	1,1	62.886	0%
'38	Miscellaneous chemical products.	1,1	30.426	0%
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	1,0	97.065	0%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Anexo estadístico Laos

### Oportunidades sub aprovechadas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Laos desde el Arg 2007	impo de Laos desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'72	Fundición, hierro y acero	0,38	43	124.646	año 2007
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	3,21	11	111.449	año 2009

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

## Oportunidades inexploradas

Código	Descripción del producto	ICC	impo de Laos desde el mundo 2008	% que representa la Arg dentro del total importado del mundo
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	51,53	15.496	0%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	26,20	6.837	0%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	10,54	7.952	0%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	8,99	64.697	0%
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	8,53	31.152	0%
'17	Azúcares y artículos de confitería	7,72	23.566	0%
'10	Cereales	7,28	9.584	0%
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	5,18	16.165	0%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	3,83	5.634	0%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	3,76	37.998	0%
'78	Plomo y manufacturas de plomo	3,18	1.963	0%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	2,96	8.914	0%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2,54	5.953	0%
'87	Vehículos automotrices, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus part	2,43	374.440	0%
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	2,36	20.069	0%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	2,13	19.082	0%
'01	Animales vivos	1,97	10.296	0%
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos..	1,95	1.871	0%
'60	Tejidos de punto	1,90	46.650	0%
'58	Tejidos especiales; superfic. textiles con pelo insertado; encajes	1,80	5.124	0%
'35	Materias albuminoides; prod. a base de almidón o de fécula modificados	1,76	2.203	0%
'56	Guata, fieltro, telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, etc..	1,74	5.716	0%
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1,61	33.868	0%
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	1,47	22.990	0%
'38	Miscellaneous chemical products.	1,27	11.514	0%
'79	Cinc y manufacturas de cinc	1,16	3.302	0%
'69	Productos cerámicos	1,11	22.099	0%
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	1,04	33.979	0%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del CCI.

### Identificación del Autor

Apellido y nombre del autor :	Chen Gal
E- mail :	galchen77@hotmail.com
Título de grado que obtiene :	Licenciado

### Identificación del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en español	Oportunidades comerciales para la Republica Argentina en el mercado del ASEAN
Título del TFG en ingles	Commercial opportunities for the Republic of Argentina in the ASEAN market
Integrantes de la CAE	Barroso Raúl Baroni Paola
Fecha de ultimo coloquio con la CAE	10-11-2010
Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado	PDF

### Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por el presente , a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis

X publicación electrónica

después de .....mes(es)

-----  
Firma del alumno