

¿POR QUÉ ARGENTINA ESTÁ TAN LEJOS DE CHINA PARA LAS EXPORTACIONES Y TAN CERCA EN LAS IMPORTACIONES?

WHY IS ARGENTINA SO FAR FROM CHINA FOR EXPORTS AND SO NEAR FOR IMPORTS?⁶¹

María Gabriela Vázquez⁶²

Resumen

En estos últimos años, podemos ver la masiva presencia de productos chinos, incorporados en nuestra vida cotidiana, los invito a observar la etiqueta de la remera que están vistiendo o la vajilla que están utilizando en su mesa, el origen de mantel o los elementos de electrónica o los juguetes que tiene en su hogar, ¿Dicen made in China? ¿Alguno dice fabricando en Argentina? Usted piensa que, ¿En algún hogar chino encontrara alguien vistiendo una prenda que diga made in Argentina? ¿Estarán usando nuestra tecnología las familias chinas? o ¿preparando un almuerzo con producto argentinos?

El Octubre de 2018, visitando China, unos de los comentarios que escuche fue “...Es que Argentina está muy lejos..” , los hechos reflejan que estamos lejos para que nuestros productos lleguen, pero cerca para las exportaciones chinas, lleguen a nuestro país.

Palabras claves: Importación. Exportación. Barreras arancelaria y para arancelaria. Logística.

Abstract

In the last years, we can see the massive presence of Chinese products, incorporated into our daily lives, I invite you to observe the label of the shirt you are wearing or the dishes that you are using on your table, the origin of the tablecloth or the

⁶¹ Ponencia presentada en el marco de Forum of International Trade (FIT 21) organizado por la Universidad Siglo 21.

⁶² Licenciada en Comercio Internacional de la Universidad de la Marina Mercante, Despachante de Aduana y Agente de Transporte Aduanero del Instituto de Capacitación Aduanera, Técnica en Relaciones Públicas del Centro de Estudios e Investigación en Comunicación Social, Magister en Alta Dirección de Empresas Escuela de negociosEOBS, Universidad Rey Juan Carlos-Madrid, España, Diplomatura en Gestión Negocios con China de la Universidad Nacional de Córdoba. Lic_gabrielavazquez@hotmail.com

elements of electronics or toys you have in your home, do they say made in China? Does anyone say manufacturing in Argentina?. Do you think that, in a Chinese home you will find someone wearing a garment that says made in Argentina? Will Chinese families be using our technology? Or preparing a lunch with Argentine products?

In October 2018, visiting China, one of the comments I heard was "... Argentina is very far away ...", the facts reflect that we are far away for our products to arrive, but close for Chinese exports to reach our country.

Keywords: Import. Export. Tariff and barriers. Logistics.

Introducción

Después de vivir un 2018 muy intenso en el escenario internacional, debemos reconocer que hay nuevos actores que son protagonistas en el comercio exterior. Claramente los negocios pasan por China, siendo hoy un nuevo referente en los negocios internacionales, como los fue en el siglo 20 EE.UU o en el siglo 19 el Reino Unido.

Pero, ¿Cuándo apareció el país asiático en el juego del comercio exterior? Desde que se unió a la OMC, el 11 de diciembre del 2001, su principal objetivo, como política de estado salir al mundo, logrando hoy ser una de la economía más grande, junto con el país norteamericano.

En este presente nos encontramos con un país asiático, en donde su cultura ancestral y la modernidad, conviven, en China se puede ver hacia dónde va el desarrollo tecnológico y hacia dónde va el futuro del mundo.

Teniendo en cuenta que estamos hablando de un país que habitan 1.400 millones de persona, y que el estado le debe dar respuesta y garantizar bienestar a su pueblo es que podemos entender que China este tan cerca de Argentina, vendiendo sus productos, porque lo primero que proyecta para mantener su crecimiento es su economía, mediante los planes quinquenales, donde están plasmadas las políticas de infraestructura para que el comercio sea más ágil.

Ahora que está haciendo la Argentina para crecer en comercio exterior? Tenemos un plan quinquenal? Tenemos un plan estratégico para aumentar nuestro comercio exterior? A veces parece que no, ya que una de las medidas es aplicar según decreto N°793/2018, derecho de exportación para el universo total de productos, siendo esta medida un impuesto que resta competitividad a los exportadores, o no tener previsión con las autorizaciones de SIMI y Licencias No automáticas ya que mucho de los que

importamos son insumos necesarios para producir para exportar o el control exhaustivo del ingreso y egresos divisas generando tramites burocráticos.

Como mencione anteriormente, en mi primer viaje al gigante asiático, escuche en primera persona, que Argentina está muy lejos, que no nos conocen, salvo por Messi, que no saben que producimos y que estamos en la otra parte del mundo cerca de la Antártida, que los productos que podemos exportar tardan mucho tiempo en llegar, o son caros debido a los costos logísticos y a los trámites burocráticos ante diferentes organismos, que hay que hacer en ciertas mercadería como los alimentos, teniendo incidencia directa en tiempo y costo del producto.

Pero esta frase de “Están lejos...” me dejo pensado, ¿Es cierto estamos en la otra punta del mundo?, pero estando tan lejos llegan los productos chinos sin ningún problema logístico, a precios competitivos, ya que según el INDEC, en el año 2019, la Argentina compró a China 2,7 veces lo que le vendió, intercambiando predominantemente productos primarios por electrónicos, teniendo una balanza comercial deficitaria con ese país.

Entonces me pregunto ¿Por qué Argentina esta tan lejos para la exportación y tan cerca para la importación? ¿Es un mercado que pueda ser abastecidos por las empresas familiares argentinas que exporten?.

Me propongo responder esta pregunta teniendo en cuenta variables básicas de comercio exterior como: Balanza comercial, secuencia de exportación, Intervenciones de terceros organismos y Logística internacional.

Desarrollo

Balanza Comercial

Para responder estos interrogantes planteados en la introducción, debemos tener sustento teórico, y conocer los datos que nos ayuden para abordar la temática y poder sacar conclusiones. Como primera medida, analizaremos la balanza comercial entre ambos países. Según el autor Hector Arese, la balanza comercial, es un registro de importaciones y exportaciones de un país en determinado período. Entendiendo que las compras que los ciudadanos, las empresas o el gobierno de un país hacen de bienes y servicios producidos por otros países y que son llevados al país comprador, por lo tanto, se introducen productos o costumbres extranjeras en un país son las importaciones y las bienes o servicios que se producen en un país, los cuales son vendidos y enviados

a clientes de otros países son exportaciones. El saldo de la balanza comercial es la diferencia del total de las exportaciones y el total de las importaciones que se manejan en el país. Es importante saber que esta balanza comercial se puede expresar con saldo Positivo, cuando se exporta mayor cantidad de bienes y servicios de los que se importan, lo cual se denomina superávit comercial o podemos estar al frente de un déficit comercial, cuando el Valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones, déficit comercial. La balanza comercial forma parte de la balanza de pago. (ARESE, 2015)

El Intercambio Comercial Argentino muestra la evolución de la balanza comercial argentina, que es la relación entre los ingresos en dólares provenientes de los productos que exporta el país al mundo y de aquellos artículos que se compran en el exterior. Los datos se presentan por grandes rubros/ usos económicos, según zonas económicas y países seleccionados. Esto lo explica INDEC en su página oficial y también nos aporta datos estadísticos de las exportaciones e importaciones en los últimos años en nuestro país.

A las exportaciones se le restan las importaciones, es decir, al dinero que ingresa al país por la venta de productos al exterior, se le resta el dinero que sale del país por la compra de productos del exterior.

Al hacer esta operación obtendremos dos posibles resultados: una superavitaria: las exportaciones son mayores a las importaciones, o bien, deficitaria: las importaciones que realizamos en el país son mayores a las exportaciones. En función de estos conceptos, podemos entonces analizar la actualidad de nuestro país en base al desarrollo de su comercio internacional.

En el 2018 Argentina presentó una agenda muy activa en política internacional y estuvo al frente de la presidencia del G-20 durante el 2018, al mismo tiempo que manifestó su intención de adherirse a la OCDE y ha inaugurado su rol de observador en la Alianza del Pacífico. (Banco Mundial, 2018)

Argentina es un país con una apertura limitada al comercio internacional, representa 17,29% del PBI en el 2019. (Banco Mundial, 2016). Nuestro país busca profundizar las relaciones comerciales con EEUU, China y la UE. Ya que el gobierno anterior de Mauricio Macri buscó reforzar los vínculos con la UE a través de un acuerdo de libre comercio entre el Mercosur y la UE, para seguir con la estrategia de apertura hacia el mundo.

Las relaciones bilaterales entre Argentina y China están por ahora más basadas en el comercio que en las inversiones. Las ventas de Argentina a China siguen, pese a la caída, confirmando a China como el segundo principal mercado. Y es que en una década, China pasó de generar un 5% a un 15% de nuestras importaciones



Fuente: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/ica_07_20B26114A5B4.pdf

En este año histórico para el mundo, donde estamos atravesando todavía la pandemia en nuestro país, según los datos del INDEC, durante los primeros seis meses del año en curso, registró un déficit de 705 millones de dólares y las exportaciones alcanzaron 2.856 millones de dólares, con una suba de 20,6%, con respecto de igual período de 2019. Las importaciones sumaron 3.561 millones de dólares y se redujeron 886 millones de dólares en relación con los mismos meses del año anterior. El intercambio con China representó 10,4% de las exportaciones argentinas totales y 18,5% de las importaciones.

Fuente: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/ica_07_20B26114A5B4.pdf

Como menciona en el artículo del diario el Cronista de mayo del 2017, las exportaciones Argentina hacia China se centró en tres productos: carne bovina, deshuesada, congelada, aceite de soja y camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría, enteros, congelados. También el artículo indica que las importaciones desde el país asiático se dan en las compras de piezas y accesorios para bienes de capital y bienes de capital, pero que habían disminuidos por la inestabilidad del tipo de cambio, y aumento brusco del dólar, que desalentó a los importadores. (<https://www.cronista.com/columnistas/Argentina-China-Como-es-la-relacion-comercial-con-el-gigante-asiatico-20170516-0107>).

Hoy en el 2020 estamos ante la misma foto, ya que los productos cuyas exportaciones registraron mayores aumentos interanuales fueron el Porotos de soja excluidos para siembra registrando, el 54,6%, y Calamares y potas congelados. Con

respecto a los productos importados se menciona máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos, reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos y productos químicos orgánicos, totalizaron 407 millones de dólares y equivalieron al 58,8% del total importado desde China.

Cuadro 21. Intercambio comercial argentino con China. Enero 2019-junio 2020

Período	Exportación		Importación		Saldo	
	2020 ^e	2019 ^a	2020 ^a	2019 ^a	2020 ^a	2019 ^a
Millones de dólares						
Enero	282	264	750	810	-468	-546
Febrero	195	292	580	676	-386	-384
Marzo	225	265	472	666	-247	-401
Abril	509	338	411	689	98	-351
Mayo	980	770	656	830	325	-60
Junio	666	439	692	776	-26	-337
Julio		645		943		-298
Agosto		677		883		-206
Septiembre		885		794		91
Octubre		966		950		16
Noviembre		935		634		302
Diciembre		576		616		-40



Nota: los totales incluyen zonas francas y territorios asociados.
Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo.

Fuente: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_07_20B26114A5B4.pdf

El intercambio con China registró, en junio, un saldo comercial negativo de 26 millones de dólares. Las exportaciones sumaron 666 millones de dólares, con un aumento de 51,7% (227 millones de dólares) respecto a igual mes del año anterior, debido principalmente a un incremento en las ventas de productos primarios.

La composición de la relación comercial argentino-china, está básicamente signada por las respectivas ventajas competitivas de cada país: una Argentina exportadora de productos primarios y una China exportadora de productos manufacturados.

Logística internacional

La logística es el proceso de planificación, operación y control del movimiento y almacenaje de la mercadería desde el origen hasta el punto de venta del producto.

Es importante conocer previamente en una operación de comercio exterior cual es el país de destino, el volumen a exportar, características de los mercados,

características del producto, estructura de la empresa y si es posible tercerizar servicios de fletes.

La optima gestión logística, será una de las clave del éxito en la operatoria, siendo un diferenciador competitivo, ya que si se gestiona eficiente y eficazmente, tendrá incidencia directa en la viabilidad y perdurabilidad del negocio internacional. (<https://www.diariodelexportador.com/2016/01/logisticapieza-clave-del-comercio.html>, 2018)

China es el país del centro, teniendo en cuenta que la palabra “China” (zhong guo) está construida por los caracteres para centro (中) y país (国). Desde el 1.000 DC, sus habitantes, creían que su imperio era el “Reino del Medio” y hoy podemos ver que el mapa mundial se está moviendo de esta manera. En las escuelas de oriente este es el mapa que ven. Ubicado estratégicamente en el medio del mundo, para facilitar la logística a cualquier punto.



Fuente: <https://www.geografiainfinita.com/2017/11/asi-ve-china-el-mapamundi/>, 2018

Nuestro país visualiza otra mapa, donde Argentina se encuentra en el margen inferior del planisferio, encontrándose lejos de donde se da el mayor movimiento del mundo, teniendo que cuenta cerca del 90% del comercio mundial se realiza vía marítima y que si analizamos la compleja red global de los movimientos de los buques de carga. La trascendencia económica de esta red se ilustra con un simple dato en comercio pasa por el hemisferio norte.

Teniendo presente este contexto, los invito a que juntos nos respondamos:

- ¿Cambian las reglas de juego con este nuevo mapa donde China es el centro del mundo?
- ¿Cambian las distancias entre los países, con este nuevo mapa?
- ¿China esta estratégicamente ubicada para ser el líder en el comercio internacional?

Otro tema que tiene incidencia son los valores de los flete en Argentina. Como se visualiza en la próxima imagen, teniendo en cuenta los valores de flete en 2017, es más cerca según valor nominal China que la ciudad de Salta. Lo mismo pasa en el puerto de Rosario, donde por más ilógico que suene, el costo del flete en Argentina hace que sea más barato transportar granos desde el puerto de Rosario hasta China (20.000 kilómetros), que desde Salta hasta la ciudad santafesina (1.100 kilómetros). El Departamento de Informaciones y Estudios Económicos de la Bolsa efectuó un análisis de la situación del flete camionero en la Argentina, determinando que el flete camionero argentino es 76% más caro que el brasileño y 70% más elevado que el de EE.UU. (<https://www.lagacetasalta.com.ar/nota/85239/actualidad/transportar-granos-salta-rosario-mas-carorosario-china.html>, 2018)



El aspecto logístico es una arista fundamental del comercio internacional, por ende desde principios de 2018, el Poder Ejecutivo se encuentra trabajando en el Protocolo de Adhesión de la República Argentina en el Acuerdo de Facilitación de Comercio, ratificado en 2017 por el Congreso de la Nación.

Dado su perfil agro exportador, se considera primordial aplicar la metodología de medición que cumpla los estándares propuestos en la Guía Time Release Study (TRS, según sus siglas en inglés) de la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

El estudio de los tiempos de levante es una herramienta clave para la facilitación del comercio, para brindar información clara y transparente que permita a todos los actores que intervienen en el comercio internacional de bienes conocer los tiempos necesarios para realizar una operación de exportación o importación. Este indicador permite facilitar y acelerar los procesos necesarios para internacionalizar bienes, lo que se traduce en una excelente fuente para proveer una ventaja competitiva no sólo para las empresas, sino para el país en su totalidad.

A la fecha, no encontramos publicado en la página del AFIP u otro sitio ningún estudio sobre los tiempos de levante que haya realizado la aduana Argentina, pese a que sigue recomendaciones de la OMA y adhiere al Marco SAFE que en su norma 8 para evaluar el rendimiento sugieren la realización del estudio de medición de tiempos de levante (TRS). Esta temática está siendo abordada por un equipo de investigación de la Universidad Siglo 21 de Córdoba, que se encuentra realizando los relevamientos para una prueba piloto sobre los tiempos promedios de levante, para que los resultados sean de interés y utilidad para todos los intervinientes en un proceso logístico y aduanas del país y evitar los cuellos de botellas al momento de exportar o importar.

Conclusiones

¿Sera una posibilidad acortar distancia entre Argentina y China aplicando esta metodologías y mejorando los tiempos de levantes?

Alcanzado excelencia de tiempo en la trazabilidad de levante y despacho de las mercaderías desde que salen de la empresa exportadora hasta que la recibe el importador en su país de destino, sin dejar de lado el control periódico de que todo cambio implementado realmente conlleve la mejoras esperadas para que nuestro país ingrese en el mapa del comercio internacional.

Mejorar los procesos logísticos, utilizar herramientas como los “ Hub Logísticos”, espacio que ofrecen el gobierno nacional en trabajo en conjunto entre la Cancillería Argentina y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), como centro de distribución en Tianjin, Shanghai, Guangzhou, en oriente y otros puntos estratégicos como son Panamá, Dubai, Amberes y el ultimo inaugurado en Singapur, para facilitar a los exportadores tenga presencia en el sudeste asiático, logrando la tan necesaria competitividad y presencia en la región mas dinámica de los últimos años, reduciendo los tiempos de entrega, agilizando la operativas y el cierre de las

negociaciones. (<https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/nuevo-hub-logistico-argentino-ensingapur>, 2019)

Avalo las palabras del autor Peter Drucker que afirma: "Lo que no se mide, no se puede mejorar", y es quizás el primer paso que todo actor dentro del comercio internacional debe cumplir para poder permanecer en un contexto tan vertiginoso y de permanente adaptación como lo es nuestro país, siendo conceptos como la facilitación y simplificación en el comercio, podría resultar sumamente importante para los actores implicados en el procedimiento; desde despachantes de aduana, agentes de carga, empresas importadores y exportadoras, bancos, aduanas, hasta organismos de control e intervención, alcanzarían un desempeño logístico eficaz y eficiente para acortar distancia y mejorar nuestra balanza comercial, con una política de estado a largo plazo, que perdure en el tiempo, sin importar el partido político que gobierne.

Referencias

(s.f.). Obtenido de Sitio Web de Cámara de Comercio y Servicios de Argentina.

<https://www.geografiainfinita.com/2017/11/asi-ve-china-el-mapamundi/>. (2018).

Recuperado el 2018, de <https://www.geografiainfinita.com/2017/11/asi-ve-china-el-mapamundi/>: <https://www.geografiainfinita.com/2017/11/asi-ve-china-el-mapamundi/>

<http://www.senasa.gob.ar/senasa-comunica/noticias/exitosa-mision-argentina-en-beijing-dejoabierto-el-mercado-de-exportacion-de-sorgo-china>. (2018). Recuperado el 2018, de <http://www.senasa.gob.ar/senasa-comunica/noticias/exitosa-mision-argentina-en-beijingdejo-abierto-el-mercado-de-exportacion-de-sorgo-china>: <http://www.senasa.gob.ar/senasacomunica/noticias/exitosa-mision-argentina-en-beijing-dejo-abierto-el-mercado-deexportacion-de-sorgo-china>

https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/chn/#Balanza_comercial. (30 de 11 de 2018). Recuperado el 30 de 11 de 2018, de

https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/chn/#Balanza_comercial:

https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/chn/#Balanza_comercial

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-gobierno-lanza-argentina-exporta-para-triplicar-lasventas-al-exterior>. (2018). Recuperado el 2018, de

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/elgobierno-lanza-argentina-exporta-para-triplicar-las-ventas-al-exterior>:

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-gobierno-lanza-argentina-exporta-para-triplicarlas-ventas-al-exterior>

<https://www.diariodelexportador.com/2016/01/logistica-pieza-clave-del-comercio.html>.

(2018). Recuperado el 2018, de

<https://www.diariodelexportador.com/2016/01/logistica-piezaclave-del-comercio.html>:

<https://www.diariodelexportador.com/2016/01/logistica-piezaclave-del-comercio.html>

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf. (2018).

Recuperado el 2018, de

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf:

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf. (2018).

Recuperado el 2018, de

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf:

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_09_18.pdf

<https://www.lagacetasalta.com.ar/nota/85239/actualidad/transportar-granos-salta-rosario-mas-carro-rosario-china.html>. (2018). Recuperado el 2018, de

<https://www.lagacetasalta.com.ar/nota/85239/actualidad/transportar-granos-salta-rosario-mas-carro-rosario-china.html>:

<https://www.lagacetasalta.com.ar/nota/85239/actualidad/transportar-granos-salta-rosario-mas-carro-rosario-china.html>:

<https://www.lagacetasalta.com.ar/nota/85239/actualidad/transportar-granos-salta-rosario-mas-carro-rosario-china.html>

<https://www.orbemapa.com/mapa-de-la-red-de-transporte-maritimo-mundial/>. (2018).

Recuperado el 2018, de <https://www.orbemapa.com/mapa-de-la-red-de-transporte-maritimo-mundial/>:

<https://www.orbemapa.com/mapa-de-la-red-de-transporte-maritimo-mundial/>

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm9_s.htm. (2018). Recuperado

el 2018, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm9_s.htm:

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm9_s.htm

Santander Trade. (2018). Obtenido de Santander Trade Portal.

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/nuevo-hub-logistico-argentino-en-singapur>. (05 de 2019). Recuperado el 08 de 2020, de

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/nuevo-hub-logistico-argentino->

ensingapur: <https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/nuevo-hub-logisticoargentino-en-singapur>

ARESE, H. (2015). INTRODUCCION AL COMERCIO EXTERIOR. BUENOS AIRES: ERREPAR.

Banco Mundial. (2016).

Banco Mundial. (2020).

<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS?end=2019&locations=AR&start=>

1960&view=chart. Recuperado el 2020, de

<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS?end=2019&locations=AR&start=1960&view=chart>

MERCOSUR, Página oficial. (s.f.).