Comercio Internacional

La República Popular China y nuestras exportaciones

Ernesto Fernandez Taboada

Se calcula que desde 1980 hasta cerca de 2010 han nacido en la República Popular China aproximadamente 400 millones de perso- nas, a los que se engloba en general bajo la denominación de “millennials”.

Se calcula que desde 1980 hasta cerca de 2010 han nacido en la República Popular China aproximadamente 400 millones de personas, a los que se engloba en general bajo la denominación de “millennials”.

Esta generación, a diferencia de sus mayores, ha nacido en general en hogares con las necesidades básicas satisfechas o medianamente satisfechas. Sus padres, abuelos y demás antecesores habían sufrido diversas penurias, hambre, enfermedades y otras calamidades.

A partir del momento (1980) en que Deng Xiao Ping, el sucesor de Mao Tsé Tung, pone en vigencia la apertura de la economía China la realidad comienza a cambiar. Lentamente llegan empresas extranjeras que se instalan en las llamadas “Zonas Económicas Especiales”, generalmente ubicadas en el amplio litoral marítimo chi- no, cerca de los principales puertos, zonas que fueron creadas por Deng para que allí se instalasen esas empresas extranjeras, en un ámbito muy amigable, sin muchas obligaciones para con el estado chino y pudiendo contratar personal en forma fácil.

Esto trajo como consecuencia casi inmediata una incipiente reactivación del mercado de trabajo en esas ciudades, con trabajadores industriales que comenzaron a tener algunos Yuanes (moneda china) en su bolsillo y por supuesto a gastarlos en cosas básicas, mejorando en pocos años su situación económica.

Por otra parte fueron surgiendo emprendimientos satélites de esas industrias extranjeras, que prestaban servicios a las mismas, generalmente a cargo de emprendedores chinos con visión de los negocios.

Esta es una explicación muy primaria y sencilla pero es solo para ilustrar que un gran cambio comenzó a producirse en la mayoría de las ciudades chinas ubicadas a lo largo del litoral marítimo.

De a poco se fue notando cierta prosperidad en estas ciudades que con el paso de los años se irradió a ciudades mas pequeñas.

Al mismo tiempo, fueron surgiendo empresas locales, al principio elaborando productos básicos y de no muy buena calidad, y posteriormente mejorando notablemente su calidad, produciendo en grandes series para el mercado interno e incursionando en la exportación a países vecinos primero y luego, al mejorar la calidad de los productos, exportando a Europa, EE.UU. y Latinoamérica.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

Lenta pero ininterrumpidamente se fue formando una clase media urbana con crecientes ingresos. El gobierno chino ha favorecido en los últimos años la migración de ciudadanos de ámbitos rurales hacia las ciudades. Si bien no hay un dato certificado, se puede afirmar que ya hay un poco mas de 700 millones de chinos viviendo en zonas urbanas, o sea el 50% de la población total de China. Este éxodo del campo a la ciudad conti- nua alentado por las autoridades, con el objetivo de llegar a mediano plazo a 800 millones de ciudadanos urbanos.

Aquellos ciudadanos rurales que pasan a engrosan las filas de los urbanos, en general, logran al poco tiempo tener ingresos superiores a los que tenían en su previa vida rural, lo que les permite ingresar al mercado de consumo de una gran variedad de bienes.

Se calcula que la clase media urbana está formada hoy por alrededor de 360 millones de personas, un poco mas que el 50% de los residentes urbanos. Hasta antes de la aparición del Covid-19 la clase media urbana crecia a un ritmo sostenido y ya se podía subdividir su composición en: clase media baja, clase media media y clase media alta. Además, claro, podemos encontrar una creciente clase adinerada y por otro lado una clase pobre. Es importante mencionar que en China hay pobreza (3% de la población) pero no hay miseria. El gobierno ha puesto en práctica un plan de erradicación progresiva de la pobreza, que le ha permitido llegar al bajo porcentaje del 3% de hoy con el objetivo de eliminarla totalmente antes de los próximos 5 años.

La generación menor de 40 años en China (millennials) ha desarrollado un impresionante aumento y diversificación del consumo, con gran interés en productos importados. En general los millennials son gente educada, muchos de ellos universitarios, con un alto porcentaje que tiene resuelto el problema de la vivienda y que tratan de sostener un estilo de vida muy similar a sus pares occidentales. Ya no les interesa, como a sus padres, ahorrar dinero, porque a diferencia de aquellos tienen la seguridad de contar con ingresos estables. Eso los lleva a consumir generosamente y a probar nuevos productos importados.

La clase media china goza hoy de un satisfactorio nivel de vida, con ingresos crecientes y, hasta antes de la aparición de la pandemia, con avidez por viajar al exterior. Se calcula que anualmente mas de 120 millones de chinos lo hacen, aunque algunos datos nos hablan de 140 millones en 2018 y 2019. Muchos de dichos turistas al exterior visitan países cercanos (Singapur, Vietnam, Malasia, Japón, Australia, etc.), aunque cada vez es mayor la cantidad de viajeros que, mayormente en tours grupales, viajan mas allá del Asia. Existe una tendencia en querer conocer en el primer viaje los Estados Unidos. En segundo lugar se ubica el interés por Europa y en tercer lugar Latinoamérica. Nuestra región es visitada tocando varios países, por lo general tres (Argentina, Chile y Brasil, o Argentina, Cuba, Venezuela, por ejemplo).

Los cruceros a la Antártida, partiendo de Buenos Aires o de puertos del sur, se han constituído un gran atractivo para los chinos de clase adinerada, estos viajes exigen el desembolso de varios miles de dólares solamente para cubrir el tramo del crucero. Los cruceros a la Antártida se realizan solo de Noviembre a Marzo por razones climáticas.

En los últimos dos años se ha notado también el incremento de la llegada a nuestro país de viajeros independientes que, en pequeños grupos de 4 ó 6, arman su propio itinerario y hacen un turismo mas económico eligiendo hoteles mas baratos y atracciones específicas como partidos de polo, espectáculos de tango, etc. Generalmente estos grupos están compuestos por millennials.

La recepción de turistas chinos no ha sido hasta hora masiva en la Argentina (cerca de 80.000 visitantes en 2019). Hasta 2019 subsistían algunos problemas derivados de dificultades para obtener la visa de entrada a nuestro país. Salvado este inconveniente y terminada la pandemia del Covid-19 facilmente podríamos triplicar o cuadruplicar la cantidad de visitantes chinos.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

Relaciones entre la Argentina y China

Si bien la Rep. Pop. China y la Argentina establecieron relaciones diplomáticas en 1972, ya desde 1954 teníamos relaciones comerciales con embarques directos en uno y otro sentido. Anteriormente lo hacíamos a través de traders de Hamburgo y/o Rotterdam.

El comienzo de las exportaciones de soja a China (2001) potenció el comercio bilteral, el cual se ha ido cimentando en los años posteriores. En los últimos años China se posicionó como el segundo socio comercial en importancia de la Argentina, detrás de Brasil. Durante el primer semestre 2020 China subió al primer lugar del podio relegando a Brasil al segundo puesto, aunque esto podría volver a la situación anterior si el comercio con nuestro vecino se reanima en los próximos meses.

La Argentina no goza todavía de un sólido frente de empresas exportadoras. Es mas, la cantidad de empresas exportadoras ha disminuído. Efectivamente, en 2009 exportaban 13.000 empresas, mientras que para el año 2019 la cantidad se había reducido a solo 9.000. De este total alrededor del 85% se trata de Pymes. Aproximadamente solo una de cada 50 empresas Pymes exporta- doras lo hace un regularidad. Las 12 mayores empresas argentinas están todas exportando a China.

El sector agroexportador es responsable de aproximadamente el 60% del ingreso total de exportaciones argentinas.

“La Argentina exporta U$S 40.000 millones en commodities de diverso tipo (que representan mas de la mitad de los casi U$S 65.000 millones totales de bienes exportados)”. “China compra unos U$S 7.000 millones en bienes en nuestro país, lo que supone casi 11% del total exportado”, dijo el Dr. Marcelo Elizondo, uno de los mayores especialistas en comercio internacional.

La Argentina es hoy el 15º país proveedor de productos agroindustriales de China.

En Mayo 2017 el gobierno argentino, a través de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, selló un acuerdo con Alibaba, líder en comercio electrónico en China. Mediante dicho acuerdo varios productos argentinos ha sido subidos a la plataforma virtual y son ofrecidos a través de ella. Inicialmente se han incluído: vinos, pescado, pollos y carnes. Cooperan en esta iniciativa el IPCVA, el Consejo Federal Pesquero (CFP), Wines of Argentina (Wofa) y la misma Agencia Arg. de Inv. y Comercio Internacional. Uno de los objetivos de esta Agencia es tratar de transformar Pymes en “Pymex” (Pymes Exportadoras).

El “E-commerce” gana terreno en China. Cada año aumenta el porcentaje de negocios internacionales que pueden cerrarse mediante esta modalidad. En general es deseable que el exportador argentino tenga un stock de su producto en alguna de las zonas francas que existen a lo largo del litoral marítimo de China y al cerrar la venta electrónicamente ordenar la entrega del producto dentro de las 72 horas. Ya se hace difícil cerrar un negocio y anunciar que se embarcará el producto desde Argentina en los próximos 10 dias y que en 30 ó 35 días mas llegará a China. El cliente chino quiere la entrega en el menor tiempo posible.

¿Qué exportamos a China?

Como todos sabemos el principal producto que exportamos a China es el poroto de soja. La Argentina está ubicada en el tercer lugar en importancia como proveedor de poroto de soja de China, luego de los Estados Unidos y Brasil.

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

Durante los primeros 7 meses de 2020 China importó de todo origen aproximadamente 55 millones de toneladas de poroto de soja.

Habitualmente China importa cerca de 7 millones de toneladas anuales de poroto de soja argentino, por un valor aproximado de U$S 2.200 millones. Algunos analistas informan que a partir de 2020 China podría importar un 20% más de poroto de soja debido a un aumento de la demanda doméstica y a tener que reemplazar parte de las reservas estratégicas que fueron utilizadas debido a los problemas logísticos derivados de la pandemia. Esperamos que parte del aumento de las compras pueda ser canalizado hacia nuestro país.

En los últimos 5 años vienen creciendo las compras por parte de China de todo tipo de carnes (bovina, aviar y ovina y ahora también porcina).

En cuanto a carne vacuna China importó en 2009 solo 17.000 toneladas, pero en 2016 fueron 600.000 toneladas.

Cuando nuestro país fue declarado libre de aftosa China comenzó a colocar órdenes de compra en los pocos frigoríficos que estaban habilitados por la autoridad sanitaria china (equivalente a nuestro SENASA). En principio nos compraban corte baratos como garrón y brazuelo. Luego incursionaron en otros cortes de mayor calidad y hoy nos compran los 22 cortes vacunos que componen la oferta exportable.

En 2019 China compró 400.000 tn de carne vacuna argentina. Tene mos abierto el mercado no solo para carne deshuesada congelada sino también para carne con hueso enfriada. China es el principal consumidor mundial de carnes, con el 28% del total global. El alza constante del ingreso per capita de la clase media china impulsa a sus miembros a consumir mas carne vacuna y ahora principalmente los cortes mas caros.

En el último año China compró cerca de 75% de nuestras exportaciones totales de carnes. China exige altos estándares sanitarios.

Gran parte del aumento de nuestras exportaciones de carne bovina a China se debe a la permanente promoción, con degustaciones inlcuídas, que el IPCVA (Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina) realiza en China desde hace varios años, tanto en presti giosas ferias (SIAL) como en giras promocionales por las principales ciudades chinas. China sería durante este año el destino del 29% de las exportaciones de carne bovina a nivel mundial.

En carnes porcinas de confirmarse el anunciado proyecto de una inversión mixta de capitales chinos y argentinos en una serie de criaderos de cerdos podríamos llegar a disponer de 880.000 toneladas de carne porcina exportable, lo que aumentaría el monto de exportaciones argentinas en U$S 2.100 millones. Hoy el valor de nuestra exportación de carne de cerdo a China es de aproximadamente U$S 60 millones. Se espera que este año China compre el 40% de las exportaciones mundiales de carne de cerdo.

Los productos de origen aviar ocupan el 4to. puesto en el ranking de exportaciones agroindustriales a China, promediando en los últimos tres años las 50.000 toneladas, por U$S 100 millones.

Cuando hace algunos años China comenzó a comprar productos aviares en Argentina se trataba solo de alas y garras. Brasil, como mayor productor mundial de pollos, era el principal proveedor de China. Hoy China ha diversificado y ahora no solo nos compra alas y garras sino también el pollo entero. China nos compra el 66,3% del total exportado. Tenemos muchas posibilidades de aumentar la cantidad exportada a China.

China se ha convertido en un gran consumidor de vino, especialmente tinto. El consumo anual de vino es de 16 millones de hecto- litros Actualmente hay 120 etiquetas argentinas en China. Somos el 8º proveedor en importancia. Está

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.

creciendo el mercado para vinos Premium. La principal labor de promoción de los vinos argentinos la realiza la entidad "Wines of Argentina (WOFA)", que agrupa a numerosas e importantes bodegas de varias provincias.

China compró el 28,8% de las exportaciones argentinas de productos de la pesca entre Enero y Abril 2020. En Calamar China y España son los principales mercados, en crecimiento.

Desde Concepción del Uruguay e Ibicuy se están embarcando rollizos de madera de pino y eucaliptus. Existe gran demanda en China donde está prohibido talar bosques.

Después de muchos años nuestro país logro firmar el primer acuerdo para exportar limones frescos de Tucumán. Ya se embarcó el primer lote de 48 toneladas.

Recientemente se abrió el mercado chino para carne ovina de la Patagonia. Fue habilitado un frigorífico que ya embarcó el primer lote. Yendo todo bien el mercado chino es muy prometedor.

Tiene un rápido crecimiento el consumo de lácteos (leche fluída y en polvo, leches maternizadas, quesos y lactosuero). En 2019 el consumo chino aumentó un 13,8%. Nuestras exportaciones de este sector aún son limitadas pero en función que aumentemos nuestra oferta y la promoción adecuada de la misma se podrán concretar nuevos negocios.

Hay muchos otros productos que se están exportando habitualmente a China o que recientemente comenzó su exportación y para todos los cuales existen amplias posibilidades para ampliar las cantidades siempre que nuestros exportadores, solos o en consorcios, sean mas agresivos. Esos productos son: sorgo, cebada, peras, uvas de mesa (Globe) de San Juan, algodón, lanas, tabaco, cueros y pieles, harina de pescado, cítricos dulces, especialidades medicinales y últimamente cerezas frescas, miel (Argentina es el tercer exportador mundial), arvejas secas (China es el principal consumidor mundial), alfalfa, software, especialidades medicinales, semen y embriones congelados, caballos en pié, minerales, alimentos para mascotas, ovoproductos, arándanos, entre otros.

Y finalmente un dato no menor: ya hay 250 millones de ciudadanos chinos mayores de 60 años que en 8 años mas pueden llegar a 300 millones. En su mayoría gozan de buena salud y tienen un buen pasar económico, muchos están jubilados. Se abre un nuevo mercado para abastecerlos con productos para "Seniors".

BCR

PROPIETARIO: Bolsa de Comercio de Rosario
Córdoba 1402 - S2000AWV Rosario - ARG
Tel: (+54 341) 5258300 / 4102600
contacto@bcr.com.ar - www.bcr.com.ar

Este material, que se encuentra inscripto en el Registro de la propiedad intelectual bajo el Nº 5.234.463, puede ser reproducido de manera total o parcial citando como fuente Revista Institucional de la Bolsa de Comercio de Rosario.