

Reporte N°9 - Diciembre 2020

NUEVAS INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA Y REDEFINICIONES EN EL ACUERDO PORCINO



Si bien las exportaciones de soja y de carne vacuna no pasan por su mejor momento, la posibilidad de aumentar las ventas a China ha incentivado diversas inversiones para incrementar la capacidad productiva.

Lo contrario está sucediendo con la carne porcina, que pese haber alcanzando un valor récord en el último mes, aún no presenta confirmaciones respecto del arribo de nuevas inversiones chinas.

En otro orden, los flamantes proyectos en materia ferroviaria se caracterizan por ser más intensivos en materia de mano de obra, que otras inversiones de China en Argentina.

Por último, compartimos un fragmento del primer episodio del podcast “Sino-Argentino”, en el cual entrevistamos a Federico Di Stefano, experto en la dimensión turística de la relación bilateral y secretario del Consejo Argentino-Chino.

Panorama comercial

Tal como indicó el relevamiento del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), durante el mes de octubre, las exportaciones de Argentina a China han continuado en caída, registrando una baja de valores interanual del 55,2%, alcanzando los USD 433 millones para dicho mes.

Como era de esperar, la baja transitoria de tres puntos en los derechos de exportación aplicados a los porotos de soja, que pasaron del 33% al 30%, no fue suficiente para contrarrestar los efectos de la brecha cambiaria. Pese a que las 131 mil toneladas enviadas implican un aumento de volúmenes del 35,9% con respecto a septiembre, ello solamente representó un 8,4% de los volúmenes que se exportaron en octubre del 2019.

Y si bien hay que considerar que a finales de 2019 hubo un gran incremento en las exportaciones por la perspectiva de que el cambio de gobierno pudiera derivar en nuevas retenciones, al comparar los volúmenes de octubre 2020 con los de octubre del 2018, la variación negativa es del 68,2%.

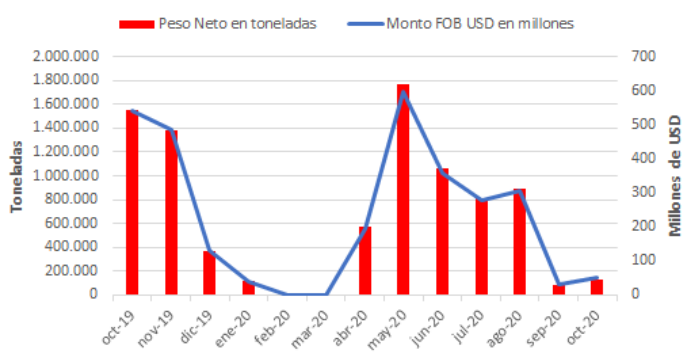
Lo paradójico es que la actual disparidad entre el dólar oficial y sus versiones libres, sumado a los paros de actividades en los puertos, impiden aprovechar los buenos precios con los que se está comercializando la soja en el mundo (durante octubre se facturó USD397 por tonelada, que es un 12,3% más que en el mismo mes del año pasado).



Pese a todo, en los primeros días de diciembre se anunció que la empresa Syngenta, fundada en Suiza pero adquirida por ChemChina en 2016, acordó la venta de 1,2 millones de toneladas de soja a la importadora china Sinograin Oils Corporation. A su vez, la compañía también dio a conocer que invertirá USD 25 millones hasta 2022, con el objetivo de aumentar la capacidad productiva de sus dos plantas de procesamiento de semillas y centros de investigación ubicados en Venado Tuerto, provincia de Santa Fe.

En relación a las exportaciones de carne vacuna, persiste el escenario pandémico, con niveles interanuales similares en cantidad, pero a valores un tercio menores. En octubre 2020 partieron 48.259 toneladas (-3,48% interanual), proveyendo ingresos por USD 168 millones (-35,09% interanual). Aún así, al igual que con la soja, hace poco se anunciaron nuevas inversiones para ampliar la capacidad exportable. El destino por excelencia sigue siendo China, con porcentajes que este año rondaron el 70%. En conjunto, el Consorcio de Exportadores de Carnes Argentinas invertirá unos por USD 187 millones, repartidos entre Arree Beef (USD 41 millones), Frigorífico Rioplatense (USD 30 millones), Swift (USD 27 millones), Frigorífico Gorina (USD 25 millones), Marfrig (USD 25 millones), Azul Natural Beef (USD 20 millones), Friar (USD 10 millones), Importadora Exportadora de La Pampa (USD 8 millones) y Logros (USD 1 millón).

Exportaciones de porotos de soja de Argentina a China desde octubre del 2019 a octubre del 2020



Fuente: Observatorio Sino-Argentino en base a datos del Indec.

Donde se han nublado las perspectivas de futuras inversiones es en el sector porcino. A esta altura del año se suponía que el Memorándum de Entendimiento entre los gobiernos de Argentina y China iba a estar firmado, pero desde que se inició la polémica ambiental en torno al tema, únicamente la provincia de Chaco pudo avanzar con ello. De hecho, recientemente el presidente Alberto Fernández, en un almuerzo con activistas de la Unión Vegana Argentina, se fotografió apoyándose en un recipiente que contenía firmas en rechazo a la iniciativa, y cuyo envoltorio afirmaba “No al acuerdo porcino con China”.



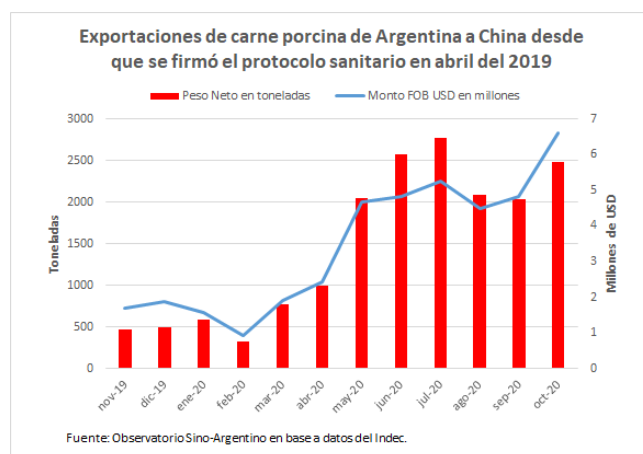
Tras el encuentro, tanto el ministro de Desarrollo Productivo, Matías Kulfas, como el Representante Especial para la Promoción Comercial e Inversiones de la Embajada en Beijing, Sabino Vaca Narvaja, se manifestaron con expectativas de materializar el acuerdo. Inclusive, Vaca Narvaja se entrevistó con funcionarios de la empresa estatal china Animal Husbandry Group (CAHG), donde se ratificó la propuesta argentina de instalar granjas inteligentes de producción porcina en el país. Estas unidades cerradas de última tecnología serán construidas en base al modelo de economía circular, integradas en su totalidad por plantas de elaboración de alimento balanceado, biodigestores (generación de energía y bio fertilizantes), criadero de ciclo completo, frigorífico exportador (vital para almacenar la producción en caso de que ocurriera algún inconveniente para exportar, a modo de no inundar el mercado interno), proceso sin laguna de efluentes y una oficina de SENASA y ADUANA.

La firma del Memorándum que persigue la Argentina tiene como objetivos incrementar el ingreso de divisas al país mediante la exportación de mayor valor agregado, generar nuevos puestos de trabajo con mayor calificación y aumentar el cultivo de maíz, con procesos sustentables. El gigante asiático, con o sin gripe porcina, no tiene capacidad para abastecer por sí solo la demanda interna de carne porcina.

Si bien en circunstancias normales sus importaciones de cerdo son ínfimas comparadas a la producción local, su mercado es tan grande, que esos volúmenes cobran mucha importancia en términos absolutos.

Para ponerlo en contexto, el proyecto diseñado por Cancillería estipula que en un plazo de cuatro años se alcanzarán niveles de exportación cercanos a 882 mil toneladas, que es un 95% mayor a lo que se exportará en total este año y un 59,5% de lo que importaría China en 2024. Por otra parte, esas 882 mil toneladas solo se equiparan al 1,57% de la carne porcina que producirán en 2024 los propios chinos (esto en base al reporte oficial de “Perspectivas Agrícolas Chinas” para el período 2020-2029).

Una cuestión adicional para resaltar es que, a pesar de no contar todavía con el capital chino para aumentar la producción, en octubre hubo récord en cuanto a ingresos por exportaciones de carne porcina con destino a China. Fueron 2.478 mil toneladas que representaron un valor de USD 6,6 millones.



Si nos referimos a los movimientos comerciales en dirección contraria, las importaciones de Argentina provenientes de China decrecieron interanualmente un 9,6%, equivaliendo a USD 859 millones. La brecha cambiaria sigue impulsando las compras al exterior, pero en octubre el Índice de Producción Industrial Manufacturero (IPIm) volvió a caer en relación al mismo mes del año anterior (-2,9%) y aumentaron las demoras gubernamentales para aprobar las solicitudes de importación. Así las cosas, el intercambio con China registró un saldo negativo de USD 425 millones.

Nuevas inversiones en infraestructura

Aunque cubre varias áreas, la inversión en infraestructura de China en Argentina tiende a estar concentrada en el sector energético-minero, con un particular crecimiento de proyectos dedicados al litio. En ese sentido, a principios de noviembre, Jiangxi Ganfeng Lithium anunció que aportará aproximadamente USD 100 millones para promover el emprendimiento de lago salado de litio Cauchari-Olaroz, situado en el departamento jujeño de Susques. La entidad que está a cargo de la iniciativa es Minera Exar, que engloba a la subsidiaria local de Ganfeng Lithium con la canadiense Lithium Americas. El emplazamiento tiene una capacidad productiva de 40.000 t/año de carbonato de litio y, si todo marcha según lo planeado, la producción empezará a mediados del año entrante.



De forma similar, el 26 de noviembre la empresa china Envision Energy inauguró su segundo parque eólico en Argentina, ambos asentados en Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires. El primero, que lleva el nombre García del Río, se terminó hacia fin del 2019 y está compuesto por cuatro aerogeneradores que brindan 10 Mw. El nuevo parque eólico, Vientos del Secano, casi quintuplica la capacidad del preexistente, contando con 20 aerogeneradores que proporcionarán 50 Mw.

Al tratarse de inversiones que, en su mayoría, procuran fomentar el sector energético-minero no son grandes productoras de empleo (especialmente si comparamos con la inversión destinada a otros países latinoamericanos). Sin embargo, nuevos proyectos como el porcino, que contempla el surgimiento directo de 9500 puestos de trabajo, junto a las recientes noticias en materia ferroviaria, podrían revertir ese panorama.

Son cuatro las nuevas inversiones que se han acordado para renovar distintas líneas de trenes, cuyo monto en conjunto será de USD 4.695 millones, generando 28.000 empleos.

Por un lado, se han firmado dos convenios con China Machinery Engineering Corporation (CMEC): uno para la rehabilitación del ferrocarril Belgrano Cargas (USD 816 millones/6.202 empleos) y el otro para refaccionar el tren Norpatagónico (USD 784 millones/5.420 empleos).

Al mismo tiempo, China Railway Construction Corporation Limited (CRCC) tendrá la tarea de reactivar la línea San Martín de Trenes Argentinos Cargas (USD 2.603 millones/16.830 empleos) y, en paralelo, adjudicará material rodante para potenciar la oferta del sistema ferroviario del Ferrocarril Belgrano Sur, el Sarmiento y el Tren de la Costa (USD 490 millones).



Podcast Sino-Argentino

Episodio 1:

Turismo entre Argentina y China

El Observatorio Sino-Argentino dio inicio a “Sino-Argentino”, un podcast cuyo propósito es entrevistar a referentes políticos, académicos y empresariales que son protagonistas de la relación entre Argentina y China. A lo largo de la temporada 2021 recorreremos todas las dimensiones que hacen a este rico vínculo bilateral, pasando de lo político a lo comercial, o de la cooperación en materia aeroespacial a lo deportivo y cultural, entre muchos otros temas. En el primer episodio abordamos la dimensión turística, que en cierta medida condensa muchas de las facetas recientemente mencionadas. Para eso invitamos a Federico Di Stefano, experto en esta temática y secretario del Consejo Argentino-Chino. A continuación, compartimos un fragmento de la conversación:

- ¿Cómo fue el desarrollo del turismo que emite China?

- Desde la Reforma y la Apertura creció de una forma muy rápida. Si nos ponemos a analizar en términos nominales, en el año 2001 salían de China unos 12 millones de personas, mientras que en el 2019 salieron 155 millones de personas. En cuanto a los lugares que visitan, hay que tener en cuenta también que, al ser un turista nuevo, en sus primeros viajes deciden visitar países del sudeste asiático o lo que es Japón, Corea, Taiwán y Hong Kong. En un segundo destino empiezan a viajar a lugares más alejados como son Estados Unidos o Europa, y en un tercer o cuarto destino ya optan por países como Argentina. Realmente es un turismo muy interesante de desarrollar para cualquier país del mundo, y por el cual compiten todos los países.

- ¿Cómo se llega a que los chinos se interesen por Argentina?

- Argentina, a partir de finales del 2018, inició un muy buen trabajo en captar al turismo chino. Lo hizo a través de dos cuentas de redes sociales muy importantes, Sina Weibo y WeChat. Creo que también hay un trabajo importante de lo que es Argentina en sí como país. Los turistas chinos, cuando visitan Argentina, vuelven a su país y recomiendan el destino. Este tema es relevante porque, según las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo, casi el 48% de los turistas que salen al exterior eligen el destino turístico según las recomendaciones que le hicieron familiares o amigos. Argentina tiene que seguir trabajando mucho, primero en promocionar el turismo chino en Argentina, y segundo en preparar las instituciones privadas para que los turistas se sientan a gusto cuando vengan acá.

- ¿Una vez que pisan el país, cómo hacemos para ser “China friendly”?

- Los hoteles más importantes generalmente tienen programas diseñados especialmente para chinos, pero la medida es muy baja a nivel país. A Argentina le cuesta mucho adaptarse al turismo chino, y creo que ese es un gran error que se ha cometido durante muchos años a nivel turismo en Argentina. Porque cada vez que uno escucha a las principales figuras políticas de turismo, todos quieren captar al turismo chino, pero cuando uno se pone a analizar punto a punto las diferentes medidas que se toman para captar al turismo chino, todavía se está haciendo poco. A pesar de eso, tenemos la suerte de tener un país hermoso que nos permite que en los últimos siete años el turismo chino haya crecido anualmente un 10%.

- ¿Cómo influye el tema de los visados?

- Es vital trabajar sobre lo que son las visas chinas si queremos recibir más turistas chinos. Una de las razones por las cuales los turistas chinos deciden visitar un país es dependiendo de la cantidad de trámites que le piden para realizar un visado. Argentina trabajó muy bien en el 2018 cuando salió la Autorización Electrónica de Viaje (AVE), a través de la cual los turistas chinos que cuentan con visa estadounidense o de la Unión Europea puedan hacer una solicitud online para tener el visado argentino. Es un paso importante que ha simplificado algunos trámites. Sin embargo, muchas veces sigue siendo engorroso y muchas personas que no tienen esos dos visados tienen que seguir yendo a los consulados. Tengamos en cuenta que, por ahora, nuestros consulados se encuentran todos en la zona este, por lo que se hace difícil para las personas que están lejos. Vemos que países como Chile o Uruguay están eximiendo a los chinos de visado o les están dando una on arrival.

La entrevista completa se puede encontrar en nuestra cuenta de Youtube, "Observatorio Sino-Argentino", o en nuestro podcast en Spotify, "SinoArgentino".



AUTORES DEL REPORTE MENSUAL:

Patricio Giusto. Director Ejecutivo.

Vicente Teruggi. Director de Proyectos.

Lorenzo Agüero. Investigador a cargo de los reportes.