

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

### **Las relaciones comerciales entre Argentina y la República Popular China en el período 1991-2005.**

#### **Introducción.**

Las economías de ambos países poseen diferente dotación de factores (naturales, humanos, tecnológicos, de capital), que posibilita el intercambio comercial entre oferentes y demandantes de bienes. Aunque es cierto que el nivel de comercio que se registra entre Argentina y China no es elevado, se presenta un incremento de este y el mercado chino se presenta como un potencial comprador de productos de origen argentino. Por otra parte nuestro país es por excelencia exportador de materias primas, mientras que China sobresale por producir bienes intensivos en trabajo (especialmente en aquellas industrias que requieren mano de obra de baja calificación). A esto se debe agregar que la RPCh se encuentra en constante crecimiento económico y puede hallar en Argentina un destino para sus inversiones, en su mayoría vinculadas a la extracción, producción y transporte de materias primas. Es por esto que, considero que se debe dar mayor estudio a las relaciones entre ambos países y a sus economías.

#### **I. Esquema del comercio entre Argentina y China.**

Las relaciones sinoargentinas han progresado significativamente en los últimos veinte años, nuestro país se destaca por su posición negociadora dentro del MERCOSUR, considerada de interés por la RPCh; a pesar de esto se presenta un grave obstáculo en torno a dicha relación: la posición de Paraguay puesto que reconoce a Taiwán como país independiente de China.

Argentina puede encontrar en China una excelente oportunidad para expandir su comercio debido a la complementariedad de sus economías; ejemplo de esto es el crecimiento del comercio en un 123,8% en los últimos cuatro años.

Si se buscara establecer un punto de partida para el inicio de las relaciones sinoargentinas, se podría fijar en la década del setenta cuando el gobierno de facto reconoció a la RPCh como el único representante del gobierno chino.

Tras la matanza de Tiananmen, ocurrida en China el 4 de junio de 1989, se inició entre aquel país y Argentina una política de acercamiento con nuestro país que se encontraba atravesando una profunda crisis política y económica; el gobierno justicialista encabezado por Menem tomó distancia de la matanza de Tiananmen, el Tíbet, y los derechos humanos (DDHH) al manifestar el principio de no intervención en los asuntos internos de otros Estados; con esta postura, Argentina buscaba obtener mayores ventajas comerciales en el mercado chino.

Eduardo Oviedo y Jorge Malena han establecido lo siguiente:

Las relaciones bilaterales de la Argentina y la R.P.Ch han crecido y se han diversificado durante la década de los '80 y de los '90. Aunque todavía estas relaciones son marginales tanto para un país como para el otro, si analizamos el contexto global de sus relaciones internacionales y la significación política diplomática de cada uno de ellos, nos percatamos que las nuevas perspectivas y realidades entre ambos han dado un giro significativo en el nuevo contexto del capitalismo mundial. (OVIDEO, Eduardo en CARDOZO, Gustavo 5).

#### **II. Evolución del comercio exterior argentino.**

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Durante la década del ochenta, el comercio bilateral entre aquel país y el nuestro fue deficitario para Argentina, pero la tendencia se revirtió luego de Tiananmen (1989) debido a que las exportaciones comenzaron a incrementar representando el 4,25% del total de las ventas argentinas al extranjero. Esta situación no se extendió por largo período de tiempo ya que en 1992 el flujo comercial se redujo casi un 50% lo que significó un retorno al déficit comercial argentino.

A lo largo del gobierno de Menem se ubicó a China en una posición privilegiada dentro de Asia, lo cual se mantuvo durante la presidencia de De la Rúa.

En los '90 se observó un aumento explosivo del comercio argentino con China puesto que este intercambio pasó de ser del 1% (a principios de los '90) a representar en 2005 casi el 8% del total de las ventas argentinas al exterior. Los productos primarios y las manufacturas de origen animal (MOA) representan casi el 44% de las exportaciones argentinas a China, mientras que las manufacturas de origen industrial (MOI), los combustibles y energía sólo explicaron el 5% y el 8% respectivamente.

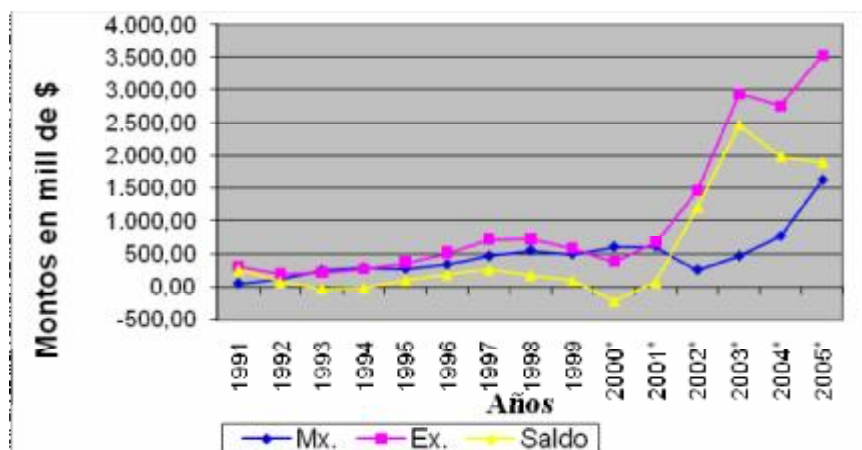
Luego de la crisis económica que sufrió Argentina en diciembre de 2001 y la cesación de pagos de la deuda externa, la RPCh respaldó a nuestro país en las negociaciones frente al FMI y el BM, por su parte Argentina apoyó el ingreso de China a la OMC.

Las ventas totales argentinas a China en el período (1998-2004) crecieron el 463% siendo los principales sectores para el año 2004: semillas oleaginosas (4% del total), aceites vegetales (33%), cuero (8%), y petróleo y derivados (6%).

Las importaciones argentinas desde China se incrementaron un 146% entre 1998 y 2004. Los principales rubros que se adquirieron en 2004 fueron: maquinaria de oficina y procesamiento de datos (15,6%), químicos orgánicos (13,7%), maquinaria de telecomunicaciones y sonido (12,5%) y aparatos eléctricos (10,2%). Todos los rubros (excepto hierro, acero y químicos orgánicos) sufrieron una disminución en el año 2002 como consecuencia de la devaluación del Peso: desde entonces las importaciones se incrementaron a paso sostenido en un promedio de 179% (Ib. 58-9).

A partir de 1992 las exportaciones argentinas a China registraron un importante aumento, entre los USD 130 millones y los USD 870 millones, destacándose el año 1996 puesto que las ventas hacia dicho destino crecieron más del 110%; por su parte las importaciones de origen chino oscilaron entre los USD 480 millones y los USD 1.100 millones. A pesar del incremento en el intercambio comercial la década del '90 se caracterizó por arrojar un resultado deficitario por un monto aproximado de USD 2.300 millones.

**Gráfico 1: Evolución del comercio bilateral (1991-2005).**



Fuente: datos extraídos del cuadro anterior.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Como puede observarse tanto en el gráfico se presentaron situaciones favorables y adversas. En el bienio 1993 – 1994 no sólo se registraron saldos negativos para nuestra balanza comercial sino también se produjo una fuerte caída (1993) de las ventas realizadas por Argentina a China, luego de este corto período de tiempo el saldo se tornó positivo; me parece importante resaltar que tras la crisis financiera del sudeste asiático el comercio con la RPCh no sufrió grandes modificaciones que marcaran una coyuntura en el comercio entre ambos estados. A diferencia de lo ocurrido luego de la crisis de 1997, en el año 2002 (como consecuencia de la crisis económica argentina de 2001) los ingresos de mercaderías procedentes de China se redujeron notablemente; recién en 2005 se registró un aumento importante de las compras hechas por nuestro país al gigante asiático.

La salida por parte de Argentina del régimen de la convertibilidad y la reducción de las importaciones llevó a que el saldo exportador sinoargentino se alterara. Este cambio en el escenario hace que la RPCh sea considerada como un socio estratégico para nuestro país; en el año 2005 el gigante asiático se encontraba ocupando el cuarto destino de las exportaciones argentinas; mientras que China se posicionaba en el tercer lugar como origen de las compras al exterior.

El flujo comercial entre ambos países se incrementó a pasos acelerados tanto es así que en 2005 este mostró un crecimiento del 504,3% (lo que equivale a USD 5.400,07). El aumento de las compras de productos chinos se refleja en bienes de capital, sus partes y piezas; bienes de consumo e intermedios. En cuanto a las ventas argentinas hacia China el sector oleaginoso representa el 78% del total de las exportaciones hacia la RPCh, el porcentaje restante está integrado por los rubros petróleo, mineral de cobre, pieles, cueros y manufacturas de acero. A pesar del importante aumento en el comercio bilateral, las ventas argentinas explican sólo una pequeña cantidad (0,6%) de las importaciones totales de Beijing; pero debido a que la economía china se encuentra en un período expansivo; nuestros productos pueden encontrar en aquel mercado un potencial cliente de los bienes que integran la canasta exportable, por esta razón sería conveniente para la Argentina diversificar su oferta y no restringirla sólo a unos pocos productos.

Argentina motivada por lograr una mayor apertura del mercado chino realizó tratativas tendientes a lograr la autorización para el acceso a dicho mercado de productos de origen vegetal y animal. Como resultado de las mismas, en los años 2004 y 2005 nuestro país obtuvo la apertura de aquel mercado para carne bovina fresca y termoprocesada, menudencias bovinas y subproductos aviares y frutas cítricas dulces (IX República Popular China 2006, 13).

La Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ) autorizó la importación de tabaco argentino, procedente de las Provincias argentinas de Jujuy, Misiones, Salta y Tucumán. Con relación a esto el Subsecretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos señaló que los productores argentinos de tabaco han realizado grandes esfuerzos por cumplir las normas fitosanitarias chinas.

A su vez se permitió el acceso al mercado chino de productos lácteos argentinos, previa verificación por parte de las autoridades chinas del cumplimiento de la reglamentación exigida.

## II. I. Intercambio comercial entre Argentina y China.

A continuación se dan a conocer una serie gráficos en los que se puede observar la evolución del comercio bilateral entre Argentina y China en los últimos años. Los mismos fueron confeccionados con datos recolectados de NOSIS. En los datos analizados se incluyen los intercambios realizados con Taiwán y Hong Kong.

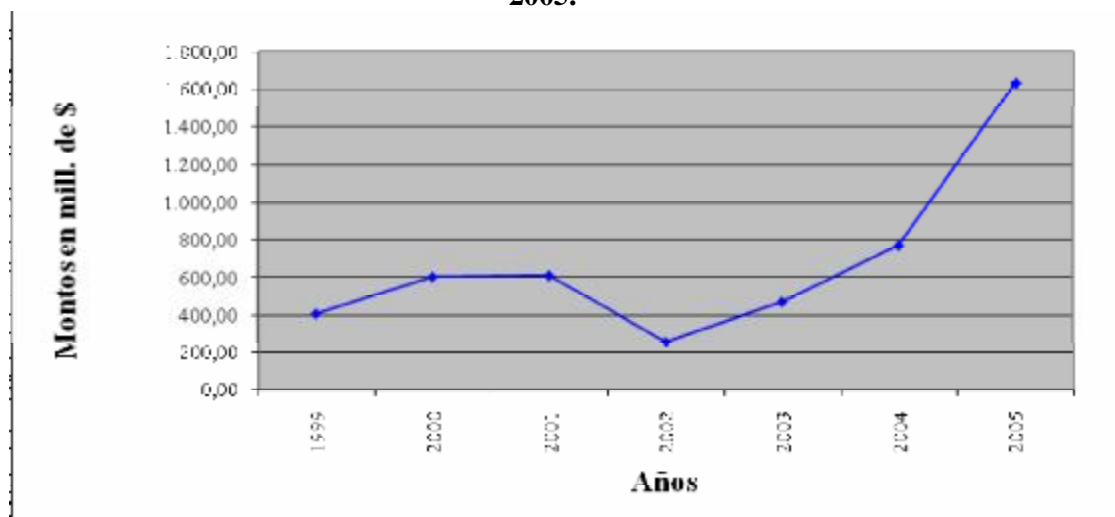
## II. II. Importaciones argentinas desde la República Popular de China.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Al analizar de manera desglosada el comercio<sup>1</sup> entre ambas economías se observa que la sección vinculada a las maquinarias y aparatos electrónicos es el rubro con mayor nivel de importación. Le siguen los bienes relacionados a la industria química, artículos prefabricados, manufacturas derivadas del hierro, materiales de transporte, textiles, caucho, calzado, productos minerales, instrumentos de óptica, cámaras fotográficas, cinematográficas y relojes. En un tercer nivel de bienes de procedencia china encontramos aquellos que derivan de la talabartería, manufacturas de vidrio, industrias alimenticias, madera y cestería, artículos derivados de la celulosa (papel y cartón), bisutería y productos de origen vegetal. Dentro de este pequeño recuento de las importaciones se ubican los productos del reino animal, las armas y municiones. Por último están los productos de la industria de la grasa y aceites animales o vegetal. Antes de finalizar cabe aclarar que la última sección del Nomenclador Común del MERCOSUR está restringida al uso reservado y particular de las partes contratantes, por lo que se desconoce su nivel de adquisición.

En el gráfico de la página siguiente se refleja la evolución de las compras argentinas a China en el observa un leve aumento entre 1999 y el año 2000, este nivel se mantuvo casi sin variación durante un año; esta situación se revirtió en 2002 ya que las importaciones se redujeron notablemente. A partir de esta caída (representó el punto más bajo del nivel de importación), la adquisición de bienes chinos se incrementó de manera continua y a pasos agigantados (en 2005 las importaciones argentinas procedentes de aquel país alcanzaron 1.632.083.830 billón de pesos). El motivo de la contracción de las importaciones se debe al cambio desfavorable (aproximadamente 3 Pesos argentinos = 1 Dólar estadounidense) puesto que para Argentina implicaba un costo mayor adquirir estos bienes de lo que representaba durante los años de vigencia de la convertibilidad. Las compras argentinas de bienes chinos representaron una salida de divisas por el monto de 5.558.308.973 (billones de pesos).

**Gráfico 3: Total importado por Argentina desde China a lo largo del período 1999-2005.**



Fuente: elaboración propia con datos extraídos del cuadro anterior.

## II. III. Exportaciones argentinas hacia la República Popular China.

<sup>1</sup> Este análisis se hizo utilizando como referencia el Nomenclador Común del MERCOSUR.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

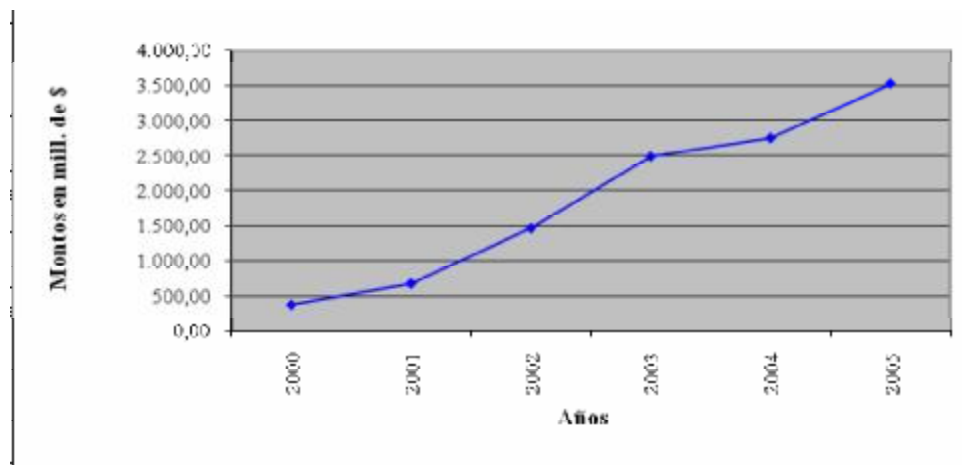
En cuanto a las ventas argentinas hacia el gigante asiático las secciones más exportadas son aquellas que se vinculan con los productos del reino animal, vegetal, las grasas y aceites derivados de estos. Dado que la RPCh cada vez importa más soja sin procesar el Instituto de Negociaciones Agrícolas Internacionales argumenta que la intervención del estado chino dificulta el agregado de valor a estos productos por parte de Argentina. Este Instituto fundamenta que al intervenir el Estado en el negocio produce un efecto distorsivo sobre los precios con la finalidad de otorgar a las industrias procesadoras chinas una competitividad mayor.

Al continuar el análisis de los productos con destino China se observa que los artículos con mayor nivel de exportación son aquellos que vinculados a las industrias alimenticias, productos minerales, química, bienes de talabartería, textiles, manufacturas de metales varios. Según la Secretaría de Minería y Recursos Energéticos de la Provincia de Salta, las exportaciones de minerales (sección 5) a China se han incrementado un 246% durante el primer cuatrimestre de 2006 en comparación con el mismo período del año anterior.

En un 3° nivel de los bienes que componen la oferta exportable se encuentran los derivados de la celulosa, plásticos y caucho, electrónica, manufacturas de madera y cestería, material de transporte. Siguiendo con este recuento se encuentran los artículos relacionados a la óptica, fotografía y cinematografía.

En cuanto a las secciones vinculadas al mobiliario, calzado, cerámica, productos de vidrio y bisutería son intensivos en trabajo de baja calificación por lo que nuestro país no se especializa en la producción de dichos bienes. Por último se ubica el sector que comprende objetos de arte y antigüedades para lo cual cabe hacer la misma aclaración que se expresó oportunamente al hablar de importaciones.

**Gráfico 5: Exportaciones (totales) argentinas con destino a la RPCh. (2000-2005).**



Fuente: elaboración propia con datos extraídos del cuadro anterior.

Los dos primeros años representados en el gráfico revelan que hubo un pequeño crecimiento en las exportaciones argentinas con destino el mercado chino pero en 2002 se produjo un gran salto en las ventas hacia aquel país. Esto se debe a que en el contexto de la devaluación sufrida por Argentina los bienes de producción nacional tenían un costo menor. Este incremento en los montos exportados se mantuvo por un año disminuyendo levemente en 2004, esta situación adversa se revirtió en 2005 ya que sus ventas aumentaron nuevamente.

El intercambio comercial con el gigante asiático se caracterizó por un abrupto crecimiento en los últimos años, el record alcanzó los 16.200 millones de Pesos en 2005; representando un incremento del 504,3% comparado con los registros obtenidos en 1995, y un crecimiento del 156,2% en relación con el

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

año 2000. Las exportaciones argentinas a China en el período 2000-2005 alcanzaron un monto de 11.761.986.394 millones de Pesos.

En relación con el comercio del primer semestre de 2006 las ventas argentinas hacia aquel país se contrajeron un 9,83% en comparación con el mismo período de 2005; por otra parte las compras argentinas de origen chino se incrementaron un 46,71% con relación al mismo período del año anterior. En el semestre (Enero-Junio 2005) el intercambio comercial fue positivo (superávit comercial) para nuestro país llegando a los 925,9 millones de dólares, mientras que en el mismo semestre pero del año 2006 este se redujo a 331,6 millones de dólares (IX Reunión de Consultas Políticas Argentina-China Op. Cit., 7).

Al analizar la evolución del comercio sinoargentino observamos que las exportaciones argentinas hacia el gigante asiático se restringen a un reducido número de bienes primarios y aceites, mientras que las importaciones desde aquel país consisten en bienes de capital e insumos. Llama la atención que el comercio entre ambos países parece proyectar una mayor concentración de la canasta exportadora de Argentina. Resulta imprescindible que Argentina advierta el grado de complementariedad que existe entre ambas economías hallando mercados potenciales para las exportaciones argentinas con lo que podría disminuir el déficit comercial argentino en su relación con China (TRAMUTOLA, Carlos. Op. Cit., 59).

Bela Balassa realizó un índice de complementariedad comercial (ICC) entre dos economías, en el cual se establece que a mayor índice, mayor es la complementariedad de un producto entre ambos países. El ICC se puede dar por varios factores:

- País A (Argentina) se especializa en su exportación;
- País B (China) se especializa en su importación;
- Por ambos.

En caso de que el índice supere el valor de 1 se lo llama “complementario” mientras que si supera el valor de 10 el producto recibe el nombre de “hipercomplementario”. Los valores de los ICC se pueden combinar con el dinamismo de las importaciones chinas del producto que se esté analizando. Se define el dinamismo como el aumento porcentual anual de importaciones chinas; las que crecen más de un 5% anual reciben el nombre de “importaciones dinámicas”, y las que crecen un 20% anual son llamadas “importaciones hiperdinámicas” (TRAMUTOLA, Carlos. Op. Cit., 60).

Con respecto a los principales rubros exportados por Argentina hacia China, el índice se puede caracterizar como hipercomplementario, pero existen otros productos que sin poseer esta particularidad tienen una alta tasa de complementariedad entre ambos países, como lo son: Minerales Metalíferos, Pulpa y Desechos de Papel y Fibras Textiles; con respecto a este último se debe hacer un llamado de atención puesto que nuestro país es exportadora de lana, mientras que China es importadora de algodón y fibras sintéticas, por lo que no representa una gran oportunidad para Argentina (TRAMUTOLA, Carlos. Op. Cit., 62).

La Fundación Techint realizó un estudio acerca del intercambio de Argentina con China y Brasil en términos de MOI (manufacturas de origen industrial), el déficit de 2006 fue de USD 9.600 millones, de los cuales USD 3.000 millones corresponden al intercambio industrial con China.

### **III. Políticas y estrategias tendientes a diversificar y aumentar las exportaciones a China.**

La promoción de exportaciones se realiza por medio de instrumentos (por ejemplo: mecanismos fiscales, misiones comerciales, oficinas de información, servicios de búsqueda de compradores externos, facilidades aduaneras, etc.) que el estado (nacional, provincial o municipal) dispone para incentivar las ventas en mercados foráneos; estas herramientas son vitales para las PyMES puesto que reduce los costos y mejora los esquemas productivos.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Los incentivos se realizan mediante:

- Exención de determinados tributos que mejoran la performance exportadora;
- Devolución de tributos previamente abonados en productos que luego se exportan;
- Facilidades para la producción y promoción de las ventas en el exterior, mediante diversos mecanismos, como son participación en ferias y exposiciones y misiones comerciales (ARESE, Héctor Félix 2006, 186).

Héctor Félix Arese En su libro “Introducción al comercio exterior” establece que el fomento de las ventas en el exterior se puede realizar a través de diversas estrategias:

- Reintegros y reembolsos;
- Draw – Back;
- Reembolso adicional a exportaciones de plantas en llave en mano y obras de ingeniería;
- Reembolso adicional por puertos patagónicos;
- Exención y / o devolución del impuesto al valor agregado (IVA);
- Exportación temporaria (perfeccionamiento pasivo);
- Envío de muestras comerciales;
- Envíos en consignación;
- Exención del impuesto a los ingresos brutos;
- Reimportación de mercaderías previamente exportadas.
- **Ferias y exposiciones** son los mejores medios para vincularse con los potenciales

compradores e indagar acerca de la competencia y las perspectivas de negocios.

La participación en este tipo de eventos no debe tener como única finalidad la venta de productos, aunque es uno de los objetivos prioritarios. Estos acontecimientos permiten:

- Testear o presentar los productos que hemos decidido introducir al mercado;
- Conocer y/o contrastar agentes o distribuidores;
- Obtener información sobre el nivel de desarrollo de los competidores.

Existen varios aspectos a considerar al momento de decidir la participación o no en una feria, estos criterios varían según el rubro y la intención. Pero en general se analiza los siguientes factores: las dimensiones de la feria, la cantidad de expositores, de visitantes, la participación de empresas competidoras, la relación costo – beneficio, el precio del stand.

- **Misiones comerciales:** además de posibilitar la venta al exterior (objetivo prioritario) permite realizar visitas y conocer de manera directa el mercado, lo cual es esencial en las actividades futuras que emprenda la empresa. El éxito de las misiones depende del prestigio de la entidad organizadora y de la anfitriona como así también de la profesionalidad con la que haya sido organizada. Pueden ser organizadas por cuenta de una empresa o por comitivas oficiales; en caso que sea organizada por estas últimas es recomendable reforzar la acción oficial con agendas propias de tal manera de asegurar contactos representativos de los objetivos perseguidos.
- **Rondas de negocios:** son reuniones entre compradores y vendedores organizadas por una entidad pública o privada. En estas se agrupan las empresas por ramas o actividad que desempeñan; los interesados presentan sus productos, responden preguntas, intercambian información comercial y se pueden solicitar ofertas de ventas y cotizaciones.

En la actualidad el uso de Internet es considerado como uno de los medio más eficaces con el que cuenta el exportador para promocionar la venta de sus productos, o bien identificar posibles compradores. Otra ventaja que ofrece este adelanto tecnológico es la obtención de información acerca de cómo actúan las empresas competidoras. El desarrollo de una página de Internet además de tener un bajo costo posibilita que pueda ser visitada a toda hora y en cualquier lugar.

La ubicación de potenciales clientes se puede hacer a través de varios medios, a continuación se los enumera sintéticamente:

- Consulta a guías y directorios con información internacional de productos y productores;
- Consulta de publicaciones y/o la inserción de avisos publicitarios dirigidos a potenciales compradores;

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

- Las revistas del ramo, editadas por las cámaras específicas o entidades privadas destinadas a promover el comercio recíproco. Es conveniente participar de estas publicaciones ya que el mensaje llega directamente a los interesados en realizar negocios.

### IV. Funciones que desempeñan los organismos nacionales en materia de promoción de exportaciones.

Existen varios organismos cuya principal función es la promoción de las exportaciones: la fundación EXPORT-AR (depende de la Cancillería Argentina), la Secretaría de Comercio e Industria (depende del Ministerio de la Producción), el Consulado Argentino en Shanghai, Cámara de Comercio Argentina para el Sudeste Asiático, Centro para la Internacionalización de las PYMES, Cámaras y fundaciones provinciales.

El Consulado Argentino en Shanghai ofrece apoyo a las empresas argentinas interesadas en conocer las posibilidades de acceder al mercado chino. Para lo cual se brinda conocimientos acerca de las características del mercado, contactos Inter-Empresariales, y preparación de misiones comerciales.

- **Características de mercado:** el centro de promoción solicita a las empresas interesadas que envíen el “Perfil de Empresas y Productos” en donde se detallen las características de la empresa que requiere el informe, el volumen y oferta exportable entre otros datos de relevancia para iniciar el proceso de averiguaciones locales. Una vez analizado el material petitionado se les otorga una “Guía de Negocios” en la cual se incluyen datos de utilidad sobre la jurisdicción y sus potencialidades.

El Consulado se encarga de identificar las empresas chinas que podrían demandar sus productos, datos de contacto; para lo cual tienen en cuenta la importancia de cada entidad y su oferta exportable.

- **Contactos Inter-Empresariales:** en esta etapa se inicia el intercambio de información (se incluye el envío de muestras y folletería) entre empresas de ambos países. Luego de que se haya asegurado el mutuo interés es propicio realizar una misión exploratoria con el fin de visitar las plantas industriales, conocer el ambiente y las modalidades de negociación.
- **Preparación de Misiones Comerciales:** en caso de que se concrete una misión comercial el Consulado Argentino en Shanghai de manera conjunta con la Dirección de Promoción de Exportaciones y la Fundación Export-Ar facilitan información logística acerca de la recepción y estadía de la misión (reservas hoteleras, desplazamientos, traductores, preparación de tarjetas de presentación y folletería en chino, recepción de muestras, etc.).

El Consulado, con una anticipación de tres meses, organiza Rondas de Negocios con eventuales empresas interesadas en los productos que ofrezca la firma argentina y acondiciona el recinto para los encuentros.

Por su parte la Cámara de Comercio Argentina para el Sudeste Asiático brinda un servicio muy similar al que ofrece el Consulado, aunque su desempeño se expande a otros ámbitos: organización de asistencia a ferias y exhibiciones en toda China, organización de exposiciones y participación en Ferias especializadas en Argentina para empresas chinas.

Esta Cámara también se ocupa de la planificación de: misiones comerciales indirectas, rondas de negocios de empresarios chinos con empresarios locales, y la oferta de alternativas de inversión de capitales chinos en el país.

Tanto en Argentina como en China se brinda información vinculada a aspectos legales, contables, impositivos, técnicos, marcas y patentes, armado de proyectos de inversión, asesoramiento bancario, oportunidades de negocios y cambios en las reglamentaciones.

Las ferias internacionales organizadas por la Fundación Export-Ar en el período 2002-2005 registraron un crecimiento del 107%, mientras que la participación de empresas argentinas que participaron de estos eventos aumentó en un 120%. En el año 2005 las empresas argentinas que participaron de las ferias internacionales lograron establecer 24.856 contactos comerciales.



## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

La condición exigida por la Fundación Export-Ar para participar en el Pabellón Argentino es que los productos ofrecidos sean de producción nacional.

### **V. Claves a tener en cuenta al momento de negociar con empresarios chinos.**<sup>2</sup>

Dado que Occidente y el Área de Cultura China son diametralmente opuestas y distantes resulta oportuno desarrollar de manera sucinta los aspectos más significativos que se deben tener en cuenta al momento de emprender una negociación con empresarios chinos. La población china considera que la familia es la organización social central ya que provee los valores que permiten el correcto funcionamiento de una organización. Tal es la importancia que le confieren a dicha institución que manifiestan que “todo tipo de entidad debe ser como una familia” por lo que los valores de esta, deben estar presentes en la estructura e interacción de la empresa u organización a que se refiera, con lo que se incrementa la lealtad y la previsibilidad (CESARÍN, Sergio y BAEZ, Gloria en CARI-CEPAL, Parte V 2004, 27).

Estas culturas tienen el hábito de ofrecer una solución práctica y eficaz mediante la cual buscan obtener beneficios concretos sin apartarse del materialismo de tipo redistributivo. Los empresarios chinos se plantean los objetivos de manera conjunta y trabajan en equipo lo que difiere del individualismo reinante en Occidente, por lo que al organizar el equipo encargado de negociar con los empresarios chinos es recomendable que esté integrado al menos por dos personas.

Al momento de negociar es conveniente saber que el ámbito oficial de relaciones se extiende a los espacios destinados a la distensión, esparcimiento y diversión; influyendo este último en el primero (Ib., 28). Las garantías jurídicas no son el único ni la mayor influencia en el éxito o fracaso de las negociaciones, la experiencia al respecto demuestra que la palabra y la confianza mutua son esenciales para lograr un acuerdo en materia comercial.

En China es importante el conocimiento y las relaciones establecidas por lo que se le otorga un lugar relevante al modelo ritualista; para el cual, la confianza, los lazos personales e informales permiten lograr el consenso y la armonización de intereses. Para esta sociedad es importante adorar los buenos signos (prosperidad, dinero, éxito) y rechazar aquellos que representan la mala suerte; lo mismo ocurre con los números cabalísticos (por ejemplo: a los chinos les desagrada el número 4 ya que su pronunciación es muy similar a la palabra muerte) y los colores que les resultan atractivos son el dorado, azul<sup>3</sup> y rojo (Ib., 28).

Los valores que ocupan un lugar prioritario son el orden, la afiliación, el progreso material, el respeto; los que se contradicen con la exhibición y la espontaneidad característicos de la cultura latina.

Al momento de negociar con empresarios chinos se debe tener en cuenta la región (norte o sur) a la que pertenecen ya que existe una mayor o menor predisposición negociadora. Otro aspecto a considerar es la edad generacional a la que pertenece el empresario, en este punto se presenta una clara diferencia entre las generaciones post revolución (que hayan participado de los cambios) y aquellos que sólo conocen la China pre 1978 a través de la historia.

El saludo consiste en inclinar los hombros y acompañar este movimiento con la expresión ¿Cómo está Usted?

El uso de las tarjetas personales está muy difundido, los datos que la conforman deben estar escritos en inglés y chino.

La puntualidad se relaciona con el respeto y la seriedad en los negocios, por lo que es recomendable llegar a la hora acordada. La sociedad china se distingue por su formalidad y su

---

<sup>2</sup> El CARI y la CEPAL elaboraron este punto a partir de la experiencia personal de Sergio Cesarín en su tratamiento y participación en negociaciones con empresarios y funcionarios chinos.

<sup>3</sup> Con respecto al color azul cabe aclarar que se refiere al celeste y siempre debe estar combinado con el dorado ya que usar solamente el azul está vinculado con la muerte por ser utilizado durante el luto.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

cumplimiento del protocolo, ejemplo de esto es que la persona que detenta mayor rango es la que ingresa primero a la reunión y presenta a los integrantes del grupo negociador.

En las conversaciones se deben dejar de lado los temas políticos, gubernamentales, Taiwán y bromas vinculadas al sexo; en contraposición con estos, se encuentran las charlas relacionadas con el progreso de la economía china, las delicias de su cocina y las compras que se pueden realizar en la RPCh; las cuales son muy bien vistas.

Si el quipo negociador ofrece un almuerzo o cena se recomienda esperarlos en la mesa, colocarlos de acuerdo a su rango y comenzar con un brindis; con respecto al lugar elegido debe ser de categoría, alegre, ostentoso y que la comida sea de buena calidad.

Se recomienda que la vestimenta sea conservadora y se eviten los colores llamativos; los chinos esperan que los occidentales vistan chaqueta y corbata, aunque ellos no siempre las utilicen en su atuendo.

El intérprete comercial debe tener experiencia en negociaciones con empresarios chinos, hablar claro, despacio puesto que en ocasiones la relación comercial se dificultó por el mal desempeño del intérprete.

Es frecuente que los negociadores chinos empleen tácticas psicológicas con la finalidad de obtener concesiones, pero no se deben otorgar licencias que resulten desventajosas para el empresario nacional. Sin embargo cabe desatacar que la flexibilidad es esencial al momento de entablar relaciones con la RPCh.

Como en toda negociación es recomendable tomar nota por escrito de las obligaciones incluidas, excluidas y aquellos puntos concretos que pueden desencadenar controversias en el futuro; por otra parte se debe demostrar solidez en la postura, cooperación, términos y condiciones mantenidas

El medio de pago más usado es la carta de crédito a la vista y es propicio tomar precauciones al respecto puesto que en los últimos años se registran problemas vinculados a las cartas de crédito.

La estrategia exportadora se compone de varios puntos, y para poder formular una sólida política expansiva es imprescindible su análisis. Por un lado la proyección de nuevos negocios en el MERCOSUR generan una situación atractiva para los inversores chinos interesados en aprovechar las oportunidades que ofrece esta zona económica, por lo que es aconsejable definir un “nuevo marco de relaciones”<sup>4</sup> en la “asociación estratégica entre empresas” de ambos países para la producción de bienes y servicios. En 2002, la Secretaría de Negociaciones Económicas Internacionales de la Cancillería Argentina y la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de Argentina firmaron con la RPCh el Acuerdo para la Promoción de Exportaciones de Productos y Servicios de Alto Valor Agregado con Innovación Tecnológica. Este Acuerdo contempla el otorgamiento de beneficios provistos por el Gobierno, aplicables a la expansión de la oferta exportable para industrias de alto valor agregado con sede en nuestro país.

La RPCh tiene una importante presencia en los organismos internacionales y regionales de negociación por lo que es conveniente incorporar ciertos puntos a la hora de elaborar las políticas tendientes a la inserción de nuestro país en el mercado chino:

- Rol que desempeña China en los organismos multilaterales y regionales de integración, técnicos y de negociación;
- Papel que aspira desempeñar en dichos organismos;
- Analizar el modo en que China se incorpora a las organizaciones técnicas internacionales con el fin de detectar la posición futura de dicho país en tales organismos.

## **VI. El reconocimiento argentino de la República Popular China como economía de mercado.**

<sup>4</sup> Hasta el momento Argentina y China se rigen por el Acuerdo para la Promoción y la Formación de Empresas Binacionales (firmado en Beijing el 15 de noviembre de 1990 y en vigor desde el 5 de noviembre de 1992).

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

A lo largo del período analizado los intercambios comerciales se centraron principalmente en productos agropecuarios con elevada protección aduanera, medidas sanitarias y fitosanitarias demasiado estrictas y subsidios internos; mientras que en el sector servicios no se realizaron propuestas. Finalmente se llegó a un acuerdo en marzo de 2000,<sup>5</sup> las concesiones otorgadas por China a la Argentina se concentraron en sesenta y ocho productos (mayoritariamente agropecuarios, pesqueros, petroleros, manufacturas de caucho y minerales). Otro progreso para la industria nacional argentina fue la obtención de cuotas tarifarias para trigo, maíz y aceite de soja; el acuerdo también incluyó cláusulas relativas a normas sanitarias y fitosanitarias que se aplican a las exportaciones de carne bovina y ovina. Las autoridades de ambos países acordaron normas respecto a las condiciones sanitarias respecto a la carne de porcino y el análisis de riesgo de manzanas, peras y cítricos (OVIEDO, Eduardo en GUTIERREZ, Hernán Op. Cit., 35).

China realizó varias propuestas tendientes a incrementar las relaciones sinoargentinas:

- Reforzar la confianza entre ambos países intensificando los contactos intergubernamentales;
- Fortalecer la cooperación económica y comercial enriqueciendo el intercambio científico y tecnológico; alentar a las empresas a explorar en los sectores agropecuarios, industriales, de telecomunicación, energéticos, mineros e infraestructura;
- Fomentar la formación de recursos humanos promoviendo el intercambio académico entre las universidades y las instituciones de investigación científica;
- Apoyar los recursos turísticos de ambos países e intensificar la corriente de personas y la cooperación turística.

Por su parte nuestro país está encaminado a superar los obstáculos de lejanía geográfica y diferencias culturales, pero la actual política exterior argentina se asienta en cuatro regiones: MERCOSUR, América Latina y el Caribe, Unión Europea y EEUU; la región de Asia-Pacífico no se encuentra en los informes de cancillería dentro de los ámbitos de mayor interés para la diplomacia argentina (CARDOZO, Gustavo 7).

En palabras de Eduardo Oviedo:

las crecientes exportaciones al continente asiático y su aproximación a los niveles europeos impactan sobre la tradicional política exterior. Pero no se observa, aún, el cambio del eje estratégico de inserción (OVIEDO, Eduardo en CARDOZO, Gustavo 7).

La diplomacia china se centraliza alrededor de tres ejes con la finalidad de aumentar su prestigio en el ámbito latinoamericano:

- Reconocimiento de China como economía de mercado;
- Contraprestación por parte de China a este reconocimiento;
- Relaciones estratégicas Sur-Sur/ Norte-Sur.

Para el sinólogo argentino Sergio Cesarín:

Argentina cumple un papel destacado en la estrategia china desplegada en ALC. Históricamente, la Argentina ha sido considerada por China como uno de los principales países de la región, formador de consenso y un socio políticamente cercano; desde el punto de vista de la dotación de recursos naturales, la Argentina como plataforma de producción, es esencial para garantizar el aprovisionamiento de materias primas por parte de China en el largo plazo (CESARIN, Sergio en CARDOZO, Gustavo 8).

A diferencia del especialista Eduardo Oviedo, Sergio Cesarín agrega:

considero que los intentos de consolidar una larga relación política mediante intensos intercambios económicos es auspiciosa, aunque sin duda, los instrumentos y metodología no hayan sido los más ajustados a los objetivos propuestos. Por mi experiencia y posición como analista, considero que el actual gobierno nacional otorga suma importancia al desarrollo de una relación

<sup>5</sup> Acuerdo Bilateral sobre el ingreso de China a la OMC.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

económica bilateral más densa y diversificada temáticamente. Cooperación en el campo multilateral, inversiones chinas en nuestro país, diversificación de la canasta exportadora argentina, asociación empresarial e intercambio tecnológico, son y serán los principales ejes de acción de la política argentina hacia China (Ib., 8).

### **VII. Memorandum de Entendimiento entre la República Argentina y la República Popular China sobre Cooperación en Materia de Comercio e Inversiones (16 de noviembre de 2004).**

En Noviembre de 2004, la visita del Presidente Hu Jintao (Presidente de la RPCh) significó un avance importante en las relaciones bilaterales; Argentina reconoció que China posee status de “economía de mercado”, la cual es la principal demanda del Gobierno chino tras su ingreso a la OMC. Este (reconocimiento) fue incorporado en el “Memorandum de Entendimiento entre la República Argentina y la República Popular China sobre Cooperación en materia de Comercio e Inversiones” a partir de la base del acuerdo entre los Presidentes de estos países se manifiesta la voluntad de establecer y desarrollar una relación estratégica entre ambas naciones. En dicho documento se manifestó la intención de aumentar las exportaciones argentinas a China en un monto no menor a los 4.000 millones de USD en los próximos cinco años.

El bienio 2004-2006 se caracterizó por una serie de acontecimientos que significaron un importante avance en las relaciones económico-comerciales entre ambos países: las visitas que se realizaron mutuamente los Presidentes Hu Jintao y Néstor Kirchner, diversos acuerdos alcanzados entre las partes, las negociaciones en curso, misiones empresarias; en conjunto estos hechos dan muestra de la trascendencia de los vínculos que se estrecharon entre ambos países.

Las visitas presidenciales realizadas en 2004 se consideran hechos trascendentales en la relación bilateral entre ambos países por dos motivos: a) Argentina fue incorporada como destino del turismo chino, y, b) el reconocimiento de status de “economía de mercado” a China por parte de Argentina; con estos avances se estableció una relación bilateral estratégica.

Ambos países iniciaron el diálogo conjunto en torno a temas vinculados a los derechos humanos, por otra parte el gobierno argentino promueve desarrollar mayores actividades en común como ser la cooperación nuclear, temas espaciales, antártica y científico técnica. Como así también se demostró mutuo interés en promover la cooperación en biotecnología y bioseguridad.

El 27 de noviembre de 2006, en Beijing se celebró la XVI Reunión de la Comisión Mixta Económico – Comercial, en dicha ocasión los Presidentes de ambas delegaciones de Argentina (Señor Alfredo Chiaradia) y China (Señor Liao Xiaqi) hicieron referencia a la situación por la que atravesaban sus países y a la evolución de las relaciones económicas y comerciales desde la última Reunión de la Comisión Mixta, por la que ambos países llegaron a ser socios estratégicos. Tanto la delegación china como la argentina dieron fe del crecimiento del intercambio comercial desde el encuentro anterior de dicha Comisión; a su vez se resaltó la importancia de continuar trabajando para incrementar las exportaciones de ambos países sin dejar de lado los esfuerzos tendientes a aumentar el componente de productos con valor agregado en los bienes de producción argentina.

Ambas delegaciones reafirmaron la importancia de los objetivos enunciados en la creación del Grupo de Trabajo para el Estudio de la Complementación Económica y Comercial, por lo que se decidió acelerar y profundizar sus trabajos. La parte china remarcó las propuestas específicas con relación al área foresto – industrial y recibió la promesa argentina de estudiarlas. Esta última entregó un informe en el que se detallan las oportunidades que ofrece la minería en Argentina, y un proyecto de Memorandum de Entendimiento entre autoridades mineras de ambos países, en cuanto a esto la RPCh se comprometió a trabajar en el tema y dar una respuesta lo antes posible.

Con el propósito de concretar el crecimiento y diversificación de las exportaciones argentinas al mercado chino se acordó impulsar, mediante el Grupo de Trabajo para el Estudio de la Complementación Económica y Comercial, acciones concretas para determinar que productos industriales argentinos tienen posibilidades reales de ser colocados en el mercado chino e identificar posibles importadores.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

La parte china facilitó datos acerca de sus políticas de comercio exterior y régimen de licencias de importaciones y exportaciones, aprovechando esta ocasión para manifestar la conveniencia de intensificar contactos entre los departamentos gubernamentales emisores de licencias.

Las autoridades chinas mostraron su deseo de apoyar la cooperación entre empresas de ambos países en el sector de telecomunicaciones e industria informática, tomando como pilares de dicha cooperación la igualdad, el beneficio mutuo y la complementación de ventajas. La delegación argentina recalcó la importancia del desarrollo industrial y remarcó su interés en la posibilidad de formar asociaciones entre instituciones, empresas chinas y argentinas que se dediquen a la investigación en el rubro tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

Argentina brindó información acerca de las oportunidades que ofrece el país para las inversiones en el área de la energía, hizo referencia a la provisión de equipos de perforación por parte de empresas chinas, la instalación de una refinería para el procesamiento de petróleo pesado, y en el arrendamiento de una plataforma petrolera. Con respecto a Ciencia y Tecnología, la parte argentina hizo entrega de proyectos de acuerdos de cooperación para la creación de un Centro Binacional Argentino-Chino en Biotecnología aplicada a la producción de alimentos.

### **VIII. Inversiones de capitales chinos en Argentina.**

Las inversiones chinas en América Latina se caracterizan por ser escasas y por realizar bajos aportes de capital (entre 3 y 5 millones de USD).

Según fuentes chinas a fines de los '90, este país había realizado en ALC 246 proyectos que representaban un monto que ascendía los USD 290 millones. Mientras que el Diario del Pueblo dio a conocer que en el año 2002 las inversiones de aquel país ascendían a los USD 1.236 millones.

La IEDs realizada por inversores chinos representan una participación accionaria del 49%. Las mismas tienen por objeto proyectos de bajo contenido tecnológico, intensivos en capital, en especial destinados a la extracción de recursos naturales con la finalidad de asegurar su aprovisionamiento. Se estima que el 80% de dichos capitales están dirigidos principalmente a los recursos energéticos y minerales. Según fuentes oficiales chinas este país tiene en el sub-continente latinoamericano más de 300 empresas de capitales exclusivamente chinos o mixtos y corporaciones comerciales, con un total de 1.000 millones de dólares invertidos en los sectores petrolero, minero, mecánico-eléctrico, etc. (CESARÍN, Sergio. CARI-CEPAL, Parte I 2004, 34).

En el bienio 2004-2005, las inversiones chinas en Argentina registraron un incremento del 7% aproximadamente, las mismas estaban orientadas principalmente al sector comercio (86%), construcción (7%), minería (4%) y electrónica (3%). Otro dato de relevancia es que el turismo chino en Argentina (luego de que nuestro país fuera declarado por China como "país de destino turístico") aumentó un 29%; en 2005 los turistas de origen chino que ingresaron al territorio argentino alcanzaron las 11.200 personas.

Como dije anteriormente China decidió invertir en nuestro país, el sector más favorecido por estos fondos es la infraestructura, abarcando transporte ferroviario, corredores interoceánicos, energía, recursos hídricos, comunicaciones, saneamiento y vivienda. Otro punto atractivo para los inversores chinos es la minería, sector que fue reactivado con una inversión inicial de más de USD 25 millones.

China Metallurgical Group Corporation (MCC) presentó la mejor oferta en la licitación realizada para la provisión de nuevas usinas a la generadora "Centrales de la Costa Atlántica Argentina".

El mismo grupo inversor que obtuvo la licitación posee la concesión para la explotación del yacimiento de Sierra Grande (ubicada en el sur de la Argentina); esta mina de hierro es la más extensa de Sudamérica. Este holding manifestó su interés en invertir en otras minas argentinas además de Sierra Grande.

La empresa china JHP busca obtener la licitación para la exploración y explotación de petróleo en Salta.

Del encuentro realizado entre el Secretario de Producción de la Provincia de Río Negro y representantes de la Corporación Nacional China de Importación y Exportación de Maquinaria de

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Construcción y Agrícola (CAMCO International) surgió la propuesta de conformar una empresa mixta, la que se localizaría en dicha provincia y permitiría el desarrollo de una industria de aerogeneradores.

El consorcio privado liderado por ShiMa integrada por capitales argentinos (Socma) y chinos (Sanhe Hopefull) adquirió el gerenciamiento de los ferrocarriles Belgrano Cargas SA. Esta empresa propone reactivar miles de kilómetros de vías que atraviesan las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Chaco, Formosa, La Rioja, San Juan, San Luis, Mendoza y Catamarca. Salta ha elaborado un plan para la recuperación del ferrocarril, lo que favorecerá el intercambio intra e interprovincial además de fomentar el turismo en la región del NOA.

La Secretaría de Transporte adquirió a firmas chinas, coches y locomotoras chinas para renovar el servicio ferroviario.

La empresa china CDC Software (proveedor de aplicaciones empresariales) participa en el 10% del distribuidor argentino de software CMT Latin American. Mediante este porcentaje el CDC Corporation financiará actividades comerciales en Argentina, Chile, México y Brasil; esta es la primera inversión china en el mercado de software.

Growing Shanghai Dredging de China (es la compañía más grande del mundo en dragado) formó una sociedad con Servimagnus SA. (empresa argentina) para realizar actividades en el canal de acceso del puerto de Buenos Aires. Mediante la conformación de esta sociedad se busca modernizar el puerto local y abaratar costos para el comercio exterior.

Atanor (empresa química) perteneciente a DA Internacional anunció un acuerdo celebrado con Anhui Huaxing Chemical Industry Co. Ltd. de China. La importancia del mismo, radica en que es el emprendimiento de mayor inversión que realiza esta empresa sudamericana en el gigante asiático. El proyecto consiste en la construcción de un complejo industrial químico para la elaboración de herbicida.

Chiaradía (Secretario de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto) recalcó la importancia de que los sectores privados reciban inversiones por lo que es necesario identificar los sectores productivos en los que pueda existir complementación industrial, integración productiva, transferencia de tecnologías, IEDs recíprocas y o conjuntas; todo esto apoyado por servicios financieros e informáticos, entre otros.

Un sector de los analistas internacionales avizoró la posibilidad de que la expansión de la economía china profundice el perfil agroexportador de los países latinoamericanos.

A diferencia de este grupo de observadores Sergio Cesarín opina:

Creo que es más un problema de desconocimiento por parte de los latinoamericanos sobre las oportunidades que la transición de China hacia una moderada economía desarrollada ofrece, que una deliberada política aplicada por China hacia la región que ayuda a consolidar su rol como mera proveedora de commodities. En mi opinión, todos los países realizan esfuerzos de diversificación de sus canastas exportadoras en momentos en que la economía china atraviesa una etapa de apertura regida por los compromisos de acceso asumidos ante la OMC. América Latina y el Caribe no tienen porqué asumir pasivamente este patrón de vinculación (o revinculación) con la economía mundial, sino buscar, unir o asociadamente (MERCOSUR, CAN) negociar con China (y otros centros económicos emergentes) a fin de maximizar posibilidades en materia de asociación empresarial, integración de cadenas globales de valor (industria electrónica, IT, e incluso agroindustria, sector minero) que traccionen cualitativamente los sistemas nacionales de producción. Pero esto no es algo que pueda lograrse rápidamente y además, necesita de continuidad, orientación estratégica (políticas de Estado) y consolidar acuerdos regionales para negociar mejor (CESARÍN, Sergio en CARDOZO, Gustavo 11).

## **IX. Tratado de Libre Comercio entre la República Argentina y la República Popular China.**

Según los estudios desarrollados acerca de la integración entre nuestro país y el gigante asiático las repercusiones sobre la estructura, dinamismo y evolución de la economía nacional serán de importancia trascendental. Pero estimar la magnitud del impacto es una ardua tarea, casi irrealizable; esto se debe a varias razones: por un lado se desconoce la forma y la profundidad de dicha integración. El otro

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

aspecto está vinculado con la metodología de estimación, ya que se sustenta en supuestos y limitaciones que restringen la exactitud de los resultados en comparación a los datos reales. Según Carlos Tramutola estos métodos no pueden estimar el comercio en “nuevos” bienes que se comenzarían a comercializar a partir del acuerdo (TRAMUTOLA, Carlos 2005, 138).

Nuestro país en caso de negociar un TLC con la RPCh lo debe hacer dentro del marco del MERCOSUR, o bien debería impulsar una reformulación profunda del bloque que le permita negociar de manera unilateral con China. Otro aspecto a considerar es que, por razones de tamaño relativo, economía de escala y peso político en el sistema internacional resulta muy poco probable la concreción de un TLC bilateral entre ambos países. Negociar un TLC (restringido a nuestro país) disminuiría los atractivos de la RPCh. en las tratativas. Esta desventaja se fundamenta en las reducidas ganancias de mercado y de prestigio internacional que generaría, la ausencia de Brasil (6° economía mundial, según el Programa de Comparación Internacional del BM, y eje del sistema político sudamericano) menoscabaría drásticamente la capacidad de negociación de la Argentina (Ib., 142).

En el plano político internacional, los países miembros del MERCOSUR y la RPCh remarcaron que existen intereses comunes en el comercio internacional, en especial en materia agrícola (aunque existen diferencias importantes en puntos específicos vinculados a subsidios y acceso a mercados). Los sectores de la industria alimenticia de Argentina y Brasil podrían sentirse atraídos de exportar a un mercado al que aún no han ingresado a causa de las altísimas barreras arancelarias y no arancelarias. Al mismo tiempo ciertos sectores industriales de la Argentina y de Brasil que compiten directamente con los productos chinos en el mercado interno e internacional, podrían resistirse a la firma de este tratado.

Otro obstáculo que dificulta aún más la negociación entre el MERCOSUR y la RPCh es la crisis en el proceso de integración, los continuos pleitos comerciales entre Argentina y Brasil y las fallas del Arancel Externo Común (AEC), en conjunto estos factores podrían menoscabar la capacidad de negociación llevada a cabo ante aquel país asiático.

Otro tema que podría complicar las conversaciones tendientes a la firma de un TLC entre el MERCOSUR y la RPCh es el reconocimiento de Taiwán como Estado independiente por parte de Paraguay. Esta áspera cuestión debe ser resuelta antes de emprender una negociación cuyo objetivo final sea un acuerdo que regule el comercio con China continental. El hecho de otorgar el status de Estado soberano a Taiwán es un asunto sumamente delicado y esencial en la agenda internacional del gigante asiático. Según estos autores (Tramutola, Castro y Monat) así como existen aspectos favorables que alientan la firma de un TLC también se presentan cuestiones adversas que retrotraen el interés en la firma de un convenio con la RPCh; otra afirmación hecha por este grupo de intelectuales es que la celebración de un acuerdo es vista como una alternativa política compleja pero posible. Encaminar las negociaciones por el buen rumbo y concluir con la celebración de un TLC con China dependen casi exclusivamente de la voluntad política del MERCOSUR (en especial de Argentina y Brasil).

Pero la principal razón de la importancia del un TLC radica en la ampliación del mercado como consecuencia del acuerdo, esta se debe a que se accede a exportar de un determinado país al resto de los países que conforman el bloque regional.

Stein y Daude en 2001 realizaron un informe en el que confirmaron que la reducción de las regulaciones excesivas, el cumplimiento de los derechos de propiedad, mejoras burocráticas, reducción del nivel de corrupción son políticas a tener en cuenta para atraer a los inversores extranjeros; en este mismo trabajo demuestran que una mejora de tan sólo el 1% en la calidad institucional significa un aumento del 130% en la IEDs.

Hay que destacar que las ventajas que ofrece el TLC no son suficientes para que el incremento del comercio bilateral sea palpable en hechos concretos ya que gran parte del comercio con China accede a los puertos de este país asiático por medio de la ruta del Océano Índico y no por la de menor costo (ruta del Océano Pacífico). Los altos costos de transporte debilitan la competitividad de la producción argentina (el noroeste es la región más afectada) reduciendo la competitividad hacia productos con mayor valor agregado, y por ende mayores costos de producción (aún dentro de la misma cadena alimenticia). China además de ser un mercado enorme y de estar en expansión es la llave de entrada en el Asia Pacífico tanto para la Argentina como para el resto de los países del MERCOSUR. Por los motivos enunciados anteriormente es esencial el desarrollo de la infraestructura.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

Para concluir con este tema se podría decir que el TLC generaría certidumbre legal fomentando de esta manera la radicación de IED, pero para que esto ocurra es esencial que se incluyan medidas de protección a la inversión (liberalización de los flujos de capital bilaterales, mayor regulación de las normas legales, implementación de mecanismos para la solución de controversias), este conjunto de disposiciones debería promover aún más las inversiones.

A raíz de los motivos arriba mencionados el efecto más notorio del TLC se haría sentir a través del arraigo de capitales procedentes de terceros países (desarrollados) atraídos por un acceso seguro y privilegiado al mercado chino. Estas posibles repercusiones generan grandes expectativas, pero es vital apreciar que el TLC por sí solo no será suficiente para que los inversionistas extranjeros apuesten a nuestro país. Este argumento (sumamente relevante) nos demuestra que es necesario consolidar la competitividad del sector agrario, para lo cual debería desarrollarse la infraestructura (transporte, con la finalidad de reducir los costos) y expandir las ganancias de la integración a todo el país. Otro aspecto al que se le debe dar más importancia es la difusión de actividades ligadas al desarrollo tecnológico y la investigación en áreas vinculadas al sector alimenticio de mayor valor agregado, y contenido tecnológico. El sistema educativo también ocupa un papel relevante dentro de los puntos que se deben perfeccionar ya que al aumentar la capacidad de la mano de obra, Argentina se destacaría por poseer otro punto a su favor. Y por último como dije en reiteradas oportunidades, es fundamental afianzar el contexto institucional y macroeconómico.

### Conclusión.

En China a lo largo de las últimas décadas se realizaron reformas significativas; en el aspecto económico, los cambios resultan admirables (aunque se podría hacer algunas objeciones y llamados de atención en algunos puntos concretos), tanto es así que de ser una de las economías más atrasadas a principios de la década del ochenta se encuentra hoy entre las de mayor crecimiento y se proyecta como la principal economía mundial para el año 2025. Este progreso económico, que nos deslumbra, es desigual y carece de equidad, ya que los adelantos tienen lugar en el este del país, mientras que en el centro y oeste la situación es de marginación y atraso.

La migración interna (2.000.000 de migrantes se trasladan por año de la zona oeste y centro del país a la zona costera; ésta es la mayor migración de la que tenga registro la historia mundial) es un tema alarmante, por resultar extremadamente difícil contener laboralmente a tal magnitud de personas; este foco de conflictos puede desencadenar una crisis económica mundial.

En lo social, la mejora en la calidad de vida sólo alcanza a un pequeño sector de la población (apenas 300.000.000 ciudadanos de 1.300.000.000 del total). Esta diferencia entre la totalidad y el grupo de beneficiados por los progresos económicos reduce enormemente los potenciales compradores de las mercancías exportadas por Argentina o por cualquier otro país, aunque no deja de ser una excelente oportunidad (no resulta para nada despreciable un mercado de 300.000.000 posibles demandantes de los bienes que conforma la canasta exportadora argentina). La brecha entre ambas regiones (este y oeste-centro) podría desencadenar una importante crisis social, para evitar que ocurran hechos como estos el gobierno comenzó a expandir el desarrollo a zonas alejadas de los centros económicos, mediante la instalación de industrias que favorezcan el crecimiento económico.

Los motivos descriptos a lo largo de los párrafos anteriores presentan, a mi entender, una dualidad ya que por un lado nos muestran los profundos cambios y avances que tuvieron lugar en China; pero por otro lado estos mismos factores deben ser considerados como potenciales conflictos que podrían desencadenar la caída de una potencia que parece emerger como el “gran dragón asiático”.

Como lo manifiesta el Lic. Gustavo Cardozo, en su trabajo “China y Argentina en la política bilateral, 1989-2006”; para Argentina consolidar las relaciones comerciales bilaterales con China es importante, pero no llega a ubicarse dentro de los pilares de las relaciones internacionales de nuestro país. Esto quizás se deba a que los vínculos con aquel país todavía se encuentran en una etapa inicial, en la que resulta engorroso distinguir de manera fehaciente las ventajas y desventajas de dicha relación bilateral; por lo que las proyecciones se basan en potencialidades. Al igual que los autores mencionados a lo largo



## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

del trabajo considero que fortalecer las relaciones comerciales con la RPCh es relevante pero no por esto nuestro país se debe encasillar en explotar dicha relación dejando de lado los intercambios con otros países.

A su vez además de analizar la necesidad de diversificar la canasta exportadora argentina; es propicio, plantear la incorporación de bienes con valor agregado. Recordemos que las exportaciones argentinas hacia China se componen esencialmente de productos agrícola-ganadero y muy por detrás se encuentran bienes manufacturados de origen industrial (MOI), situación que se presenta a la inversa en cuanto a las importaciones procedentes de la RPCh con respecto a esto se presenta un choque de intereses ya que por un lado nuestro país busca diversificar su oferta de bienes, incorporando aquellos con un alto valor agregado. Pero y es aquí donde surge la confrontación porque China demanda materias primas para elaborar productos manufacturados, con lo cual además de disminuir los costos de producción puede incorporar a la densa masa poblacional al mercado de trabajo.

Como dije anteriormente con la firma del Memorandum de Entendimiento entre la República Argentina y la República Popular China sobre Cooperación en Materia de Comercio e Inversiones, no se presentaron cambios significativos en el intercambio bilateral. Dicho en otras palabras los avances parecen haber quedado reflejados en el documento limitando sus repercusiones a este ámbito, sin que se registren incrementos abruptos en las compras-ventas y las inversiones.

Difundir el conocimiento en la RPCh de una cultura y sus costumbres tan distintas como la nuestra puede ser una forma de promover la demanda de productos de origen nacional. Pero hay que tener presente que los acuerdos en materia comercial no bastan para fomentar el consumo de bienes procedentes de un país determinado, puesto que para incrementar el intercambio bilateral es imperioso desarrollar políticas tendientes a que esto suceda. Las misiones comerciales, las misiones comerciales indirectas, las rondas de negocios, la apertura de centros de promoción, la participación en ferias y exposiciones, las actividades realizadas por diferentes organismos estatales, cámaras y fundaciones y hasta la creación de una página de Internet son excelentes opciones para estrechar los vínculos comerciales, con lo que no sólo se pueden aumentar las ventas, sino también conocer que tipo de bienes demanda la población china, establecer contactos con potenciales clientes y adquirir experiencia.

Si bien las inversiones chinas en nuestro país registraron un incremento, Argentina no es uno de los principales destinos de los capitales chinos. En los últimos dos años el país asiático comenzó a apostar con mayor convicción en las industrias argentinas especialmente en aquellas relacionadas con recursos naturales y servicios. Estas inversiones tienen por finalidad la obtención de recursos naturales necesarios para elaborar manufacturas en China, o bien utilizar los beneficios obtenidos de ellas para crear nuevas industrias. Con respecto a los capitales destinados a los servicios tienen por objeto principal el traslado de las materias primas obtenidas.

Por otra parte se debe fortalecer las instituciones administrativas y jurídicas, éstas deben asegurar la estabilidad económica, la observancia de las normativas reguladas por la OMC, la claridad y facilidad para el cumplimiento de las reglamentaciones internas. Dichas medidas tendrán como consecuencia un aumento en la seguridad jurídica;

Sería erróneo negar que algunas industrias sufrirían un impacto negativo dado que su producción se vería reducida, dicha situación se podría revertir con la creación de nuevas fuentes laborales que surjan de la reestructuración de las industrias. Esto requiere que el gobierno implemente una serie de modificaciones (infraestructura de transporte, comunicaciones y regulaciones), aunque el mayor esfuerzo debería ser realizado por los empresarios y los trabajadores.

En cuanto a las inversiones chinas el aumento fue en una escala mucho menor a la esperada, aunque parecen estar encaminadas por el buen rumbo; aunque esto sólo se manifestó mediante proyectos y expresiones de voluntad por parte de capitales chinos de invertir en industrias que se dediquen a explotar los recursos naturales y en aquellas referidas a servicios.

Para concluir y reafirmar lo dicho en varias oportunidades considero que Argentina puede obtener excelentes resultados de la relación comercial con la RPCh siempre y cuando amplíe su oferta exportable de bienes, incorpore bienes con valor agregado, consolide la seguridad jurídica y la previsibilidad económica con el objeto de atraer IEDs. En cuanto a la firma de un TLC, me parece que está lejos de ser concretado por varios motivos:

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

- Argentina es miembro del MERCOSUR, y no parece haber interés por parte de los otros miembros (excepto Brasil) de entablar ese tipo de acuerdo con China;
- La crisis por la que atraviesa el MERCOSUR en torno al proceso de integración y fallas del AEC;
- El reconocimiento de Taiwán como Estado independiente, puesto que se considera un aspecto delicado y de gran trascendencia en la agenda internacional de la RPCh;
- Falta de voluntad argentina y brasilera en negociar la firma de acuerdos con países con alta producción intensiva en trabajo de baja calificación, lo cual se puede observar en la negociación para la firma del acuerdo MERCOSUR-India.

Como pudimos observar nuestra relación con la RPCh todavía es baja si se la compara con otros estados, pero considero que ambas economías pueden encontrar excelentes oportunidades para su producción y capitales. Más allá de los aspectos que se deben revertir para que se concreten los reconocimientos e intensiones, creo que desde las instituciones académicas y aquellas otras (no académicas) que se dedican a la investigación y estudio de los vínculos entre ambas naciones se debe fomentar el conocimiento de estas naciones.

### Bibliografía

#### Libros

- ARESE, Héctor Félix, 2006, Introducción al Comercio Exterior, Argentina (Buenos Aires), Norma, 566 pp.
- ARÓSTICA, Pamela; CABRAL BECERRA FILHO, Severino; CESARÍN, Sergio; CORNEJO, Romer; MONETA, Carlos; OLIVA, Carla; PEREZ LE FORT, Martín; RESTREPO URIBE, Esteban; SOTO, Augusto; WILHELMY von WOLF, Manfred. CESARÍN, Sergio y MONETA, Carlos (Compiladores), 2005, China y América Latina. Nuevos enfoques sobre cooperación y desarrollo ¿Una segunda ruta de la seda?, Argentina (Buenos Aires), Red de centros de estudios de Asia y el Pacífico de América Latina y el Caribe (REDEALAP). Proyecto BID-INTAL, 1º edición, 314 pp.
- ATTINÀ, Fulvio, 2001, El sistema político global. Introducción a las relaciones internacionales, España (Barcelona), Paidós.
- AVARO, Rubén Daniel. 2001. Estrategias de inserción y comercialización internacional. Argentina (Buenos Aires). Lacasarasada.
- BALASSA, Bela, 1964, Teoría de la integración económica, México (Distrito Federal), Uteha, 332 pp.
- BOUZAS, Roberto; PAGNOTTA, Emiliano, 2003, Dilemas de la política comercial externa argentina, Argentina (Buenos Aires), Siglo Veintiuno Editores.
- CESARÍN, Sergio, 2006, China se acerca. El Ying y Yang de una potencia emergente, Argentina (Buenos Aires), Capital intelectual, 1º edición, 132 pp.
- DOMENACH, Jean-Luc, 2005, ¿A dónde va China?, España (Barcelona), Paidós, 327 pp.
- GIRADO, Gustavo Alejandro, 2003, Comercio Argentina/Asia Pacífico. Una carrera de obstáculos, Argentina (Buenos Aires), Corregidor, 142 pp.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, Sara, 2002, Economía internacional. Introducción a la Teoría del comercio internacional. España (Madrid), Pirámides.
- KRUGMAN, Paul R.; OBSTFEL, Maurice, 2000, Economía Internacional. Teoría y Política, España (Madrid) Mc Graw Hil, 4º edición.
- LEDESMA, Carlos A, 1997, Nuevos principios de comercio internacional. Para actuar en escenarios globalizados, Argentina (Buenos Aires), Macchi.
- OVIEDO, Eduardo Daniel, 2005, China en expansión. La política exterior desde la normalización chino-soviética hasta la adhesión a la OMC (1989-2005), Argentina (Córdoba), Universidad católica de Córdoba. 1º edición, 608 pp.

# IV Congreso de Relaciones Internacionales

La Plata, República Argentina, 26, 27 y 28 de noviembre de 2008

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

- PAYÁ PUJADÓ, Javier, 1999, Consejos prácticos para hacer negocios en China, España (Barcelona), Apunte Maestría en Comercio Internacional y Finanzas Internacionales, Universidad de Barcelona.
- PUGEL, Thomas A, 2004, Economía Internacional, New York University, España (Madrid), Mc Graw Hill, 12º edición.
- RAPOPORT, Mario. Colaboradores: MADRID, Eduardo; MUSACCHIO, Andrés; VICENTE, Ricardo, 2003, Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2000), Argentina (Buenos Aires), Macchi, 2º edición actualizada.
- SANTESMASES MESTRE, Miguel, 1996, Términos de Marketing. Diccionario – Base de datos. Cátedra de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Alcalá de Henares, España (Madrid), Pirámide, 1069 pp.
- SHENKAR, Oded, 2005, El siglo de China. La floreciente economía de China y su impacto en la economía global, en el equilibrio del poder y en los empleos, Colombia (Bogotá), Norma, 1º edición, 280 pp.
- SUBHASCH, Jain, 2002, Marketing Internacional, México (Distrito Federal), University of Connecticut, 520 pp.
- TUGORES QUES, Juan. Economía internacional e Integración económica, 1995, Universidad de Barcelona, España (Madrid), Mc Graw Hill, 2º edición.
- TRAMUTOLA, Carlos; CASTRO, Lucio; MONAT, Pablo, 2005, China. Cómo puede la Argentina aprovechar la gran oportunidad, Argentina (Buenos Aires), Edhasa, 1º edición, 224 pp.

### Documentos

- Acta Final de la XVI Reunión de la Comisión Mixta Económico-Comercial República Argentina - República Popular China (14/08/07).  
<http://www.inai.org.ar/Nuevo%20Boletin/Nuevo%20Bolet%C3%ADn%2057.pdf>
- “Adhesión de la República Popular China”. WT/L/432/23 de noviembre de 2001 (01-5996). Organización Mundial del Comercio. También disponible en: OVIEDO, Eduardo. China en expansión. La política exterior desde la normalización chino-soviética hasta la adhesión a la OMC (1989-2005). 1º ed. Editorial de la Universidad católica de Córdoba. Argentina (Córdoba). 2005.
- “Informe del Grupo de Trabajo sobre la Adhesión de China. Grupo de Trabajo sobre la Adhesión de China”. WT/ACC/CHN/49, 1º de octubre de 2001. Organización mundial del Comercio. (20/08/07).  
<http://docsonline.wto.org/DDFDocuments/v/WT/ACC/CHN49.doc>
- Informe del Grupo de Trabajo sobre la Adhesión de China. Conferencia Ministerial (Cuarto período de sesiones-Doha, 9-13 de noviembre de 2001). WT/MIN(01)/3, 10 de noviembre de 2001. Organización Mundial del Comercio. (20/08/07).  
<http://docsonline.wto.org/DDFDocuments/v/WT/min01/3.doc>
- Memorando de Entendimiento entre la República Argentina y la República Popular China sobre cooperación en materia de comercio e inversiones, 2004, Buenos Aires (Argentina), (14/08/07).  
<http://www.argenchina.org/articulos/2004/MemorandumEntendimientoArg-ChinaComercioInversiones.pdf>
- Memorandum de políticas económicas entre el FMI y Argentina, 2003, TORRES, Jorge José; TORRES DE SANTAMARÍA, María Alejandra; TORRES, María Cecilia (Compiladores), “Informe sobre La Argentina Contemporánea. Crisis y transición política y económica”, Argentina (Tucumán), Instituto para la Integración y el Desarrollo y Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tucumán (IDELA/UNT), 198 pp.

### Páginas de Internet

- ARANDA, Ramón Alberto, 2004, “La política exterior argentina: de Menem a Kirchner”. IDELA. (31/07/07). <http://www.idela.org.ar/public.asp>.

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

- “Asia-Pacific Development journal”, V. 13. N°2, 2006. (27/06/07). Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. United Nations-ESCAP  
[http://www.unescap.org/pdd/publications/apdj\\_13\\_2/apdj\\_13\\_2\\_full.pdf](http://www.unescap.org/pdd/publications/apdj_13_2/apdj_13_2_full.pdf)
- CARDOZO, Gustavo, 2007, “China en la política bilateral 1989-2006”. (15/05/07). Observatorio de la Economía y de la Sociedad de China. n° 01,  
<http://www.eumed.net/rev/china/01/gac-01.htm>
- CESARÍN, Sergio, 2004 “Entre la caída de Asia y la crisis económica argentina: nuevos escenarios, viejos debates”, Universidad del Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Documento de Trabajo n° 026, (16/05/07) [www.salvador.edu.ar/csoc/idicso/docs/sdti026.pdf](http://www.salvador.edu.ar/csoc/idicso/docs/sdti026.pdf)
- COMINI, Nicolás M, 2006, “Síntesis de actualidad económica y empresarial Argentina- Asia Pacífico”, Instituto de Relaciones Internacionales para Asia y el Pacífico (IRIAP), (25/07/07)  
[http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg\\_julio2006.pdf](http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg_julio2006.pdf)
- COMINI, Nicolás M, 2006, “Síntesis de actualidad económica y empresarial Argentina- Asia Pacífico”, Instituto de Relaciones Internacionales para Asia y el Pacífico (IRIAP), (25/07/07)  
[http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg\\_sept2006.pdf](http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg_sept2006.pdf)
- COMINI, Nicolás M, 2006, “Síntesis de actualidad económica y empresarial Argentina- Asia Pacífico”, Instituto de Relaciones Internacionales para Asia y el Pacífico (IRIAP), (25/07/07)  
[http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg\\_nov2006.pdf](http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg_nov2006.pdf)
- COMINI, Nicolás M, 2006 “Síntesis de actualidad económica y empresarial Argentina- Asia Pacífico”, Instituto de Relaciones Internacionales para Asia y el Pacífico (IRIAP), (25/07/07)  
[http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg\\_ene2007.pdf](http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg_ene2007.pdf)
- COMINI, Nicolás M, 2006, “Síntesis de actualidad económica y empresarial Argentina- Asia Pacífico”, Instituto de Relaciones Internacionales para Asia y el Pacífico (IRIAP), (25/07/07)  
[http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg\\_marz2007.pdf](http://www.iberoasia.org/actualidadpaises/arg_marz2007.pdf)
- CRISTINI, Marcela; BERMÚDEZ, Guillermo, 2004, “La nueva China cambia al mundo”. Documento de trabajo n° 81. Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL), Buenos Aires, (14/08/07). <http://www.fiel.org/publicaciones/Documentos/doc81.pdf>
- “ESTEVADEORDAL, Antoni. “El surgimiento de China: oportunidades y desafíos para América Latina y el Caribe”, (15/08/07)  
[www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/ponencias/Foro\\_intal\\_2005\\_13\\_Estevadeordal.pdf](http://www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/ponencias/Foro_intal_2005_13_Estevadeordal.pdf)
- “Evolución del comercio y la economía mundial en el 2004 y perspectivas para el 2005 y el 2006”, 2005. Capítulo I. Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe-CEPAL (14/08/07).  
[http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/22465/PAN\\_E2004T05Cap1.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/22465/PAN_E2004T05Cap1.pdf)
- GALPERÍN, Carlos; GIRADO, Gustavo y RODRÍGUEZ DIEZ, Eduardo, 2006 “Consecuencias para América Latina del nuevo rol de China en la economía internacional: el caso argentino”, Revista & Comercio, n° 24 (15/05/07)  
[www.iadb.org/intal/detalle\\_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234](http://www.iadb.org/intal/detalle_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234)
- GUTIERREZ Hernán, 2000, “Las relaciones económicas de América latina con China: Fundamentos y perspectivas”, Revista Integración & Comercio, n° 12 (16/08/07).  
[www.iadb.org/intal/detalle\\_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234](http://www.iadb.org/intal/detalle_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234)
- GUTIERREZ, Hernán, 2001, “Las relaciones de China y América Latina: perspectivas desde Argentina, Brasil y Chile”, Revista Integración & Comercio, n° 14 (16/08/07).  
[www.iadb.org/intal/detalle\\_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234](http://www.iadb.org/intal/detalle_publication.asp?tid=4&idioma=esp&pid=325&cid=234)
- GUTIERREZ, Hernán, 2003, “Oportunidades y desafíos de los vínculos económicos de China y América Latina y el Caribe” CEPAL, División de Comercio e Integración. Serie de Comercio Internacional 42, Santiago de Chile (18/08/07)  
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/14375/lc12050e.pdf>
- “Informe Ferias Internacionales Gestión 2005 (Formato PDF)”. Fundación Export-Ar.  
<http://www.exportar.org.ar/exportar/modules.php?name=ferias> (07/08/2007).
- KUWAYAMA, Mikio, 2001, “Hacia una nueva alianza de comercio e inversión entre América Latina y Asia Pacífico”. (01/09/07).

## Séptimas Jornadas de Medio Oriente

[www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/publicaciones/e\\_INTALITDSTA\\_DD\\_12\\_2001\\_Kuwayama.pdf](http://www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/publicaciones/e_INTALITDSTA_DD_12_2001_Kuwayama.pdf)

- MALENA, Jorge, 2000, “Las relaciones políticas y económicas de la Argentina con el Japón y la gran China, 1983-1999”, Seminario de Política Exterior Argentina en democracia: Balance y Perspectiva. Consejo Argentino para las relaciones internacionales, grupo joven. Serie de documentos de trabajo en Internet (DTI) n°3/2000, (02/09/07) <http://www.cari1.org.ar/pdf/argentina-asia.pdf>
- Nomenclador Común del MERCOSUR (23/09/07) <http://www.aduanaargentina.com/nc.php>
- OVIEDO, Eduardo, 2000 “La política exterior argentina hacia el Asia oriental 1983-1999: consideraciones y aspectos principales”, Seminario de Política Exterior Argentina en democracia: Balance y Perspectiva. Consejo Argentino para las relaciones internacionales, grupo joven. Serie de documentos de trabajo en Internet (DTI) n°3/2000, (02/09/07) <http://www.cari1.org.ar/pdf/argentina-asia.pdf>
- OVIEDO, Eduardo; MALENA, Jorge, 2000, “Argentina y Asia: las Relaciones comerciales como Base para la Profundización de la Relación Política”, Serie de Documentos de Trabajo en Internet (DTI) DTI n1 3, 2000, (04/09/07) [www.cari1.org.ar/pdf/argentina-asia.pdf](http://www.cari1.org.ar/pdf/argentina-asia.pdf)
- “República Popular China. Un desafío y una oportunidad para el sector agroalimentario de la República Argentina”. CARI-CEPAL. (19/05/07). <http://www.cari1.org.ar/pdf/librochina1.pdf>
- “República Popular China. Un desafío y una oportunidad para el sector agroalimentario de la República Argentina. Parte II: La República Popular China en el contexto internacional de productos agroalimentarios”. CARI-CEPAL. (19/05/07). <http://www.cari1.org.ar/pdf/librochina2.pdf>
- “República Popular China. Un desafío y una oportunidad para el sector agroalimentario de la República Argentina. Parte III: Relaciones jurídicas y comerciales entre China y la República Argentina”. CARI-CEPAL. (19/05/07). <http://www.cari1.org.ar/pdf/librochina3.pdf>
- RESICO, Marcelo F. “La dinámica de la economía china y su significación global”. (13/06/07). Colección N° 16, 2005, pp. 197 – 214. <http://www2.uca.edu.ar/esp/secfpolicas/esp/page.php?subsec=publicaciones&page=coleccion/coleccion&informacion=institucional>
- Servicios de consultas de carácter comercial. Consulado argentino en Shanghai, (07/08/07) <http://www.consuargensh.com/serviciocomercial.htm>
- Servicios que presta la Cámara. Cámara de Comercio Argentina para el sudeste Asiático, (07/08/07) <http://www.argenchina.org/servicios/servicios.asp>