

# INFORME TAILANDIA

AGOSTO 2019

## OPORTUNIDADES COMERCIALES:

- ✓ Cabe destacar que las oportunidades para aumentar las exportaciones nacionales deberán estar encauzadas bajo la **lógica de nicho**: selección de determinados productos para determinada demanda.
- ✓ Se concluye que la demanda mundial de alimentos será segmentada y que la Argentina deberá abastecer de **productos saludables** a los mercados del Hemisferio Norte (América del Norte – Unión Europea) y de alimentos de consumo masivo para las poblaciones del Hemisferio Sur (África – Sudeste Asiático – Medio Oriente), cuya población crecerá y no cuentan con la total capacidad de abastecer dicha demanda. La mayoría de los países del Hemisferio Sur y del Sudeste Asiático no son grandes productores de alimentos, como Singapur, por ejemplo.
- ✓ En cuanto al aumento de las exportaciones de AYB a los mercados de población islámica deberá tenerse en cuenta que si dichos alimentos no son producidos bajo el rito HALAL, no podrán ingresar a dichos mercados de destino. La Argentina deberá profundizar las negociaciones con las autoridades religiosas de dichos países.
- ✓ Tailandia importa determinados alimentos y bebidas desde el mundo, pero no así desde Argentina aunque los mismos formen parte de oferta exportable nacional. Por lo tanto, en esos productos podría haber una futura oportunidad comercial. Tal es el caso de: preparaciones para jugos, malta, mandioca, leche en polvo, destilados y licores, manzanas, hongos, uvas, residuos de cervecería, otros lácteos.

## ESTADISTICAS

### Balanza comercial Argentina – Tailandia (en millones de dólares)

Balanza comercial Argentina - Tailandia (mill. U\$S FOB)			
Año	Expo. Total	Impo. Total	Saldo
2016	571,9	1.132,3	<b>-560,3</b>
2017	526,5	1.258,9	<b>-732,4</b>
2018	334,5	1.328,3	<b>-993,9</b>

Fuente: INDEC

Para realizar el análisis de la balanza comercial entre ambos países se consideraron los tres últimos años disponibles (2016-2018), donde se puede observar el déficit para la Argentina en todos los años.

## **Balanza comercial de Alimentos y Bebidas Argentina – Tailandia (en millones de dólares)**

Balanza comercial AyB (Mill. De U\$S)			
Año	Export.	Import.	Saldo AyB
2016	248,46	36,63	<b>211,82</b>
2017	252,93	40,44	<b>212,50</b>
2018	142,15	42,94	<b>99,22</b>

Fuente: INDEC

Para realizar el análisis de la balanza comercial de productos AyB entre estos dos países se consideraron los tres últimos años disponibles (2016-2018). En los años bajo análisis el saldo es positivo. Si comparamos las exportaciones realizadas a Tailandia en el año 2018 versus el año 2016, se observa una disminución del ▼ (42,1%) pasando de 248,4 millones de U\$S FOB en 2016 a 142,1 millones de U\$S FOB en 2018.

En cuanto a las importaciones se puede señalar un aumento del ▲ (2,5%), pasando de 36,6 millones de U\$S CIF en 2016 a 42,9 millones de U\$S CIF en 2018.

Las exportaciones a Brasil de AyB representaron el 42,5% del total exportado por Argentina a dicho destino en el año 2018, del 48% en 2017 y del 43,4% 2016.

## **Importaciones de AYB de Tailandia desde el Mundo (en millones de dólares)**

Producto	2016 Mill (U\$S CIF)	2017 Mill (U\$S CIF)	2018 Mill (U\$S CIF)	Total Trienio	Expo Arg/Pais
<b>Productos de la Pesca</b>	<b>2.977,6</b>	<b>3.332,9</b>	<b>3.697,2</b>	<b>10.007,7</b>	<b>1,5%</b>
<b>Residuos y subproductos de soja</b>	<b>1.041,3</b>	<b>1.169,5</b>	<b>1.257,0</b>	<b>3.467,8</b>	<b>11,5%</b>
<b>Alimentos para animales</b>	<b>627,0</b>	<b>692,0</b>	<b>654,7</b>	<b>1.973,7</b>	<b>0,2%</b>
Preparaciones para jugos	564,2	589,5	610,7	1.764,4	-
Malta	309,2	355,8	318,0	983,0	-
Mandioca	315,5	369,5	273,4	958,5	-
Leche en polvo	229,9	310,4	318,6	858,9	-
Destilados y licores	220,9	192,5	229,4	642,9	-
Manzana	241,0	201,9	190,6	633,6	-
<b>Cacao y sus preparaciones</b>	<b>181,5</b>	<b>185,4</b>	<b>197,4</b>	<b>564,3</b>	<b>0,0%</b>
Hongos	118,6	164,3	281,5	564,3	-
Uva	161,0	182,6	164,3	507,9	-
Residuos cervecería	154,3	130,2	202,3	486,8	-
Frutos de Capsicum	147,2	168,4	167,3	482,8	-
Otros lácteos	110,0	140,1	149,3	399,4	-
Resto de productos	3.478,4	3.755,6	3.975,4	11.209,3	0,0%
<b>Total general</b>	<b>10.877,7</b>	<b>11.940,7</b>	<b>12.687,1</b>	<b>35.505</b>	<b>1,8%</b>

Fuente: Secretaría de Alimentos y Bioeconomía sobre Comtrade.

Tailandia importó productos alimenticios en el año 2018 por un total de 12.687 millones de U\$S CIF, valor que fue superior respecto a los años anteriores, ya que en el 2017 se habían importado 11.940 (▲6,3%) millones de U\$S CIF y en el año 2016 se habían importado productos por 10.877 millones de U\$S CIF (▲16,6%).

Argentina tiene una participación del 1,8% sobre el total del mercado AyB de Tailandia, pero que viene explicada casi en su totalidad por las exportaciones de residuos y subproductos de la soja y en menor medida de productos de la pesca.

### **Exportaciones de AyB de Argentina a Tailandia (en millones de dólares)**

<b>Producto</b>	<b>2016 (MII US\$FOB)</b>	<b>2017 (MII US\$FOB)</b>	<b>2018 (MII US\$FOB)</b>	<b>Total Trienio</b>	<b>Expo Prod/Mundo</b>
Residuos y subproductos de soja	189,7	157,9	49,8	397,4	<b>1,41%</b>
Productos de la Pesca	33,7	56,8	63,9	154,4	<b>2,71%</b>
Las demás carnes	7,9	9,9	13,6	31,4	<b>22,89%</b>
Productos bovinos	4,2	7,3	10,4	21,8	<b>8,56%</b>
Glicerol	5,6	11,9	2,5	20,0	<b>11,05%</b>
Lecitina	2,8	1,8	0,3	5,0	<b>2,63%</b>
Alimentos para animales	1,3	2,5	0,3	4,1	<b>0,38%</b>
Carne Bovina	0,8	2,2	0,2	3,2	<b>0,07%</b>
Vino	0,8	1,0	0,7	2,6	<b>0,11%</b>
Poroto	0,3	0,4	0,3	1,0	<b>0,10%</b>
Jugo de agrios	0,3	0,3	0,0	0,6	<b>0,10%</b>
Preparaciones de maní	0,3	0,1	0,1	0,4	<b>0,03%</b>
Quesos Pasta Dura	0,1	0,2	0,0	0,3	<b>0,10%</b>
Cacao y sus preparaciones	0,2	0,0	0,0	0,2	<b>0,06%</b>
Otros maníes crudos	0,0	0,1	0,0	0,1	<b>0,02%</b>
Resto de productos	0,5	0,5	0,1	1,0	<b>0,00%</b>
<b>Total</b>	<b>248,5</b>	<b>252,9</b>	<b>142,2</b>	<b>644</b>	<b>0,84%</b>

Fuente: Secretaría de Alimentos y Bioeconomía sobre Comtrade.

En el caso específico de Tailandia resulta interesante observar que es un gran importador de residuos y subproductos de la soja, y en menor medida de productos de la pesca; sin embargo, la participación de nuestras exportaciones tiene solamente peso en esos dos productos.

Por lo tanto, viendo que es un mercado que casi que duplico sus importaciones, y al que además ya le exportamos muchos productos (con valores menores) entendemos que es una clara oportunidad comercial para incrementar la oferta de los productos que ya se exportan a este destino.