



**UCASAL**  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Consejo de Investigaciones

**Identificación del Proyecto de Investigación:**

## **Noroeste Argentino- Asia Pacífico. Exportaciones. La estructura actual y posibilidades futuras.**

**Unidad Académica:** Facultad de Economía y Administración

**Resolución Rectoral Nº:** 629/07

**Director:** Lic. Martín Rodríguez

**Equipo de Investigación:** Becario Daniel D'Annunzio, Becario Cintia Aguirre (alumnos T.U.G. de Comercio Exterior)

**Estado del proyecto:** Finalizado

### **RESUMEN**

La investigación busca determinar las estructuras de las exportaciones de las provincias del Noroeste argentino (Salta, Tucumán, Jujuy, Santiago del Estero y Catamarca) hacia los países de la región Asia Pacífico, compuesta por Japón, China, Taiwán, Malasia, Indonesia, Singapur, Corea, y Tailandia - es decir aquellos países que poseen costas sobre este océano. Esta se considera como una región deseable de conquistar, por su amplio poder adquisitivo logrado luego de varias décadas de crecimiento económico, por la diversidad de su demanda de productos, y por la complementariedad que se da con la región argentina.

Parte de la premisa de la necesidad que existe en la región del Noroeste argentino de incrementar las exportaciones de productos locales y de esta manera contribuir a un desarrollo sustentable de las provincias que componen la zona geográfica.

La región oriental abarca el 30% de la población mundial, unos 1.830 millones de habitantes, y produce el 14% de la economía global. El mercado importador de la región es de 150 mil millones de dólares, sin embargo en la relación con Argentina está totalmente sub-explotado, representando solamente alrededor del 10% de sus exportaciones.

El trabajo tiene como objetivo final el de servir de guía a la toma de decisiones por parte de organismos públicos, de empresas y productores, para que su actuación internacional sea eficiente y eficaz, brindando un estudio profundo de las oportunidades reales de comercialización de los productos del Noroeste argentino en la región del Asia Pacífico y los elementos de marketing aplicables a nuestra realidad para lograr tal fin.