



CEI Centre for
International
Economy

**ANALYSIS OF TRADE AND
CONSUMPTION PERSPECTIVES
KINGDOM OF CAMBODIA**



Ministry of Foreign Affairs,
International Trade and Worship
Argentine Republic

Executive summary

- **Cambodia is the 8th largest economy in ASEAN; it will be the second fastest growing within the group and will grow at a higher average rate than the rest of the Asia-Pacific countries in the coming years.**
- **Its GDP has been rising steadily in recent years and it is the fastest growing among Asia's emerging and developing economies. By 2030, it aims to become an upper middle-income country and, by 2050, a high-income economy.**
- **It is a small market, concentrated mainly in Phnom Penh (37% of the country's urban population) and Siem Reap (hospitality and tourism); it is undergoing a positive transforming and growing process. Access opportunities for imported products are greater because the market is not yet saturated and its expenditures are mainly concentrated on food and non-alcoholic beverages.**
- **The middle class has been expanding rapidly in recent years, driven by the country's economic performance and urbanisation. This growth has a positive impact on the country's economy (increasing consumer spending, boosting retail sector growth and creating new business opportunities for entrepreneurs).**
- **This market depends on imports of food and agricultural products, with projections of future growth (meat and dairy products); its current demand is concentrated in the expatriate sectors though there are projections of higher consumption by the local middle class sectors due to the improvement of their incomes.**
- **There are very good opportunities in the food and agricultural products sector for the export of Argentine premium quality packaged products: meats, fruits and vegetables, dairy products and quality inputs for the food industry.**
- **The best trade prospects and opportunities are available in the agribusiness sector, within the framework of Cambodian public policies aimed at improving agriculture and livestock farming, which will mean the incorporation of technologies and services. This market offers opportunities for our exportable supply of goods, inputs and services in the areas of genetic enhancement of livestock; improvement of animal health and feeding; construction of livestock facilities, intelligent agriculture (ICT4Ag); machines and equipment for agricultural mechanisation and for post-harvest processing; human resources training services.**

The opinion expressed in this publication does not necessarily reflect the views of the Ministry of Foreign Affairs, International Trade and Worship of Argentina. Hyperlinks to other websites are merely informative and do not imply responsibility for or approval of their content on the part of the CEI.

Please note that only the executive summary is in English. See below for full report in Spanish.



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO REINO DE CAMBOYA



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
República Argentina

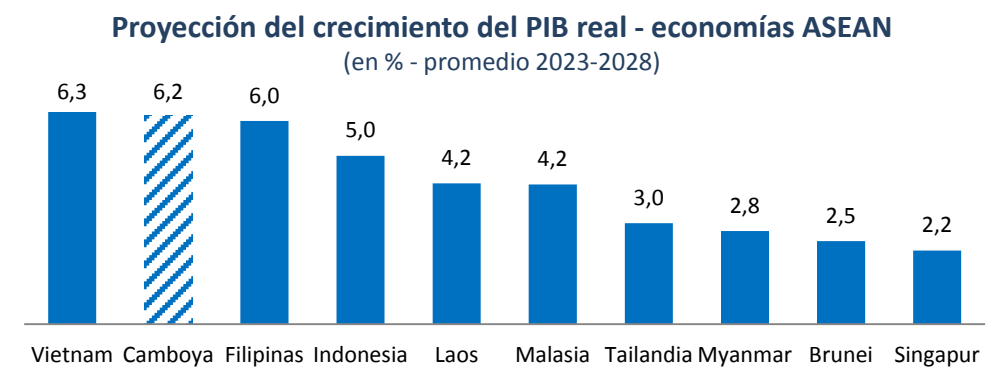
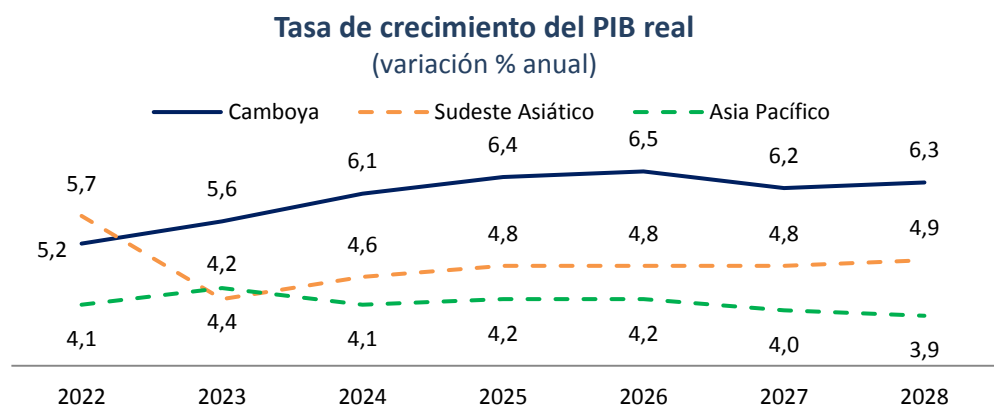
- Es la 8^{va} economía de la ASEAN, será la segunda con mayor crecimiento económico dentro del grupo y en los próximos años lo hará a una tasa promedio superior que el resto de las economías de Asia-Pacífico.
- Es una economía que viene creciendo en forma constante en los últimos años y la de más rápido crecimiento entre las economías emergentes y en desarrollo de Asia. Para 2030, aspira a convertirse en una economía de ingresos medios altos y, en 2050, en una de altos ingresos.
- Es un mercado chico, concentrado principalmente en Phnom Penh (37% de la población urbana del país) y en Siem Reap (hotelería y turismo); está en transformación y crecimiento positivo. Las oportunidades de ingreso para productos importados son mayores porque todavía no se encuentra saturado y con gasto concentrado en consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas.
- La clase media viene creciendo rápidamente en los últimos años, impulsada por el desempeño económico del país y la urbanización. Este crecimiento tiene un impacto positivo en la economía del país (aumento del gasto de los consumidores, impulso del crecimiento del sector minorista y creación de nuevas oportunidades comerciales para los empresarios).
- Es un mercado dependiente de las importaciones de alimentos y productos agropecuarios, con proyecciones de crecimiento a futuro (carne y productos lácteos); su demanda actual está concentrada en los sectores de expatriados pero con proyecciones de mayor consumo por parte de los sectores de clase media local por el mejoramiento de sus ingresos.
- Existen muy buenas oportunidades en el sector de alimentos y productos agropecuarios para la exportación de productos argentinos envasados de calidad *premium*: carne, frutas y verduras, productos lácteos e insumos de calidad para la industria alimentaria.
- Las mejores perspectivas y oportunidades comerciales se presentan en el sector de los **agronegocios**, en el marco de las políticas públicas camboyanas orientadas al mejoramiento de la agricultura y ganadería, lo que significará la incorporación de tecnologías y servicios. Es un mercado que ofrece oportunidades para atender, con nuestra oferta exportable de bienes, insumos y servicios, las áreas de mejoramiento genético de la ganadería; mejoramiento de la sanidad y alimentación animal; construcciones de instalaciones ganaderas; agricultura inteligente (ICT4Ag); máquinas y equipos de mecanización agrícola y para procesamiento poscosecha; servicios de capacitación de recursos humanos.

Acuerdos de libre comercio de los que Camboya es parte

Firmado (en vigor)	Firmado (pero no en vigor)	En negociación	Propuesto / Consulta / Estudio
Asociación Económica Regional Integral (RCEP)	Asociación Económica Integral Camboya-Emiratos Árabes Unidos	TLC ASEAN-Canadá	TLC Asia del Este (ASEAN+3)
Área del Libre Comercio ASEAN			TLC ASEAN-Unión Europea
Asociación Económica Integral ASEAN-Corea del Sur			TLC ASEAN-Pakistán
Asociación Económica Integral ASEAN-Japón			TLC ASEAN-Unión Económica Euroasiática
Asociación Económica Integral ASEAN-India			Asociación Económica Integral para Asia del Este (CEPEA-ASEAN+6)
TLC ASEAN-Hong Kong (China)			TLC ASEAN-Consejo Cooperación del Golfo
Asociación Económica Integral ASEAN-China			TLC Camboya-Unión Económica Euroasiática
TLC ASEAN-Australia-Nueva Zelandia			
TLC Camboya-Corea del Sur			
TLC Camboya-China			

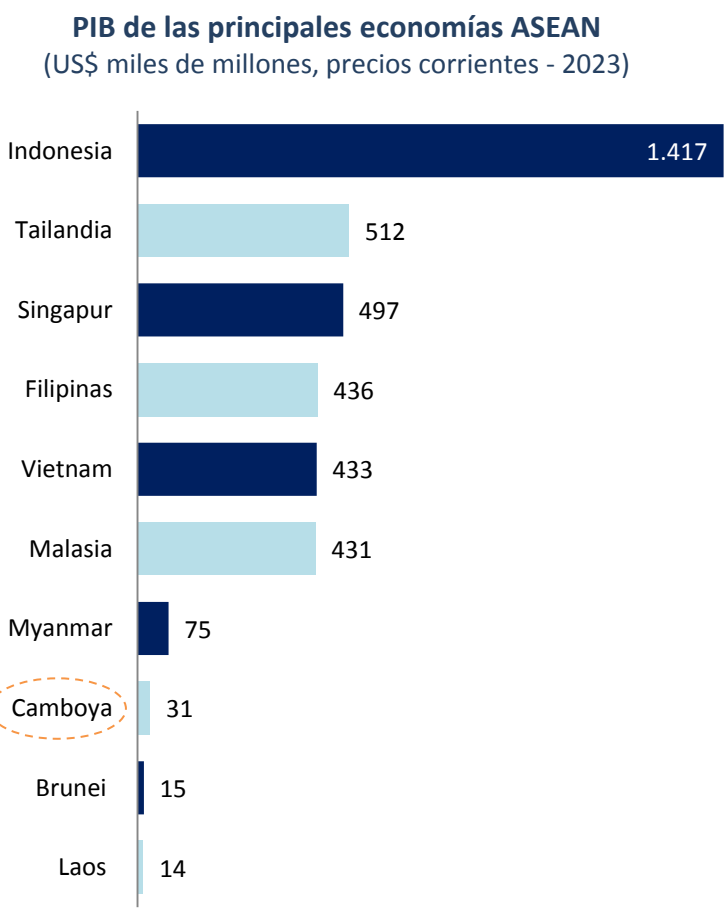
Economía

Es la 8^{va} economía ASEAN por tamaño de su PIB; en los próximos años crecerá a una tasa promedio superior a la del resto de las economías del grupo; será la segunda economía ASEAN con mayor tasa de crecimiento.



DATOS BÁSICOS (2023)

Población total	17 millones
Población urbana	6,7 millones
PIB (US\$ corrientes)	US\$ 31.000 millones
PIB per cápita (US\$ corrientes)	US\$ 1.916 (ingresos medios bajos)



Servicios
33,7%



Industria
37,7%



Agricultura
21,9%

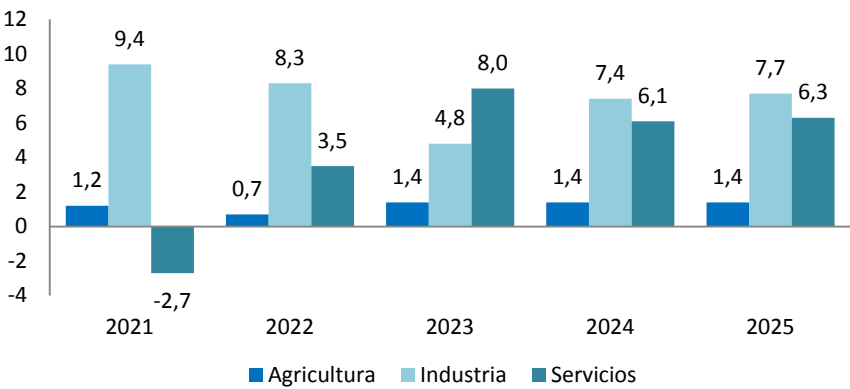
Consumo privado y exportaciones como principales componentes de la demanda; industria y servicios serán los sectores económicos con mayores tasas de crecimiento para los próximos años.



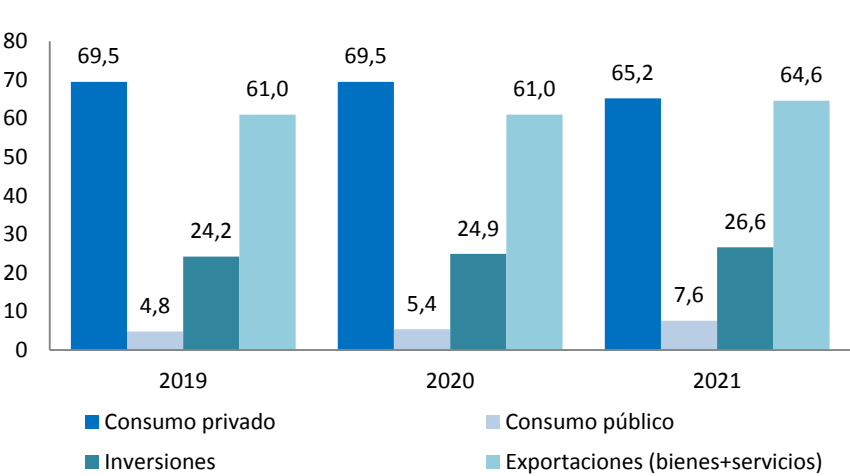
Economía que viene creciendo en forma constante en los últimos años y la de más rápido crecimiento entre las economías emergentes y en desarrollo de Asia. Para 2030, aspira a convertirse en una economía de ingresos medios altos y, en 2050, en una de altos ingresos.

- Las estrategias “**Cambodia Vision 2030**” y “**Estrategia Pentagonal 2050**” se centran en cinco objetivos: crecimiento económico sostenido, más y mejor empleo, desarrollo del capital humano, diversificación de la economía y mayor competitividad. La “**Estrategia Pentagonal**” describe una renovación integral de **tres sectores identificados como los motores del crecimiento económico futuro**: agricultura; las micro, pequeñas y medianas empresas y; el turismo.
- El crecimiento de la economía se ve respaldado por la **recuperación del turismo y de las exportaciones no textiles** (principalmente paneles solares y piezas eléctricas) y un **lento crecimiento de las exportaciones de prendas de vestir y calzado**. Las **proyecciones de crecimiento a futuro dependerán en gran parte de la demanda externa** proveniente de la Unión Europea y Estados Unidos (vestimenta, calzado y servicios de turismo).
- Es una economía que aún **depende mucho de la ayuda internacional (especialmente de China)**.
- Se proyecta un **crecimiento moderado del sector primario** para los próximos años (1,4%), impactado por el aumento del precio de los combustibles y otros insumos destinados a la producción. El **sector secundario**, si bien estará creciendo en los próximos años, no lo haría de la forma prevista debido al **bajo desempeño que tendría el sector líder que es la construcción**. En el sector de servicios, su **crecimiento seguirá impulsado por la recuperación del turismo** (entre 6,8% y 7,3%).

Tasa de crecimiento por sectores económicos
(en % i.a.)



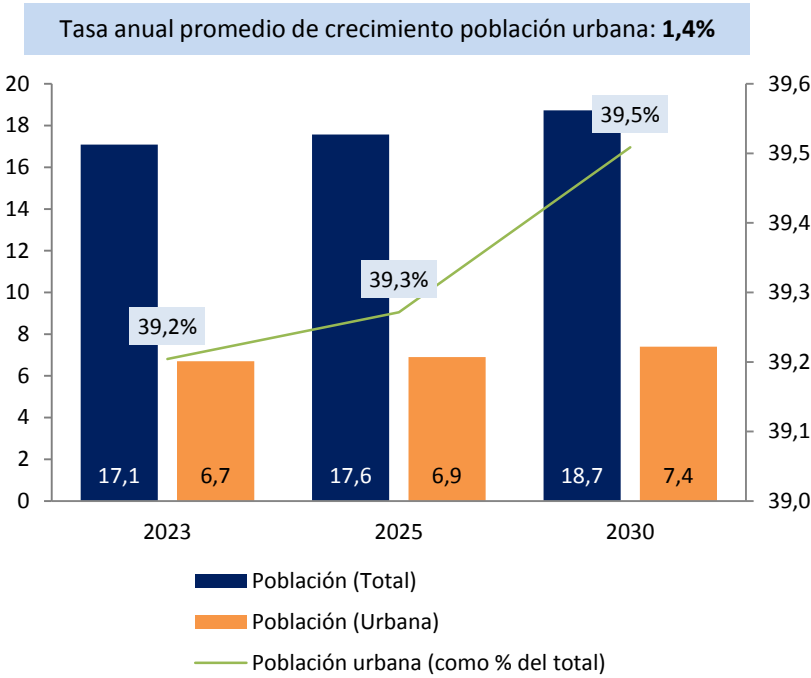
Componentes de la demanda
(como % PIB)



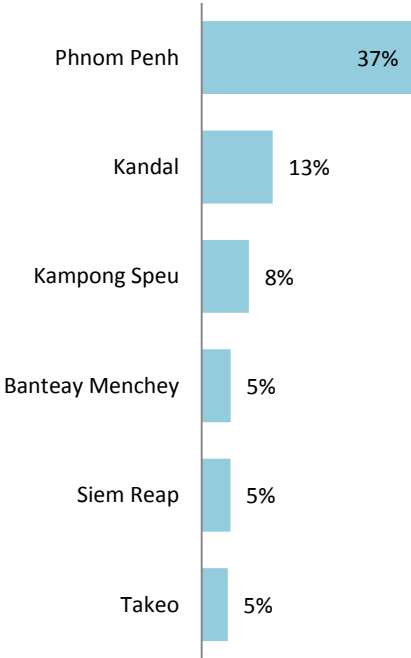
Población

La población urbana crecerá al mismo ritmo que la población total; crecimiento lento de la población en edad laboral y tendencia a una mayor tasa de envejecimiento poblacional para las próximas décadas.

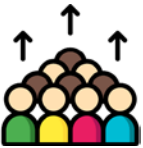
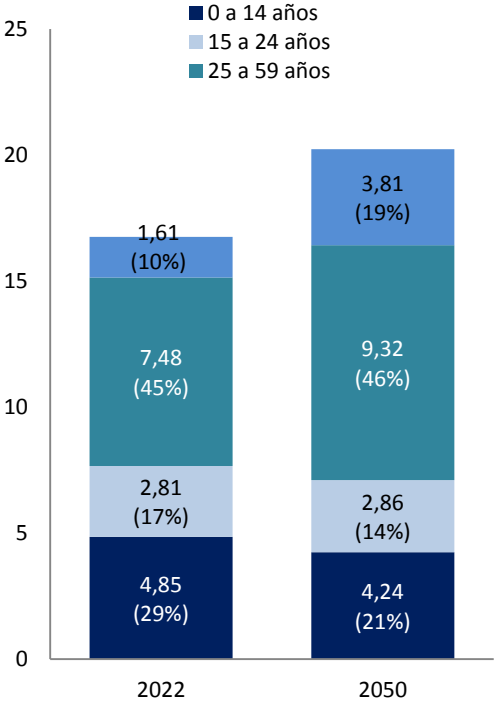
Proyección población total y urbana de Camboya
(en millones de personas y % del total - 2023/2030)



Distribución población urbana por provincia
(en % de la población total - 2023)



Proyección población por edad
(en millones de personas y % del total - 2022/2050)



Entre 2020 y 2050, se estima que la población camboyana experimentará un crecimiento moderado (de 16 a 22 millones); pero registrará un importante proceso de envejecimiento. Esta tendencia se caracteriza por un aumento lento pero sostenido de la población de edad avanzada y una disminución sustancial de la población joven.

La población urbana crecerá al mismo ritmo que la población total, pero la población rural continuará siendo mayoritaria en las próximas décadas. ~37% de la población urbana del país está concentrada en la ciudad capital (Phnom Penh); seis provincias de un total de 25 concentran el 73% del total de la población urbana del país.

Consumo

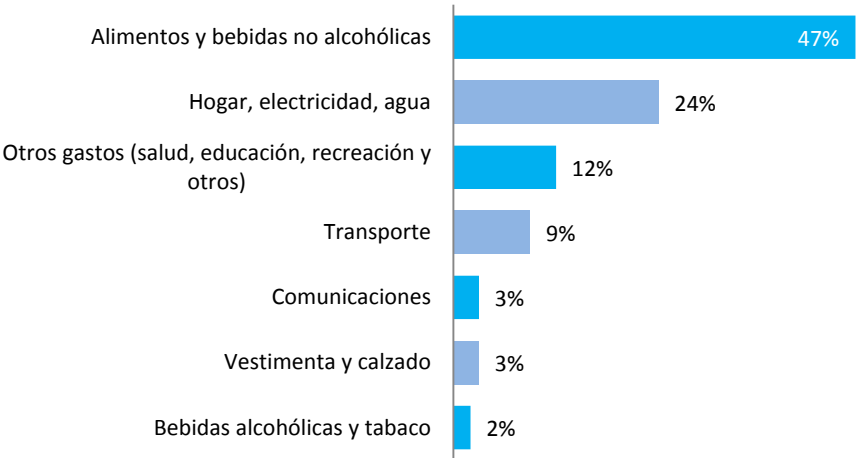
Es un mercado chico, en crecimiento y poco saturado para consumo de productos importados; gasto concentrado en consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas.



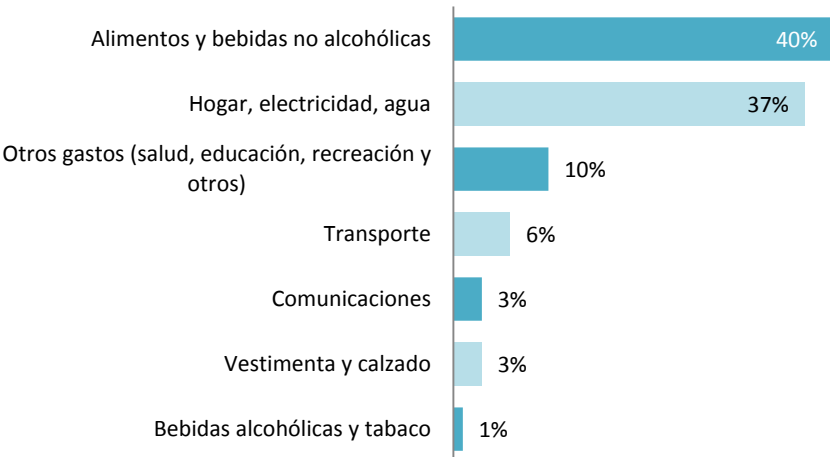
Es un **mercado chico**, concentrado principalmente en **Phnom Penh** (37% de la población urbana del país) y en **Siem Reap** (hotelería y turismo); está **en transformación y crecimiento positivo**. Las **oportunidades de ingreso para productos importados son mayores** porque **todavía no se encuentra saturado**.

- El **consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas podría alcanzar US\$ 11.700 millones en 2025**, lo que representaría un crecimiento a una tasa anual promedio de 7,5% entre 2020-2025.
- La **experiencia del consumidor con las marcas es reciente y limitada**, busca productos que conozca sobre su **prestigio o reputación** (la **característica general del consumidor es de desconfianza**, pero una vez que conoce el producto se transforma en un consumidor leal a esa marca). Dado que el **conocimiento de las marcas es aún reducido**, las **empresas que ingresan al mercado camboyano tienen que llevar adelante un trabajo mayor de promoción sobre su marca**.
- Es un **consumidor que se preocupa por la seguridad de los productos** (desconfianza hacia los productos provenientes de China y Vietnam, son baratos pero no cumplen con las normas de seguridad), por lo que **los productos provenientes de occidente cuentan con ventajas entre las preferencias de los consumidores** (el 84% de las preferencias de consumo se centran en la seguridad y bienestar de los alimentos y 45% en el precio).
- El **principal motor del consumo de productos occidentales se encuentra en Phnom Penh entre los consumidores jóvenes de ingresos medios y los universitarios**; la influencia francesa se destaca entre los consumidores adultos mayores de altos ingresos que buscan productos *premium* de estilo europeo (especialmente vinos y turismo).

Distribución del consumo hogareño promedio
(en % del total - 2021)



Distribución del consumo hogareño promedio en Phnom Penh
(en % del total - 2021)



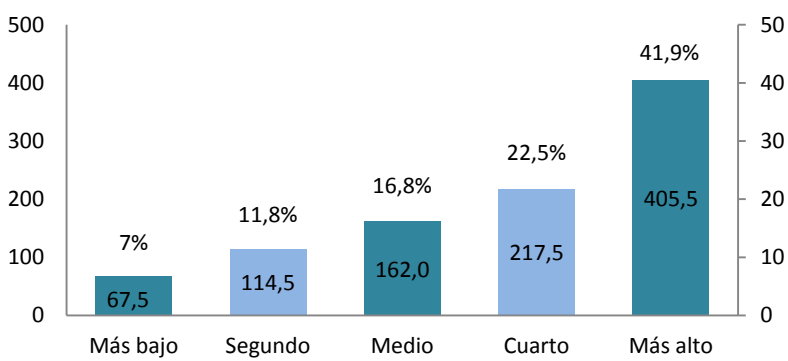
Crecimiento del PIB per cápita para los próximos años; clase media urbana en aumento con buenas tasas de crecimiento (35%) y disponibilidad para el consumo de productos importados.



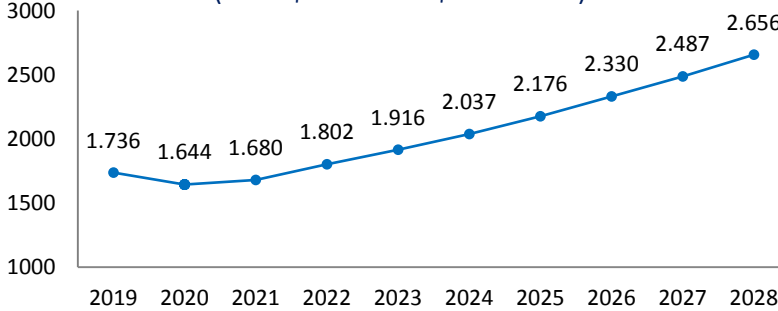
La renta está distribuida de forma desigual. Al dividir la población de Phnom Penh en cinco grupos (quintiles) por ingreso, el **20% con mayor ingreso disponible tiene ~42% del ingreso total** (un ingreso disponible per cápita ~6 veces mayor que el 20% de los hogares con ingresos más bajos). El **PIB per cápita crecería en los próximos años a una tasa anual promedio de 5,5% (2023-2028).**

- Existen **~5 millones de hogares**, con un **ingreso mensual promedio total ~US\$ 557** (en Phnom Penh alcanza ~US\$ 866). El **consumo mensual promedio de un hogar es ~US\$ 450** (US\$ 104 per cápita) y de **US\$ 625 en Phnom Penh** (US\$ 147 per cápita). **Hacia 2025, el gasto promedio de los hogares alcanzaría ~US\$ 496.**
- Clase media:** viene **creciendo rápidamente en los últimos años**, impulsada por el desempeño económico del país y la urbanización (~3,5 millones) con una tasa de crecimiento promedio de 35% (2013-2018). Este factor tiene un **impacto positivo en la economía del país** (aumento del gasto de los consumidores, impulso del comercio minorista y creación de nuevas oportunidades comerciales para los empresarios). **~10% de los hogares tienen ingresos superiores a US\$ 800 al mes** (valor que los sitúa en la clase media).
- Expatriados:** no hay estimaciones oficiales del número de expatriados (~30.000 principalmente chinos, japoneses, coreanos y taiwaneses; si se incluyen a los vietnamitas alcanzaría ~80.000 personas). Se dividen en dos grupos: **expatriados de bajos y altos ingresos**. Los primeros están integrados por personas con ingresos de US\$ 1.000/mes (mayormente jubilados, que consumen productos importados envasados); **expatriados de altos ingresos:** profesionales de agencias de desarrollo, personal de embajadas y empresas del sector privado, son los principales consumidores de alimentos y bebidas importados, pero no encuentran todos los productos que desean o necesitan.
- Turistas:** segmento que **contribuye con el consumo de productos importados;** los **hoteles son un mercado importante para alimentos y bebidas importados,** así como para productos de cuidado personal proporcionados a los huéspedes.

Distribución del ingreso per cápita mensual - Phnom Penh (por quintil, en US\$ - como % del ingreso total - 2021)



Proyección del PIB per cápita (en US\$ miles – US\$ corrientes)



Nivel de ingreso hogares (promedio)	
Ingresos bajos	<US\$ 200
Ingresos entre bajos y medios	US\$ 200-250 y US\$ 250-350
Ingresos medios y altos	US\$ 350-700 y >US\$ 700

Cadenas de comercialización modernas en crecimiento, con demanda de productos alimenticios importados.



La gran mayoría de los alimentos se vende en los mercados tradicionales/ferias de productos frescos. El aumento de los ingresos per cápita, la presencia de un número importante de organizaciones no gubernamentales (ONG), comunidad de extranjeros que trabajan en empresas internacionales y una fuerte industria turística contribuyen con el crecimiento de los establecimientos **minoristas modernos** (centros comerciales, minimercados y tiendas de conveniencia y supermercados).

- Las **ventas a través de los canales minoristas modernos podrían alcanzar ~US\$ 12.000 millones en 2025**, lo que representaría una tasa de crecimiento promedio de 8,1% entre 2020-2025. Los sectores de **clase media y alta se están volcando, en forma lenta pero constante, a los canales minoristas modernos** (supermercados) por su higiene, calidad y variedad de productos. El **mercado de alimentos envasados importados está creciendo rápidamente, con un alto potencial a futuro ya que la industria local de alimentos es limitada**, lo que contribuye a la variedad de alimentos procesados importados. Las **ventas minoristas de productos comestibles alcanzó ~US\$ 9.300 millones en 2023**. Entre 2015-2019, el espacio comercial total se duplicó (de ~174.000 a 370.000 metros cuadrados). Se estima que este año alcanzaría los 478.000 metros cuadrados.
- **Phnom Penh, Siem Reap y Sihanoukville son los principales puntos de comercios minoristas modernos, con supermercados y centros comerciales en expansión.** Las cadenas de negocios de conveniencia también están ganando terreno (7-Eleven desde 2021) y ofrecen bebidas y productos alimenticios internacionales. Otros minoristas de alimentos que ofrecen productos importados incluyen: Bayon Markets, Thai Huot Supermarkets, Makro, Veggy's, Super Duper, Grocerdel, DeliShop y GroceryDelivery (estos tres últimos son minoristas en línea).
- Los **minoristas modernos de Phnom Penh suelen importar de proveedores extranjeros, mientras que los supermercados más pequeños de Siem Reap se posicionan como distribuidores y obtienen productos de importadores con sede en Phnom Penh.** Los minoristas, como DFI Lucky y Thai Huot, también prestan servicios al comercio de hoteles, restaurantes e instituciones (HRI) a través de sus tiendas minoristas y operaciones mayoristas.

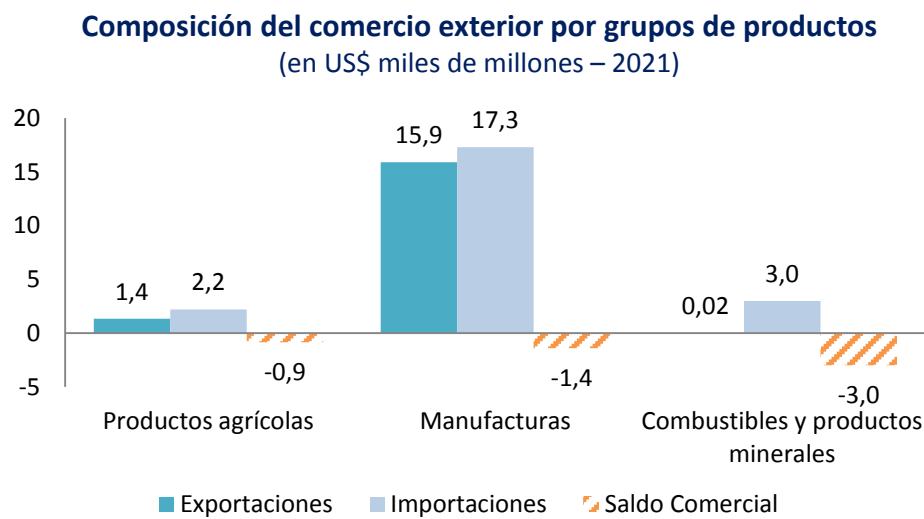
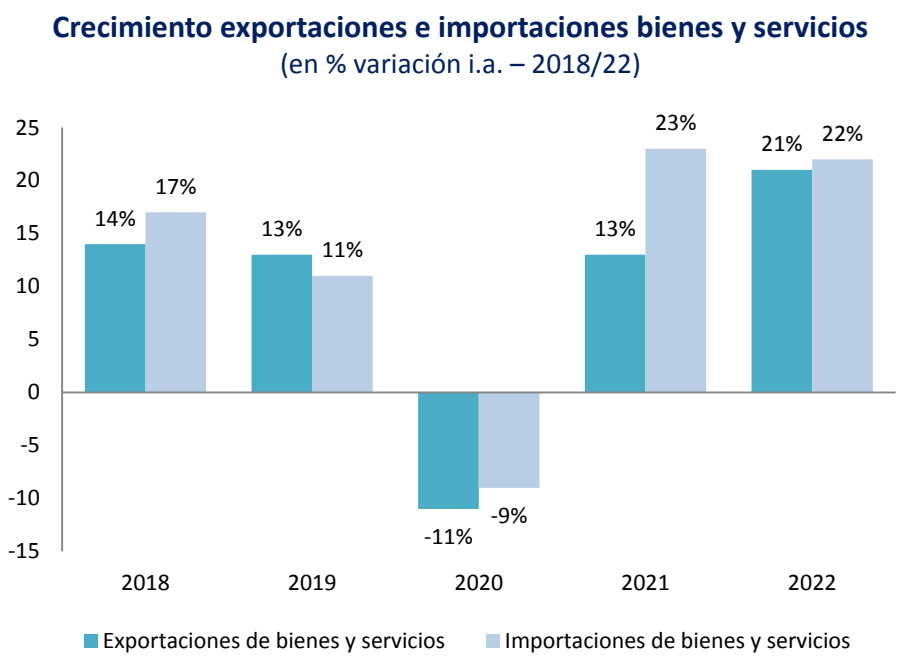
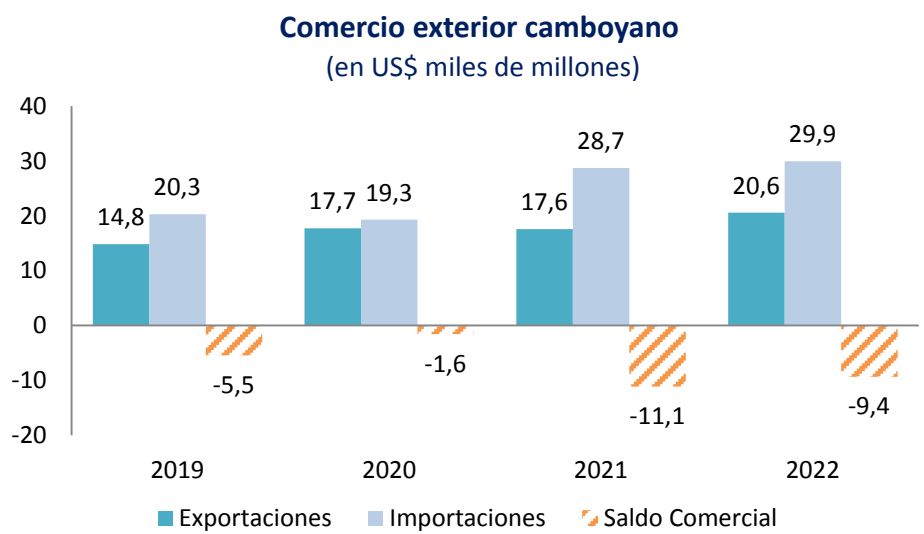


El sector de servicios alimentarios de hoteles, restaurantes e instituciones (HRI) está en rápido crecimiento en todos los **segmentos** (restaurantes de servicio completo; comidas rápidas; panaderías; cafeterías y bares). El incremento de la clase media urbana, complementada por una gran comunidad de expatriados, está **generando una fuerte demanda de productos alimenticios internacionales junto con un mayor deseo de probar nuevos alimentos y bebidas.**

- Las **oportunidades de exportación a los sectores HRI de Camboya pueden no estar a la vista**, ya que muchos hoteles y restaurantes todavía prefieren abastecerse de productos locales debido a su disponibilidad regular y a los precios competitivos de los alimentos y bebidas. Sin embargo, dado que **la producción local de productos alimenticios procesados es limitada, los establecimientos de HRI deben abastecerse con productos importados de calidad debido a la creciente demanda, lo que ofrece oportunidades para los exportadores.**

Comercio

Déficit estructural de la balanza comercial, las importaciones de bienes vienen creciendo a una tasa promedio mayor que las exportaciones (14% vs. 12%); mayor déficit comercial en combustibles, productos minerales y manufacturas.

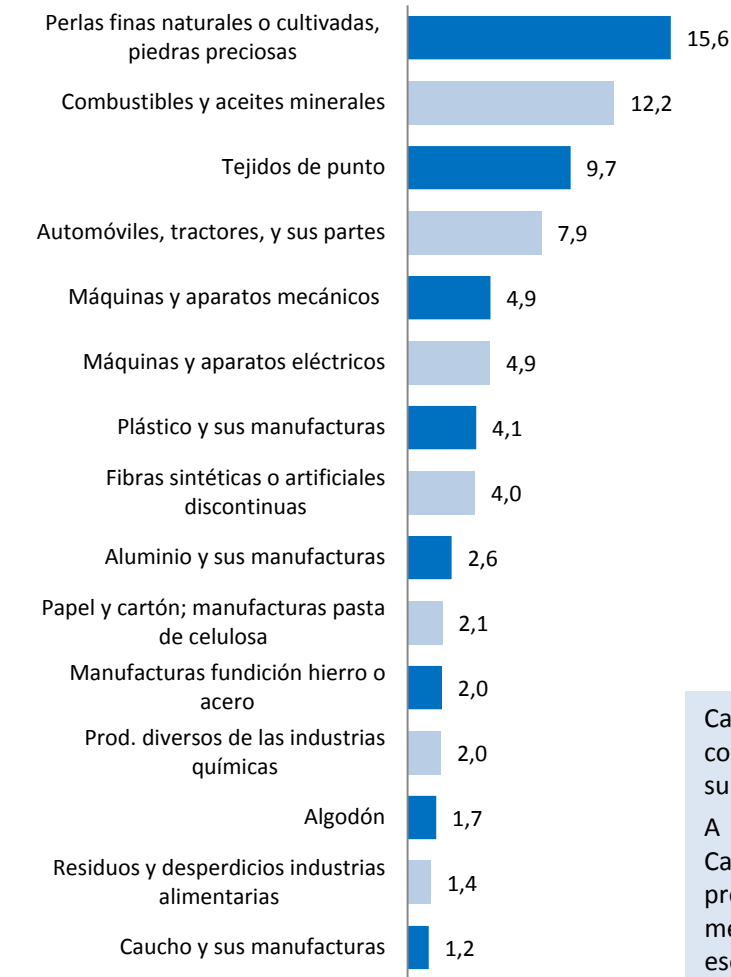


Es una **economía abierta**. En 2022, su índice de **apertura comercial** fue de **175%**.

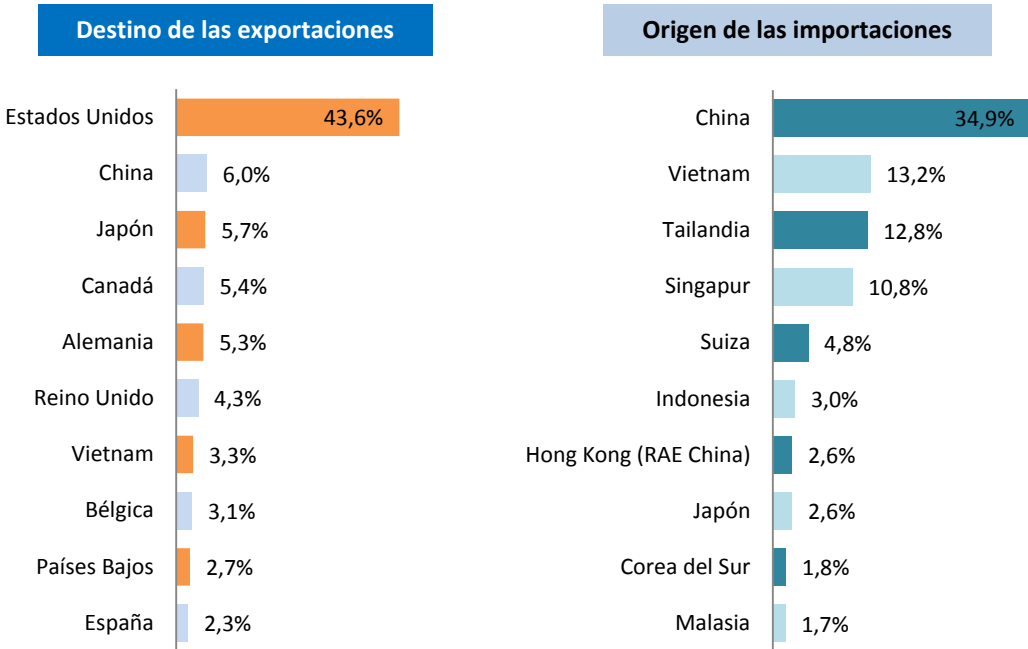
Esta apertura se debe a la reducción de aranceles en el marco de su adhesión a la OMC en 1999 y los distintos acuerdos de libre comercio suscritos por la ASEAN de los cuales Camboya es miembro.

Importaciones por US\$ 29.000 millones concentradas principalmente en perlas y piedras preciosas, combustibles y aceites minerales, y tejidos de punto; EE.UU. y China principales destino y origen de las exportaciones e importaciones.

Importaciones, por principales productos
(en % del total - 2022)



Distribución geográfica del comercio camboyano
(en % del total - 2022)

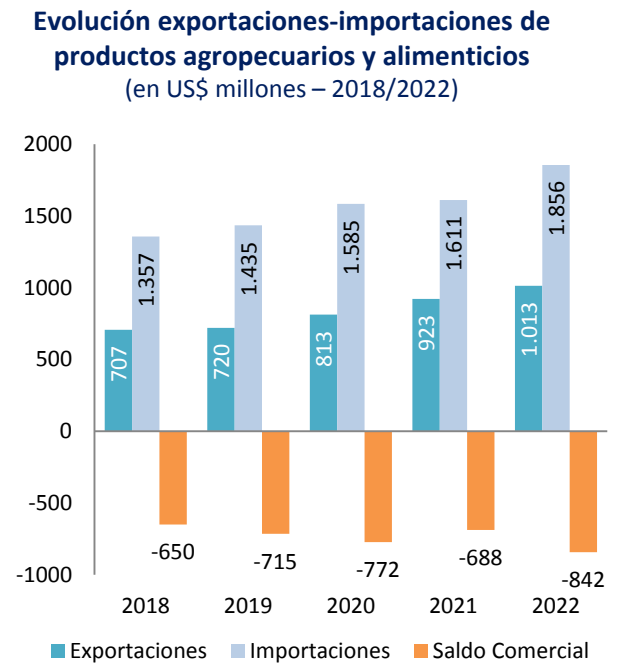


Camboya goza de acceso libre de impuestos y cuotas al mercado de la UE en virtud del acuerdo comercial del bloque europeo con los países menos avanzados (LDC) “Todo menos armas” (EBA, por su sigla en inglés).

A partir del 12 de agosto de 2020, se suspendió el acuerdo EBA para algunas exportaciones de Camboya hacia la UE (en particular prendas de vestir, calzado y artículos de viaje) debido a preocupaciones sobre los derechos humanos en el país. La retirada del acceso preferencial al mercado de la UE afectó ~20% de las exportaciones camboyanas a la UE. Camboya puede exportar esos productos a la UE pero están sujetos a los aranceles NMF que se aplican a cualquier otro miembro de la OMC.

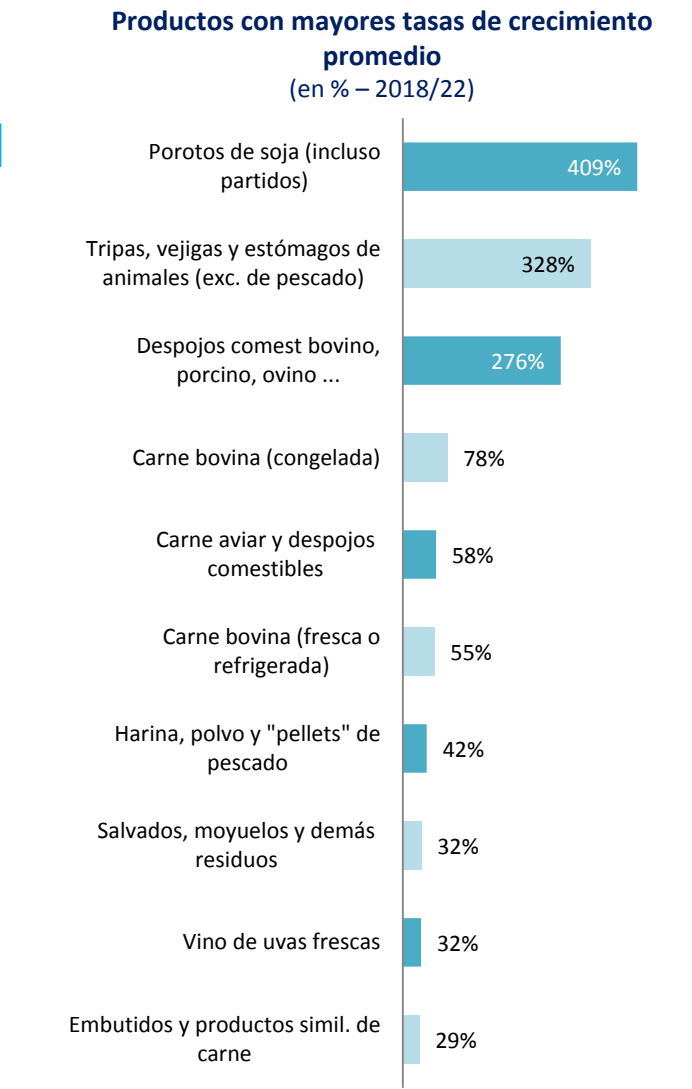
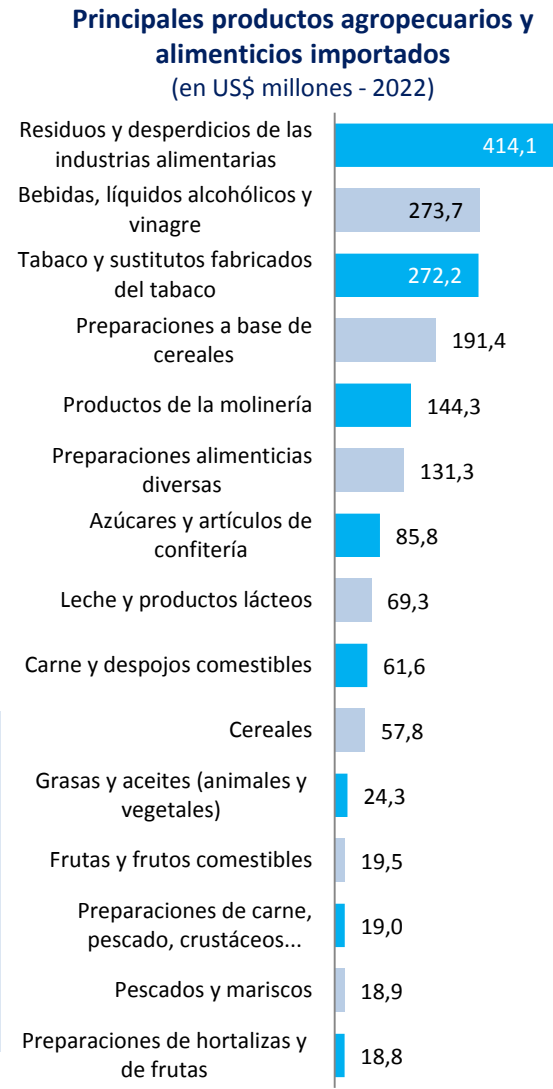
Alimentos y productos agropecuarios

Importaciones por ~US\$ 1.900 millones (6,3% de las importaciones totales); vienen creciendo a una tasa anual promedio de 8,1%; concentradas principalmente en residuos de la industria alimentaria (22%), bebidas alcohólicas (15%), tabaco (15%) y preparaciones a base de cereales (10%).



Si bien es un país exportador de productos agropecuarios y alimenticios, es dependiente de las importaciones por lo que tiene un déficit comercial estructural.

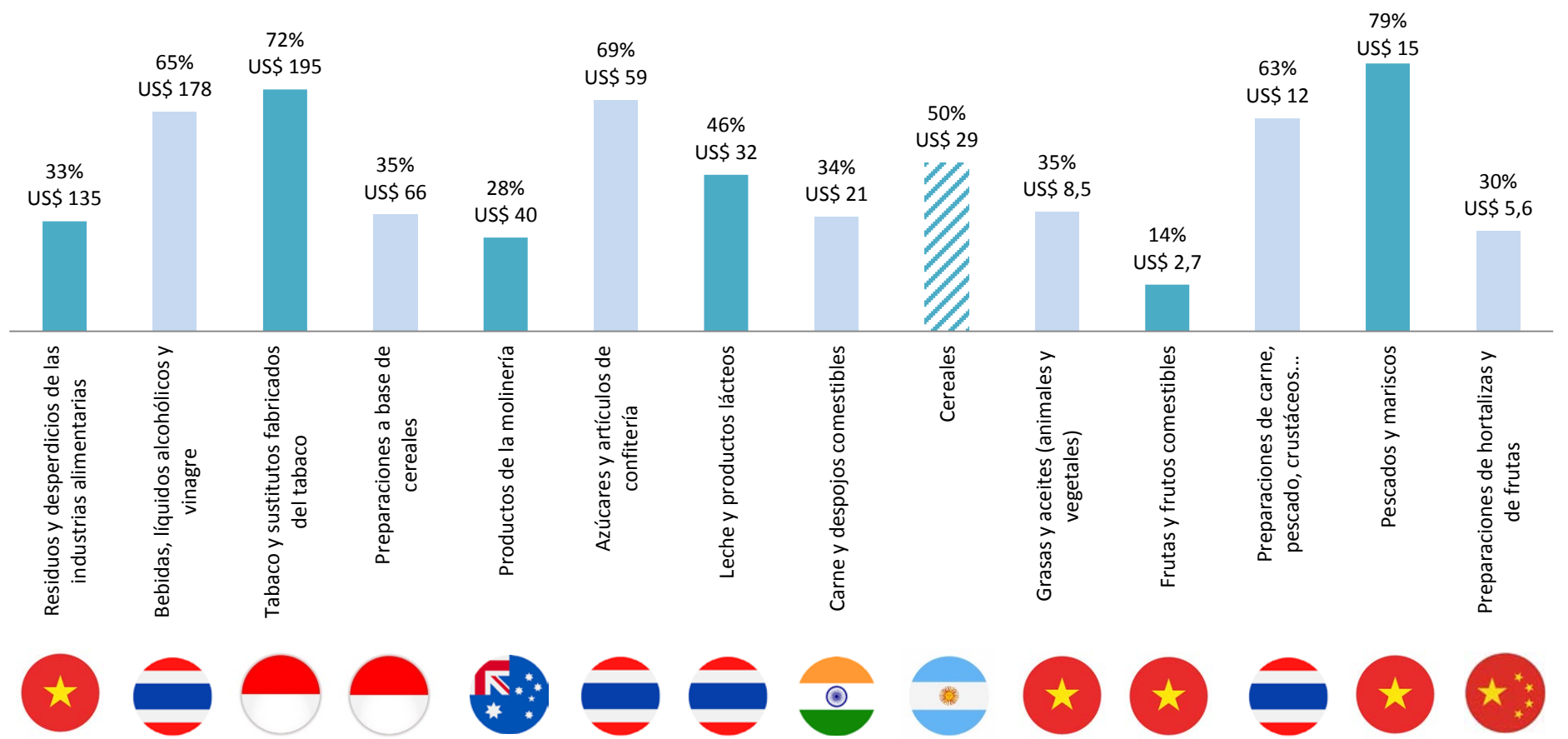
La mayoría de los productos importados poseen un procesamiento medio o final listos para el consumo, mientras que sus exportaciones son productos sin procesar o materias primas (bajo valor agregado).



Alimentos y productos agropecuarios

Fuerte participación de Tailandia, Vietnam e Indonesia como mercados de origen de los principales productos agropecuarios y alimenticios importados por Camboya; Argentina concentra ~50% del mercado de cereales.

Mercados de origen de los principales productos agropecuarios y alimenticios importados por Camboya
(en US\$ millones y % del total del mercado - 2022)



Alimentos y productos agropecuarios

Entre los principales exportadores y competidores en el acceso al mercado camboyano, nuestra canasta de productos es una de las menos diversificadas (93% de las exportaciones concentradas en dos productos).



93% de las exportaciones a Camboya corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, concentrados en dos productos: residuos y desperdicios de la industria alimentaria (53%) y cereales (40%).



~65% de las exportaciones corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, de las cuales ~79% son residuos y desperdicios de la industria alimentaria, le siguen cereales y, carne y despojos comestibles.



38% de las exportaciones corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, concentradas principalmente en productos de la molinería (73%) y, carne y despojos comestibles (12%).



~21% de las exportaciones corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, de las cuales ~38% corresponden a productos de la molinería y 19% a residuos y desperdicios de la industria alimentaria.



~70% de las exportaciones totales corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, principalmente leches y productos lácteos (~55%).



23% de las exportaciones corresponden a productos agropecuarios y alimenticios, de las cuales 50% están concentradas en residuos y desperdicios de la industria alimentaria.

En términos globales, los **principales mercados de origen de las importaciones de alimentos son: Tailandia (32%), Indonesia (16%), Vietnam (10%) y Singapur (7%). Las importaciones de alimentos se realizan principalmente en forma de alimentos procesados.**

Alimentos y productos agropecuarios

Es un mercado dependiente de las importaciones de alimentos y productos agropecuarios, con proyecciones de crecimiento a futuro (carne y productos lácteos); demanda actual concentrada en los sectores de expatriados pero con proyecciones de mayor consumo por parte de los sectores de clase media local por el mejoramiento de sus ingresos.



Los alimentos importados están dirigidos principalmente para el consumo de la comunidad de expatriados que cuentan con mayor poder adquisitivo y, en segundo lugar, para los sectores locales de clase media-alta y alta (menor proporción). La producción local de alimentos y bebidas no alcanza a cubrir la demanda interna, por lo que es un mercado dependiente de las importaciones.

- Es un mercado que presenta limitaciones en materia de infraestructura de cadena de frío y sistemas de distribución de alimento (poco desarrollados para productos perecederos o que requieren conservación refrigerada o congelada). Las principales oportunidades en alimentos y productos agropecuarios se encuentran en carnes, productos lácteos (especialmente fórmulas lácteas para adultos y bebés), frutas frescas y mariscos.
- Demanda de carne porcina, vacuna y aviar (incluso procesadas) en aumento (impulsará las importaciones debido a la producción local insuficiente). Se espera que las importaciones de carne crezcan a una tasa anual de 11%, alcanzando 37.000 toneladas en 2030. También se espera que las importaciones de frutas y verduras aumenten a una tasa anual de 5%, y alcancen 48.000 toneladas en 2030; otro tanto se espera para productos lácteos, con crecimiento de las importaciones a una tasa anual del 6%, que alcanzarían 2.000 toneladas en 2030. El consumo de lácteos todavía se encuentra muy por debajo del nivel de 20 Kg/persona existente en Tailandia y Vietnam; casi todos los productos lácteos son importados o reconstituidos en el país.
- La industria local de fabricación de alimentos está en su etapa inicial y es relativamente pequeña, pero se está expandiendo gradualmente y apunta no solo a satisfacer la demanda interna sino también a la exportación. Es una industria que enfrenta varias limitaciones y debilidades (falta de capital, instalaciones de procesamiento, infraestructura deficiente, tecnología y know-how para el procesamiento de alimentos, conocimiento sobre sanidad e higiene, suministro poco confiable de materias primas) lo que representa oportunidades para nuestra oferta exportable en materia de bienes y servicios para atender su desarrollo.

Los productos alimenticios importados se clasifican en tres niveles de riesgo: alto, medio y bajo.

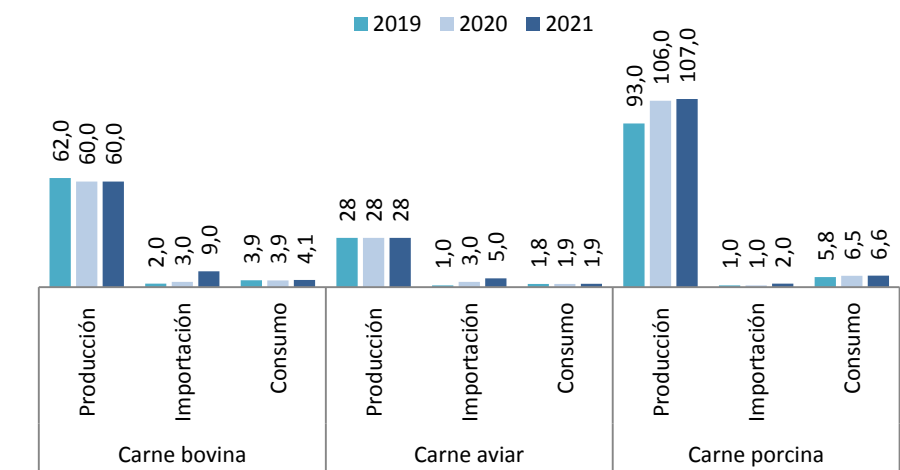
Riesgo	Productos incluidos
Alto riesgo	Productos cárnicos y avícolas; pescado y productos pesqueros; leche y lácteos; verduras de hojas crudas; frutas y hortalizas frescas cortadas; nueces y anacardos, frescos o secos, con cáscara/sin pelar o sin cáscara/pelados; huevos procesados, líquidos, congelados o secos; productos de panadería, listos para el consumo, que contengan huevo; alimentos para dietas especiales.
Riesgo medio	Productos lácteos procesados; productos pesqueros procesados (secos, salados, ahumados); productos cárnicos y avícolas procesados (secos, salados, ahumados); verduras frescas, incluidas papas y cebollas; productos de panadería (masa congelada, pan y bollos); frutas y verduras secas; ingredientes alimenticios secos; mayonesa; sésamo; mantequilla de maní; agua mineral; salsa de soja; jugo fresco.
Bajo riesgo	Todos los productos alimenticios no incluidos en las dos categorías anteriores.

La inspección física de los productos sigue la “Prakas No. 263” sobre “Procedimientos para la inspección de alimentos importados”.

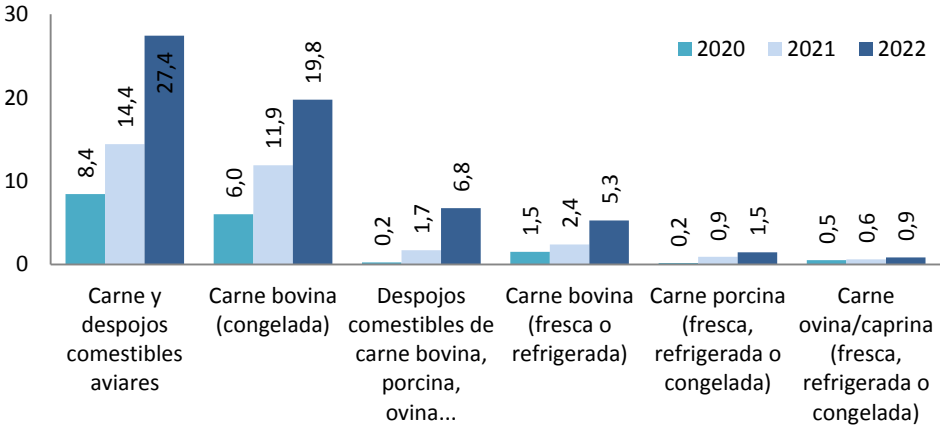
Alimentos y productos agropecuarios: carnes

Importaciones de carnes por US\$ 61,5 millones, en crecimiento en los últimos años, principalmente carnes y despojos comestibles aviares y bovinos.

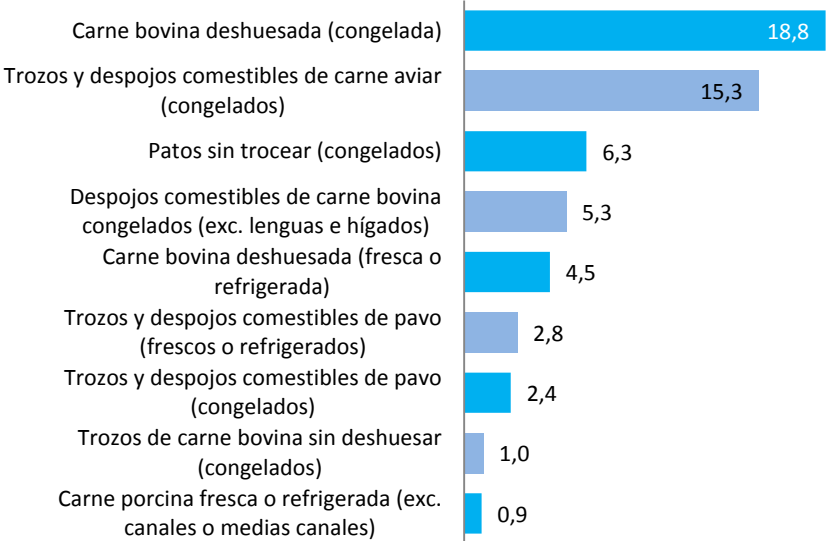
Evolución de la producción, consumo e importación de carnes
(producción e importación en miles de Tn, consumo en kg/per cápita/año)



Evolución de las importaciones de carnes
(en US\$ millones – por tipo)



Importaciones de carnes
(en US\$ millones – por tipo – 2022)



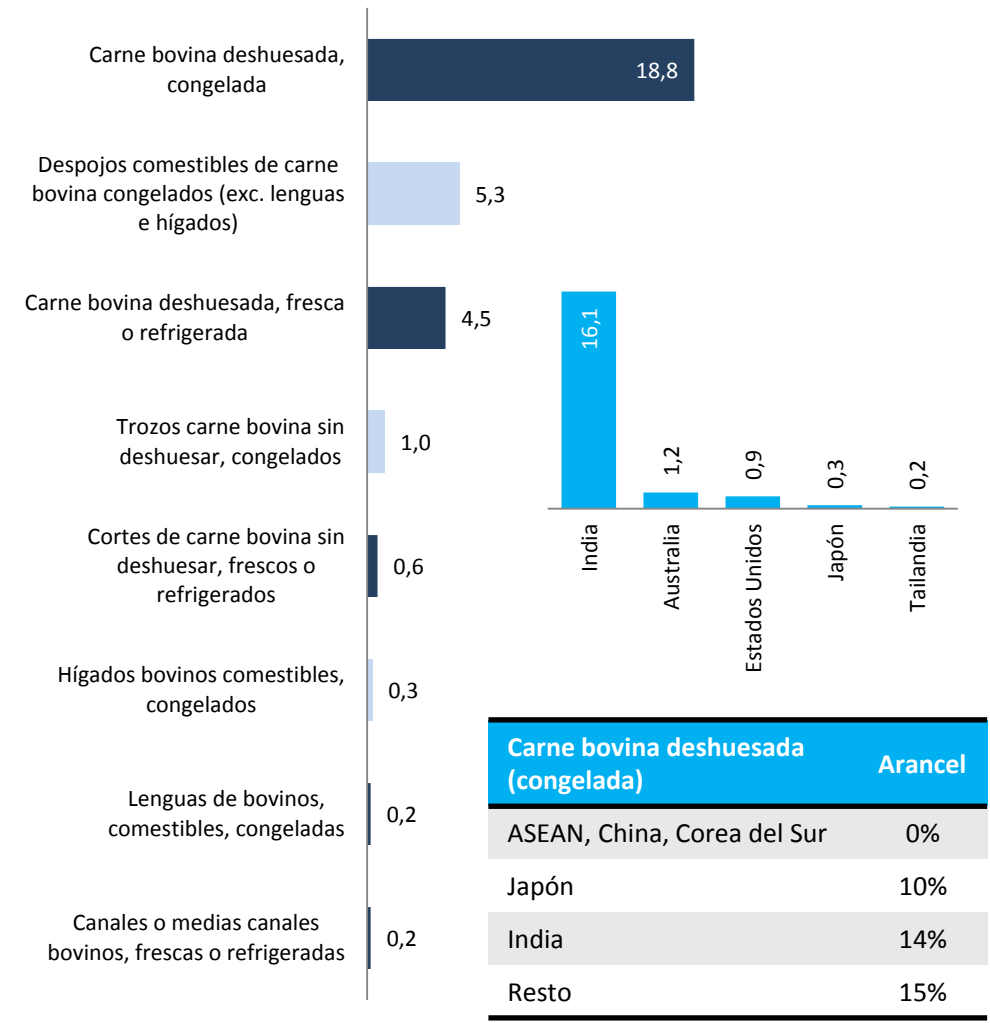
- **Producción de carne bovina y aviar sin variaciones en los últimos años**, con crecimiento de las importaciones para atender la demanda interna; **carne porcina con crecimiento de la producción local** e importaciones estables. **El consumo de carne representa el 20% de las proteínas de origen animal** (el 80% restante provienen del pescado).
- **Importaciones totales de carnes por valor de US\$ 61,5 millones**, vienen **creciendo desde 2020 a una tasa promedio del 54%**.
- **Importaciones de carne aviar y despojos comestibles representan ~42% de las importaciones totales**, mientras que la carne bovina congelada representa el 32%. **Ambas vienen creciendo a una tasa anual promedio de ~48% (2020-2022).**

Alimentos y productos agropecuarios: carne bovina

Consumo de carne importada *premium* focalizado en pocos centros urbanos; se espera que su consumo crezca a futuro con el mejoramiento de los ingresos de los sectores medios locales.

Importación de carne bovina

(en US\$ millones – por tipo y por mercado de origen – 2022)



Carne bovina deshuesada (congelada)	Arancel
ASEAN, China, Corea del Sur	0%
Japón	10%
India	14%
Resto	15%

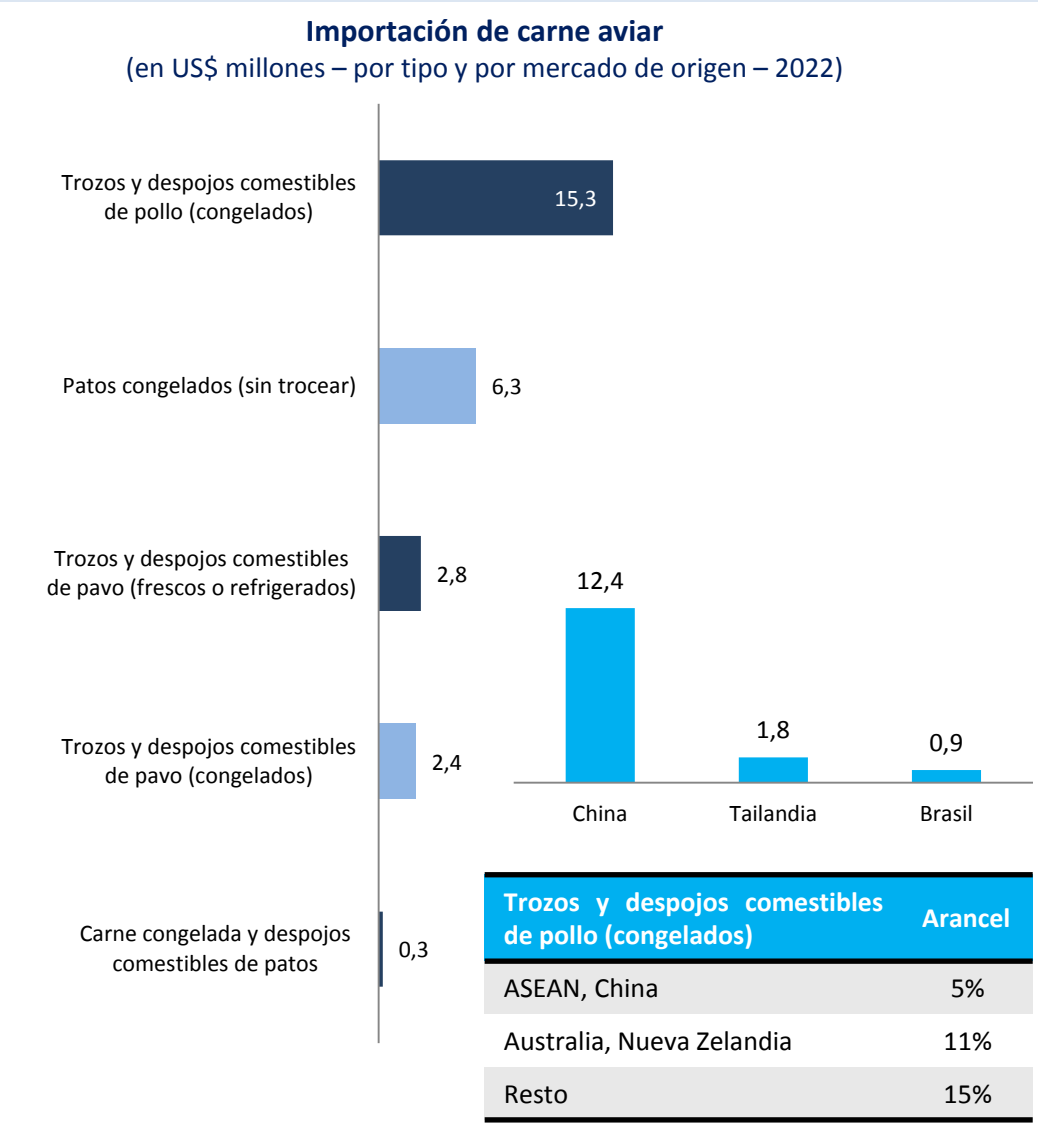


Importaciones por ~US\$ 31 millones (2022), ~61% concentradas en **carne deshuesada congelada**; ~12% de la carne consumida es importada (carne importada de India, Tailandia o Vietnam es considerada como carne local); ~20% de la carne consumida es comercializada a través de los supermercados (refrigerada o congelada).

- El **consumidor de carne vacuna importada lo hace una vez por semana o al menos una vez al mes** (en cantidades que oscilan entre 0,5 kg y 1 kg por grupo familiar).
- El **principal criterio para comprar carne vacuna es la calidad, seguida del sabor y luego el precio** (no se trata de un consumidor que valore mucho el país de origen del producto).
- ~60% de la población urbana está dispuesta a pagar hasta un 10% más por carne importada magra de mayor calidad. Phnom Penh y Siem Reap son los principales centros de consumo de carne vacuna *premium*. **Se espera que el mercado de carne vacuna *premium* siga creciendo a medida que aumenten los ingresos de la clase media.**
- Para ingresar al mercado camboyano de carne vacuna hay que **considerar la calidad y el sabor del producto**, comercialización a través de supermercados (refrigerada/congelada) y en paquetes pequeños (0,5 Kg).
- En ciudades como **Phnom Penh y Siem Reap hay que tener en consideración:** estándar de garantía de calidad, el buen sabor, bienestar animal, frescura del producto, trazabilidad de la empresa, ausencia de aditivos alimenticios, valor nutricional y embalaje ecológico.

Alimentos y productos agropecuarios: carne aviar

Mercado dependiente de las importaciones, principalmente concentradas en trozos y despojos de pollo congelados, y patos congelados.



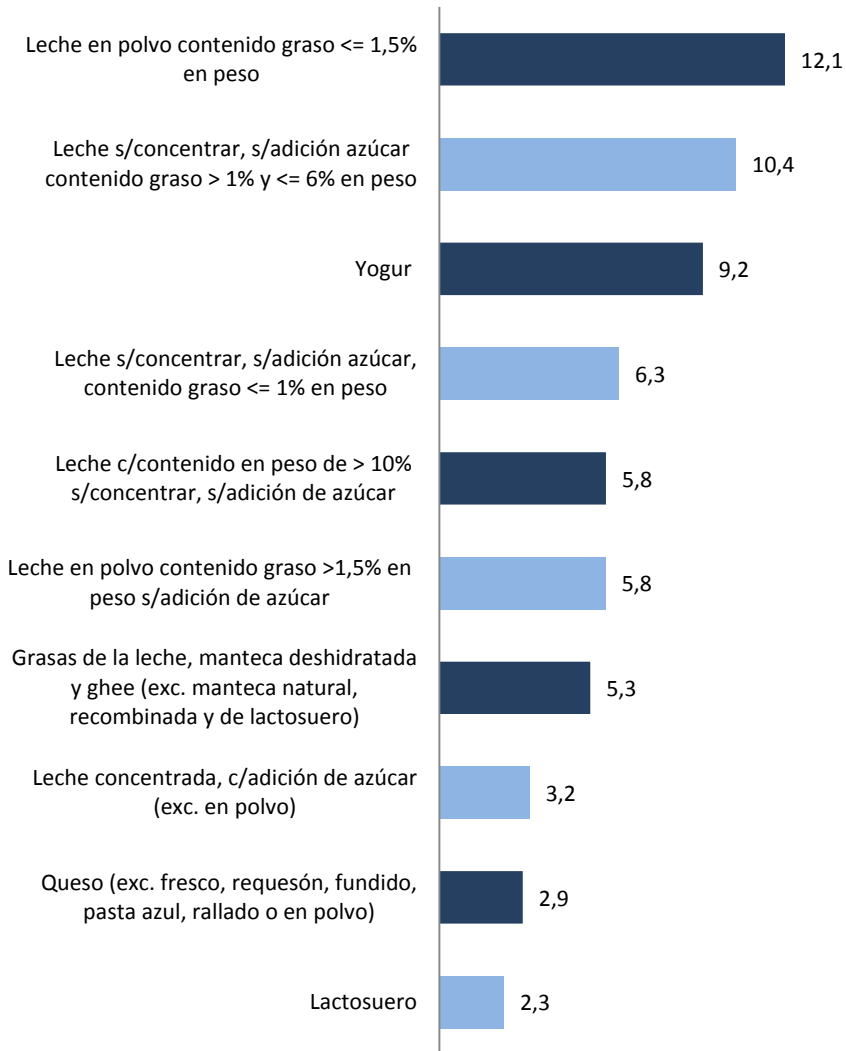
Importaciones por ~US\$ 24 millones (2022), vienen creciendo a una tasa anual promedio de 80% en los últimos tres años.

- ~56% de las importaciones se encuentran concentradas en trozos y despojos comestibles de pollo (congelados).
- Mercado con demanda de productos avícolas en aumento, se prevé que continúe la tendencia ascendente en las próximas décadas debido a la baja producción y productividad local del sector (la mayor demanda de productos avícolas seguirá ampliando la brecha entre oferta y demanda en las próximas décadas). **Esto mantendrá en alza las importaciones que deberán cubrir el crecimiento del consumo interno** registrado en los últimos años (aunque menor que en el resto de los países del Sudeste Asiático).
- Los principales problemas que tiene la producción local de pollos son: mortalidad de los animales, incidencia del alto precio de los piensos, conocimientos técnicos limitados, malas condiciones climáticas (clima cálido), acceso limitado al agua durante la estación cálida y tamaño inadecuado de las unidades de producción.
- Los principales mercados de origen de las importaciones son China y Tailandia aunque en los últimos años también se registran importaciones desde Brasil.

Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos

Es un importador neto de productos lácteos, pero dirigidos principalmente al consumidor *premium* de expatriados.

Importaciones de leche y productos lácteos
(en US\$ millones – por tipo de producto – 2022)



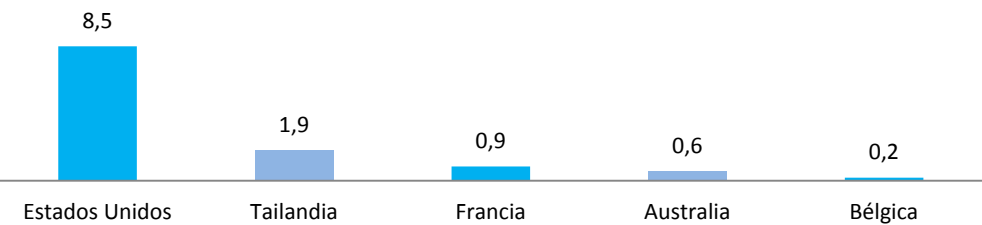
Importaciones de productos lácteos por ~US\$ 69 millones (2022), con una tasa promedio anual de crecimiento de 16% entre 2018-2022.

- **Industria láctea local muy subdesarrollada** (consta de solo tres granjas lecheras que producen ~10.000 litros de leche fresca por día), la demanda interna alcanza a ~25.000 litros al día.
- **~95% de los productos lácteos son importados** (principalmente productos de larga conservación, pasteurizados o UHT); **demanda en crecimiento en los últimos años**; las importaciones de leche crecieron en volumen ~20% en los últimos tres años.
- Como otros mercados asiáticos, se trata de un **consumidor con intolerancia a la lactosa** (lo que limita el mercado de productos).
- Es un **mercado que se encuentra segmentado en el turístico** (hotelería/restaurantes) con **productos importados de alto valor**, y otro **local con productos lácteos que contienen ingredientes de menor costo** (importados de Tailandia y Vietnam).
- **La leche no suele consumirse como bebida sino como agregado del café** (leche condensada azucarada y leche evaporada que se utilizan en las cafeterías son importadas). El **yogur** se importa y su **consumo se destina a la industria turística**, aunque está creciendo su consumo entre los adolescentes urbanos. La **leche en polvo importada se utiliza en bebidas y productos horneados**. La fórmula infantil es importada y no hay producción local. El **queso** se importa y **se destina a las cadenas de supermercados que abastecen a hoteles de lujo y restaurantes de alta cocina** que atienden a los turistas europeos.

Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos

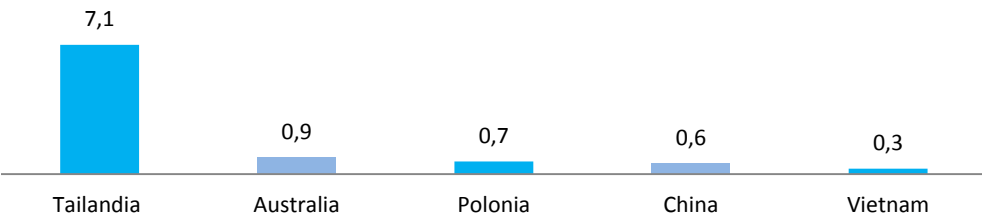
Tailandia, Australia y países UE principales mercados de origen de las importaciones lácteas.

Importaciones de leche en polvo, contenido graso <=1,5% en peso
(en US\$ millones – por mercado de origen - 2022)



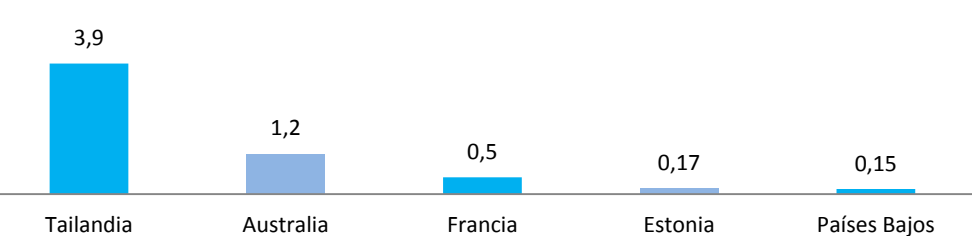
Leche en polvo, contenido graso <=1,5% en peso	Arancel
ASEAN, China, India, Corea del Sur	0%
Australia, Nueva Zelandia	5%
Resto	7%

Importaciones de leche sin concentrar, sin adición de azúcar, contenido graso >1% y <=6% en peso
(en US\$ millones – por mercado de origen - 2022)



Leche sin concentrar, sin adición de azúcar, contenido graso >1% y <=6% en peso	Arancel
ASEAN, China, India, Corea del Sur	0%
Japón	5%
Resto	7%

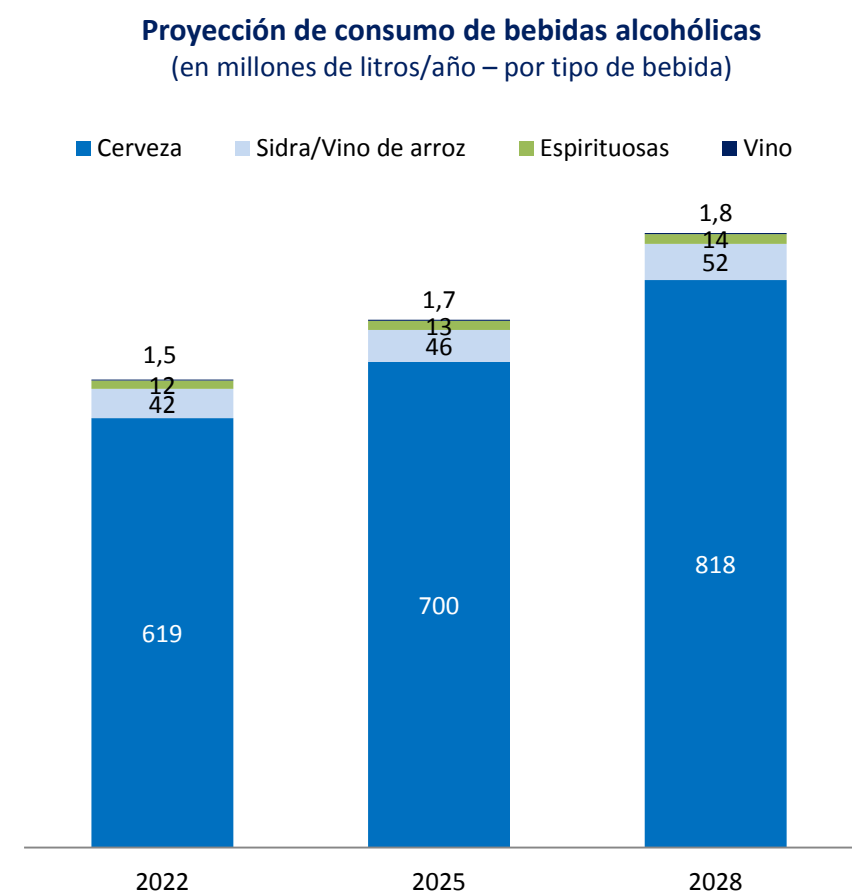
Importaciones de leche sin concentrar, sin adición de azúcar, contenido graso <=1% en peso
(en US\$ millones – por mercado de origen - 2022)



Leche sin concentrar, sin adición de azúcar, contenido graso <=1% en peso	Arancel
ASEAN, China, India, Corea del Sur	0%
Japón	5%
Resto	7%

Alimentos y productos agropecuarios: vinos

Mercado que viene creciendo (aunque el consumo per cápita sigue siendo bajo). Su principal motor de consumo es el sector turístico, aunque las proyecciones a futuro indican que los sectores locales medios y altos también impulsarán el consumo de vino importado.

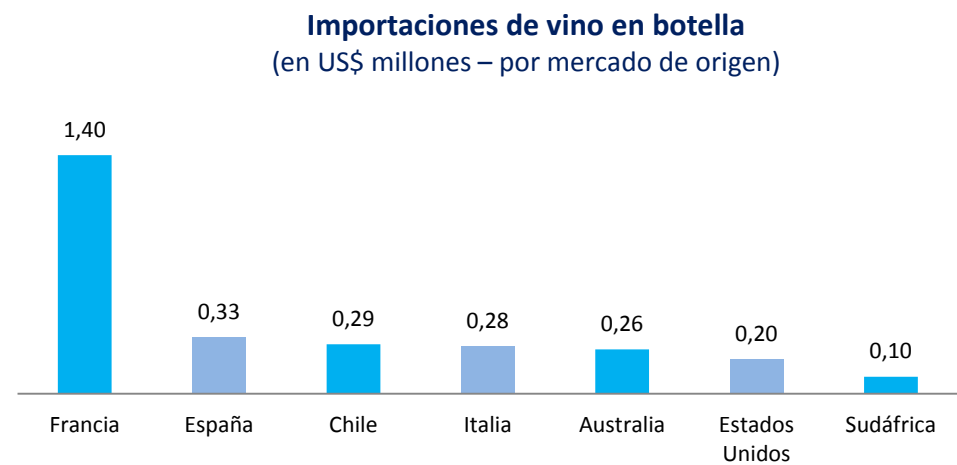
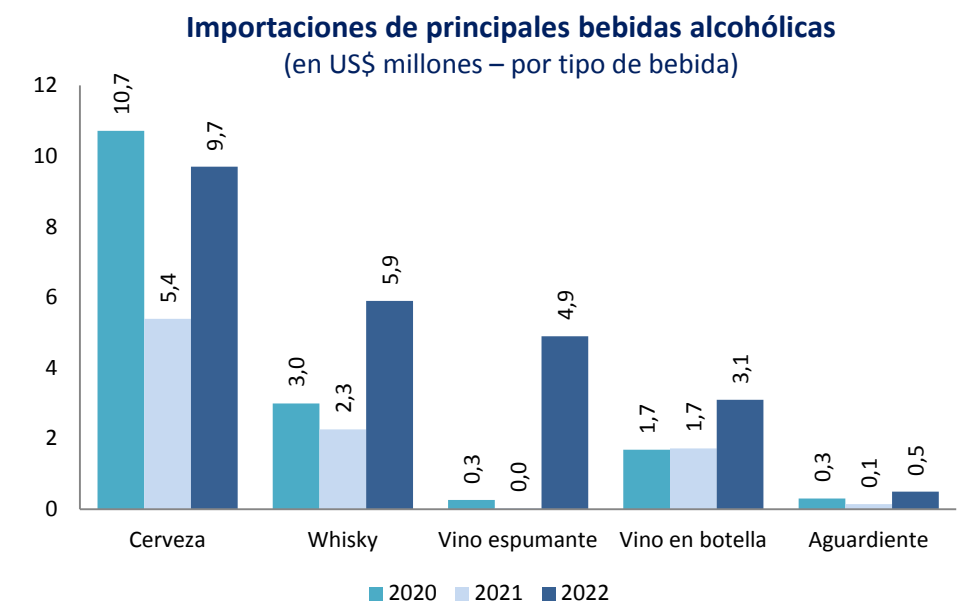


Es un mercado que viene creciendo en forma significativa en los últimos años (impulsado por cambios de preferencias de los consumidores y desarrollos específicos del mercado local) **como producto del incremento de los ingresos en los sectores medios y la urbanización estilo occidental** que se está produciendo en las principales ciudades del país.

- El **consumo per cápita es bajo** (comparado al resto de las bebidas), 1,5 millones de litros/año lo que equivale ~0,07 litros/per cápita. ~80% de los consumidores son hombres.
- El consumidor camboyano de **clase media considera al vino como una bebida sofisticada, símbolo de estatus y de moda en reuniones sociales y celebraciones**. Esta tendencia ha sido un **disparador para la demanda de vinos importados**. Para el consumidor camboyano, el **vino importado es un producto de mayor calidad con amplias gamas de sabores y estilo** si se lo compara con otras bebidas más populares (cerveza).
- La **industria turística es otro de los impulsores del mercado del vino en Camboya**, principalmente **turismo proveniente de países que poseen cultura vitivinícola**. Esto posibilitó el **aumento en la disponibilidad de vinos importados en supermercados, restaurantes y bares debido a la demanda proveniente del turismo**.
- La disponibilidad de vinos por la demanda turística también permitió que los **sectores de clase media-alta y alta tomaran más contacto con los vinos importados a través de eventos de cata, maridajes y clubes especializados** (existirían alrededor de 20 tiendas especializadas en vinos). Esta tendencia está impulsada por el **deseo de adquirir conocimientos y experiencia en la selección y consumo de vinos, lo que impulsa aún más su demanda en el país**.

Alimentos y productos agropecuarios: vinos

Fuerte presencia del vino francés (espumante), baja participación de vino en botella proveniente de Argentina.



Importaciones de vinos por ~US\$ 8 millones (2022); representan el 32% del total de las bebidas alcohólicas importadas; registran una tasa de crecimiento desde 2018 de 114% (vino espumante) y 11% (vino en botella).

- Fuerte presencia del vino francés por herencia cultural, representa el 99% de las importaciones de vino espumante en el mercado camboyano, y el 45% de las correspondientes a vino en botella.
- Se registran importaciones desde Argentina por valor ~US\$ 55.000 (2022). Existe un hotel *boutique* y restaurante de carnes asadas en Phnom Penh llamado “Iguazú” ubicado en lo que fue la casa del Gobernador francés durante el período colonial. También existen un par de churrasquerías estilo brasileño.

Vino en botella y vino espumante	Arancel
ASEAN, China, India, Corea del Sur	0%
Japón	10%
Resto	35%

Agronegocios: oportunidades en agricultura y ganadería

Presenta una serie de obstáculos y desafíos en materia de producción y productividad agrícola-ganadera; la solución de estos problemas implicará la importación de bienes y servicios de los cuales nuestro país podría ser proveedor.



El sector de **agro procesamiento** se encuentra **completamente subdesarrollado**. La **baja productividad y competitividad del sector agrícola-ganadero** siguen siendo un desafío para Camboya en distintos aspectos: falta de mano de obra agrícola capacitada; la transferencia de tecnología agrícola adecuada y moderna sigue siendo insuficiente; el suministro de agua para riego agrícola sigue siendo insuficiente; falta de infraestructuras que apoyen a la agricultura (transporte, almacenamiento, secado y cadena de frío para los productos); pérdidas poscosecha relativamente elevadas; producción ganadera con lento desarrollo debido a los elevados costos de producción (precio de los alimentos para animales y productos veterinarios).



El “Plan Maestro 2030 para el Sector Agrícola” establece una serie de prioridades para dar solución a las problemáticas arriba señaladas:

- **Incrementar la productividad y rentabilidad en la cadena de valor de los cultivos:** la demanda está centrada en la provisión de **insumos agrícolas de mayor calidad** (semillas) y nuevas tecnologías (máquinas pulverizadoras, drones para la identificación de plagas, sistemas de almacenamiento en frío y otros equipos); **capacitación de recursos humanos y uso de tecnologías en medidas sanitarias y fitosanitarias** (SPS, por su sigla en inglés); **uso de tecnologías como los sistemas de riego por goteo** (desarrollo del riego por aspersión y el doble cultivo viene más lento). **Es un mercado que también está introduciendo bombas alimentadas por energía solar debido al costo elevado de la energía.**
- **Incrementar la productividad y rentabilidad en la cadena de valor ganadera:** mejoramiento de la sanidad animal (**vacunación e insumos veterinarios**); mejoramiento genético ganado vacuno (**inseminación bovina**); mejoramiento de piensos para animales (**mejoramiento de pasturas**); modernización de matarifes y control de calidad de la producción de carne; desarrollo de la **infraestructura y equipamiento de almacenamiento en frío para la industria láctea.**
- **Promover el desarrollo de la agroindustria:** utilización de **nuevas herramientas tecnológicas** (ICT4Ag); desarrollo de nuevos productos, servicios para **agro pymes**; creación de **zonas de procesamiento de productos agrícolas**; desarrollo de la **mecanización agrícola sobre tres ejes:** aumento de la incorporación de maquinaria y nuevas tecnologías para la producción agrícola; incorporación de tecnologías de almacenamiento para reducir las pérdidas poscosecha; capacitación de recursos humanos para la utilización de maquinaria agrícola moderna.



La solución de estos temas implicará la utilización de equipamiento, insumos, paquetes tecnológicos y transferencia de *know-how* que no están disponibles en el país y que deberán ser importados, lo cual generará oportunidades para nuestra oferta exportable en bienes y servicios.

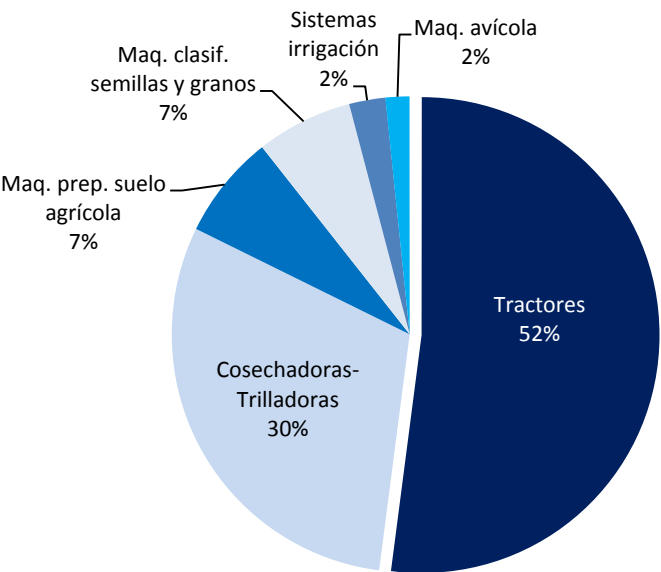
Agronegocios: maquinaria agrícola

Presenta una serie de obstáculos y desafíos en materia de producción y productividad agrícola-ganadera; la solución de estos problemas implicará la importación de bienes y servicios de los cuales nuestro país podría ser proveedor.



- Importación total de maquinaria agrícola
US\$ 368 millones (2021)
- Participación en el total de Asia
6% del mercado
- Participación en el total del Sudeste Asiático
14% del mercado
- Primer importador de cosechadoras-trilladoras de Asia
14% del mercado
- Segundo importador de tractores de Asia
11% del mercado
- Tercer importador de máquinas p/preparación suelo agrícola del Sudeste Asiático
11% del mercado

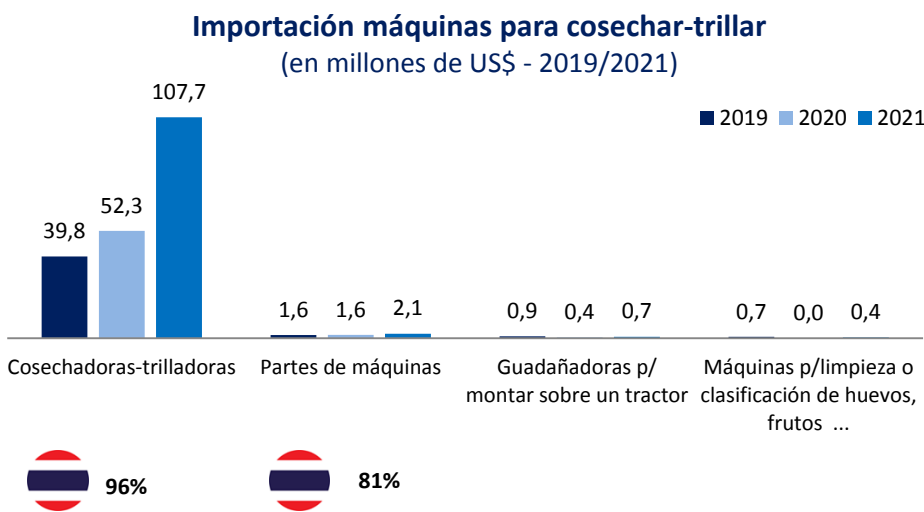
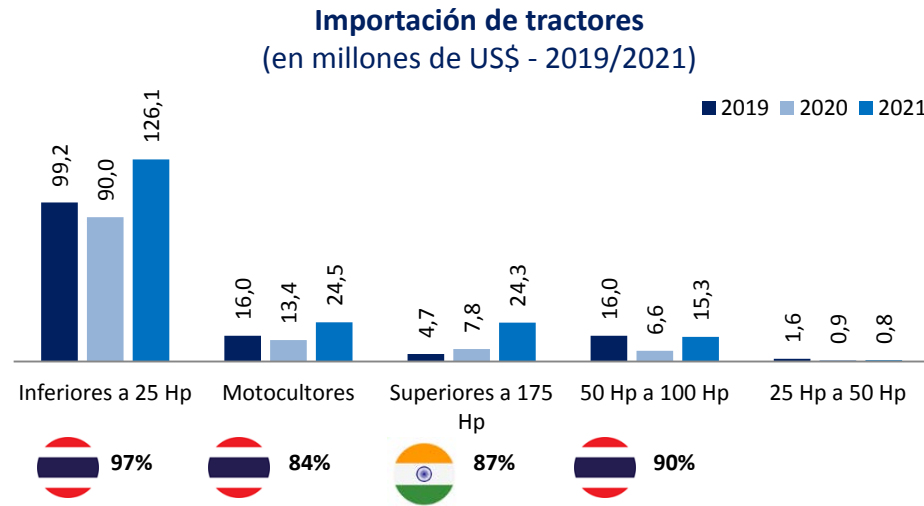
Distribución de la importación de maquinaria agrícola
(por tipo – en % – 2021)



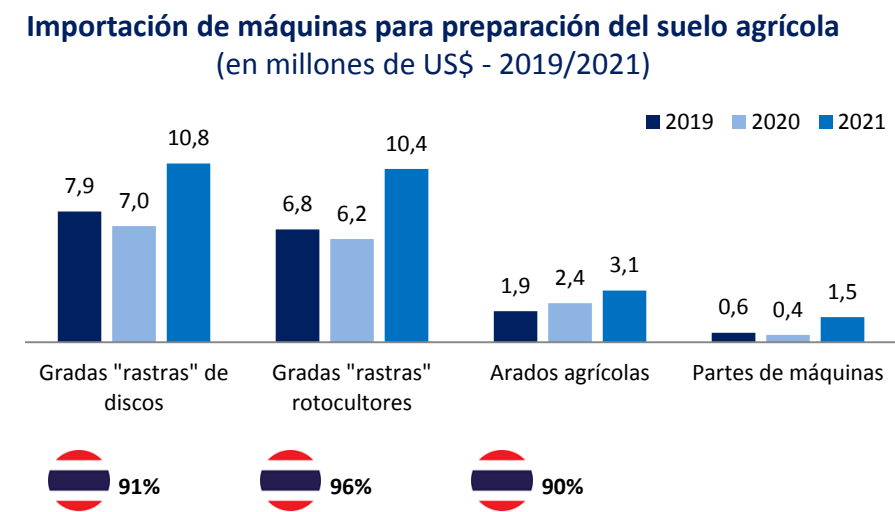
- Mercado que utiliza cada vez más maquinaria agrícola en todo el proceso de producción y en la incipiente industria procesadora de alimentos. El principal impulso viene de parte de programas internacionales mediante los cuales se obtiene el financiamiento para la compra de maquinaria. El gobierno camboyano está impulsando la introducción de máquinas de siembra directa para mejorar la eficiencia de la siembra, y trasplantadoras de arroz.
- Mercado dependiente de las importaciones de maquinaria. El mercado de mecanización agrícola crecería a una tasa anual promedio de 4,1% hasta 2027, principalmente para tractores. Diferentes factores estarían influyendo en este crecimiento (enfoque de los agricultores en la mecanización agrícola sostenible, aumento de las asociaciones público-privadas en el país, mejor acceso financiero a los servicios).
- La cosecha de arroz está en gran medida mecanizada (uso tractores principalmente dos ruedas y motoazadas para reemplazar al ganado en las operaciones de arado). El uso de algunas máquinas, como sembradoras, segadoras, pulverizadoras o cosechadoras, aún es limitado.

Agronegocios: maquinaria agrícola

La mayor parte de la maquinaria importada no llega directamente del país en el que se produjo. Tailandia actúa como *hub* de maquinaria agrícola en la región del Sudeste Asiático.



Producto	Arancel	
Tractores	NMF	7,5%
	Japón	5%
	Australia, Nueva Zelandia	2,5%
	ASEAN, China, Corea del Sur, India	0%
Motocultores	NMF	0%
Cosechadoras-Trilladoras	NMF	0%
Partes de máquinas	NMF	0%
Gradas rastras/disco	NMF	0%



Enlaces y contactos de interés

Para mayor información sobre las oportunidades comerciales con Camboya y otros países puede consultar:

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

Dirección de Promoción de las Exportaciones de Bienes (DEAGI)

Email: deagi@mrecic.gov.ar - Teléfono: 4819 7915

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei>

Listado de abreviaturas

Sigla	Descripción
AANFTA	ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Agreement
ACFTA	ASEAN-China Free Trade Agreement
AHKFTA	ASEAN-Hong Kong Free Trade Agreement
AIFTA	ASEAN-India Free Trade Agreement
AKFTA	ASEAN-Republic of Korea Comprehensive Economic Cooperation Agreement
ASEAN	Asociación de Naciones del Sudeste Asiático
CEI	Dirección Nacional Centro de Economía Internacional
CPTPP	Comprehensive Economic Partnership Agreement
EVFTA	European Union-Vietnam Free Trade Agreement
i.a.	Interanual

Sigla	Descripción
ICT4Ag	Information and Communication Technologies for Agriculture
NMF	Nación Más Favorecida
PIB	Producto Interno Bruto
PPP	Power Purchase Parity
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership
UE	Unión Europea
UEE	Unión Económica Euroasiática
VCFTA	Vietnam-Chile Free Trade Agreement
VJEPA	Vietnam-Japan Economic Partnership Agreement
VKFTA	Vietnam-Republic of Korea Free Trade Agreement



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
República Argentina

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

REINO DE CAMBOYA

La presente publicación
no necesariamente refleja
la opinión del Ministerio
de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y
Culto de la Argentina.

Se autoriza la
reproducción total o
parcial citando fuentes.