

**ESTRATEGIA DE
INSERCIÓN
INTERNACIONAL
PARA LA
AGROINDUSTRIA**



**Ministerio
de Economía**
República Argentina

**Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**

ESTRATEGIA DE INSERCIÓN INTERNACIONAL PARA LA AGROINDUSTRIA

1- ANTECEDENTES

La agroindustria argentina es la principal fuente de generación de divisas en el país. Representa alrededor del 64% de las ventas totales del país por unos 56 mil millones de dólares. De ese total, se estiman que unos 3.000 millones de dólares (un 5% del total) corresponden a productos con algún tipo de certificación pública y/o privada; cifra que crece año a año en función de los requerimientos de la demanda.

Por otro lado, Argentina es el tercer exportador neto de alimentos en el mundo, destinando aproximadamente el 40% de su producción al mercado internacional. Proyecciones internacionales señalan a la Argentina entre los países de mayor potencial para responder a la creciente demanda de alimentos, bioenergías y otros productos asociados.¹

A su vez, nuestro país presenta numerosas ventajas para la producción agroindustrial en comparación con otros países del mundo. Posee una rica base de recursos naturales y modelos productivos innovadores. El sector agroindustrial también cuenta con una importante cantidad de empresas con diversidad de productos y servicios con potencial para exportar de forma estratégica, aprovechando inteligentemente las oportunidades de los mercados internacionales.

Sin embargo, Argentina enfrenta la necesidad de replantear su estructura productiva para dar respuesta a las fuertes demandas internas y externas, y a su vez desarrollar una estrategia de posicionamiento en el mundo, deuda pendiente de nuestro país hacia uno de los sectores más relevantes de la economía.

En las últimas décadas, los principales mercados del mundo han comenzado a establecer nuevos requisitos, estándares y normas tanto de origen público como privado, para la importación de bienes y servicios, vinculados con la calidad, los perfiles nutricionales y los impactos ambientales y sociales. Estas tendencias que se visualizan como un cambio profundo en la estructura de la demanda,

¹ OCDE-FAO Agricultural Outlook (2023).



implican modificaciones importantes en las prácticas productivas, en los procesos de elaboración, en el desarrollo de nuevos productos, en la incorporación de nuevas tecnologías y herramientas de diferenciación, tales como ciertos intangibles (sello de calidad, marcas prestigiosas, certificaciones, trazabilidad, productos libre de..., etc.), que puedan ser reconocidos por los consumidores.

Si bien estos nuevos requisitos buscan satisfacer a los clientes y/o a los Estados, resulta necesario que este tipo de solicitudes se basen en evidencia científica y no generar efectos de restricción del comercio en concordancia con los acuerdos y reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Argentina seguirá bregando en todos los ámbitos para que no se implementen medidas que no respeten estos principios, adoptadas unilateralmente por los países, que generan resultados contrarios a los buscados en términos de protección del ambiente y los recursos naturales a nivel global.

En este nuevo marco de comercio, donde la valoración del agregado de valor y la incorporación de intangibles ha cobrado mayor relevancia, se estima que en el mundo se comercializan productos agroindustriales diferenciados por montos superiores a los 300.000 millones de dólares, representando aproximadamente el 15% del total del comercio². En Argentina aproximadamente el 5% de las exportaciones agroindustriales se comercializan con algún atributo diferencial, por lo cual aún existe un amplio potencial para continuar creciendo. Es necesario implementar acciones que tiendan a promover una matriz diversificada cuyos productos acompañen los nuevos requerimientos de los mercados internacionales.

Si bien existen numerosos factores que hacen a la competitividad estructural que están interrelacionados, se busca construir bases sólidas para que las exportaciones crezcan de forma sostenida, cubriendo las distintas etapas que recorre un producto para ser comercializado, tanto los aspectos más generales hasta las especificidades técnicas, desde un acuerdo comercial o apertura sanitaria que posibilite su entrada al exterior hasta la capacidad de diseñar un producto adaptado a los requerimientos de la demanda externa.

En este contexto, la estructura agroindustrial, reflejo de otras épocas, reclama una clara reorientación. Desde lo positivo, se cuenta con buenas oportunidades basadas en el capital natural, y una fuerte base de recursos humanos, tecnológicos, capacidades institucionales y empresariales asociadas, junto con

² Estimación realizada sobre la base de la información referenciada en Food Market, Report, en informes de certificadoras, COMTRADE y estimación propia.



acciones que buscan la apertura de nuevos mercados, ampliando las posibilidades de los productos argentinos. Desde lo propositivo, resulta necesario estructurar la información local para respaldar el valor agregado de las distintas producciones con datos robustos basados en ciencia.

Acompañando el agregado de valor de la producción agroindustrial, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca cuenta con diversas iniciativas que permiten poner en valor distintos atributos y esquemas de diferenciación que se encuentran alineados con los requerimientos y miradas del mercado internacional, posibilitando la ampliación de la oferta exportable en la búsqueda de otorgarle una identidad propia a la agroindustria argentina (Sello Alimentos Argentinos, Sello de Bioproducto, Producción Orgánica, Buenas Prácticas Agropecuarias, Denominaciones de Origen, entre otras).

En resumen, fortalecer la inserción internacional representa para la producción agroindustrial nacional una oportunidad única dada la mayor demanda de alimentos, bioenergías, biomateriales, que incluyen nuevos requerimientos en el acceso a mercados, a través de una estrategia de posicionamiento que destaque sus fortalezas y oportunidades.

El proceso de ajuste y reposicionamiento está lejos de ser automático y de corto plazo. Requiere desde las cadenas de valor un accionar proactivo con una clara sinergia colaborativa entre lo público y lo privado que permita traducir en datos concretos de aumento de las exportaciones este proceso de construcción colectiva.

El objetivo que se busca a través de la estrategia es aumentar el valor de las exportaciones agroindustriales de Argentina en los mercados internacionales a través de la diferenciación de los atributos de valor de los productos nacionales. Estos atributos de triple desempeño representen las fortalezas y ventajas competitivas del sector, asegurando la trazabilidad y el cumplimiento de los nuevos requerimientos de los mercados actuales.

Para llevar adelante esta propuesta, implica promover una activa política de inserción internacional inteligente, bajo tres premisas:

- Abrir nuevos mercados y avanzar en negociaciones inteligentes para ampliar el acceso de nuestros productos
- Mitigación de impactos y adaptación a nuevos requerimientos y estándares del mercado internacional.
- Posicionamiento de Argentina, sus sistemas productivos y productos sobre la base de la diferenciación de atributos de valor



Objetivos específicos:

1. **Abrir nuevos mercados** en un trabajo conjunto con la Cancillería y SENASA
2. **Desarrollar los lineamientos** para el posicionamiento de la agroindustria argentina a través de la diferenciación por atributos de valor
3. **Identificar prospectivamente requerimientos y normativas** asociadas con estos atributos, aplicados a nivel público y privado en los principales mercados.
4. **Establecer un procedimiento para la investigación**, generación y publicación de métricas e indicadores basados en ciencia y validados internacionalmente, que representen sus especificidades y avalen las fortalezas de los sistemas productivos argentinos, sus cadenas de valor involucradas, sus productos y servicios asociados.
5. **Desarrollar un Directorio que identifique, sistematice y promueva** a nivel nacional de esquemas de diferenciación aplicados a las cadenas de valor agroindustriales.
6. **Identificar y proveer los bienes públicos** necesarios, especialmente en materia de información, para el desarrollo de las iniciativas de trazabilidad y distintos tipos de certificaciones.
7. **Avanzar en esquemas de facilitación del comercio** para la inserción de productos agroindustriales.
8. **Facilitar el acceso de los actores del sector** y el cumplimiento de los nuevos requerimientos internacionales mediante acciones de transferencia de conocimientos y capacidades; y apoyar la internacionalización de nuestras empresas para incrementar las exportaciones con una matriz diversificada.

2) BENEFICIARIOS:

Todos los actores directos e indirectos de las cadenas de valor de la agroindustria argentina desde la provisión de insumos hasta el puerto de exportación en origen y sus servicios asociados.



3) COMPONENTES:

La estrategia de inserción internacional para la agroindustria prevé el desarrollo de seis (6) componentes.

Componente 1: Monitor de requerimientos para el acceso a los mercados de los productos agroindustriales

El objetivo de este componente es identificar de manera temprana nuevos requerimientos de los mercados, de las tendencias por parte de los consumidores, y establecer los diferentes abordajes metodológicos para plasmar las posiciones nacionales y la difusión hacia el sector. Adicionalmente, este componente permite identificar oportunidades de mercados especializados bajo esquemas de certificación y/o diferenciación.

Actividades específicas del componente 1:

- 1- Relevamiento de nuevos requerimientos, sus impactos y posibles estrategias de adaptación. Creación del monitor de requerimientos para el acceso a los mercados de la agroindustria, con participación del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, así como de otros organismos públicos.
- 2- Articulación a través de convenios y alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales.
- 3- Desarrollo y participación en Mesas de trabajo interministeriales y con el sector privado.

Componente 2: Repositorio y generación de datos locales

El objetivo de este componente es generar un espacio (repositorio) que pueda contener toda la información disponible, grupos de trabajo, métricas que generen organismos públicos y privados. Por otra parte, también, priorizar un esquema de investigación, principalmente del INTA, para generar los datos necesarios que permitan fortalecer la posición nacional ante los distintos organismos internacionales, la apertura de mercados y para la promoción comercial.

Actividades específicas del componente 2:

1. Diseño del Repositorio/Base de datos de la agroindustria argentina: Relevamiento y propuesta de sistematización de las redes de información –ya disponibles –sobre atributos de diferenciación de la agroindustria argentina basado, principalmente en datos e información locales (procesos, tecnologías, innovación, estudios de impacto, indicadores,



actores y grupos de investigación, entre otras), tanto de fuentes públicas como privadas.

2. Elaboración de un plan de acción nacional para arribar a indicadores y métricas validadas internacionalmente que reflejen los atributos y fortalezas de los sistemas productivos argentinos, como base del lineamiento de la estrategia.

Componente 3: Propuesta de posicionamiento internacional para la agroindustria argentina

El objetivo de este componente es el desarrollo de las actividades necesarias para diseñar la propuesta de posicionamiento para una inserción internacional inteligente que visibilice, destaque y promueva las fortalezas de la producción argentina a través de una identidad propia, junto a sus productos y servicios derivados y los hitos más destacados.

Actividades específicas del componente 3:

1. Desarrollo de estudios, informes y posiciones consensuadas a nivel nacional y entre los países miembros del CAS, Mercosur y otros grupos de trabajo internacionales.
2. Elaboración de un documento de posicionamiento de la agroindustria argentina en base a información cualitativa y cuantitativa relevada y sistematizada.
3. Desarrollo de los lineamientos de la estrategia de inserción internacional en base a las fortalezas, información e hitos relevados.
 - a. Perfeccionamiento del concepto de la identidad de la marca argentina.
 - b. Convenios y alianzas estratégicas con organismos nacionales.
4. Implementación de la estrategia – Plan de acción y de promoción.
5. Otras acciones necesarias para el desarrollo del componente.

Componente 4: Directorio de Esquemas de Diferenciación Agroindustriales

El objetivo de este componente es definir un mecanismo/marco regulatorio que identifique, sistematice y promueva esquemas de diferenciación aplicados a la producción agroindustrial argentina. Su concreción permitirá una mayor optimización de sus procesos y/o fundamentación de la alegación de atributos a través del acceso a distintas fuentes de información pública para dar cumplimiento a estándares y/o regulaciones internacionales, facilitando el proceso exportador.



Actividades específicas del componente 4:

1. Desarrollo de la propuesta metodológica del sistema.
 - Definición de criterios y requisitos para el acceso.
 - Procedimiento de acceso a las fuentes de información.
2. Desarrollo operativo para su funcionamiento, propuesta de seguimiento y articulación con otras áreas de la Administración Pública.
 - Articulación con el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).
 - Articulación con la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).
 - Articulación con otras áreas de la Administración Pública Nacional que pudieran ser necesarias para el acceso a información pública.

Componente 5: Bienes públicos: Plataforma AgroArg para facilitar acceso a información y datos para trazabilidad

El objetivo de este componente es desarrollar una plataforma de información pública que permita contar en un solo lugar con la información disponible para los beneficiarios de la estrategia de inserción internacional para la agroindustria respecto de las normas, estándares, informes, estudios y requerimientos que en materia de atributos de valor que requieren los mercados para el acceso de los bienes, así como la información y documentación de respaldo que permita dar respuesta a esos requisitos por parte de los actores del sistema productivo argentino.

Actividades específicas del componente 5:

1. Desarrollo de una plataforma digital que mediante interfases permita centralizar de manera fácil, trazable e inmutable la información requerida por los distintos esquemas de diferenciación, información que actualmente se encuentra dispersa en diferentes registros públicos. Esa plataforma debe asegurar sencillez en su operatividad, accesibilidad, trazabilidad y seguridad de la información y los usuarios.
2. Incorporación de los diferentes sellos, esquemas y certificaciones públicas y/o privadas reconocidas bajo los ejes del Programa.
3. Desarrollo de los bienes públicos necesarios para favorecer las exportaciones y la estrategia de inserción internacional.
4. Generación de informes técnicos y comerciales sobre la base de los datos locales obtenidos, para promover mejoras en la toma de decisiones, públicas y para el sector privado.



Componente 6: Apoyo a la cadena agroindustrial

El objetivo de este componente es desarrollar instrumentos de sensibilización y asistencia técnica a productores y empresas para promover el acceso al sistema de reconocimiento, a través de capacitaciones, elaboración de guías de sistemas de gestión, información de los mercados de destino (inteligencia comercial, marcos regulatorios, mercados abiertos), desarrollo de proyectos sectoriales, diseño de proyectos con financiamiento internacional, y otros incentivos que pudieran generarse.

Actividades específicas del componente 6:

1. Articulación con entidades financieras para acercar instrumentos de financiamiento a los actores de la agroindustria.
2. Programa de capacitación/sensibilización (interna y para el sector agroindustrial) así como de asistencia técnica, en coordinación con organismos técnicos con competencia en los ejes de la estrategia.
3. Mesa de trabajo público privada.
4. Promoción de las empresas y productos junto con el fortalecimiento de la presencia argentina en los mercados externos.

4) MECANISMO DE IMPLEMENTACION

Se conformará un espacio de trabajo PÚBLICO-PRIVADO para coordinar acciones en el marco de los distintos componentes.





**Ministerio
de Economía**
República Argentina

**Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**