



#ARGENTINAEXPORTA



Presidencia de la Nación



Nuestro país necesita **más empresas que exporten** y es fundamental que las **PyMEs**, que son el **motor de la Argentina**, se animen a crecer de la mano de todo lo que le pueden ofrecer al mundo.



En poco tiempo, menos de tres años, recorrimos un camino largo que tuvo y tiene sus avances y retrocesos. Pero maduramos, entendimos que tenemos que ser responsables, que la única manera de crecer en serio, de manera sostenida, es creando empleo privado de calidad a partir de las capacidades y el talento de los argentinos. Esto también significa apostar a la exportación, y Argentina Exporta es una manera de seguir avanzando hacia ese futuro que decidimos construir juntos.

Nuestro país necesita más empresas que exporten y es fundamental que las PyMES, que son el motor de la Argentina, se animen a crecer de la mano de todo lo que le pueden ofrecer al mundo. Hoy hay biotecnología rosarina en Sudáfrica y Marruecos, hay bombas dosificadoras de engranajes de Avellaneda en la India, hay válvulas santafesinas en los motores de las Ferrari. ¡Tenemos mucho para aportar! Y, lo mejor de todo, es que el mundo quiere vernos crecer, quiere comprar eso que producimos con esfuerzo y trabajo, todos los días.

Por eso necesitamos incentivar el espíritu emprendedor que los argentinos llevamos naturalmente en la sangre, y ese es mi gran compromiso: apoyarlos e impulsarlos para que puedan desplegar todo su potencial. Porque creo en ustedes, porque tengo el privilegio de ver el talento y el empuje de nuestra gente cada día, a lo largo y ancho del país.

Desde que asumimos, estamos sentando las bases sobre las que crece el país. Y así, logramos integrarnos al mundo, abrimos más de 160 mercados, mejoramos la competitividad y apostamos al desarrollo de la infraestructura para llegar cada vez más lejos con todo lo que producimos. Creamos mesas productivas en las que empresas, trabajadores y Estado, demostramos que, pensando en el largo plazo y el futuro de los argentinos, podemos dejar de lado nuestras diferencias. Simplificamos trámites y eliminamos trabas para que puedan invertir su tiempo y energía en lo que mejor saben hacer: producir e innovar.

Y vamos por más. Éste es el momento de tomar conciencia de todo lo que tenemos para ofrecer. Está en nuestras manos seguir tirando para adelante, con esfuerzo, trabajando en equipo, con reglas de juego claras y, sobre todo, con honestidad y transparencia.

Mauricio Macri



PALABRAS DEL MINISTRO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO

Aumentar las exportaciones debe ser un eje fundamental de la estrategia de desarrollo argentino para consolidar un **sendero de crecimiento**



Exportar es el mejor camino para crecer y crear empleo. Por primera vez, los argentinos estamos tomando la decisión de salir juntos al mundo con la riqueza de nuestra producción y el valor de nuestro trabajo. La experiencia internacional y nuestra propia historia avalan esta decisión. Todos los países desarrollados están integrados al mundo. Para crecer de manera sostenida, sin altibajos, necesitamos multiplicar las exportaciones.

Argentina tiene una rica y variada dotación de recursos naturales y una población diversa con una gran capacidad. Tenemos también un entramado industrial elaborado y una historia productiva que generó aprendizajes y talentos gracias a los cuales hoy somos líderes en los mercados internacionales de diversos productos.

Tenemos con qué salir al mundo. En todas las provincias y ramas de la producción existen empresas argentinas que han logrado ser competitivas y exportar. Es por esto que hay oportunidades de desarrollo en todo el país y en todos los sectores. Desde los más ligados a recursos naturales (agroindustria, minería sostenible, energías), hasta en una gran cantidad de actividades, servicios y nichos industriales. En todos estos sectores hay mucho potencial, sobre todo, si al mismo tiempo que buscamos aumentar las exportaciones, apostamos a la diferenciación por calidad, diseño y tecnología.

Por todo esto, el gobierno viene implementando una agenda de trabajo. Estamos abriendo y mejorando el acceso a nuevos mercados. Mejoramos los acuerdos comerciales con Colombia y Chile, y estamos avanzando en ampliar y profundizar nuestro acceso al mercado mexicano. Relanzamos las negociaciones con la Unión Europea, e iniciamos nuevas negociaciones con Canadá, Corea, EFTA y Singapur. Además, abrimos mercados en los principales mercados mundiales, como la carne bovina a China y los limones a Estados Unidos. Son negociaciones serias y muchas veces complejas; necesitamos constancia, firmeza y creatividad para seguir abriendo oportunidades.

Acompañamos a las empresas con financiamiento, consultoría, formación y promociones en diversos mercados desde la Agencia de Inversiones y Comercio Internacional en coordinación con nuestro servicio exterior.



PALABRAS DEL MINISTRO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO

Simplificamos todo el proceso exportador con foco en las PyMEs. *Exporta Simple* ya les permite enviar sus productos a cualquier lugar del mundo de manera simplificada y a bajo costo. PyMEs argentinas ya enviaron equipos ópticos a Estados Unidos y transformadores a México, entre cientos de nuevas exportaciones. En simultáneo, la Ventanilla Única del Comercio Exterior (VUCE) busca reducir tiempos y costos haciendo los trámites totalmente a distancia.

Y lo fundamental: estamos mejorando la competitividad sistémica de nuestra economía. Estamos bajando la presión impositiva e invirtiendo en capital humano, energía, infraestructura y tecnología. El BICE y el Banco Nación tienen líneas específicas para empresas exportadoras. Además, las leyes de la competitividad (PyME, ART, Emprendedores, Financiamiento Productivo) ayudan a la capacidad de producción de nuestras empresas.

Argentina Exporta nos permite avanzar junto a las empresas, cámaras, trabajadores, provincias, y otros actores del sector privado de todo el país.

Estamos ante una gran oportunidad que requiere del esfuerzo coordinado entre el Estado y el sector privado, en especial las PyMEs. Este es el camino para crear empleo de calidad y reducir la pobreza.

Dante Sica

MINISTRO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO



PALABRAS DEL MINISTRO DE RELACIONES EXTERIORES Y CULTO

Un **trabajo mancomunado público privado** para desarrollar la ambiciosa agenda que consolide la **inserción internacional de la Argentina**



La inserción internacional de la Argentina es la estrategia que nos permite impulsar y consolidar el desarrollo y crecimiento argentino.

Para llevarla adelante, trabajamos coordinadamente entre los diferentes organismos del Poder Ejecutivo y con los otros Poderes del Estado, de manera de generar una política coherente y consistente para así potenciar nuestras oportunidades.

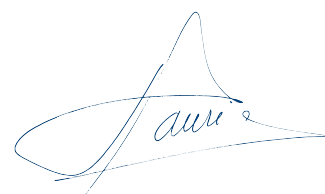
Este reposicionamiento internacional, encarado por el Gobierno a partir de diciembre de 2015, ha dado resultados concretos. La Conferencia Ministerial de la OMC, la Presidencia del G20, los encuentros y viajes oficiales realizados por el Presidente Macri así como las numerosas visitas de Jefes de Estado y de Gobierno a nuestro país, son muestras de este despliegue de acciones para profundizar nuestra vinculación con el mundo. Pero sabemos que aún es largo el camino a recorrer.

Uno de nuestros objetivos principales es mejorar las condiciones de acceso a los diferentes mercados de interés para nuestra oferta exportable, lo que se traduce en una nutrida agenda de negociaciones internacionales encaminada a garantizar condiciones adecuadas frente a proveedores de otros países.

En el corto plazo, la apertura de mercados, la promoción de la oferta exportable y la simplificación administrativa del comercio exterior son tareas de todos los días para los funcionarios de los distintos Ministerios y para nuestros organismos en el país y en el exterior.

La Argentina cuenta con 158 representaciones distribuidas en diferentes latitudes que están enfocadas en la tarea constante de construir la imagen del país y poner en valor nuestro potencial exportador. Esta red está a disposición de las empresas argentinas que quieren avanzar en su proceso de internacionalización.

Creemos fundamental continuar esta labor con una participación pública y privada que nos garantice el éxito de Argentina Exporta.



Jorge Faurie



INTRODUCCIÓN

Este Gobierno tiene por objetivo que **más empresas logren exportar.**

Esto requiere una economía dinámica y competitiva, con **empresas integradas al mundo que generen empleos de calidad.**

Para lograrlo, es necesario resolver dos grandes problemas de fondo de la economía argentina: **la volatilidad macroeconómica y la falta de competitividad sistémica.**

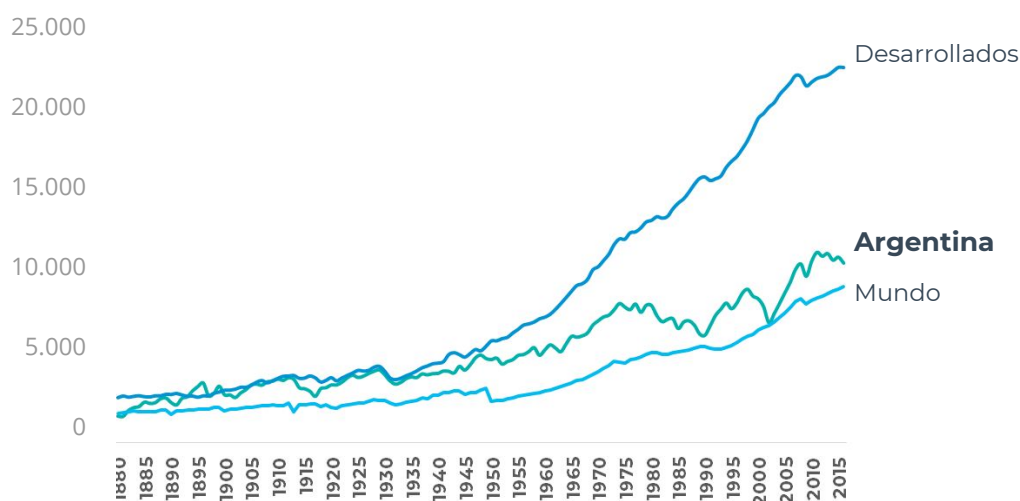
Argentina atravesó décadas de volatilidad como consecuencia de desórdenes macroeconómicos, políticas productivas erráticas y vaivenes institucionales que desincentivaron la inversión, la incorporación de tecnología y la creación de empleo.

Mientras que el ingreso por habitante en el mundo y en los países desarrollados se cuadruplicó entre 1950 y 2015, en nuestro país apenas se duplicó. En consecuencia, Argentina pospuso el desarrollo y se atrasó en términos relativos.

El desafío es lograr dejar atrás décadas de inestabilidad y **crecer de manera sostenida**

EVOLUCIÓN DEL PBI PER CÁPITA, 1880-2016

En dólares internacionales





La política económica del gobierno tiene dos ejes centrales:

1. **Estabilidad macroeconómica** que genere previsibilidad para crecer de manera sostenida.
2. **Reformas estructurales** que mejoren la competitividad sistémica de nuestra economía.

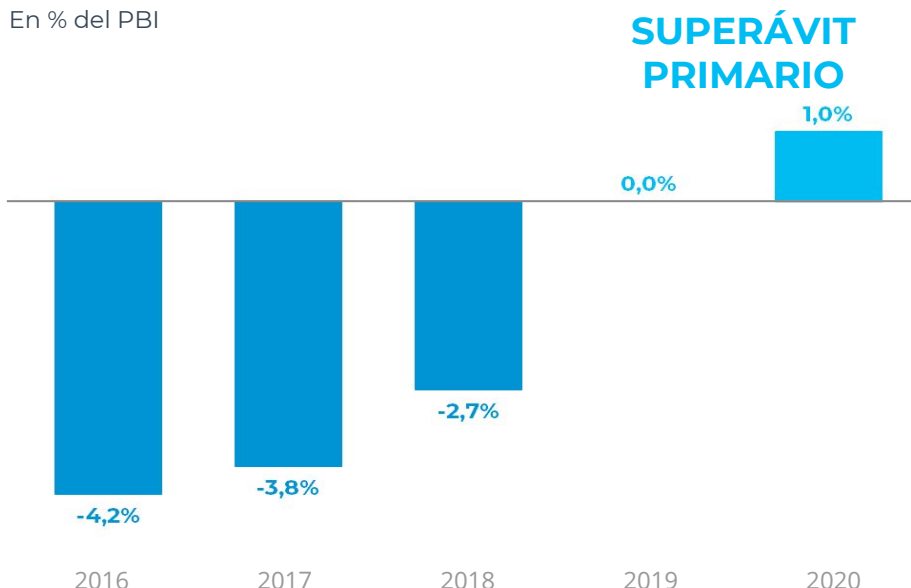
Casi 70 años de alta volatilidad macroeconómica provocaron que Argentina tuviese serias dificultades para crecer. Las empresas enfrentaron un contexto de: **elevada presión impositiva, alta inflación, baja productividad, falta de financiamiento productivo de largo plazo, y una débil inserción al mundo.**

Queremos atacar estos cuatro problemas estructurales que no hemos abordado en las últimas décadas de Argentina. Por eso, la reducción del déficit fiscal está en el centro de la política económica de este gobierno, para permitirnos bajar los impuestos y la inflación, aumentar la productividad, facilitar el acceso al crédito e impulsar nuestras exportaciones.

El compromiso es histórico: **Argentina no tuvo déficit fiscal en sólo 7 de los últimos 70 años**

DÉFICIT FISCAL PRIMARIO

En % del PBI





REFORMAS ESTRUCTURALES

Reformas estructurales para mejorar la competitividad sistémica

Un plan de desarrollo con la agenda de competitividad en marcha

1. Integración al mundo y cultura exportadora

2. Baja de impuestos distorsivos y creación de nuevas empresas

3. Financiamiento productivo

4. Reducción de la informalidad y capacitación para los empleos del futuro

5. Transporte multimodal, conectividad y energía para el desarrollo

6. Competencia y fortalecimiento del mercado interno

7. Simplificación y reducción de trámites para las empresas



INTEGRARNOS PARA DESARROLLARNOS

Dentro de las reformas estructurales,
la integración al mundo es fundamental.

Los países que se desarrollaron a lo largo de la historia no lo han hecho de manera aislada, sino que integrándose al mundo para potenciar y mejorar sus capacidades productivas. Hoy en día, no hay país desarrollado que no esté integrado al mundo.

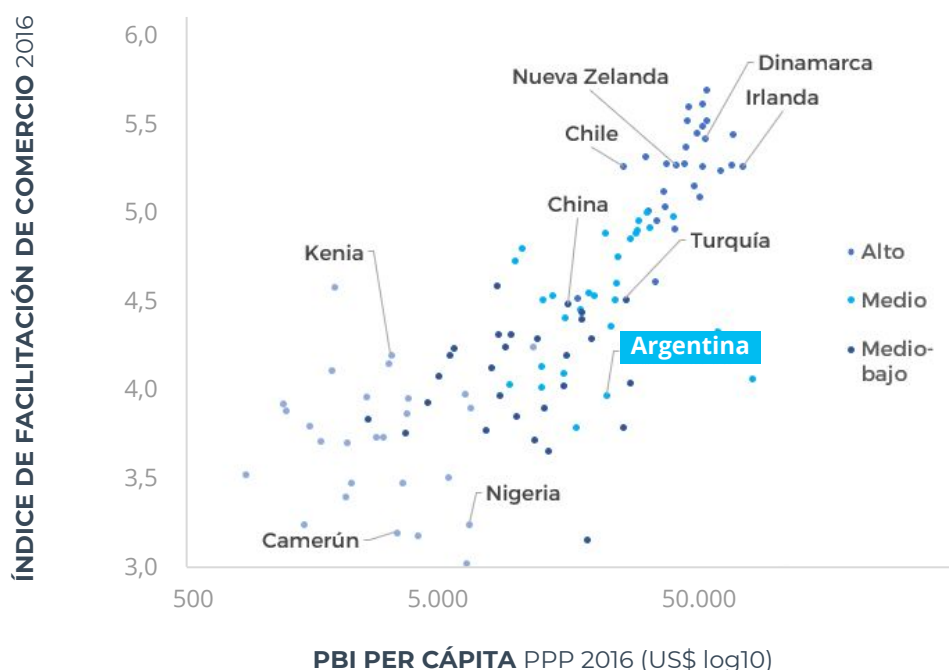
El proceso de integración genera beneficios por tres vías. En primer lugar, da acceso a mercados más grandes y sofisticados, permitiendo a las empresas aprovechar los beneficios de una economía de mayor escala y sostener una demanda por productos de mayor valor agregado.

En segunda instancia, las conexiones con los mercados internacionales también permiten acceder a insumos y tecnología de vanguardia, claves para mejorar la calidad y los estándares de producción.

Finalmente, la integración permite el acceso a nuevas ideas y conocimientos que son fundamentales para la innovación en procesos productivos y para el desarrollo de bienes y servicios destinados a mercados cada vez más competitivos y con demandas cambiantes.

Para aprovechar los beneficios y oportunidades que el mundo nos brinda necesitamos una estrategia inteligente.

Los países más desarrollados están integrados al mundo





Estar integrados al mundo para acceder a **mercados grandes y sofisticados**.

Exportar permite que nuestros productos lleguen a nuevos mercados y consumidores, y aprovechar los beneficios de la escala y del acceso a una demanda dispuesta a pagar por productos de mayor calidad y valor agregado.

Escala

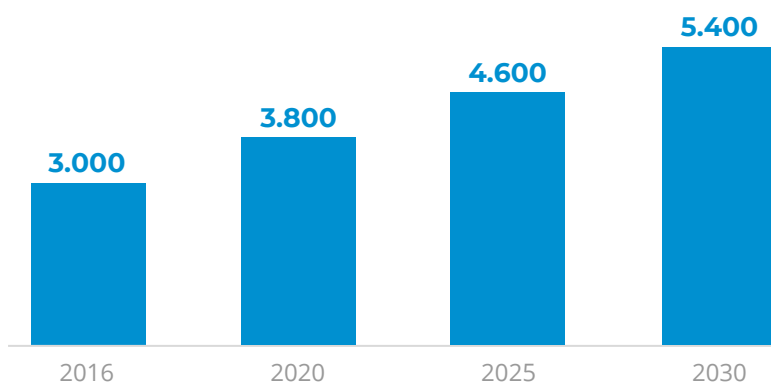
La escala significa, ni más ni menos, más mercados para que nuestros productos y conocimientos, puedan llegar a más consumidores. Es pasar de abastecer solo a un mercado de 44 millones de habitantes con un PBI de 640 mil millones de dólares (2017), a abastecer uno con 170 veces más habitantes y 130 veces más rico.

Mercados sofisticados

Una gran cantidad de consumidores posee una creciente valoración de los atributos simbólicos y aspiracionales en los bienes, que representa una oportunidad para los productos argentinos con diseño, calidad y valor agregado. Las estimaciones sugieren que en 2030 la clase media global aumentará en más de dos mil millones de personas y su consumo se duplicará respecto de 2015. La mayor disponibilidad de ingresos de esta nueva clase media incentivará una demanda más sofisticada, generando más oportunidades para nuestros productores y talentos.

CRECIMIENTO DE LA CLASE MEDIA

En millones de personas



FUENTE: Kharas (2017)



CASO DE ÉXITO

BASSO

Basso es una PyME argentina que se dedica a la producción de válvulas para motores de autos, que tuvo mucho éxito en su proceso de internacionalización.

Basso tiene hoy 4 plantas, emplea a unas 1.000 personas y exporta más del 85% de su producción. El acceso a los mercados mundiales fue un eje fundamental para su crecimiento. Las exportaciones le permitieron aumentar la escala de producción y le exigió mantener estándares de calidad elevados que le sirvieron para convertirse en proveedor de las marcas de automóviles más importantes. Basso tienen como clientes a Ferrari, Peugeot-Citroen, John Deere y Kawasaki.



Estar integrados al mundo para acceder a **insumos y tecnologías de vanguardia**.

La integración es un canal importante para la difusión de tecnologías y el acceso a insumos. Las nuevas técnicas se transfieren a través del comercio. La difusión tecnológica tuvo un efecto positivo en las economías emergentes ya que les permitió aprovechar e incorporar nuevos conocimientos y tecnologías a sus procesos productivos. Por otra parte, el acceso a insumos de vanguardia mejora la calidad y variedad de la oferta exportadora.

De esta manera, las empresas de los países integrados al mundo lograron ampliar su capacidad de innovación e incrementar la tasa de productividad laboral.

Con más tecnología y mejores insumos, las empresas y los países integrados en las redes mundiales de comercio forman parte de un círculo virtuoso de progreso tecnológico y crecimiento (OMC, 2014).

El acceso a la tecnología como **motor del crecimiento para las PyMEs**.

Sinteplast es una empresa familiar argentina fundada en 1958. En pocos años, la empresa logró ser un referente en el sector debido a su constante inversión en innovación y desarrollo. En 1993 comenzó a exportar y, actualmente, la compañía lidera el mercado de la pintura expandiendo su negocio hacia más de 12 países, como Estados Unidos y España, entre otros.

En paralelo, el acceso a tecnología de punta le permitió resolver una de las problemáticas estructurales más grandes del sector: la administración de inventarios para ofrecer gran cantidad de opciones a los clientes (BID-INTAL;2018). La empresa recurrió al Régimen de Importación de Bienes Integrantes de Grandes Proyectos de inversión. Mediante este programa, Sinteplast, realizó una importante inversión para instalar una nueva línea de producción destinada a la producción, envasado y almacenaje de pintura látex. De esta manera, en su búsqueda por reducir los inventarios y tiempos de entrega de los productos a sus clientes, logró mejorar su eficiencia y los tiempos de inventario. (BID-INTAL; 2018).

Las inversiones realizadas le permitieron aumentar su producción en 100 millones de litros al año. Es por esto que Sinteplast es un claro ejemplo de cómo la integración al mundo le permite a las empresas adquirir tecnología de punta, aumentar su productividad y eficiencia y exportar más e ingresar en un proceso virtuoso de crecimiento.



CASO DE ÉXITO

SINTEPLAST

¿Sabías que?

El Régimen de Importación de Bienes Integrantes de Grandes Proyectos de Inversión permite que las empresas argentinas puedan incorporar tecnología de última generación sin pagar derechos de importación. De esta manera, el gobierno alienta las inversiones productivas para aumentar la competitividad de las empresas industriales.

El régimen exime del pago al derecho de importación para todos los bienes de una nueva línea de producción completa y autónoma a ser instalada, así como los bienes complementarios o accesorios.

Es un régimen que ya existía, pero no se usaba. Por esto, realizamos cambios normativos con el objetivo de simplificar, desburocratizar y gestionar con mayor celeridad este régimen, lo que redujo los tiempos de autorización previa y de aprobación de un proyecto aumentando la cantidad de usuarios del régimen.



Estar integrados al mundo para acceder a **nuevas ideas y formas de comerciar.**

En el mundo constantemente se están produciendo nuevas ideas, conocimientos y mejorando procesos. Esta evolución va acompañada por nuevas formas de comerciar y en los modos de atender los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores.

Aprovechar los flujos de conocimiento es y seguirá siendo la clave para el crecimiento sostenido en el siglo XXI. El progreso hoy en día depende cada vez más de la innovación y las nuevas ideas. Un país integrado al mundo facilita que sus productores estén en contacto con otras empresas, y de esta manera, puedan tomar ideas y aprendizajes y mejorar su competitividad.



CASO DE ÉXITO

ARCOR

¿Sabías que?

Para poder fortalecer sus ventas en el mercado japonés, Arcor decidió lanzar una nueva versión del famoso Bon o Bon con sabor a matcha.

Matcha es un té verde en polvo originario de Japón, que se caracteriza por contener diversas vitaminas, minerales, antioxidantes y aminoácidos.





EXPORTAR MÁS GENERA EMPLEOS DE CALIDAD

Hay que **augmentar las exportaciones y lograr que cada vez más empresas argentinas** participen en el comercio internacional.

La integración al mundo amplía las escalas, permite incorporar tecnología e insumos y acceder a nuevas ideas. Todo esto hace que las empresas aumenten su productividad, puedan pagar salarios más altos y generar empleos de calidad.

En Argentina, las empresas exportadoras pagan salarios 20% más altos que las no exportadoras. A su vez, las empresas exportadoras emplean casi el triple de trabajadores que aquellas que no exportan.



Las empresas exportadoras tienen **salarios 20% más altos** que las empresas no exportadoras

Las empresas exportadoras generan **hasta 3 veces más de empleo** que las no exportadoras



ARGENTINA TIENE CON QUÉ SALIR AL MUNDO

Todos los sectores **tienen el potencial de exportar**

Más del 75% de los sectores tienen al menos un exportador. Esto es una señal del potencial que tiene Argentina para competir exitosamente en los mercados internacionales.

Tenemos una rica y variada dotación de recursos naturales. Una población capacitada, talentosa y emprendedora que logró desarrollar un entramado productivo diversificado.

Hay oportunidades de desarrollo en todo el país y en una gran cantidad de sectores de la producción. Desde los más ligados a recursos naturales (agroindustria, minería sostenible, energías), hasta nichos de la industria y servicios basados en el conocimiento. En todos estos sectores hay capacidad de aumentar las exportaciones si apostamos a la calidad, al diseño y a la tecnología.

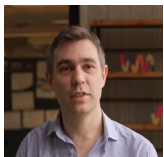
Tenemos oportunidades en diversos sectores.



El Resero

Zapatos de cuero de alta calidad para el polo. Exportar cuero argentino de calidad vinculándose con el sector turístico.

CALZADO, MARROQUINERÍA, CARTERAS, TEXTIL



Auravant

Software para la agroindustria que se exporta a 19 países.

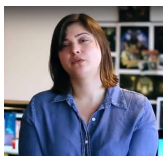
ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO, SOFTWARE, TECNOLOGÍA



Hispano Language Advisory

Exportación de servicios.

TRADUCCIONES, SERVICIOS PROFESIONALES DE CONTABILIDAD, ARQUITECTURA, CONSULTORÍA, ETC.



Okam Studio

Exportación de videojuegos a Japón, Alemania, Italia, Inglaterra.

ENTRETENIMIENTO, INDUSTRIA CULTURAL

Somos líderes globales en muchos sectores.



ACEITE DE SOJA

1° exportador mundial



MIEL

3° exportador mundial



MANÍ

1° exportador mundial



LIMONES

6° exportador mundial



SORGO

3° exportador mundial



ACEITUNAS

6° exportador mundial



PLATA

3° exportador de la región



ARÁNDANOS

7° exportador mundial



TRIGO

7° exportador mundial



VINO

10° exportador mundial



PICKUPS

8° exportador mundial



DESODORANTES

5° exportador mundial



CAJAS DE CAMBIO

2° exportador de la región



TUBOS DE ACERO

4° exportador mundial



HACE FALTA UN CONSENSO EXPORTADOR



HACE FALTA UN CONSENSO EXPORTADOR



Con el empuje y la energía exportadora de los empresarios argentinos no alcanza.

Necesitamos que el Estado se convierta en un aliado para que cada vez más productos y servicios argentinos lleguen al mundo.

Durante muchos años el Estado fue un obstáculo para exportar. El exceso de burocracia, la falta de financiamiento, el déficit de infraestructura, las restricciones cambiarias y el cierre de mercados se convirtieron en una carga para las empresas que querían salir al mundo.

Estos obstáculos, junto a la inestabilidad macroeconómica, tuvieron un impacto muy negativo en nuestro desempeño exportador.

A partir del 2007, las exportaciones crecieron 50% gracias al boom en los precios de las *commodities*. Finalizado el boom exportador, a partir de 2011, la tendencia se revirtió y las exportaciones acumularon una caída del 30% en seis años.

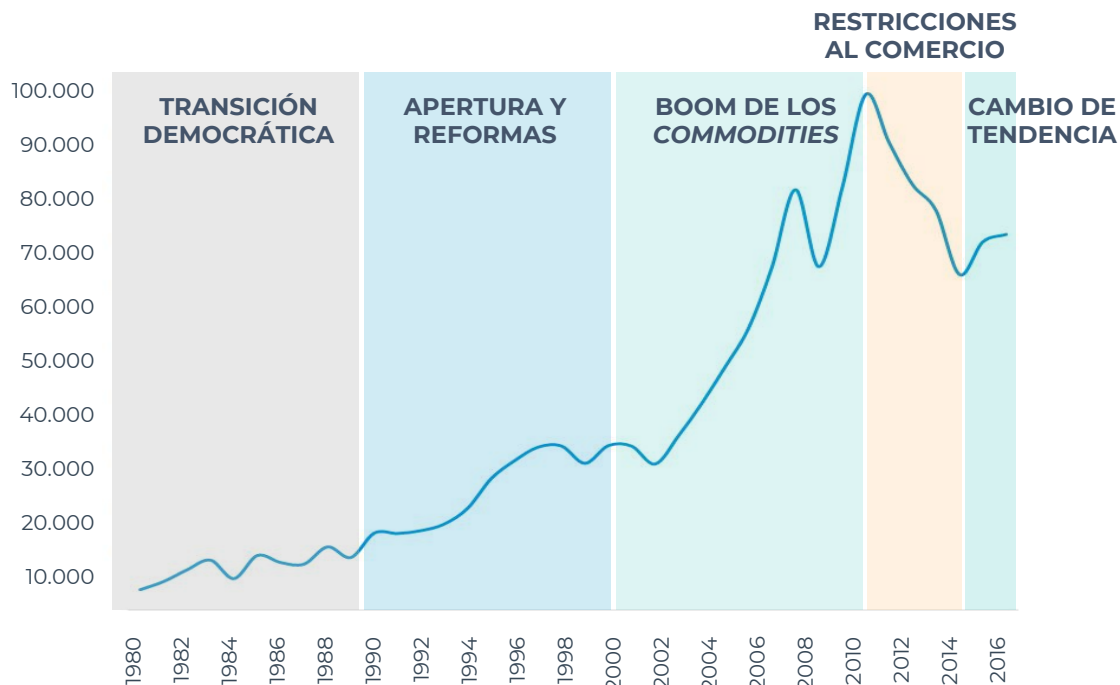
Asimismo, las empresas exportadoras comenzaron a perder capacidades, incluso durante el boom de las *commodities*. A partir del 2007, 5.500 empresas dejaron de exportar, de las cuales el 95% eran PyMEs. No solamente se perdieron empresas, sino que también el país redujo su canasta exportadora al dejar de exportar más de 1.400 productos. Perder productos y empresas exportadoras significa perder mercados, inversiones, capacidades y empleo.



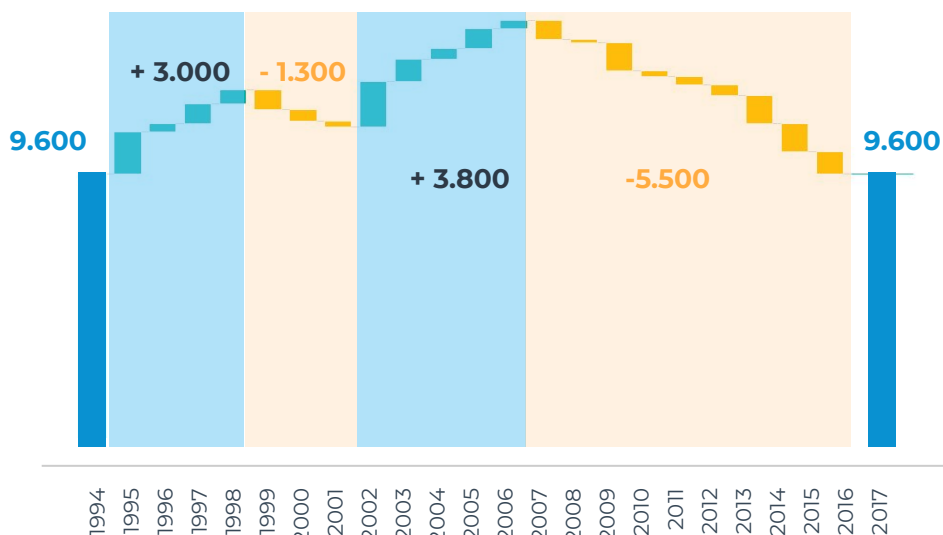
Necesitamos transformar nuestro desempeño exportador

EXPORTACIONES ARGENTINAS DE BIENES Y SERVICIOS, 1980-2017

En millones de dólares



CANTIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS, 1994-2017





ESTAMOS POCO INTEGRADOS

Argentina está entre en las 15 economías **que menos exportan en relación a su producción**

Por este motivo, buscamos que **la internacionalización de Argentina** sea una política de Estado.

Durante años la Argentina desaprovechó su potencial para integrarse al comercio mundial. Nuestro país comercia poco y tiene pocos acuerdos comerciales preferenciales.

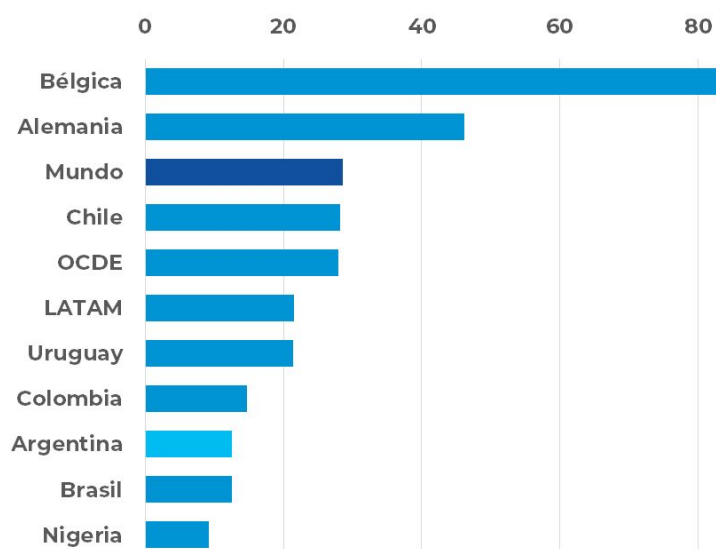
Argentina exporta más de US\$70 mil millones, lo que equivale a poco más del 12% del PBI. Esto nos posiciona entre los 15 países que menos exportan en relación al tamaño de su economía.

Inclusive economías más pequeñas que la Argentina registran volúmenes de exportación mayores, tal es el caso de Chile, que registró en 2017 exportaciones equivalentes a 28% de su producción.

Hoy Argentina no tiene acceso preferencial a más del 90% del mercado mundial. ¿Qué significa esto? Que más de 7 mil millones de consumidores, si desean comprar un producto argentino deben pagar un plus de 5%, 10%, 20% o más de 30% respecto a los productos que ofrecen otros países que sí tienen un acuerdo preferencial. Mientras que países vecinos como Chile y Perú han logrado abrir diversos mercados con más del 80% del mercado mundial.

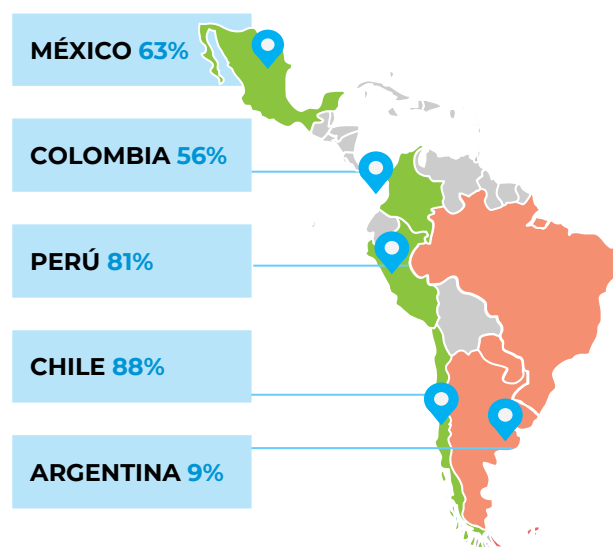
EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS, 2016

En % del PBI



ACUERDOS COMERCIALES REGIONALES

En % del mercado mundial





EL ROL DE ARGENTINA EXPORTA

Queremos aprovechar todo el potencial exportador argentino y para eso tenemos una estrategia.

ARGENTINA EXPORTA

- **Define una visión de integración inteligente al mundo**
- **Reúne todas las políticas públicas orientadas a la exportación**
- **Institucionaliza el diálogo entre el sector privado y el Estado**

Para desarrollar todo nuestro potencial queda mucho camino por recorrer y el sector público tiene un papel fundamental. Desde el Estado nos proponemos guiar un proceso mediante el cual alcancemos consensos básicos sobre los compromisos que necesitamos para que más empresas argentinas exporten.

Argentina Exporta es el ámbito para institucionalizar un mecanismo de diálogo con el sector privado y las provincias que permita delinear la estrategia de internacionalización de las empresas argentinas.

Argentina Exporta es una plataforma dinámica que reúne todas las políticas públicas orientadas a la exportación con un doble objetivo: visibilizar y ordenar las herramientas que tienen a disposición las empresas que exportan o podrían exportar y, al mismo tiempo, mejorar la eficacia de las políticas de apoyo a las exportaciones.

La interacción con el sector privado y las provincias permitirá definir prioridades en cuanto a mercados objetivo a los que debemos apuntar, acorde a nuestro potencial y oferta exportable. De esa interacción va a surgir una estrategia de trabajo sectorial que permita actualizar, mejorar y focalizar las políticas públicas orientadas al desarrollo, la diferenciación y la federalización de la oferta exportable.

Por todo esto, Argentina Exporta tiene que ser una estrategia de todos: del Estado, de los privados y de la sociedad. Es la única forma de que podamos avanzar sobre pasos firmes y darle un horizonte de largo plazo al camino exportador.



ACTORES

- Estado
- Empresas
- Cámaras
- Sindicatos
- ONGs
- Embajadas
- Bancos públicos y privados



NUESTROS OBJETIVOS

OBJETIVOS 2030:

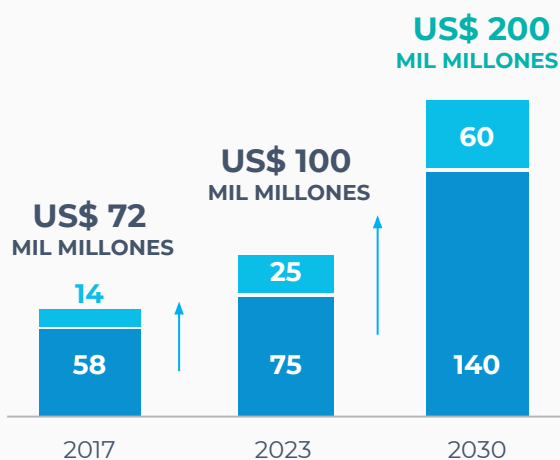
Aspiramos a triplicar las exportaciones y a cuadruplicar la cantidad de empresas exportadoras

Son metas ambiciosas que deben servir como un objetivo aspiracional para orientar los esfuerzos públicos y privados, y acercarnos cada vez más a la Argentina que podemos ser.

Aumentar las exportaciones a US\$200 mil millones. Nuestro objetivo es triplicar las exportaciones para el año 2030. Esta meta se divide en dos etapas: para el 2023, queremos que las exportaciones de bienes alcancen los 75 mil millones de dólares y, las de servicios, los 25 mil millones de dólares. Esto implicaría superar nuestro máximo histórico de exportaciones de 97 mil millones de dólares que se dió en el año 2011. En una segunda etapa, para el 2030, nuestras exportaciones de bienes y servicios llegarían a los 200 mil millones de dólares.

Aunque se trate de una meta ambiciosa, creemos que tenemos el potencial para alcanzarla. Para poder cumplirla, las exportaciones del país tendrían que crecer a un 5,5% anual promedio hasta 2023 y luego a un 10% anual. Vemos que otros países de la región, como Chile y Perú, han tenido dinámicas similares durante más de una década. Esto nos llevaría de que nuestras exportaciones hoy signifiquen 1.600 dólares per cápita a 4.000, un valor similar al que tienen hoy países como Chile y Uruguay.

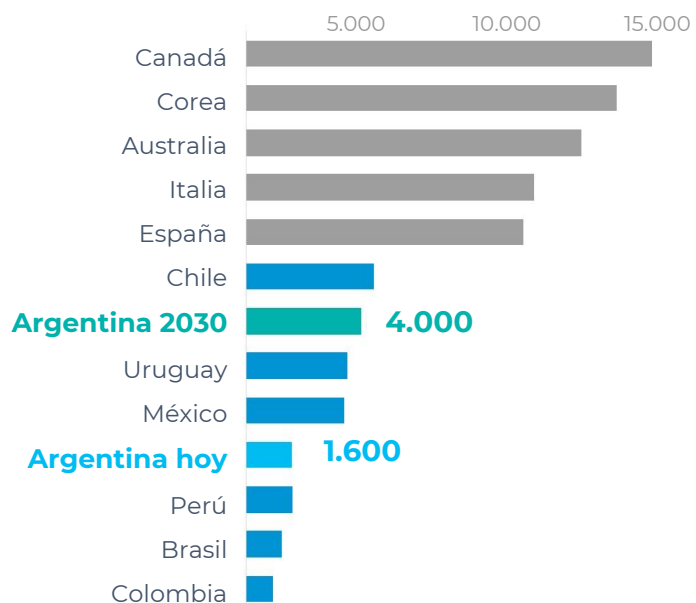
TRIPLICAR LAS EXPORTACIONES



● SERVICIOS ● BIENES

EXPORTACIONES PER CÁPITA, 2016

En dólares



● LATAM ● PAÍSES DESARROLLADOS (OCDE)



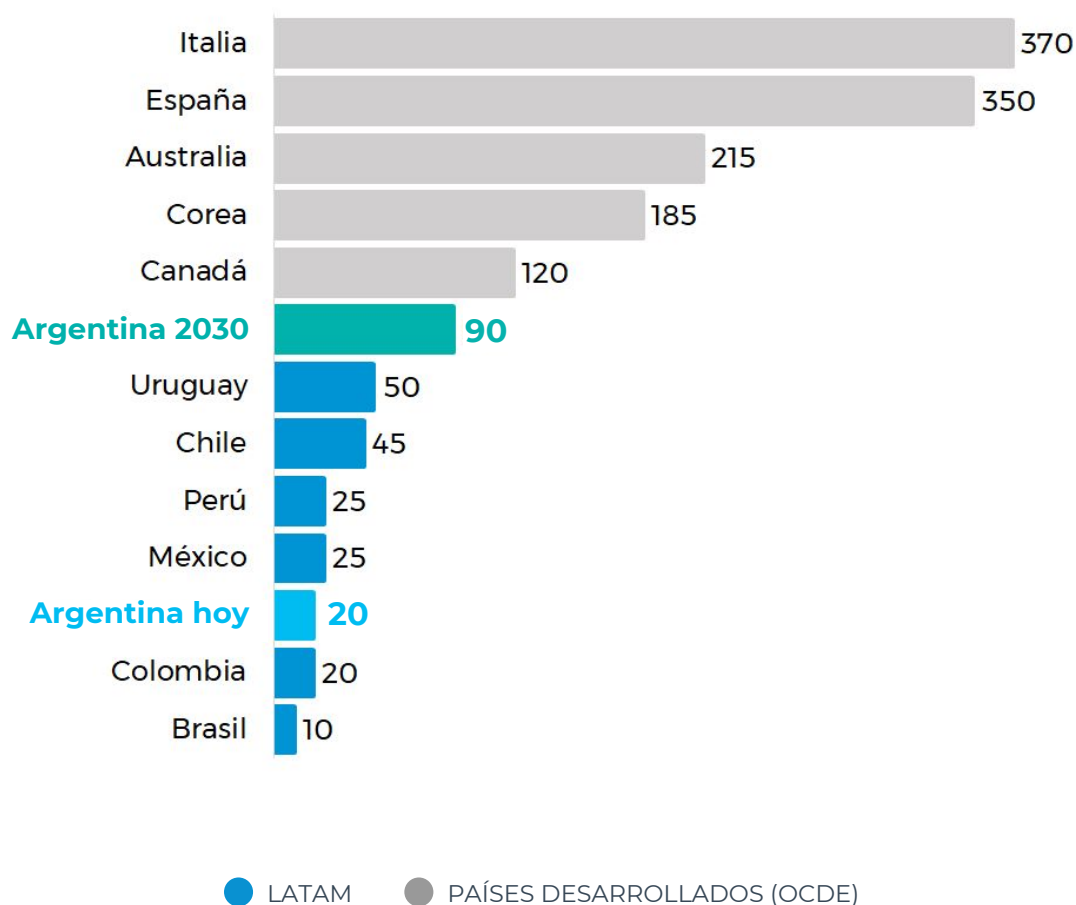
Alcanzar las 40 mil empresas exportadoras

Argentina tiene hoy alrededor de 9.500 empresas exportadoras, 6.000 menos que en el máximo de 2006. Solo el 1,4% del total de empresas argentinas exporta, lo que equivale a 20 empresas exportadoras cada 100 mil habitantes.

Es por esto que nos proponemos la meta de aumentar la cantidad de empresas exportadoras a 40 mil para el año 2030. Si bien es sumamente ambiciosa, Argentina seguiría con un ratio de empresas exportadoras menor al de países desarrollados como Canadá, Australia o España.

CANTIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Cada 100 mil habitantes





OBJETIVOS COMPLEMENTARIOS

En simultáneo con el aumento de las exportaciones y empresas exportadoras nos proponemos:

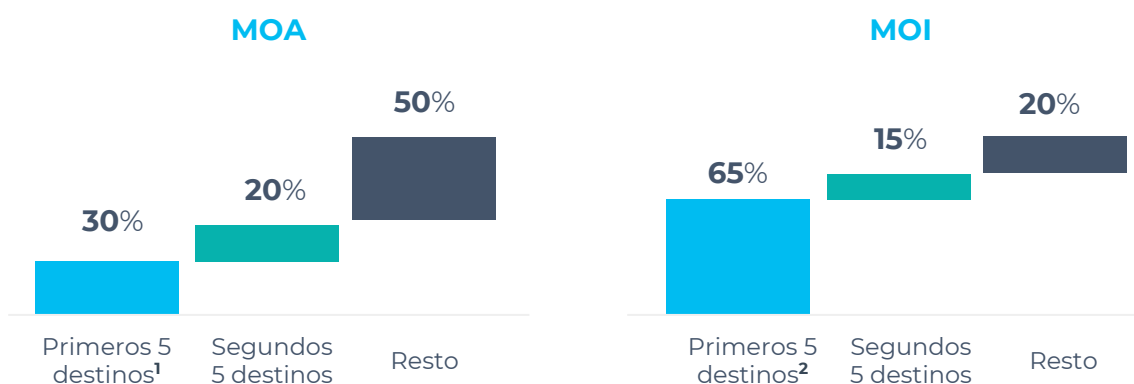
- **Diversificar los destinos de exportación**
- **Federalizar las exportaciones**
- **Complejizar nuestra oferta exportadora**

Queremos diversificar los destinos de las exportaciones

Actualmente el 17% de nuestras exportaciones tiene como destino Brasil y el 40% están concentradas solamente en cinco países. Para los bienes industriales la concentración es aún mayor: solo cinco destinos concentran el 65% de las exportaciones. Por esto es que necesitamos diversificar los destinos para darle mayor estabilidad a nuestras exportaciones.

PRIMEROS 10 DESTINOS DE EXPORTACIÓN, 2017¹

En % de las exportaciones totales



5 DESTINOS CONCENTRAN EL
30% DE LAS EXPORTACIONES

5 DESTINOS CONCENTRAN EL
65% DE LAS EXPORTACIONES

FUENTE: Ministerio de Producción y Trabajo.

¹ Principales 5 destinos MOA: India, Brasil, Vietnam, Chile e Indonesia

² Principales 5 destinos MOI: Brasil, EE.UU., Suiza, Canadá y Chile



OBJETIVOS COMPLEMENTARIOS

Queremos federalizar nuestra oferta exportadora

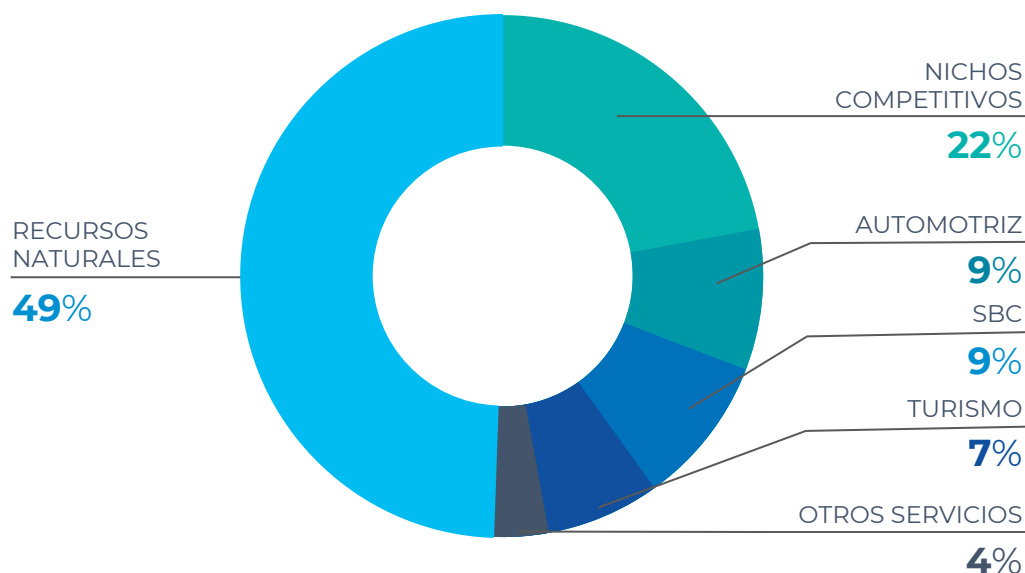
Hoy en día, el 70% de nuestras exportaciones se originan en sólo tres provincias: Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Todas las provincias argentinas tienen sectores competitivos con un gran potencial exportador, pero los altos costos de transporte interno, la falta de políticas estables en el tiempo y los vaivenes macroeconómicos han impedido el desarrollo de las economías regionales.

Queremos complejizar nuestra oferta exportadora

Casi el 50% de las exportaciones se concentran en recursos naturales. La importancia de este sector aumentó en las últimas décadas con la expansión del complejo sojero, que representa en la actualidad el 21% de nuestras exportaciones de bienes y el 44% dentro de los recursos naturales.

EXPORTACIONES ARGENTINAS DE BIENES Y SERVICIOS, 2017

Como % de las exportaciones totales



Por todo esto, tenemos que potenciar y diferenciar la oferta exportable que ya tenemos y favorecer el surgimiento de nuevas exportaciones que nos permita vender al mundo productos y servicios con cada vez más diseño, calidad y valor agregado



¿CÓMO NOS ACERCAMOS A LOS OBJETIVOS?

Trabajando con **políticas específicas** que se adapten a las realidades y necesidades de los distintos **sectores productivos**

Argentina tiene una estructura productiva heterogénea que exige políticas públicas diferenciadas. En nuestro país se producen de manera competitiva desde porotos de soja hasta reactores nucleares, pero las realidades de los diferentes sectores y actividades no son las mismas. De manera simplificada, podemos distinguir tres grandes grupos y actividades en función del tipo de políticas que requieren.

En primer lugar, ubicamos a las exportaciones ligadas a recursos naturales, que explican el 50% del total y se espera que reciban un fuerte impulso de la mano del litio y el desarrollo de proyectos energéticos como Vaca Muerta. Luego, se encuentran el complejo automotor, los servicios basados en el conocimiento y el turismo, que actualmente representan el 25% de las exportaciones argentinas y seguirán creciendo debido a políticas que ayuden a mejorar su competitividad. Por último, encontramos diferentes actividades que se caracterizan por ser exportaciones con alto grado de diferenciación y dinamismo, entre las que se incluyen productos agroindustriales como el vino, los jugos, los alimentos orgánicos, la miel y las pastas; manufacturas especializadas como instrumental médico, cosméticos, calzado e indumentaria de diseño, entre otros. Se trata de actividades que hoy representan el 25% de las exportaciones pero que tienen muchísimo potencial para crecer si son acompañadas con políticas públicas que fomenten su desarrollo.

Por eso, a través de un diálogo público-privado fluido se busca entender cuáles son las oportunidades y desafíos que enfrentan los diferentes sectores de la economía a la hora de salir al mundo y cuáles son los mercados que se deben atender. Así se podrán alinear y priorizar las políticas públicas que permitan recuperar mercados perdidos, consolidar y ampliar la presencia en los mercados internacionales y desarrollar, diferenciar y federalizar la oferta exportable.





ESTRATEGIA POR SECTORES

RECURSOS NATURALES

Políticas para **potenciar las exportaciones de recursos naturales**

Nuestros recursos naturales nos permiten tener una importante capacidad exportadora de productos agropecuarios, energía y minería. La relevancia de estos sectores se refleja en que representan el 50% de nuestras exportaciones totales (bienes y servicios). Es por esto que consideramos que son y seguirán siendo uno de los principales motores del crecimiento exportador argentino.

Son sectores basados en las ventajas comparativas naturales que tiene nuestro país y nos convirtieron en un proveedor relevante a nivel global. Ejemplos de estos sectores son la cadena oleaginosa y cerealera, la carne, la minería y la producción de hidrocarburos. Nuestro país es el principal exportador de harina y aceite de soja, es el tercer exportador de porotos de soja, el cuarto de maíz y aceite de girasol, y se encuentra dentro de los 10 principales exportadores de carne bovina. A su vez, en minería, Argentina es el quinto productor de plata y cobre de Latinoamérica, y es un importante productor y exportador de oro. A esto hay que sumarle el potencial que existe en minería de litio, donde Argentina posee la cuarta mayor reserva a nivel mundial, y la producción de hidrocarburos con Vaca Muerta.

Los desafíos para estos sectores están relacionados a la potenciación de sus capacidades existentes mediante la apertura de mercados y al establecimiento de reglas claras que incentiven las inversiones necesarias para desarrollar todo su potencial exportador.

EJES DE POLÍTICA

■ Mejorar acceso a mercados

Reducir aranceles

Eliminar barreras no arancelarias

■ Reglas de juego

Marco regulatorio

Acceso a bienes de capital / IED

POTENCIAR



ACEITE DE SOJA



PETRÓLEO Y GAS



MANÍ



PLATA Y COBRE



TRIGO



CASO DE ESTUDIO

VACA MUERTA

Dos yacimientos que van a mover la aguja de las exportaciones,
Vaca Muerta y el litio

En los últimos años se realizaron importantes avances en la producción de petróleo y gas no convencional y litio.

Argentina tiene un gran potencial en estos sectores. La formación de Vaca Muerta es la segunda reserva más grande del mundo de gas convencional y la cuarta de petróleo no convencional. A su vez, ocupamos el tercer lugar en cantidad de reservas probadas de litio a nivel mundial.

En este marco, el gobierno inició acuerdos con el sector privado y los sindicatos para establecer reglas claras y marcos que permitan fortalecer el desarrollo del sector.

Estos acuerdos impulsaron importantes inversiones que están mejorando la competitividad del sector. Solo en 2017 se invirtieron en explotación y exploración más de US\$6.700 millones en el sector petrolero. Un ejemplo de los beneficios generados por estas inversiones es el caso de YPF. La firma logró disminuir los costos de perforación no convencional en más de 50% en los últimos dos años.

En el caso del litio, se observa un importante aumento de la demanda mundial impulsada por la importancia creciente que tienen las baterías de ion-litio utilizadas desde la electrónica hacia otros sectores como el de herramientas eléctricas, automóviles y el almacenamiento de energía. En 2016 llegaron al país 17 empresas con el objetivo de realizar nuevas exploraciones.

Estas reformas no solo nos van a permitir recuperar la soberanía energética sino que también van a potenciar nuestras exportaciones al resto del mundo. Se estima que las exportaciones de petróleo y gas pueden llegar a superar los US\$35.000 millones y las de minería los US\$15.000 millones. A su vez, el desarrollo de estos sectores va a posibilitar el crecimiento de nichos competitivos como el de las baterías de litio y los petroquímicos.



Se estima que las exportaciones de petróleo y gas pueden llegar a superar los US\$35.000 millones y las de minería los US\$15.000 millones.



ESTRATEGIA POR SECTORES

AUTOMOTOR, SBC Y TURISMO

Políticas para mejorar la competitividad de las **exportaciones del complejo automotor, los SBC y el turismo**

Los productos primarios no serán los únicos en contribuir a este crecimiento. Argentina es un país de ingresos medio-altos; por lo tanto, su potencial también se encuentra en actividades que requieren el uso intensivo de capital humano.

En los últimos años, el sector automotor, los servicios basados en el conocimiento y el turismo fueron sumamente importantes para el dinamismo exportador. Solo en el 2017, explicaron el 25% de las exportaciones totales argentinas.

Dentro de estos sectores, el automotor tiene una larga historia de desarrollo en nuestro país. Hoy, el sector exporta más de 4.500 millones de dólares a más de 60 destinos.

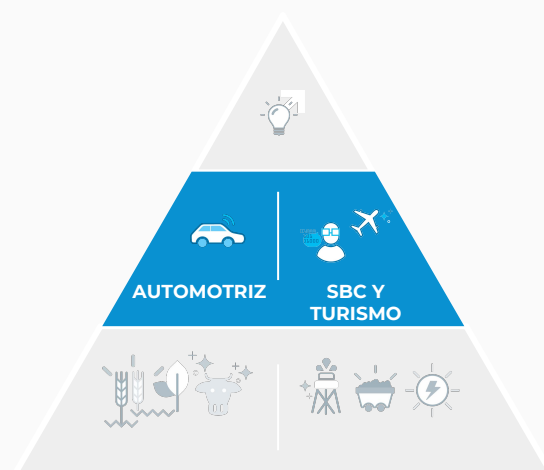
Además, Argentina tiene un potencial innegable para proveer servicios a todo el mundo. Dos de los principales motores son los SBC y el turismo. Los SBC, que incluyen desarrollo de software, la elaboración de contenidos audiovisuales, la producción de publicidad, entre otros, representan el 8,4% de las exportaciones totales del país y vienen teniendo una dinámica creciente. Tal es así que, desde 2006, las exportaciones del sector se quintuplicaron. Asimismo, nuestro país es el segundo destino de sudamérica y el sexto en toda América en llegada de turistas internacionales. Recibimos alrededor de 6 millones de visitantes por año.

Es por todo esto que Argentina prueba día a día que tiene mucho para ofrecer. Los desafíos para estos sectores están relacionados a la diversificación de destinos y a la efectiva integración dentro de cadenas de valor globales, así como también el acceso a tecnología y el financiamiento.

EJES DE POLÍTICA

- **Acceso a mercados**
 - Diversificación de destinos
 - Integración en cadenas globales de valor
 - Promoción comercial
- **Otras**
 - Acceso a tecnología
 - Financiamiento

MEJORAR COMPETITIVIDAD



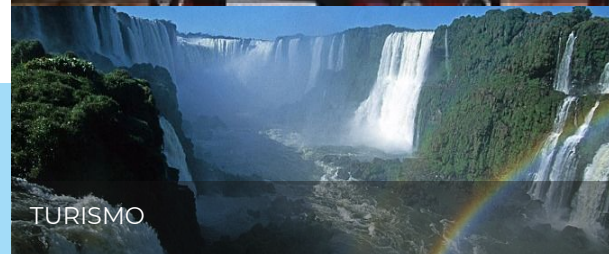
CAJAS DE CAMBIO



EDUCACIÓN



PICK UP Y SUS PARTES



TURISMO



SOFTWARE Y VIDEOJUEGOS



CASO DE ESTUDIO

EXPORTAR EDUCACIÓN

Conocimiento argentino hacia todo el mundo

Argentina se convirtió en el destino favorito de Latinoamérica para los estudiantes extranjeros. Esto se debe a la oferta educativa de calidad a costos competitivos (particularmente carreras de grado no aranceladas y posgrados accesibles en universidades públicas) y con bajas barreras de ingreso, así como al atractivo turístico y cultural del país. La mayor parte de las exportaciones de servicios educativos corresponde a estudiantes universitarios provenientes de otros países que viajan a Argentina para cursar distintos programas en instituciones educativas locales. Los más elegidos son los programas cortos arancelados en universidades y otros institutos de enseñanza superior, en tanto que muchos estudiantes se inclinan por programas de intercambio (generalmente con una duración de entre 6 y 12 meses) o bien optan por cursar carreras completas de grado y posgrado.

Se estima que en 2015 había aproximadamente 53 mil estudiantes extranjeros matriculados en universidades argentinas, dos tercios de ellos en instituciones públicas. Los principales orígenes son otros países sudamericanos (Perú, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador), pero también eligen estudiar en Argentina muchos europeos, estadounidenses y cada vez más chinos. En la Universidad de Buenos Aires (UBA), aproximadamente 4% de los alumnos son extranjeros y su participación asciende a 15% en el caso de los posgrados, los cuales son arancelados. La relevancia de estudiantes provenientes del exterior en la matrícula total es mayor en las instituciones privadas.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) concentra la mayoría de los estudiantes extranjeros. Para promover esta actividad que le genera a la Ciudad ingresos por más de US\$135 millones, el gobierno porteño lanzó el programa "Study Buenos Aires", a través del cual facilita el acceso de los estudiantes extranjeros a los estudios superiores en CABA mediante convenios con universidades y otros beneficios (descuentos en transporte y alojamiento, línea gratuita para el celular, eventos especiales, etc.)

Asimismo, Argentina exporta servicios educativos de manera virtual. Muchas instituciones superiores ofrecen carreras de grado, posgrados y cursos de extensión bajo esta modalidad, tanto a residentes como a no residentes en el país.



CABA es la ciudad latinoamericana más atractiva para los estudiantes internacionales (QS Best Students Cities Ranking)



ESTRATEGIA POR SECTORES

NICHOS EXPORTADORES

Políticas que **impulsen a las actividades dinámicas y ayuden a desarrollar nuevas exportaciones**

El potencial del país no se encuentra solamente en los sectores que tienen un desempeño exportador consolidado. Argentina cuenta con una gran cantidad de productos y servicios customizados que se diferencian por su calidad, marca, diseño y contenido simbólico.

La exportación de bienes y servicios que cumplen con estas características no solo son cada vez más demandados por una clase media creciente sino que también, al requerir un conocimiento más sofisticado, provocan externalidades de conocimiento positivas y además soportan salarios más altos. Es decir, un perfil orientado a nichos que potencien este tipo de productos nos va a permitir generar más y mejores empleos de forma sostenible.

En todos los sectores se pueden desarrollar este tipo de nichos. Hoy, ya tienen un peso importante dentro de nuestras exportaciones, el 25% de los bienes y servicios exportados pertenecen a productos diferenciados. Entre ellos se destacan productos de sectores muy diferentes como lo son el instrumental y equipamiento médico, la indumentaria y calzado de diseño, los quesos, entre muchos otros.

Sin embargo, estos nos presenta una serie de desafíos. Algunos de los principales obstáculos para lograr potenciar estos nichos de forma exitosa son:

- Lograr entender la demanda externa y adaptar el negocio a sus requerimientos y necesidades.
- Ofrecer productos certificados y que cumplan los estándares internacionales.

EJES DE POLÍTICA

Trabajo sobre oferta existente y potencial

- Detección de mercados y promoción de pioneros.
- Desarrollo de la marca país.
- Programas de transformación productiva.
- Formación y capacitación continuas.

DESARROLLAR



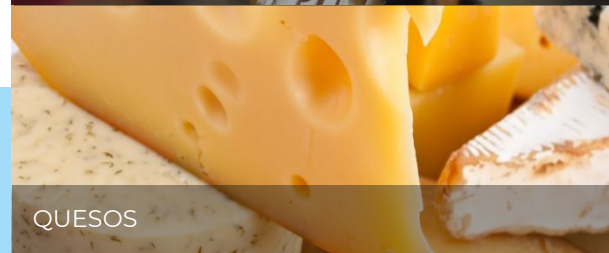
EQUIPAMIENTO MÉDICO



INDUMENTARIA Y CALZADO DE DISEÑO



CUERDAS PARA INSTRUMENTOS



QUESOS



CABLES PARA ASCENSORES



CASO DE ESTUDIO

JUANA DE ARCO

Diseño argentino para el mundo

Juana de Arco es una PyME argentina que produce indumentaria de diseño y exporta a los principales mercados mundiales. Esta empresa fue creada en 1998 por Mariana Cortés, diseñadora de la UBA, en el barrio de Palermo Viejo, Buenos Aires.

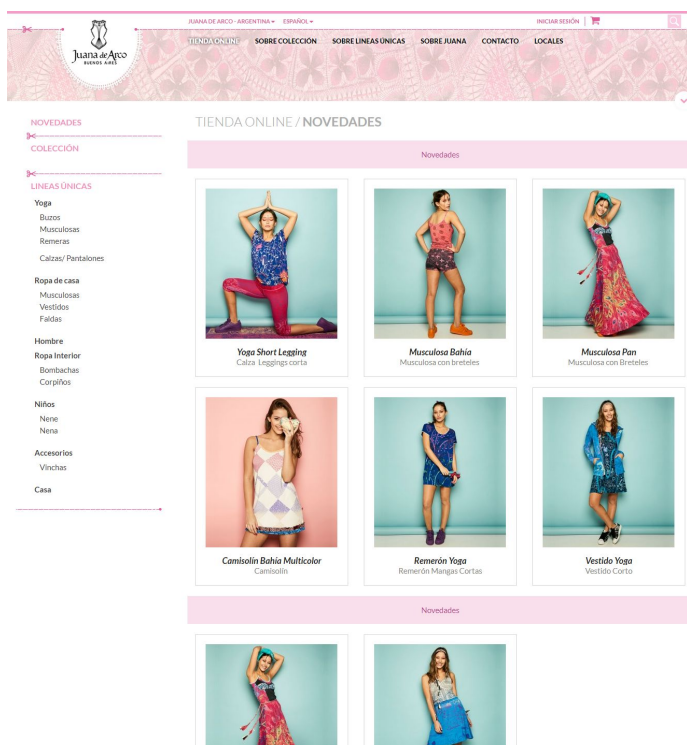
Juana de Arco hace diseños únicos con estampados hechos a mano bajo una política de sustentabilidad. Si bien esta empresa comenzó vendiendo sus productos solo en Argentina, logró dar un salto exportador al vincularse con un representante japonés, lo que fue su puerta de entrada para iniciar su proceso de internacionalización: apuntó a conocer la demanda internacional y así diferenciar sus diseños únicos para lograr adaptarse a las preferencias del mercado mundial. Accedió a un negocio multimarca en Kyoto, desde el que empezó a conquistar ese mercado. Con el tiempo, la empresa siguió creciendo hasta abrir locales propios en distintas zonas de Japón, además de ganar presencia en Estados Unidos y Europa.



¿Sabías que?

Además de tener locales en Argentina, Juana de Arco cuenta con dos locales propios en Kyoto y uno en Miami. También tiene presencia en más de 20 locales multimarca alrededor del mundo.

Además, la empresa diseñó su propia tienda online para potenciar sus ventas locales e internacionales mediante el comercio electrónico.





ESTRATEGIA POR PAÍSES

¿CÓMO NOS ACERCAMOS A LOS OBJETIVOS?

Definiendo estrategias comerciales con cada país para que **más productos y servicios argentinos lleguen a más lugares del mundo**

Para diversificar nuestros mercados exportadores de manera exitosa es necesario definir estrategias que nos permitan extender nuestro perfil exportador. De esta manera, podremos identificar las oportunidades y ventajas que nos brinda cada mercado. Es por esto que el gobierno definió 30 mercados prioritarios, que se agrupan en tres categorías según las ventajas y complementariedad con nuestra matriz productiva:

MERCADOS DE ALTOS INGRESOS

Este grupo de países representa el 60% del consumo mundial. Se caracterizan por comprar productos con elevados estándares de calidad y alto valor agregado. Representan una gran oportunidad para nuestros productos diferenciados.

MERCADOS REGIONALES

Estos países son la entrada al mercado mundial para el 53% de las PyMEs y el 75% de los productos industriales argentinos. Son destinos que demandan nuestros servicios dada la idiosincrasia, idioma y cultura en común.

MERCADOS EN CRECIMIENTO

Este conjunto concentra el 50% del crecimiento mundial en próximos 5-10 años. A su vez, se caracterizan por una clase media creciente (9% incremento anual del ingreso medio 2000-2017), que demanda cada vez bienes y servicios customizados.





CASO DE ESTUDIO

COLOMBIA

Acciones estratégicas **para** **potenciar oportunidades**

Colombia es un país de suma importancia para potenciar el comercio de Argentina. Esto se debe a varios motivos: la cercanía geográfica, la oportunidad de recuperar exportaciones perdidas, la diversificación de nuestros destinos de exportaciones y el acercamiento con el mercado de Alianza del Pacífico.

Oportunidades

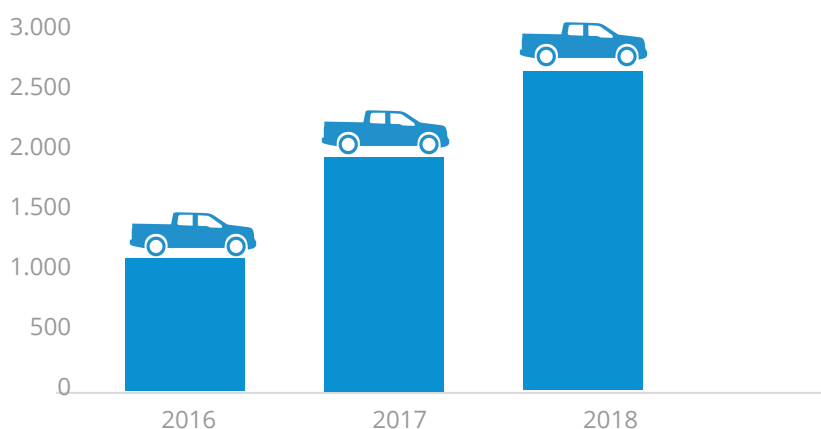
El comercio bilateral entre Argentina y Colombia se encuentra libre de aranceles para el 93% de las líneas arancelarias, además de contar con cupos preferenciales para el sector automotriz, acceso preferencial para petroquímicos y químico y comercio de servicios liberalizado.

Negociaciones realizadas

Firmamos un acuerdo comercial con Colombia que nos permitirá exportar hasta 42.000 autos por año sin arancel, lo que generará ganancias en exportaciones por hasta US\$700 millones.

EXPORTACIONES DE PICK UP A COLOMBIA

En unidades



FUENTE: Ministerio de Producción y Trabajo.



Características del mercado

POBLACIÓN: 50 millones

PBI: US\$307 miles de millones

IMPORTACIONES (2013-17): US\$53 miles de mill.

PRINCIPALES IMPORTACIONES:
aceites de petróleo, autos,
teléfonos celulares, aviones,
medicamentos

EXPORTACIONES ARGENTINAS:

US\$557,6 millones

ARANCEL PROMEDIO: 6,6%

Agrícola: 13,7%

No agrícola: 5,5%



ARGENTINA EXPORTA

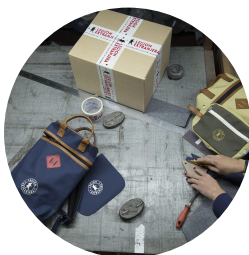
Para **cumplir con las metas**, vamos a concentrar los esfuerzos y promover acciones bajo estos **ejes de acción**:



Mejorar
acceso a mercados



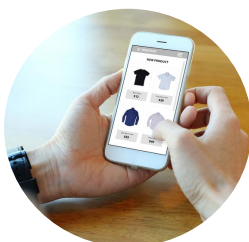
Facilitar el **comercio**
desde Argentina al mundo



Aumentar el **financiamiento**



Promover la **calidad**



Acompañar a las empresas en el
proceso de **internacionalización**



Ejes de acción

MEJORAR ACCESO A MERCADOS

El Gobierno viene realizando un esfuerzo importante para **fortalecer los vínculos comerciales** y lograr que todas las empresas y productos argentinos tengan **mejores oportunidades en el exterior y acceso a nuevos mercados**, pagando menores aranceles.

1.

Negociaciones internacionales

Desde el 2016, avanzamos en una agenda de acuerdos y negociaciones internacionales destinada a mejorar las condiciones de acceso a los mercados para la exportación de nuestros productos.

Avanzamos en una agenda negociadora que beneficie a todas las empresas argentinas. Bajo esta premisa, iniciamos una gran cantidad de negociaciones que en muchos casos ya muestran sus frutos.

Se firmó un acuerdo comercial con Colombia que nos permitirá exportar hasta 42.000 autos por año, lo que generará ganancias en exportaciones por hasta US\$700 millones. Además, ratificamos el acuerdo comercial firmado entre Mercosur y Egipto que permitirá que el 60% de nuestras exportaciones ingrese con arancel 0% de manera inmediata. En tanto que las negociaciones con Estados Unidos nos permitieron retornar al Sistema Generalizado de Preferencias, lo que nos permite exportar a dicho país con aranceles reducidos.

También firmamos y ratificamos un Acuerdo de Doble Tributación con Brasil que favorece a PyMEs y emprendedores argentinos exportadores de servicios. A través del convenio, se establece la eliminación de la doble imposición tributaria con Brasil para empresas de servicios con sede en Argentina, lo que permite reducir los costos para nuestros exportadores de servicios en un 15%.

A pesar de todo lo realizado, queda mucho camino por recorrer. Por eso el gobierno, está negociando la ampliación y profundización del acuerdo comercial con México, lo que mejorará el acceso a dicho mercado para nuestros bienes y servicios. A su vez, seguimos avanzando de manera firme en los nuevos tratados de libre comercio con Unión Europea, Canadá, Asociación Europea de Libre Comercio, Singapur y Corea.



¿Sabías que?

Nuestra agenda va mucho más allá de temas arancelarios. Por ejemplo, Argentina avanzó de manera bilateral y firmó un acuerdo de última generación con Chile, incorporando disciplinas como compras públicas, servicios y género, entre otras.



Ejes de acción

MEJORAR ACCESO A MERCADOS

2.

Aperturas sanitarias y fitosanitarias

Los productos agroindustriales constituyen uno de los principales complejos exportadores argentinos. Sin embargo, su potencial se encontraba en muchos casos reducido por barreras que frenaban el acceso a diversos mercados. Desde el 2016, avanzamos a paso firme para levantar estas barreras.

Ya abrimos 157 mercados para más de 100 productos agroindustriales en los cinco continentes, lo que nos abre oportunidades que ya se están aprovechando

Por ejemplo, volvimos a abrir el mercado de cítricos a Brasil, que estuvo cerrado por ocho años. Esto nos permitió pasar de no exportar a exportar más de cinco millones de dólares en los primeros siete meses del 2018, lo que favorece especialmente a las provincias del NEA. Otro caso sumamente importante para el interior del país fue la apertura del mercado de limones a Estados Unidos, que generó ventas por más de seis millones de dólares en los primeros siete meses del 2018.

APERTURAS DE MERCADOS AGROINDUSTRIALES





CASO DE ESTUDIO

Carnes

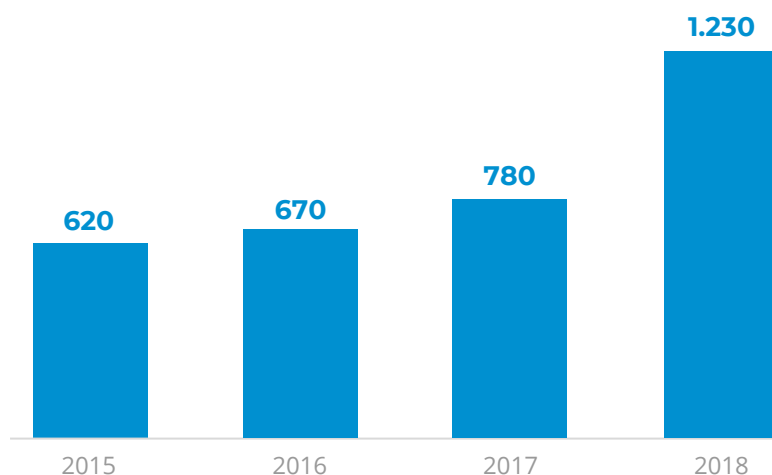
Para la carne bovina abrimos el mercado chino y, más recientemente, el japonés, lo que derivó en una nueva dinámica exportadora. Luego de perder participación en los mercados mundiales desde el año 2007, las nuevas reglas de juego y las aperturas de mercado revirtieron esta tendencia y en poco tiempo las exportaciones se duplicaron, superando los **US\$1.230 millones** solo en los primeros ocho meses de este año.

Entre los destinos hacia donde más aumentaron las exportaciones de carne argentina se destaca China, país que constituye un mercado de más de 1.300 millones de habitantes que no se autoabastece. Además, en 2018, se anunció también la apertura del mercado japonés y se continúa trabajando para la apertura de otros mercados estratégicos que prometen una expansión de las exportaciones argentinas.

EXPORTACIONES DE CARNE BOVINA



Primeros 8 meses, millones de dólares



FUENTE: Ministerio de Producción y Trabajo.



FRIGORÍFICO NATURAL BEEF

¿Sabías que?

El frigorífico Natural Beef había cerrado en el 2010. Con los cambios de política impulsados por el gobierno, la empresa reabrió en mayo del 2017 con una inversión de U\$30 millones.

Gracias a esta reapertura del frigorífico, hoy Natural Beef emplea a 500 personas y es el primer empleador en Azul, provincia de Buenos Aires.



Ejes de acción

FACILITAR EL COMERCIO DESDE ARGENTINA AL MUNDO

La facilitación de comercio es fundamental para reducir los costos para exportar, generar nuevas oportunidades para emprendedores y hacer posible una internacionalización exitosa.



1.

Ventanilla Única de Comercio Exterior para simplificar y centralizar todos los trámites de comercio exterior en un sólo organismo fomentando la eficiencia operativa.

2.

Exporta simple, un régimen de exportación simplificada creado con el objetivo facilitar a los pequeños productores las operaciones de exportación.

3.

Central de Información de Comercio Exterior que facilita el acceso a la normativa de comercio exterior por nomenclador.

4.

Digitalización y reducción de trámites: hemos logrado la digitalización del 95% de los trámites relacionados al comercio exterior.

5.

Facilitación del acceso a bienes de capital e insumos para la exportación. Agilizamos los trámites y procesos para facilitar la inversión en maquinaria y equipos. Mejoramos el Régimen de Importación Temporal.

6.

Hubs logísticos con el objetivo de reducir los costos y mejorar la competitividad en los principales mercados a nivel mundial.

7.

Creación del Consejo Federal Público-Privado de Facilitación de Comercio para institucionalizar un canal de diálogo con el sector privado y abordar de manera conjunta las buenas prácticas y medidas que faciliten el comercio exterior.

8.

Mejora portuaria para mejorar las barreras a la competitividad, lo que significó un ahorro de US\$10 millones en el primer trimestre de 2018.

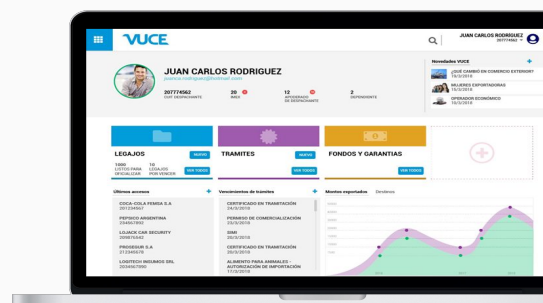


CASO DE ESTUDIO

VUCE: Todos los trámites de comercio exterior, digitales y en un solo lugar

La **Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)** simplificará y centralizará todos los trámites de comercio exterior en un sólo organismo fomentando la eficiencia operativa. En este proceso, ya hemos logrado la digitalización del 95% de los trámites relacionados al comercio exterior.

VUCE



Exporta Simple: los productos de nuestras PyMEs de manera simple a todo el mundo



Exporta Simple es un régimen de exportación simplificada creado con el objetivo de facilitar a los pequeños productores las operaciones de exportación. A través de esta herramienta se pueden exportar mercaderías por hasta 15 mil dólares y/o 300 kgs a cualquier parte del mundo a través de prestadores de servicio postal, de manera simple y rápida, con un límite de envíos anual de US\$600.000.

Por este canal ya exportaron más de 300 empresas que llegaron a más de 80 países. En su mayoría fueron pequeñas manufacturas, productos de cuero, y bienes de consumo, entre otros.

DESTINOS DE EXPORTACIONES MEDIANTE EXPORTA SIMPLE





Ejes de Acción

MEJORAR EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO

Trabajamos con bancos públicos y privados para promover un **mayor acceso al financiamiento para inversiones y exportaciones.**

1.

Pre y post financiamiento para empresas exportadoras: líneas de crédito con condiciones y tasas especiales para las pequeñas y medianas empresas.

2.

Forfaiting a mediano y largo plazo: línea que le permite al exportador posicionar sus productos en el mundo y mejorar su competitividad al ofrecer al comprador un plazo de hasta 10 años para cancelar su deuda.

3.

Financiación de certificaciones: línea creada para financiar la certificación de productos a comercializar en el país o en el exterior.

4.

Seguros de crédito: protege a los exportadores de los riesgos que puedan impedir el cobro de los créditos otorgados a clientes en otros países.

5.

Financiación de ferias: apoyo financiero a quien desee participar y/o asistir a un evento comercial en relación con su actividad en el negocio internacional.





CASO DE ESTUDIO

Valerio Oliva, una empresa que se prepara para exportar

Valerio Oliva es una PyME foresto industrial de Misiones fundada en 1956 e integrada por las hermanas Silvia, Cecilia y Agustina Oliva.

Proveen al mercado nacional con tablas aserradas, madera para encofrados, tablas y tirantes cepillados, machimbres, tableros clear finger joint y molduras.

La empresa se prepara para exportar. Para esto, el BICE financió el 100% de la compra de una máquina industrial nacional por \$2.350.000 necesaria para la expansión comercial al mundo.

La incorporación de tecnología no solo permitirá que sus productos lleguen al resto del mundo sino que también creará nuevos puestos de trabajo.

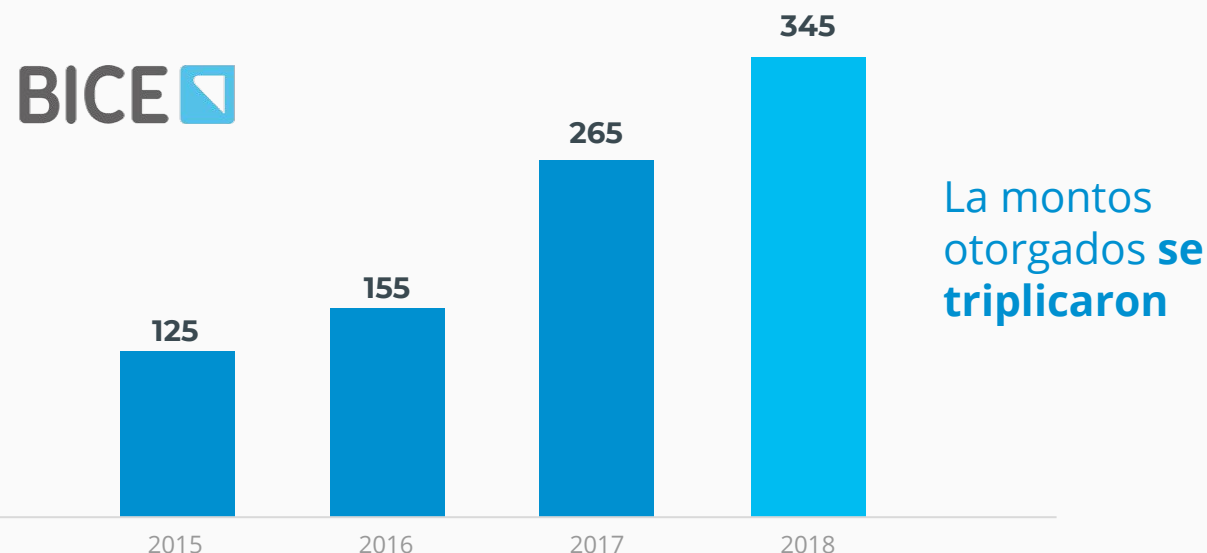


VALERIO OLIVA

La cantidad de **empresas beneficiadas se triplicó** en el 2017

PRÉSTAMOS BICE PARA LA EXPORTACIÓN

En millones de dólares



FUENTE: Ministerio de Producción y Trabajo.



Ejes de Acción

PROMOVER LA CALIDAD

Hoy en día, la **calidad** es un **elemento fundamental** para el sector exportador

Relanzamiento del Sistema Nacional de Calidad

La mejora de la calidad y el cumplimiento de estándares es fundamental para la exportación, en especial de productos con alto valor agregado. La calidad y los estándares son clave tanto para cumplir con requisitos de entrada a los mercados externos como para cumplir con las demandas de consumidores internacionales cada vez más exigentes.

El **Sistema Nacional de Calidad (SNC)** es la plataforma que permite a un país garantizar la calidad de sus productos y servicios frente al mercado internacional y adaptarlos a las exigencias internacionales. El SNC está compuesto por múltiples actores de diversa naturaleza: laboratorios, certificadoras, subsistemas y reguladores que van desde IRAM hasta el SENASA o el INTI.

En Argentina, el SNC no solo presenta baja coordinación entre los actores responsables de la calidad a nivel nacional (IRAM, OAA, INTI, reglamentadores, laboratorios y certificadoras), sino que fundamentalmente carece de lineamientos estratégicos que guíen una política nacional de calidad.

En este marco, desde el Plan Calidad Argentina, trabajamos para relanzar el SNC y lograr un uso más eficiente y estratégico de los recursos que se destinan a las políticas de calidad. Con este fin, constituiremos el Consejo Nacional de Calidad, integrado por representantes de los distintos Ministerios. El Consejo coordinará las distintas políticas de calidad estableciendo las prioridades para fortalecer y desarrollar estratégicamente las capacidades del SNC al servicio de las empresas.



Certificación Halal

¿Sabías que?

La Certificación Halal aprueba el tratamiento de los alimentos según la normativa religiosa del Islam.

Haber obtenido el reconocimiento internacional de la Certificación Halal argentina permite el ingreso de nuestros productos a mercados con millones de consumidores. La economía Halal crece más de un 10% por año y se estima que para el 2020 va a generar US\$2.000 millones solamente considerando el mercado de alimentos de grandes mercados demandantes de productos Halal como Emiratos Árabes Unidos o Arabia Saudita.

Aumentar la cantidad de productos con certificación Halal nos acerca a convertirnos en el supermercado al mundo.



CASO DE ESTUDIO

Maquinaria agrícola: adaptación de las políticas públicas a las necesidades sectoriales con el objetivo de potenciar nuestras exportaciones

El caso de maquinaria agrícola es un ejemplo de cómo se está trabajando a nivel sectorial: en el marco de la Mesa Nacional de este sector se estableció una Sub-mesa de Calidad e Internacionalización, en la que representantes del sector privado y el sector público trabajan en conjunto para elevar los estándares de calidad y lograr una mayor inserción de la maquinaria agrícola argentina en el mundo.

En esta Sub-mesa estamos consensuando una estrategia exportadora y trabajando en políticas que permitan superar obstáculos técnicos al comercio. Para competir en el mundo, la maquinaria agrícola debe adoptar estándares de calidad y seguridad que exigen los mercados externos.

Entre otras prioridades de la Sub-mesa se encuentra la inversión en laboratorios del INTI para ensayar los requisitos de seguridad, el desarrollo de proveedores de calidad. Todas estas medidas van a permitir el aumento de las exportaciones y la apertura de nuevos mercados.



6

Temas priorizados
en agenda con el sector

1. Priorización de mercados y estrategias de abordaje
2. Superación de obstáculos al comercio
3. Desarrollo de proveedores de calidad
4. Mejora de gestión productiva
5. Agenda de inversión y desarrollo del sector
6. Conectividad de la maquinaria



Ejes de Acción

ACOMPañAR A LAS EMPRESAS EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Desde el Gobierno venimos trabajando con el sector privado, empresas, cámaras y otros organismos, para **apoyar el proceso de internacionalización de las empresas argentinas.**

1.

Desarrollo de capacidades

Herramientas y planes de formación para que las empresas adquieran las habilidades, procesos e inteligencia comercial necesarios para abordar su desafío de inserción en el mundo.

2.

Asistencia, asesoramiento y simplificación

Consultoría caso por caso y programas especiales para ayudar a empresas desde hacer una primera exportación hasta abrir oficinas en un nuevo mercado.

3.

En todo el país y hacia todo el mundo

Red Federal de Agencias de Promoción para llevar herramientas a cada provincia del país, y representaciones comerciales en nuestras embajadas para generar y acercar oportunidades de negocio.

Conectamos la oferta exportable con compradores de todo el mundo
140 acciones de promoción





CASO DE ESTUDIO

The Bag Belt: exportar por primera vez

The Bag Belt es una empresa fabricante de calzado femenino de la provincia de Santa Fe, que nació en 1997 y desde hace cinco años está a cargo de la nueva generación familiar: Marta, René y sus hijos.

Proveen a todo el país y en la actualidad tienen 12 locales en Argentina, con productos de cuero basados en la vanguardia, las tendencias mundiales en moda y diseño.

Con la ayuda de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional lograron exportar por primera vez. Las ayudamos a capacitarse con uno de los principales referentes italianos en diseño de calzado y así lograron armar y mejorar la presentación de sus colecciones.

Los llevamos a ferias y misiones comerciales nacionales y a Colombia y Paraguay, donde armamos su agenda de negocios donde se juntaron con compradores internacionales y lograron su primera exportación a Chile.

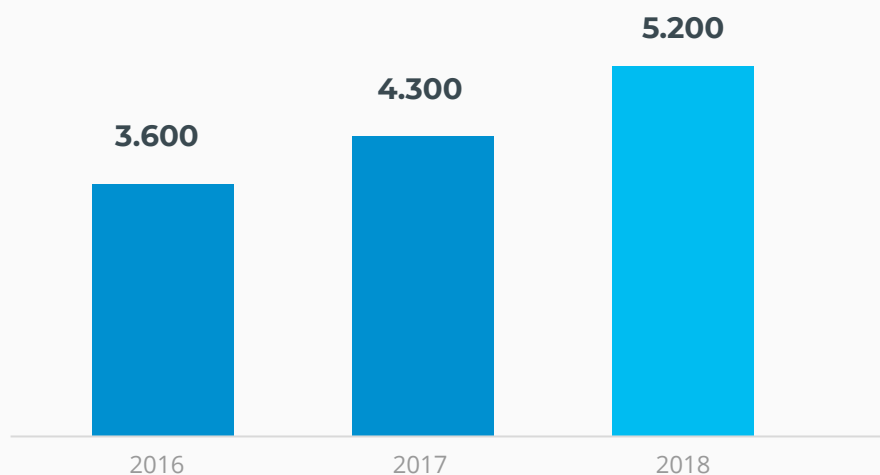


Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

Asistimos a más de 5.100 empresas durante 2018 mediante programas, ferias, formación y promoción no tradicional.

En dos años incrementamos un 45% la cantidad de consultas y pedidos que se atendieron.

CANTIDAD DE EMPRESAS ASISTIDAS





PRÓXIMOS PASOS

Encuentros regionales



SECTOR PRIVADO

**CONSENSO
EXPORTADOR**

GOBIERNO
NACIONAL

PROVINCIAS

PARTICIPANTES:

- Organismos públicos
- Empresas
- Cámaras
- Sindicatos
- ONGs
- Embajadas
- Bancos públicos y privados



UNA RED DE REPRESENTACIONES PARA AYUDAR A LOS EXPORTADORES A ABRIR MERCADOS

158 Representaciones argentinas en el exterior



Consultas y más información en:

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



#ArgentinaExporta lo hacemos entre todos.

Si querés empezar a exportar o necesitás resolver problemas relacionados a la exportación no dudes en contactarte con nosotros



Ministerio de
Producción y Trabajo
0800-333-7963

Agencia Argentina de Inversiones y
Comercio Internacional
consultas@inversionycomercio.org.ar
11-5199-2263