



Ministerio de Agroindustria
Presidencia de la Nación

PROGRAMA ABRIENDO MERCADOS

MERCADOS EXTERNOS PARA EL SECTOR FRUTAS

Secretaría de Mercados Agroindustriales

Las acciones a llevarse a cabo tienen tres pilares principales:

Objetivos: 1) lograr el acceso fitosanitario en nuevos mercados; 2) consolidar la presencia de las frutas argentinas en los principales mercados externos

**PLAN DE ACCIÓN 2017 EN MERCADOS EXTERNOS – FRUTAS FRESCAS
ARGENTINAS**

**Promoción
Comercial**

**Negociaciones
Fitosanitarias**

**Negociaciones
Comerciales**

Coordinación General: Secretaría de Mercados Agroindustriales

- Subsecretaría de Mercados Agropecuarios
- Dirección Nacional de Relaciones Agroalimentarias Internacionales
- SENASA

Participantes

Ministerio de Agroindustria

- Subsecretarías de Agricultura (SAGyP) y Alimentos y Bebidas (Valor Agregado)
- Consejerías Agrícolas
- Comisión de Seguimiento de las Negociaciones Internacionales del CFA

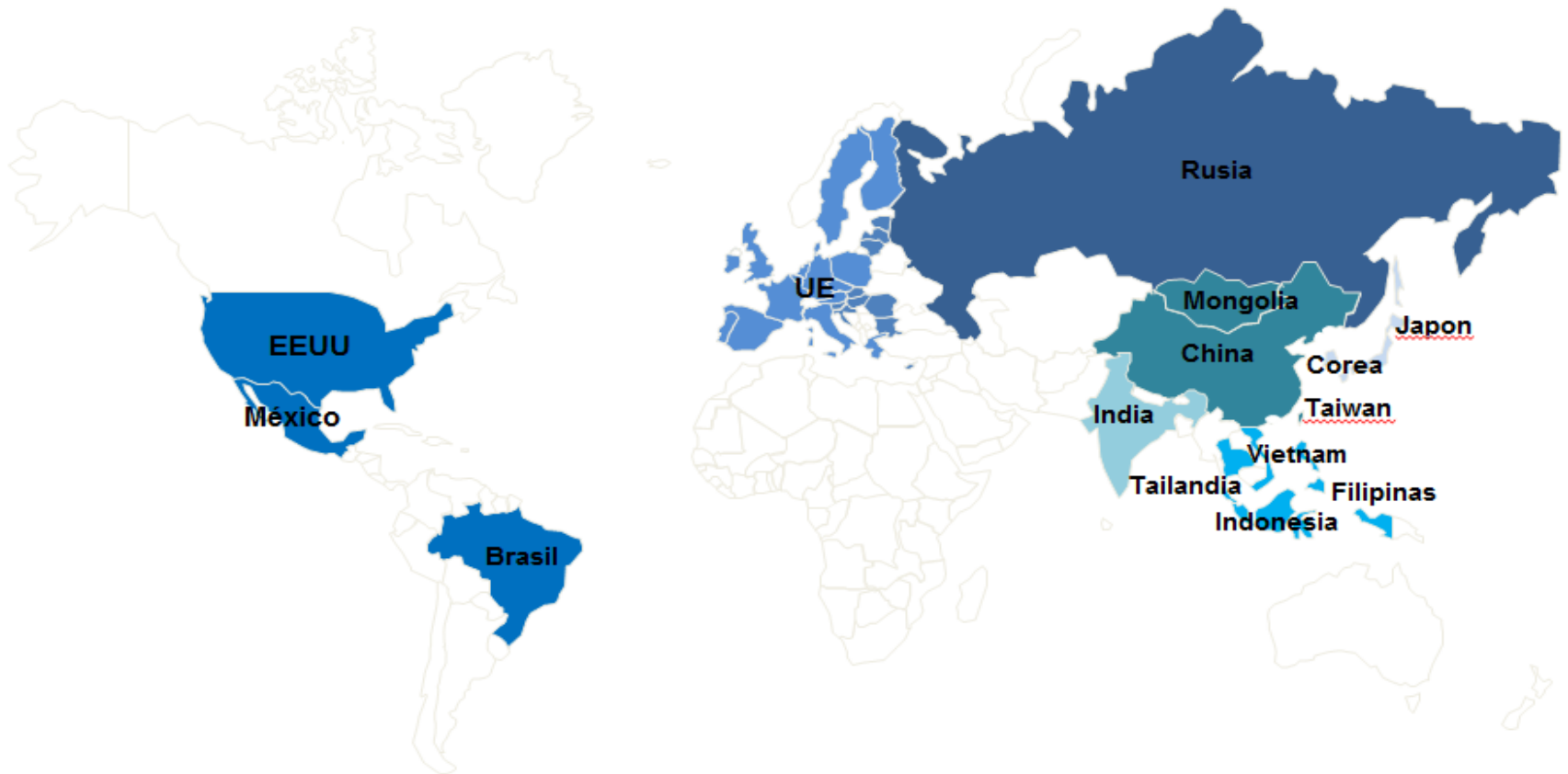
Otros Ministerios y entes gubernamentales

- Cancillería Argentina y red de Embajadas Argentinas en los mercados seleccionados
- Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (EXPORTAR)
- Consejo Federal de Inversiones (CFI)
- Agencias de promoción comercial provinciales

Entidades sectoriales: **FEDERCITRUS, CAFI, ABC, CAPCI, demás cámaras o entidades**

Mercados estratégicos

En función de la importancia para las distintas cadenas productivas, ya sea por su volumen de comercio actual u oportunidades que se vislumbran, se han seleccionado “mercados estratégicos” respecto a los cuales se concentrarán la mayoría de las acciones bajo los tres pilares mencionados.



● BRASIL

Argentina es un proveedor tradicional del mercado brasileño de frutas. En el 2015 cobraron importancia las peras, manzanas, uvas de mesa y secas, ciruelas y duraznos a lo cual se suma la posibilidad de recuperar el acceso para los cítricos, luego de la modificación normativa que tuvo lugar a principios de septiembre pasado en este país. La cercanía de los mercados junto a los estrechos lazos culturales y el acceso preferencial en el marco del MERCOSUR constituyen ventajas comparativas para nuestra producción nacional. En los últimos años, la participación argentina ha ido perdiendo espacio en este mercado, ante la mayor competencia de otros proveedores, problemas fitosanitarios locales, decisiones empresariales y medidas restrictivas adoptadas por el gobierno brasileño, lo cual justifica redoblar los esfuerzos en encontrar alternativas de solución que apunten a disminuir los costos internos, de transacción y de logística en pos de lograr competitividad efectiva, incrementando también, la negociación y la promoción tendientes a consolidar el posicionamiento argentino.

● MEXICO

Mercado especialmente atractivo para las peras y manzanas argentinas, aunque algunas condiciones de certificación fitosanitaria como el envío de inspectores mexicanos a nuestro país restan competitividad a la fruta argentina. Otras frutas se encuentran en negociación, como cítricos, arándanos, cerezas, uvas de mesa y kiwis. Desde un punto de vista comercial, en noviembre de 2016 se lanzará la primera ronda de negociación para profundizar el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) 6 entre Argentina y México, aspirando a lograr mejores preferencias arancelarias para las frutas argentinas.

● ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos tiene una importancia mayor para nuestro sector exportador por la dimensión de sus compras externas en la mayoría de los rubros; pero también por los altos estándares que resultan necesario cumplir para poder ingresar a dicho mercado. Este país es el principal destino para nuestras exportaciones de arándanos, peras y manzanas. Después de muchos años de batalla judicial, nos encontramos a punto de retornar a este mercado con nuestros limones. También se retomarán otras negociaciones para cítricos dulces, kiwis y granadas.

● UNION EUROPEA

Al igual que Estados Unidos, el mercado europeo es estratégico para nuestro sector. Se pueden exportar al mismo todas nuestras frutas, pero cumpliendo condiciones fitosanitarias que se hacen cada vez más exigentes, especialmente para los cítricos. Por otra parte, las negociaciones con la Unión Europea para la firma de un Tratado de Libre Comercio (TLC) han retomado un renovado impulso y está previsto que en el año próximo se mantengan varias rondas de negociación. Por último, las ferias SIAL Paris y Fruit Logística en Berlín tienen una importancia mundial, ya que concurren a las mismas compradores del mundo entero.

● RUSIA

Rusia es un mercado tradicional para nuestras frutas, teniendo casi todos los productos abiertos. Sin embargo, las dificultades macroeconómicas y formas de hacer negocios lo tornan un mercado difícil para nuestros exportadores. Por tal motivo, se ha decidido la próxima apertura de una Consejería Agrícola que sirva como punta de lanza para conocer mejor el mercado y lograr una mejor inserción.

● CHINA, Hong Kong, Taiwán y Mongolia

Mercado de gran potencial por la creciente demanda china. Se debe realizar un esfuerzo muy grande de promoción para que se conozcan las frutas argentinas y posicionar a las que ya se pueden exportar: peras y manzanas, uvas de mesa, cítricos dulces y próximamente arándanos. Mientras tanto hay que concluir estas negociaciones y las de cerezas y retomar las de limones.

La estrategia para China, debe ser complementada con Hong Kong (puerta de entrada al continente), Taiwán (mercado cerrado para todas las frutas pero de alto poder adquisitivo) y Mongolia (mercado alternativo, al cual se podrían desviar contenedores que por algún motivo fueran rechazados en China u otro país de la región).

● JAPÓN y COREA DEL SUR

Ambos mercados resultan atractivos por el alto poder adquisitivo de sus poblaciones pero se debe realizar un gran esfuerzo para avanzar con las negociaciones para el acceso fitosanitario a los mismos. En el caso de Corea del Sur, se están manteniendo conversaciones con el MERCOSUR para lanzar próximamente las negociaciones para un Tratado de Libre Comercio.

● **INDONESIA y Sudeste Asiático**

Indonesia es el gran mercado para las frutas argentinas en el Sudeste Asiático. Habiéndose superado en 2016 las trabajas para el reconocimiento del sistema de control oficial de la inocuidad, se necesita realizar un esfuerzo adicional para lograr una mayor participación en ese mercado, a través de acciones de promoción comercial. También se deben negociar con el gobierno de ese país facilidades para no ser discriminados por el sistema de licencias de importación.

Con excepción de Filipinas, que ha abierto su mercado a varias frutas argentinas, resulta clave realizar progresos en las negociaciones fitosanitarias para lograr el acceso de nuestros productos en los demás países de la ASEAN, tales como Vietnam y Tailandia.

● **INDIA**

Con su enorme población y crecimiento sostenido de su economía, constituye la nueva frontera a conquistar. Con excepción de las peras y manzanas, cuyo acceso ya se logró, se necesita seguir impulsando las negociaciones para lograr el ingreso de las demás frutas argentinas. Por otra parte, India y MERCOSUR han relanzado las negociaciones para profundizar el Acuerdo de Preferencias Arancelarias fijas, con el objetivo de incluir un mayor número de productos en su ámbito de aplicación. A través de estas negociaciones se espera poder lograr una mejora en las condiciones de acceso para nuestras frutas.

ACCIONES VINCULADAS A LA PROMOCIÓN COMERCIAL (1° Pilar)

- Ferias internacionales de relevancia*
- Misiones comerciales sectoriales*
- Estudios de mercado*
- Estrategia de “marketing” que incluya una marca país*

ACCIONES VINCULADAS A NEGOCIACIONES FITOSANITARIAS (2° Pilar)

- Misiones de negociación*
- Visitas de inspección de autoridades sanitarias extranjeras*

1. Ferias internacionales de relevancia



Shanghai - China
17 al 19 de mayo



Moscú - Rusia
12 al 16 de septiembre



Hong Kong - China
7 al 9 de septiembre



Beijing - China
30 de octubre al 1 de
noviembre de 2017.

ESTRATEGIAS DE MARKETING - ARGENTINA



ACCIONES VINCULADAS A NEGOCIACIONES COMERCIALES (3° Pilar)

- ❑ *MERCOSUR - Unión Europea (Tratado de Libre Comercio Inter-regional)*
- ❑ *MERCOSUR – India (profundización del Acuerdo de Preferencias Fijas)*
- ❑ *Argentina – México (profundización del Acuerdo de Complementación Económica ACE 6)*
- ❑ *Argentina – Colombia*

PRÓXIMAS NEGOCIACIONES PROYECTADAS

- MERCOSUR – EFTA***
- MERCOSUR – Corea del Sur***
- MERCOSUR – Canadá***
- Sistemas de licencias de importación de Indonesia***

IMPLEMENTACIÓN DE ACUERDOS EXISTENTES

- MERCOSUR – Egipto***
- MERCOSUR – SACU (Unión Aduanera Sudafricana)***

BRASIL

Productos en negociación: manzanas y peras (revisión); uvas de mesa (revisión); cítricos (reapertura)

Acciones

- Misión técnica de negociación (febrero de 2017) + videoconferencias periódicas entre el SENASA y la SMA
- Visita de inspección: peras y manzanas (entre febrero a abril 2017)

MEXICO

Productos en negociación: manzanas y peras (revisión / reconocimiento de áreas libres de mosca de las frutas); cítricos (apertura); arándanos (apertura); cerezas (apertura); uvas de mesa (apertura); kiwi (apertura).

Acciones

- Misión técnica de negociación (marzo de 2017) + videoconferencias periódicas entre el SENASA y la SMA
- Visita de inspección: peras y manzanas

ESTADOS UNIDOS

Productos en negociación: limones (se espera concluir en 2016); cítricos dulces (apertura); kiwi (apertura); granada (apertura)

Acciones

- Misión técnica de negociación (a definir en 2017) + videoconferencias periódicas entre el SENASA y el APHIS
- Visita de inspección: cítricos dulces (a definir en 2017)
- Feria: PMA Orlando (14 al 16 de octubre de 2017)
- Misión comercial (todas las frutas) (marzo 2017??)

UNIÓN EUROPEO

Productos en negociación: prevención de incidentes con productos que tienen acceso

Acciones

- Videoconferencias periódicas entre el SENASA y el APHIS
- Feria: Fruit Logistica Berlin (8 al 10 de febrero de 2017); Fruit Attraction (Madrid ??)
- Negociación TLC UE-MERCOSUR (en curso)

RUSIA

Productos en negociación: prevención de incidentes con productos que tienen acceso.

Acciones

- Apertura de la Consejería Agrícola en Moscú
- Feria: World Food Moscú (12 al 16 de septiembre de 2017)
- Misión comercial a San Petersburgo u otras ciudades (todas las frutas) (a continuación de la World Food Moscú)

CHINA (+ Hong Kong, Taiwán, Mongolia)

Productos en negociación con R. P. China: cítricos dulces (revisión); arándanos (apertura, si no concluye antes la negociación); cereza (apertura); limón (apertura)

Acciones

- Misión de negociación de SENASA a Beijing (abril de 2017) (junto a Corea y Japón)
- Impulsar negociación sanitaria con Taiwán y Mongolia
- Visitas de inspección: cerezas (ARP apertura); uvas de mesa (implementación); peras y manzanas (implementación); arándanos (implementación)
- Feria: SIAL China (mayo); Asia Fruit Logistica Hong Kong (septiembre); China Fruits and Vegetables (30 octubre al 1 de noviembre)
- Misiones comerciales: Beijing, Guangzhou, Ulan Bator (mayo 2017)

COREA DEL SUR

Productos en negociación: arándano (apertura); limón (apertura); mandarina y pomelo (apertura); cereza (apertura); manzana (apertura); pera (apertura).

Acciones

- Misión técnica de negociación (abril de 2017) de SENASA (junto con Beijing y Tokio)
- Visitas de inspección (?)
- Negociación TLC MERCOSUR – Corea del Sur (posible lanzamiento)

JAPON

Productos en negociación: limón (revisión); arándanos (apertura); cereza (apertura); uva de mesa (apertura); peras y manzanas (en estudio).

Acciones

- Misión de negociación de SENASA Tokio (abril de 2017) (junto a Beijing y Seúl)
- Visitas de inspección: (?)

SUDESTE ASIÁTICO

Indonesia

Demás países

Acciones

- Misión técnica de negociación (junio de 2017) de SENASA (Indonesia, Vietnam, Tailandia)
- Visitas de inspección: Tailandia (cerezas y uvas de mesa en enero 2017); Filipinas (peras y manzanas (abril de 2017)
- Misión comercial (julio 2017)
- Cuestionamiento a Indonesia de su sistema de licencia de importación

INDIA

Productos en negociación: peras y manzanas (revisión); cítricos (apertura); uvas de mesa (apertura)

Acciones

- Apertura de la Consejería Agrícola en Nueva Delhi (2017)
- Misión de negociación de SENASA (fin de julio 2017)
- Misión comercial a Mumbai y Delhi (noviembre 2017, a continuación de la feria China FVF de Beijing)