



PROGRAMA
ABRIENDO MERCADOS
PLANES SECTORIALES 2017



Ministerio de Agroindustria
Presidencia de la Nación

Programa
ABRIENDO MERCADOS
PLANES SECTORIALES 2017

SECTOR LÁCTEO



INTRODUCCIÓN

El sector lácteo es considerado uno de los complejos agroalimentarios más importantes y dinámicos dentro de la economía argentina. En efecto, la producción, industrialización y distribución de los productos lácteos conforman un complejo dinámico que, por su distribución territorial, su capacidad de generación de empleo y redistribución de los ingresos, constituye una actividad económica fundamental para el país.

La capacidad de producción láctea de Argentina supera los volúmenes requeridos para satisfacer la demanda interna. En relación al número de tambos, se está evidenciando un proceso de concentración de la producción de leche en menos establecimientos. Dicha situación es un proceso que se da no solo en Argentina sino en la mayoría de los países del mundo y está relacionado con el cambio tecnológico: la posibilidad de disponer de tecnologías más eficientes requiere de una mayor escala productiva.

La distribución de plantas lácteas a lo largo del país se da de la siguiente manera: Córdoba ocupa el 38%, en segundo lugar está Buenos Aires con el 33%, seguido de Santa Fe (19%), Entre Ríos (6%), La Pampa (3%) y otras (1%).

En cuanto a las exportaciones argentinas, Brasil es el mayor importador de lácteos provenientes de Argentina, seguido por Rusia y Venezuela. Los productos más exportados son leche en polvo, lactosuero, manteca y queso.

Las exportaciones mundiales de leche están lideradas por Nueva Zelanda, con alrededor de 1,9 millones de toneladas en 2016, seguidas por la Unión Europea con 1,2 millones de toneladas en dicho año, Estados Unidos con 645 mil toneladas y Australia con 272 mil toneladas. Las ventas mundiales de leche rondan los US\$ 13.087 millones a 2016 y alrededor de 5,7 millones de toneladas.

Las compras mundiales de leche están lideradas por China, con 624 mil toneladas en 2016, segui-

da por Argelia con 376 mil toneladas, Emiratos Árabes con 353 mil toneladas y Países Bajos (UE) con 329 mil toneladas.

Las exportaciones mundiales de quesos están lideradas por la UE, con alrededor de 800 mil toneladas en 2016, seguida por Nueva Zelanda con cerca de 370 mil toneladas y Estados Unidos con 290 mil toneladas.

Las importaciones mundiales de quesos están lideradas por Rusia, Reino Unido, Japón y Estados Unidos, con volúmenes en torno a las 300 mil toneladas anuales. Las ventas mundiales de quesos alcanzan los US\$ 10.254 millones a 2016, con cerca de 2,4 millones de toneladas.

En cuanto a la producción de manteca, Argentina todavía tiene mucho potencial por explotar y crecer. A nivel mundial, el mercado de este producto lo lidera la Unión Europea, seguido por Nueva Zelanda. En cuanto a Argentina, los principales destinos de exportación de manteca son Rusia, China y Brasil, si bien el volumen comercializado es acotado.

PLAN DE ACCIÓN 2017 EN MERCADOS EXTERNOS PARA EL SECTOR LÁCTEO

El presente documento tiene por objetivo planificar las acciones tendientes a lograr el acceso y consolidar la presencia de los **productos lácteos argentinos** en mercados externos a llevarse a cabo durante el año 2017.

La supervisión global del presente plan corresponderá a la **Secretaría de Mercados Agroindustriales**, asistida en lo específico y según las competencias respectivas por:

- la Subsecretaría de Mercados Agropecuarios;
- la Dirección Nacional de Relaciones Agroalimentarias Internacionales (DNRAI);
- el Servicio de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

Para la implementación de este plan, se contará

a su vez, con el apoyo de las siguientes áreas del Ministerio de Agroindustria:

- Subsecretaría de Lechería
- Subsecretaría de Alimentos y Bebidas
- Consejerías Agrícolas en Beijing, Brasilia, Bruselas, Moscú y Washington D.C.
- Comisión de Seguimiento de las Negociaciones Internacionales del Consejo Federal Agropecuario.

Otros ministerios:

- Cancillería Argentina y Embajadas Argentinas en los mercados seleccionados
- Secretaría de Comercio, Ministerio de Producción.

Entidades de promoción comercial:

- Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI)
- Consejo Federal de Inversiones (CFI)
- Agencias de promoción provinciales.

Participantes sectoriales:

- Centro de la Industria Lechera (CIL)
- Junta Intercooperativa de Productores de Leche (JIPL)
- Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas Lácteas (APyMEL)

MERCADOS ESTRATÉGICOS

Para la selección de los mercados estratégicos para el sector bovino se tuvieron en cuenta los mercados actuales de Argentina; los mercados con mayor crecimiento de sus importaciones; y las solicitudes realizadas por el sector privado a lo largo de 2016 y 2017.

Mercados seleccionados

Para la selección de los mercados estratégicos para el sector lácteo se tuvieron en cuenta los mercados actuales de Argentina; los mercados con mayor crecimiento de sus importaciones; las solicitudes realizadas por el sector privado en las reuniones sectoriales organizadas a lo largo de 2016 y 2017.

Brasil

Es uno de los principales destinos de exportación de productos lácteos. En noviembre de 2016 se realizó una misión comercial exploratoria a las zonas centro, (San Pablo) y Nordeste de Brasil (Belo Horizonte y Recife), para entrar en contacto con los centros de distribución con el fin de proyectar una estrategia de distribución directa de productos lácteos argentinos en dichas regiones. A modo informativo como resultado de dicha misión el sector privado empresarial obtuvo aproximadamente una cantidad de 95 contactos realizados con contrapartes brasileras, ventas proyectadas por USD 6.850.000, operaciones de negocios proyectados por 2.740 TN y se identificaron los siguientes productos como los más demandados: quesos, leche en polvo, suero en polvo, dulce de leche y manteca. En el 2017 se acordó que de junio de dicho año a mayo 2018 se podrán exportar 54.000 toneladas, equivalente a 4.500 por mes, no pudiendo exceder 5.000 toneladas en un único mes.

República Popular China

Es un mercado de gran volumen en crecimiento para distintos productos lácteos; Nuestro país ya es un importante proveedor de suero lácteo en polvo y leche en polvo.

Argelia

Es el cuarto importador mundial de leche en polvo y un mercado de gran volumen en crecimiento, con margen para ampliar las ventas desde Argentina (principal proveedor después de Nueva Zelanda y la Unión Europea). Asimismo, es nuestro cuarto destino de exportación. Al igual que para la leche, en el caso de los quesos también es un mercado en crecimiento, hecho que le da a Argentina la posibilidad de ampliar la participación en el mercado. Hay que tener en cuenta el sistema de Licencias implementado por Argelia. Por otra parte es preciso dar seguimiento al tema precios.

Rusia

Es el 11° importador mundial de productos lácteos, representando en valor el 3% del comercio

mundial. Rusia ocupa el tercer puesto en el ranking exportador de productos lácteos de la Argentina. Con relación al potencial de importación que tiene Rusia se destaca que ese mercado se puede mejorar como viene haciendo, con acciones de promoción comercial y principalmente a través de la Consejería Agrícola que la Argentina abrió en Moscú. Otro factor que juega a favor de las exportaciones de productos lácteos de la Argentina es que Rusia continúa el bloqueo a los países de la UE, Australia, Nueva Zelanda. En ese contexto la Argentina se presenta como un país con productos de calidad y precios competitivos.

Estados Unidos

El mercado de Estados Unidos está abierto para la mayoría de los productos lácteos de Argentina, con la excepción de leches fluidas y quesos con líquido debido a que los Estados Unidos no reconocen a la Argentina como país libre de aftosa. Para el caso de los quesos (tipo duro italiano, azul, Edam y Gouda), nuestro país cuenta con un contingente arancelario específico de 6.383 toneladas. El problema que se plantea con este contingente es que en los últimos años no se ha llegado a cumplir con los volúmenes disponibles y los importadores han solicitado "globalizar" (importar desde cualquier origen) la cuota de Argentina. Los quesos y otros productos lácteos argentinos pueden ingresar también por otros contingentes arancelarios, pero compitiendo con otros países proveedores. En 2017, el sector ha aceptado nuevamente la globalización de la cuota de quesos por considerar que no son competitivos en ese mercado.

GESTIÓN

Las acciones a llevarse a cabo tienen tres pilares principales:

- **Pilar 1:** Acciones vinculadas a la promoción comercial.
- **Pilar 2:** Acciones vinculadas a las negociaciones sanitarias.
- **Pilar 3:** Acciones vinculadas a las condiciones arancelarias con socios comerciales.

ACCIONES VINCULADAS A LA PROMOCIÓN COMERCIAL (1º PILAR)

1. Ferias Internacionales de relevancia

Se han seleccionado las siguientes ferias internacionales teniendo en cuenta su trayectoria y posible impacto sectorial.

País	Producto	Fecha
ANUGA Alemania	Lácteos (presencia de un pabellón argentino) <i>Food Truck</i> y bar argentino con degustaciones	7 al 11 de octubre de 2017
FRonda Internacional de Negocios "Lac Flavors" en Alimentar	Lácteos Ronda inversa con compradores internacionales	08 al 10 de noviembre 2017

2. Misiones Comerciales Sectoriales

Se programó la realización de misiones comerciales sectoriales, especialmente hacia aquellos mercados en los que se deba reforzar la presencia argentina.

País	Producto	Fecha
Nigeria y Kenia	Lácteos	23 al 27 de octubre 2017
Vietnam y Singapur	Lácteos	29 de noviembre al 6 de diciembre
Brasil (Sur de Brasil -Curitiba, Porto Alegre y Florianópolis)	Lácteos	22 al 24 de agosto 2017

3. Estudios de mercado

En caso de considerarlo necesario, se encargan estudios de mercados a las Consejerías Agrícolas o Secciones Comerciales de las Embajadas Argentinas en los destinos seleccionados, según fuera el caso.

Análisis FODA del sector

FORTALEZAS:

- Flexibilidad de la producción primaria basada

en su amplia distribución geográfica.

- Reconocimiento de status sanitario.
- Disponibilidad de tecnología.
- Creciente inserción de los productos en el mercado internacional. (Crecimiento del sector Pyme como proveedor internacional).

OPORTUNIDADES:

- Perspectivas de crecimiento de la demanda mundial.
- Crecimiento de la demanda de países emergentes.
- Expectativa de sostenimiento del alza de los precios internacionales.
- Cambios en los patrones de consumo a nivel mundial. (Aumento del consumo y desarrollo del sector gourmet).
- Aumento de los programas de leche social y compras gubernamentales en muchos países.

DEBILIDADES:

- Poca coordinación en los eslabones de la cadena.
- Estructura industrial altamente especificada. (Heterogeneidad en el tamaño de las firmas).
- Escasez de financiamiento para los pequeños productores en un número reducido de países. (Los primeros cinco destinos acaparan el 72,7% sobre el total comercializado).
- Concentración de exportaciones en pocos productos. (Leche en polvo entera y suero).
- Preocupación por el tema de la contaminación del medio ambiente.

AMENAZAS:

- Competencias de grandes productores y exportadores: Nueva Zelanda, Australia y UE.
- Barreras arancelarias.
- Exigencias normativas para acceso a mercados.
- Tratados libre comercio de Nueva Zelanda y Australia en mercados de destino.

4. Estrategias de marketing y otras actividades

Se proponen las siguientes:

- Capacitación para empresas Pymes Exportadoras Lácteas. (Inserción a los mercados, comercio exterior, start up de exportaciones).
- Capacitación técnica a través del Institute for

Performance Improvement de Chicago, Illinois, en los Estados Unidos de América, y a través del mismo con la Universidad de Wisconsin-Madison, a través del Center for Integrated Agricultural Systems para el desarrollo del programa en su primera etapa, en los Estados Unidos, que se prevé tenga una duración de 7/10 días, se anticipa el desarrollo de actividades, entre otras localidades, en Wisconsin y Chicago, Illinois. Las mismas tendrán lugar en sedes universitarias, establecimientos productivos, instituciones políticas enfocadas a la problemática del sector y asociaciones respectivas.

ACCIONES VINCULADAS A LAS NEGOCIACIONES SANITARIAS (2º PILAR)

El sector lácteo cuenta con una gran cantidad de mercados abiertos. Pese a ello, por razones de inocuidad los países importadores suelen solicitar requisitos de registro de plantas elaboradoras exportadoras. Algunos de ellos solicitan realizar visitas de inspección periódicas al sistema de control oficial de SENASA.

A su vez, Australia y Túnez son los países que se encuentran en proceso de negociación. Estos países han solicitado realizar una visita de inspección como parte del proceso de análisis de riesgo.

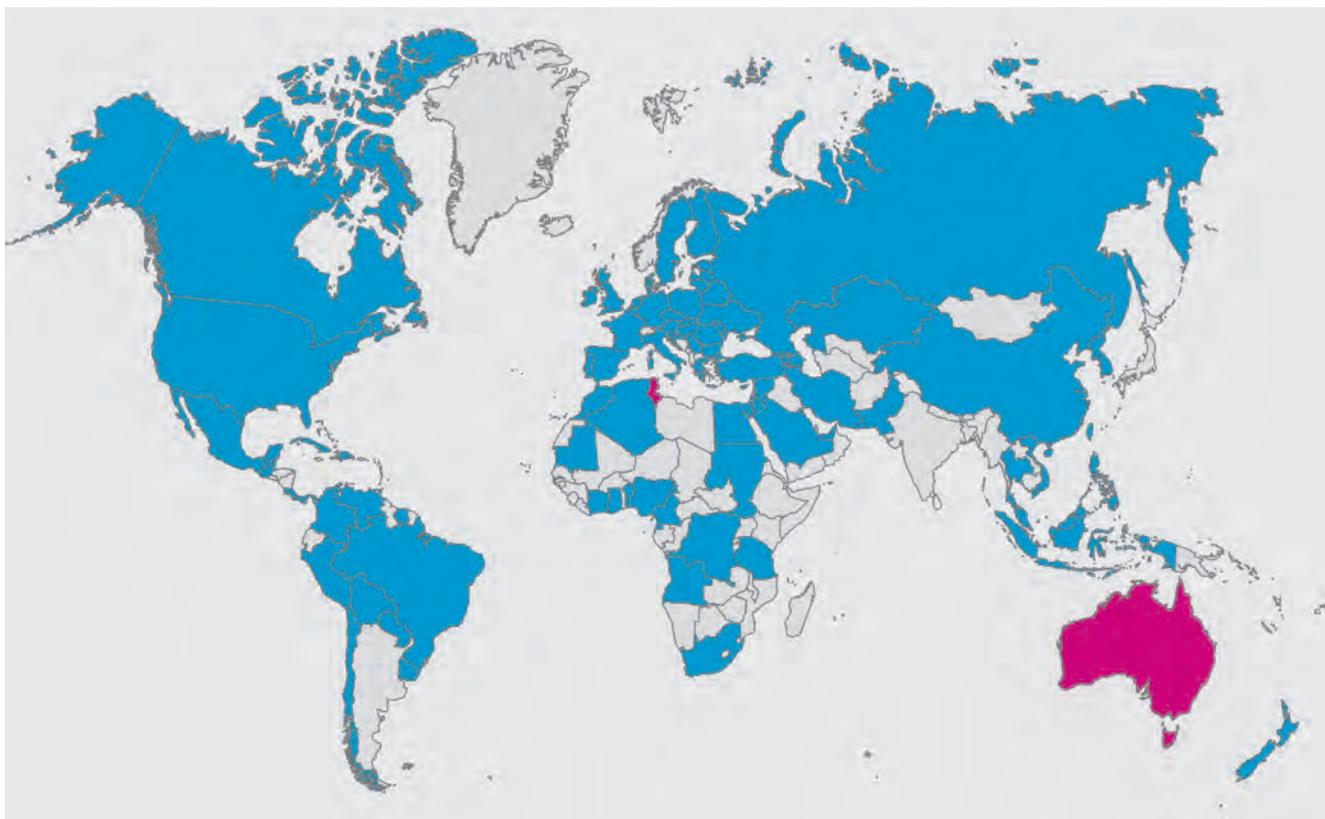
En 2017 se realizaron las siguientes visitas de inspección de autoridades sanitarias extranjeras para registro de plantas exportadoras: China (lácteos para consumo animal) y Panamá (lácteos).

ACCIONES VINCULADAS A LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES (3º PILAR)

En 2017 el Ministerio de Agroindustria participó activamente en las negociaciones comerciales (acuerdos de libre comercio, acuerdos de preferencias arancelarias fijas, bandas de precios, licencias de importación, etc.), algunas de cuales se listan a continuación, y que beneficiarán el acceso de los productos lácteos argentinos a los mercados de las contrapartes (no necesariamente mercados estratégicos para este sector).

En todos los casos, se continuará implementan-

MERCADOS ABIERTOS Y EN NEGOCIACIÓN

**MERCADOS ABIERTOS**

Angola, Antigua y Barbuda, Arabia Saudita, Argelia, Aruba, Azerbaiyán, Barbados, Bahréin, Belice, Benín, Bolivia, Brasil, Camerun, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea, Costa de Marfil, Costa Rica, Cuba, Curazao, EEUU, Egipto, Emiratos Árabes, Filipinas, Georgia, Ghana, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Haití, Hungría, Indonesia, Irán, Islas Mauricio, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Malasia, Marruecos, Mauritania, México, Nigeria, Nueva Zelanda, Pakistán, Panamá, Paraguay, Perú, República Democrática del Congo - ex Zaire, República Dominicana, Serbia, Singapur, Siria, Sudáfrica, Sudán, Surinam, Tailandia, Taiwán, Tanzania, Trinidad y Tobago, Turquía, Unión Aduanera (Rusia, Kazajistán, Bielorrusia, Kirguistán, Armenia), Unión Europea, Uruguay, Venezuela, Vietnam.

MERCADOS EN NEGOCIACIÓN

Australia y Túnez.

do consultas públicas con las asociaciones representativas del sector lácteo para discutir el proceso de negociación.

Negociaciones en curso

- MERCOSUR-Unión Europea (Tratado de Libre Comercio Inter-regional)
- MERCOSUR-EFTA (Tratado de libre comercio)
- MERCOSUR-India (profundización del Acuerdo de Preferencias Fijas)

- Argentina-México (profundización del Acuerdo de Complementación Económica ACE 6).

Diálogo exploratorio

- MERCOSUR-Corea del Sur
- MERCOSUR-Canadá

Acuerdos negociados

- Argentina-Colombia (nuevo ACE 59)
- MERCOSUR-SACU (Unión Aduanera Sudafricana)
- MERCOSUR-Egipto
- MERCOSUR-Israel.