

SEMINARIO FPC 2025:

**El Nuevo Escenario en el Comercio
Internacional. Qué estrategia debería
implementar Argentina**

MARCELO REGUNAGA

Julio 2025



TEMARIO

1. UN ESCENARIO INTERNACIONAL CON OPORTUNIDADES, PERO CON ALTO GRADO DE INCERTIDUMBRES Y DINAMISMOS CAMBIANTES
2. EL CONTEXTO INTERNACIONAL ES MUY COMPETITIVO Y CON CRECIENTES EXIGENCIAS QUE NECESITAMOS ATENDER
3. ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA EL DISEÑO E INSTRUMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE INSERCIÓN INTERNACIONAL ARGENTINA

1. UN ESCENARIO INTERNACIONAL CON OPORTUNIDADES PERO CON ALTO GRADO DE INCERTIDUMBRES Y DINAMISMOS CAMBIANTES

- ❖ La demanda mundial de alimentos y biocombustibles continuará creciendo, especialmente en Asia y Africa: hay oportunidades con los *commodities* y con diversas alternativas de productos diferenciados de mayor valor
- ❖ Pero.....
- ❖ El escenario internacional genera grandes incertidumbres globales que desafían a las debilidades de las exportaciones argentinas:
 - ✓ Trump y su intento de un nuevo orden (desorden?) internacional
 - ✓ Geopolítica de los alimentos y otros bienes estratégicos
 - ✓ Cambios en los patrones de consumo
 - ✓ Conflictos bélicos crecientes
 - ✓ Cambio climático: nuevos escenarios? impactos
 - ✓ Nuevos escenarios tecnológicos: incertidumbres y amenazas

EN SINTESIS, EL ESCENARIO INTERNACIONAL ES COMPLEJO E INCIERTO, Y PLANTEA DESAFIOS IMPORTANTES A LA NUEVA ESTRATEGIA DE ARGENTINA

- ❖ Crisis del multilateralismo. Amenazas del bilateralismo para un país pequeño.
- ❖ Proteccionismo renovado en EEUU: grandes subsidios en sectores claves. Se extenderá a otros países y a la agroindustria?
- ❖ Incertidumbres de los impactos del cambio climático (locales y globales)
- ❖ Caída de cooperación internacional en CyT frente a la revolución tecnológica: Argentina reduciendo la I+D? y el rol del sector privado?
- ❖ Alta variabilidad de precios de los *commodities*. Cómo contemplarla y atenuarla?
- ❖ Escenario geopolítico y comercial cambiante e incierto: cómo minimizar riesgos?



La inteligencia de mercados y la alta capacidad de respuesta emergen como temas críticos para definir una estrategia de inserción internacional aun inexistente

2. EL CONTEXTO INTERNACIONAL ES MUY COMPETITIVO Y CON CRECIENTES EXIGENCIAS QUE NECESITAMOS ATENDER

- ✓ Marco institucional y de políticas de producción y comercio en países exitosos
- ✓ Las estrategias de diferenciación y agregado de valor: objetivos, programas e instrumentos

FORTALEZAS DEL MARCO INSTITUCIONAL DE PAÍSES EXPORTADORES EXITOSOS SIMILARES A ARGENTINA

Una revisión de países exitosos en sus exportaciones agroindustriales (Australia, Chile, Malasia, Nueva Zelanda, Perú, entre otros de tamaño mediano) muestra:

❖ **Ministerios (producción, comercio, cancillería, CyT, finanzas) y agencias públicas de promoción comercial e inversiones:**

- ✓ Con áreas de producción y comercio exterior relevantes
- ✓ **Coordinados**

❖ **Entidades privadas especializadas** en la promoción comercial y la innovación:

- ✓ Cuentan con **recursos relevantes** aportados por el sector privado y el gobierno
- ✓ Las reglas de juego (aportes), transparencia y **rendición de cuentas por ley**
- ✓ Son generalmente **sociedades de las principales cadenas de valor**
- ✓ Son **parte activa de la promoción comercial** junto con las agencias públicas
- ✓ Integran el **sistema nacional de C y T** con las agencias gubernamentales

Aquí hay una gran diferencia con la estructura argentina

MARCO INSTITUCIONAL Y DE POLITICAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIO EN PAÍSES EXITOSOS SIMILARES

- ❖ Contexto macroeconómico **estable** y política comercial que **no discrimina** la agricultura.
- ❖ **Coordinación interinstitucional pública y privada** para definir una **estrategia global y para cada país** para implementar:
 - ✓ Agresiva agenda de negociaciones de TLCs y de las negociaciones técnicas de acceso, basada en inteligencia de mercados, apoyo político, técnico y coordinación interinstitucional
- ❖ **Integración de la política de producción y comercial** (pública y privada).
- ❖ **Relevante promoción de inversiones y comercio exterior:**
 - ✓ Alcances: asesoramiento (informes, regulaciones y requisitos de acceso, análisis competencia); conexiones; apoyo (ferias, misiones); subsidios para marketing y promoción.
 - ✓ Participantes: Agencia de promoción + entidades privadas relevantes



Estrategia público privada de competitividad, innovación e inserción internacional

LAS ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN Y AGREGADO DE VALOR: OBJETIVOS, PROGRAMAS E INSTRUMENTOS

Son parte de la estrategia de inserción internacional global y para cada país

❖ Objetivos de diferenciación y agregados de valor:

- ✓ Calidad
- ✓ Sostenibilidad
- ✓ Bioseguridad y confianza
- ✓ Productos diferenciados (Halal)
- ✓ Desarrollo productos innovadores
- ✓ Orgánicos
- ✓ Otros atributos ambientales

❖ Programas e instrumentos

- ✓ Identificación y trazabilidad
- ✓ Programas de sostenibilidad
- ✓ Programas de bioseguridad
- ✓ Fomento innovación productos diferenciados
- ✓ Certificaciones nacionales e internacionales de calidad, sostenibilidad, otros atributos
- ✓ Promoción exportaciones
- ✓ Promoción marcas y sellos

Los programas suelen tener apoyos no reembolsables a los productores (proyectos)

3. ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA EL DISEÑO E INSTRUMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE INSERCIÓN INTERNACIONAL DE LA AGROINDUSTRIA ARGENTINA

ANTECEDENTES Y DIMENSIONES A TENER EN CUENTA PARA EL DISEÑO DE LA HOJA DE RUTA PARA LA ESTRATEGIA

1. El objetivo y los alcances: estrategia de inserción internacional para crecer en forma sostenida (que no está explícito aun)
2. El marco institucional público y privado que lo condiciona
3. Punto de partida, las condiciones necesarias y principales componentes de la estrategia



**Es un proceso de reformas a implementar estando en operaciones!!!!
y con las prioridades macroeconómicas aún no resueltas**

ESTRATEGIA DE INSERCIÓN INTERNACIONAL PARA CRECER EN FORMA SOSTENIDA

- ❖ **Es necesario definir una estrategia de inserción global y para países relevantes que aún no está explícita** (ni lo estuvo)
 - ✓ **La coordinación interinstitucional es clave**
 - ✓ El desafío de la SAGPYA es **cómo iniciar el proceso y con qué instrumentos**
- ❖ La estrategia debe contemplar:
 - ✓ Entendimiento del escenario internacional (**inteligencia de mercados**)
 - ✓ Mejora de la **competitividad**:
 - Contexto macro y comercial (estabilidad, no discriminación, sin barreras)
 - Innovación
 - ✓ **Agenda activa de negociaciones comerciales y de acceso** direccionada según mercados (TLCs, acuerdos de inversiones, acuerdos de cooperación, etc.); + **agenda de posicionamiento y promoción comercial**

EL PUNTO DE PARTIDA TIENE DEBILIDADES QUE SE DEBEN SUPERAR

- ❖ **Bajo crecimiento de la productividad y bajos precios promedio de exportación***
- ❖ **Las exportaciones agroindustriales crecieron poco y enfrentan altos riesgos:**
 - ✓ Concentradas en **pocos productos** de bajo valor unitario: 3 complejos 78 % del valor
 - ✓ Concentradas en **pocos mercados**: 6 mercados 50 % del valor (alta dependencia de China)
- ❖ **Limitados acuerdos comerciales** (sólo 10% del PBI global): limitaciones de acceso , mayores riesgos y menores precios que los competidores en los principales destinos
- ❖ **Baja competitividad** condicionada por las políticas previas
- ❖ **Falta de definición de la estrategia** de inserción internacional
- ❖ **Debilidades en la estructura institucional pública y privada** y limitada coordinación

* **FAOSTAT 2019-2023 (dólares por ton): Argentina 436 Australia 945; Malasia 1004; Chile 2190; N Zelanda 3791**

LAS CONDICIONES NECESARIAS

- ✓ Acuerdo político para definir una estrategia
- ✓ Acuerdo para la coordinación interinstitucional
- ✓ El fortalecimiento institucional de las agencias públicas y el diseño de la red para la inteligencia comercial
- ✓ La definición de la estructura institucional privada y su financiamiento (Ley?)
- ✓ La creación del entorno económico-comercial para invertir y mejorar la competitividad

LOS PRINCIPALES COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

- ✓ La estrategia de **desarrollo y diversificación de la oferta**: productividad + diferenciaciones y certificaciones:
 - de *commodities* a productos con valor agregado
 - a productos diferenciados y certificados

- ✓ La estrategia de **inserción comercial**:
 - Mapeo de mercados relevantes y su inteligencia comercial
 - Negociaciones de TLCs y otros acuerdos de inversión y cooperación
 - Negociaciones de acceso (soporte técnico e institucional)
 - Posicionamiento y promoción comercial asociada a la estrategia de oferta. Participantes públicos y privados
 - Nueva arquitectura comercial multilateral (OMC) y oportunidades en COP

GRACIAS POR LA ATENCION, PREGUNTAS?