

# ARGENTINA EXPORTA

Maquinaria para alimentos  
y packaging

Mayo 2019



Ministerio de Producción y Trabajo  
Presidencia de la Nación



## PANORAMA MUNDIAL

---

Comercio mundial

Principales actores

Comercio en  
Latinoamérica

## PANORAMA NACIONAL

---

Segmentación del sector

Evolución de las  
exportaciones

Composición de las  
exportaciones

## LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

---

Estadísticas por segmento

Propuestas de estrategia  
para cada segmento

# PANORAMA MUNDIAL

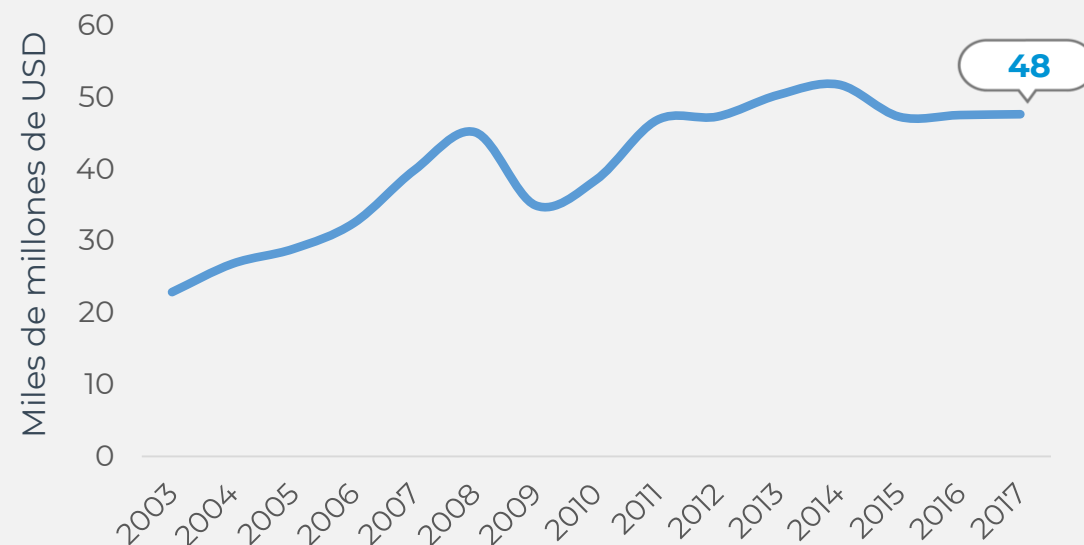


## COMERCIO MUNDIAL DE MAQUINARIA PARA ALIMENTOS SE MANTUVO ESTANCADO EN LA ÚLTIMA DECADA

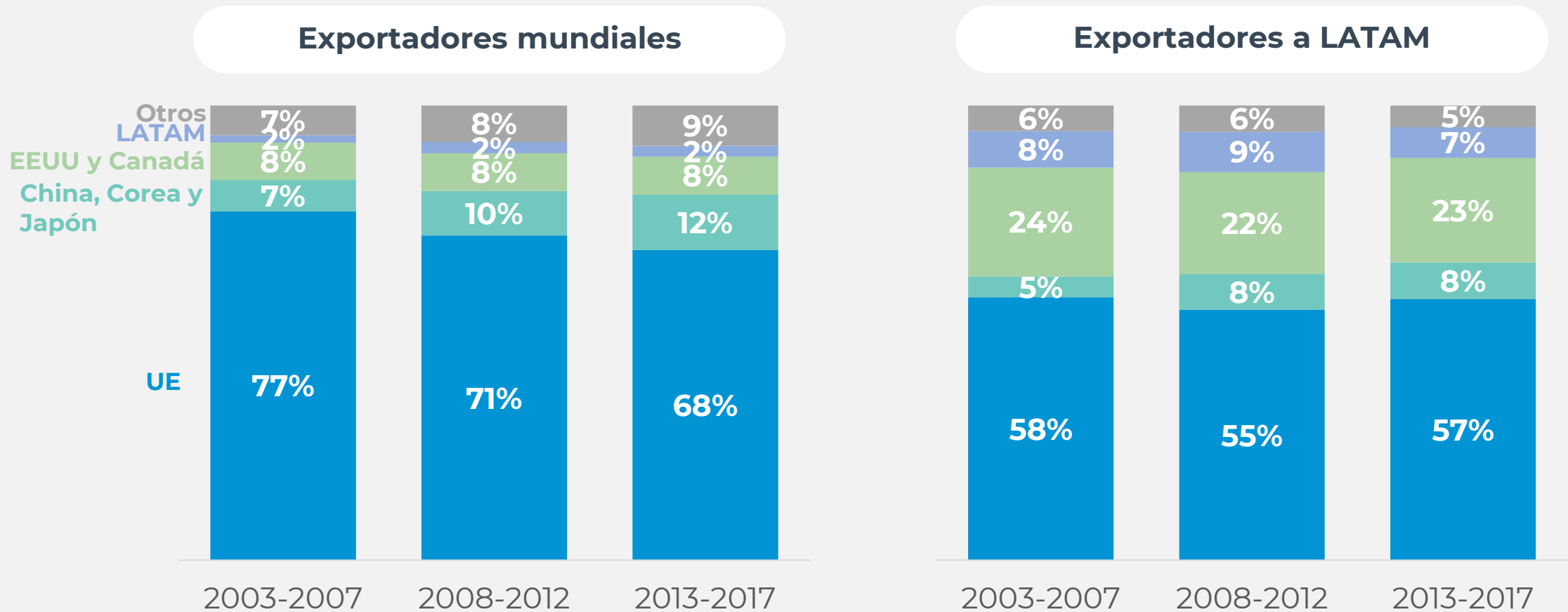
- Tras el fuerte crecimiento de principios de siglo, el comercio mundial se estancó
- Parte de este estancamiento se dio por el freno del crecimiento del precio de los alimentos

**Para aumentar las exportaciones va a ser necesario ganar market-share en el mercado mundial**

Comercio mundial de máquinas para alimentos



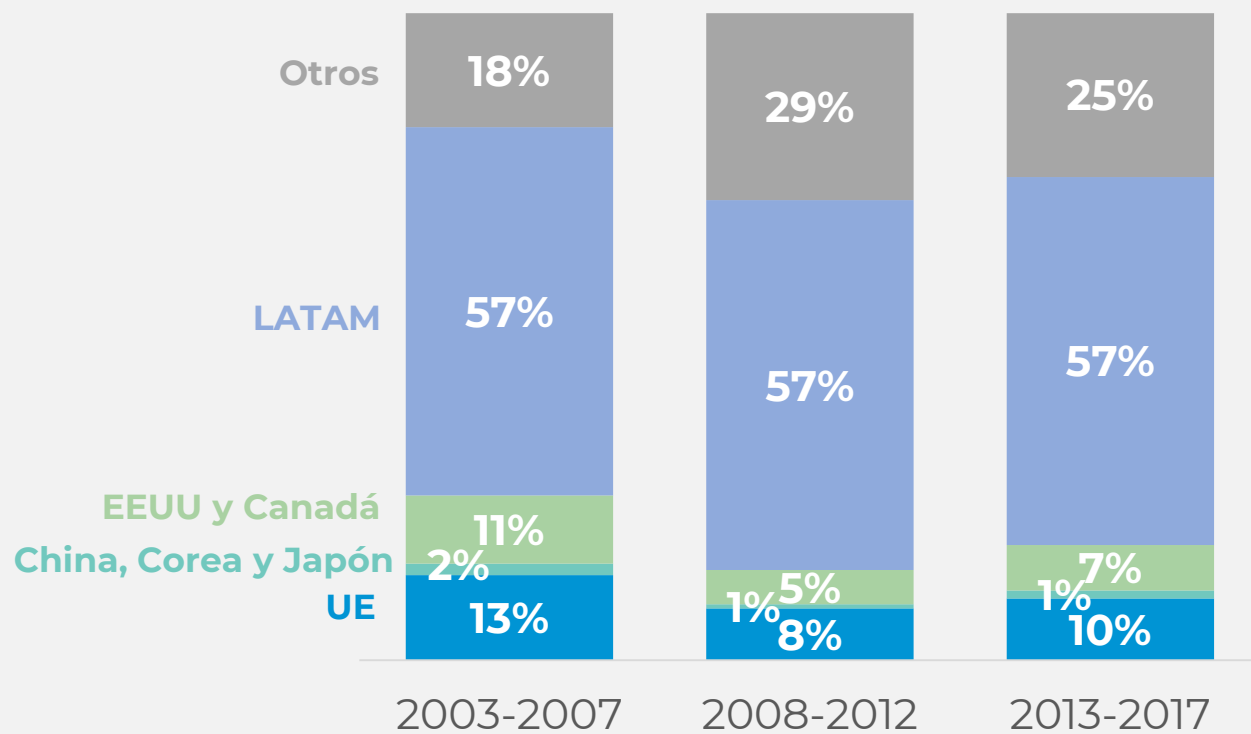
## LA UE DOMINA EL MERCADO MUNDIAL Y DE LATAM MIENTRAS CHINA INCREMENTA SU PARTICIPACIÓN



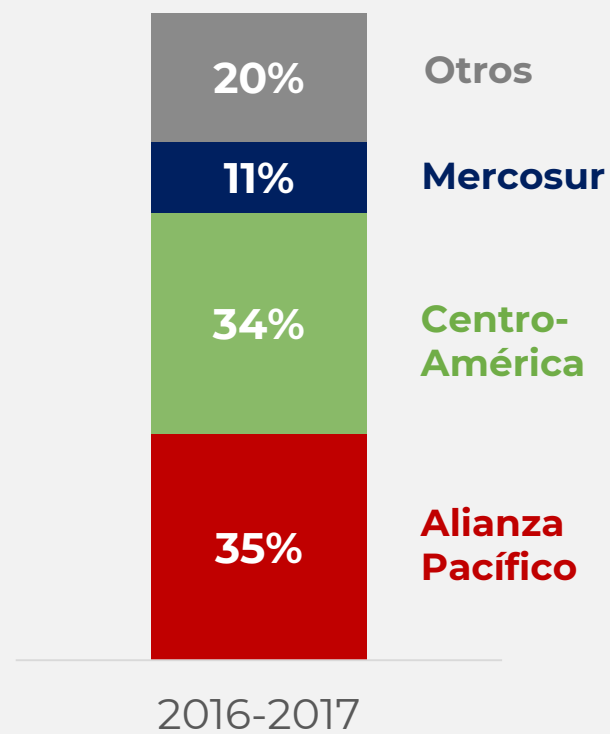


## LAS EXPORTACIONES DE LATAM SE DIRIGEN MAYORMENTE A LATAM

Exportaciones de LATAM al mundo\*

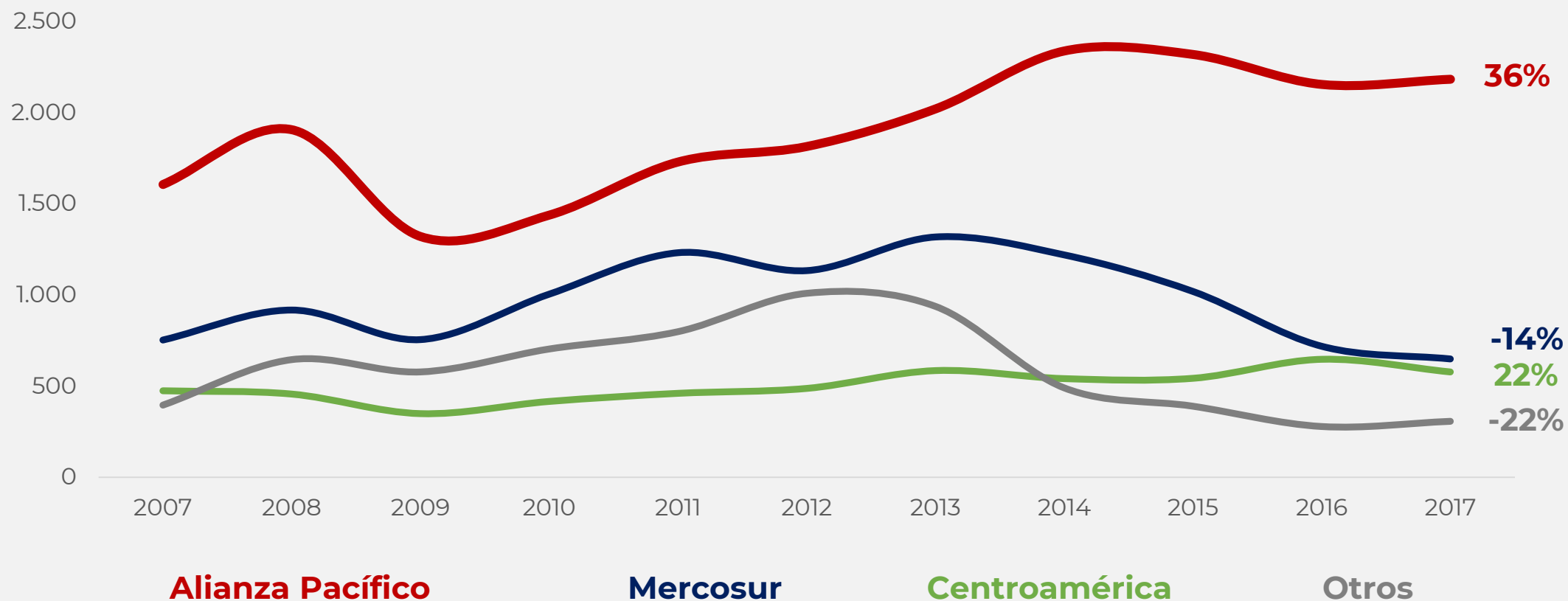


Exportaciones de LATAM a LATAM



# ALIANZA DEL PACÍFICO ES DONDE MÁS CRECIÓ LA IMPORTACIÓN DE MÁQUINAS PARA ALIMENTOS

Evolución de importaciones de LATAM  
(Mill. de USD)



# PANORAMA NACIONAL





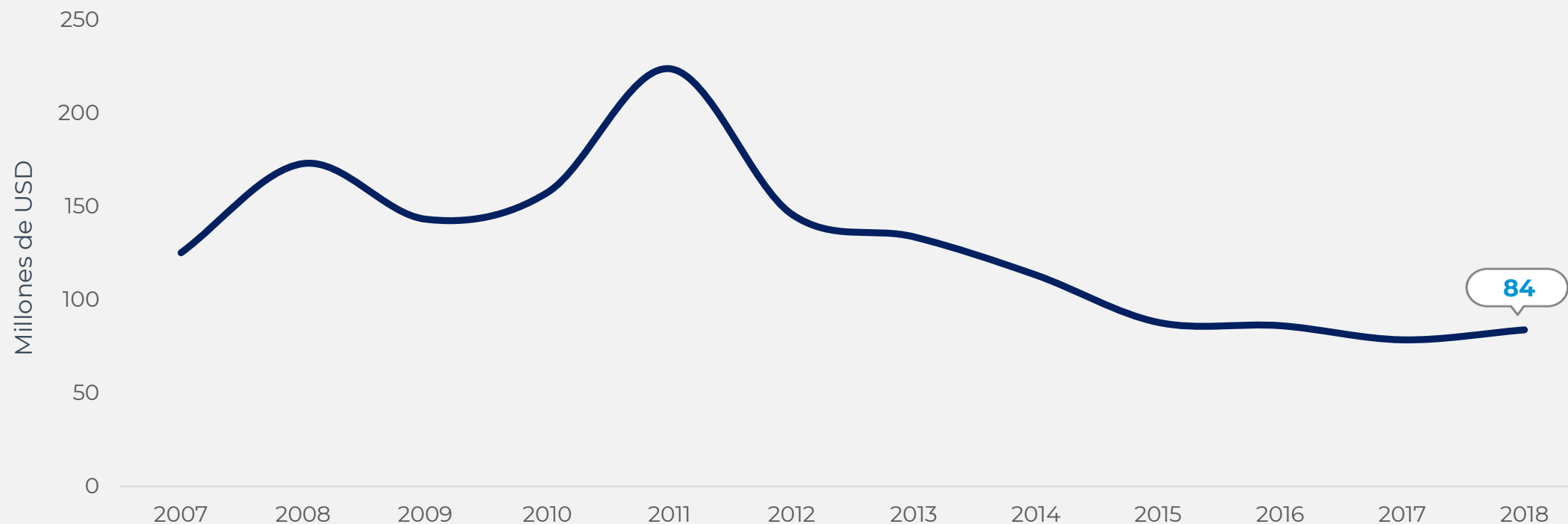
## SEGMENTACIÓN DEL SECTOR

- Se proponen los segmentos de la siguiente manera
  1. Se dividen las máquinas según el sector que lo utiliza
  2. Se agrupan teniendo en cuenta características comunes

	Segmento 1	Segmento 2	Segmento 3
Maquinas según utilización	Empaquetadoras Panificados Intercambiadores de calor	Lácteos Carnes (bovino y porcino)	Frutas      Avicultura Helados    Bebidas
Características comunes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Muchas empresas y expo</li><li>• Mercados sofisticados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Medio de empresas y expo</li><li>• Mercados LATAM</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pocas empresas y expo</li><li>• Mercados focalizados</li></ul>

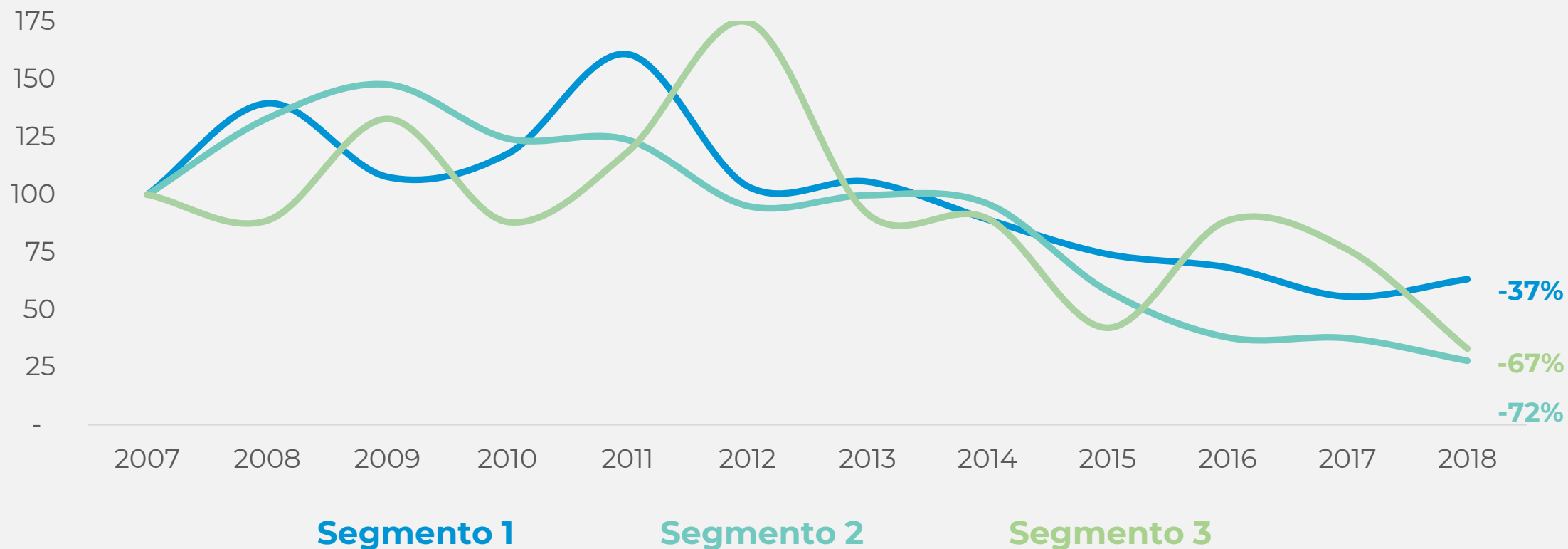
## **LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DISMINUYEN DESDE 2011**

Exportaciones argentinas de máquinas para alimentos



## LAS EXPORTACIONES DEL SEGMENTO 1 SON LAS QUE MENOS DISMINUYERON

Evolución de exportaciones según segmento  
(2007=100)



Fuente: Aduana. Se excluyen las exportaciones de avicultura.

## **TODOS LOS SEGMENTOS COMPARTEN DETERMINADAS CARACTERÍSTICAS**

- El sector sufre los **problemas de competitividad** de toda la industria
  - Falta de financiamiento, salarios elevados, retenciones e insumos caros (acero inoxidable, AEC 12%)
- Argentina debe **diferenciarse para competir** con la maquinaria de alta calidad de la UE y la de bajo precio de China
  - El objetivo debe ser apuntar a maquinaria especializada para vender a buen precio maquinas que no compitan de forma directa con UE
  - En esos segmentos la competencia será mayormente LATAM (Brasil, México y Colombia)

# LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS



## PROPUESTA DE ESTRATEGIA SECTORIAL

- Se propone una estrategia para cada segmento

**Segmentos**

**Estrategia**

**Segmento 1**

**Ganar market share a  
competidores de LATAM**

**Segmento 2**

**Recuperar participación en  
mercados perdidos**

**Segmento 3**

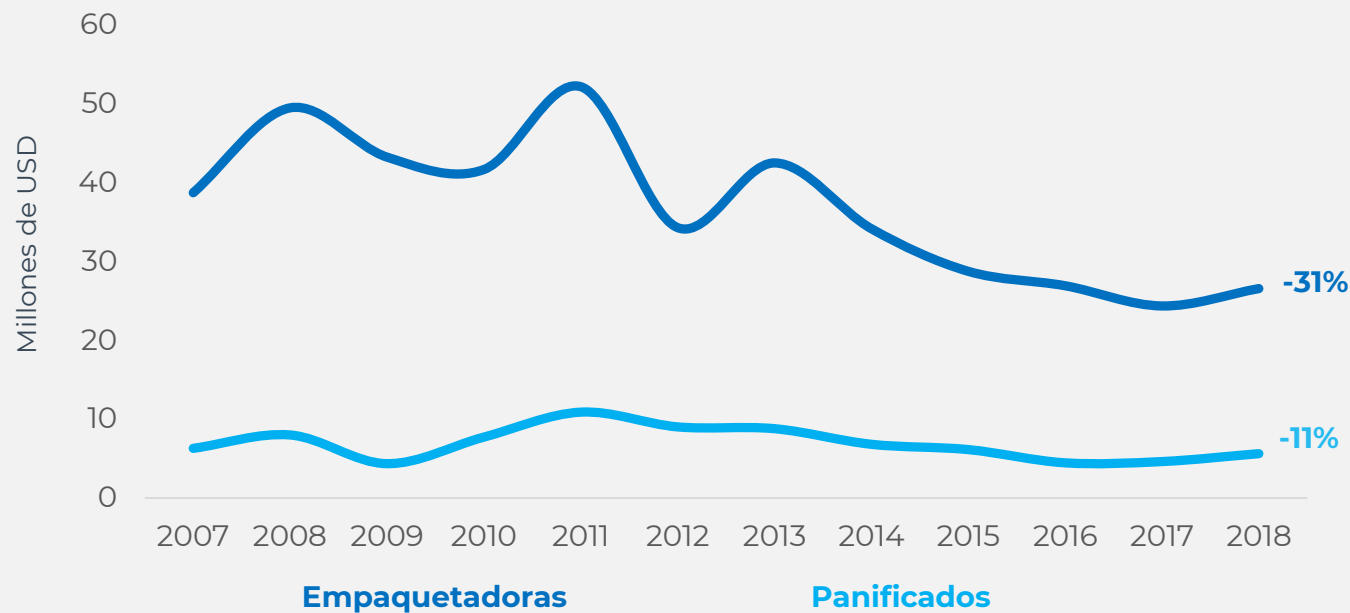
**Análisis caso a caso**

## SEGMENTO 1

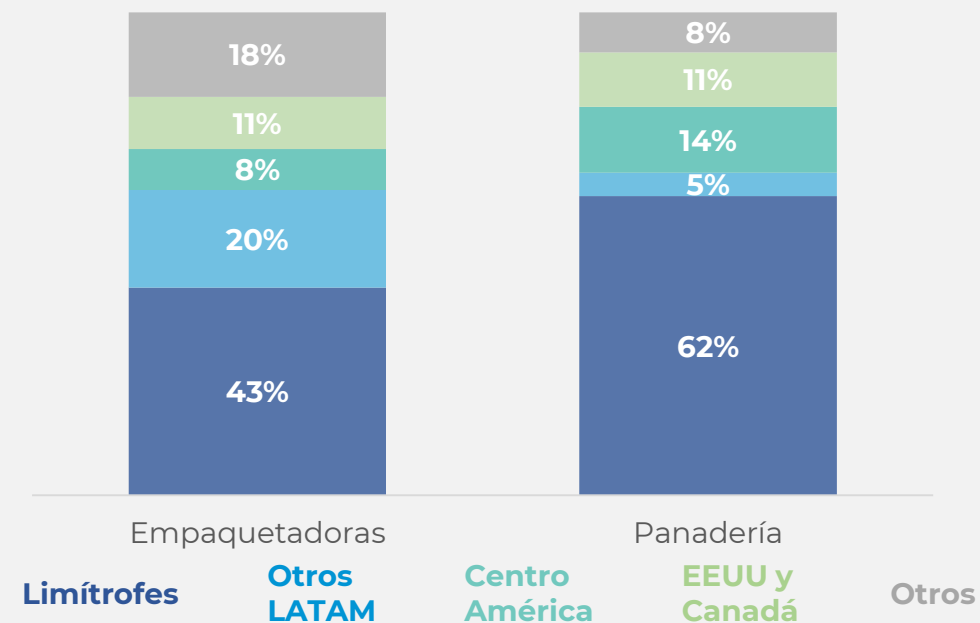
### COMERCIO DE ARGENTINA

- Los productos de este segmento alcanzan destinos sofisticados como Europa y EEUU
  - Los principales destinos son limítrofes y hay baja participación en Centro América relativo a otros exportadores de LATAM

**Evolución de exportaciones**  
(excl. Venezuela)



**Destinos de exportación**



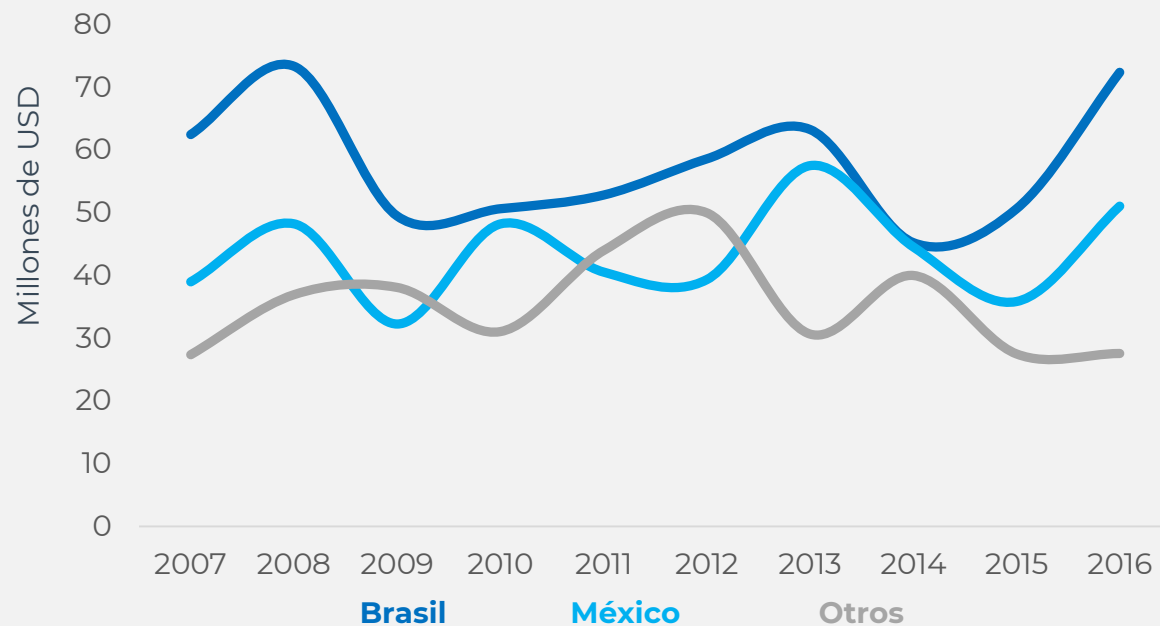


## SEGMENTO 1

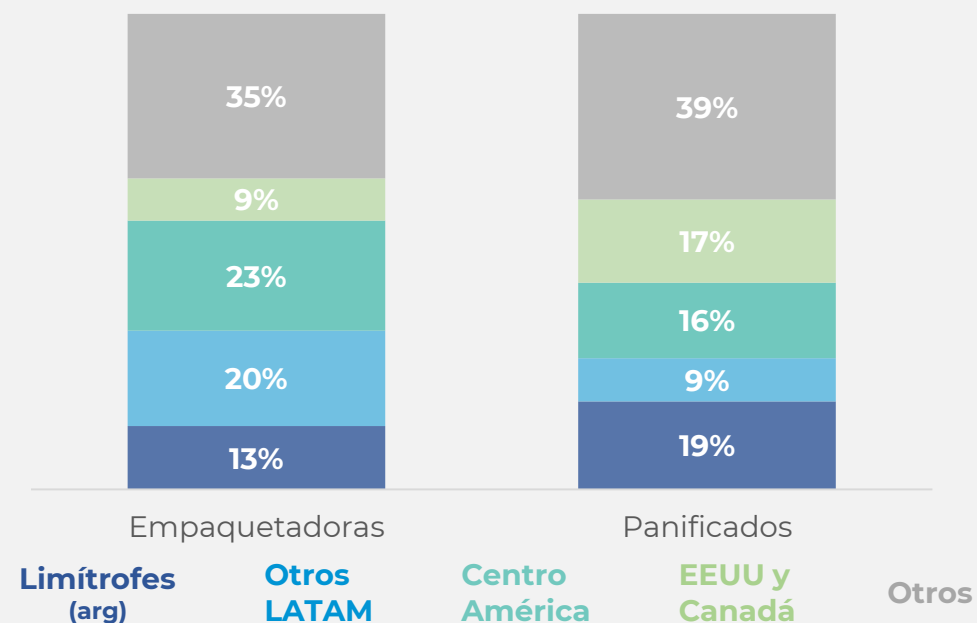
### EXPORTACIONES DE LATAM

- A diferencia de Argentina, los otros países de LATAM exportan mucho:
  - Empaquetadoras a Centroamérica
  - Panificados a Latinoamericanos no limítrofes y asiáticos (Indonesia y Malasia)

#### Evolución de exportaciones de LATAM



#### Destinos de exportación de LATAM



## SEGMENTO 1

### EMPAQUETADORAS

- Replicando las exportaciones de nuestros competidores, Argentina debería buscar ampliar exportaciones a Centroamérica
- Existen mercados relevantes en Centroamérica donde los productos argentinos pagan bajos aranceles
  - Ver [Anexo](#)
- **Pasos a seguir:** Analizar la viabilidad de inserción en países de Centroamérica

## SEGMENTO 1

### PANIFICADOS

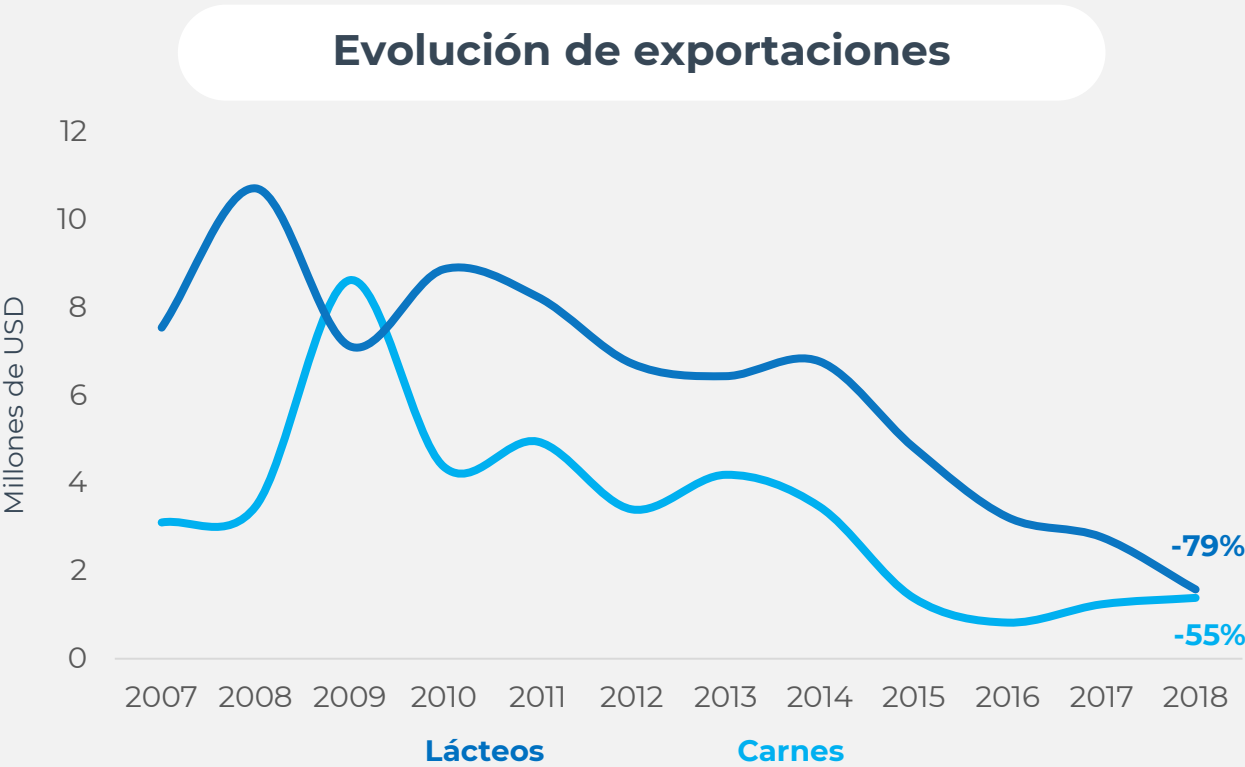
Replicando las exportaciones de nuestros competidores, Argentina debería buscar

- Ampliar exportaciones hacia países de LATAM no limítrofes
- Replicando las exportaciones de nuestros competidores, Argentina debería buscar ampliar exportaciones al este asiático
  - No hay destinos priorizados para este producto puntual
  - No hay beneficios arancelarios en estos destinos
  - Muchos platos típicos de estos países incluyen panificados
- **Pasos a seguir:** Profundizar el estudio de la viabilidad de exportar a estos países de LATAM y análisis exploratorio de países del este asiático

# SEGMENTO 2

## EXPORTACIONES ARGENTINAS

- Argentina tuvo una caída relevante a todos los destinos de exportación (LATAM)



**Mercados de mayor caída (2011-2018)**

Destino	Carne	Lácteos
Venezuela	-1,1	-0,6
Brasil	0,0	-2,9
Uruguay	-0,9	-0,7
Colombia	-0,5	-0,2
Chile	-0,3	-1,4
Otros	-0,8	-1,0

Fuente: Aduana. Cifras en millones de USD

# SEGMENTO 2

## ARANCELES EN MERCADOS DE DESTINO

- Sólo se poseen ventajas arancelarias relevantes en Colombia (principalmente en carnes)

Aranceles LATAM								
	Carne				Lácteos			
	Colombia	México	Panamá	Otros relevantes	Colombia	México	Paraguay	Otros relevantes
	Origen							
Argentina	0%	0%	2,6%	0%	0%	0%	0%	0%
UE	3%	0%	3%	0%	0%	0%	2%	0%
USA	3%	0%	3%	0%	0%	0%	2%	0%
Japón	8%	0%	3%	0%	5%	0%	2%	0%
China	8%	2%	3%	0%	5%	0%	2%	0%
México	0%	0%	3%	0%	0%	0%	2%	0%

## SEGMENTO 2

### ESTRATEGIA CARNES

- Colombia pareciera ser el mercado con mayor potencial
  - Ventajas arancelarias
  - Pérdida de exportaciones recientes
  - Principal mercado en LATAM de nuestros competidores
- Adicionalmente, se debe analizar la posibilidad de reinsertarse en Uruguay y Chile
  - Venezuela será un mercado atractivo cuando recupere las condiciones normales de producción
- **Pasos a seguir:** Profundizar el estudio de la viabilidad de exportar a estos países

## SEGMENTO 2

### ESTRATEGIA LÁCTEOS

- Según el recupero, Brasil y otros países limítrofes debieran ser priorizados
  - Estos destinos podrían tener buen potencial si crecen como es esperado
- En diálogo con las cámaras, surgió Perú y Centroamérica como destinos relevantes
- **Pasos a seguir:** Profundizar el estudio de la viabilidad de exportar a estos destinos



## SEGMENTO 3

### CARACTERIZACIÓN

- En este segmento es preferible trabajar con las empresas caso a caso
  - Esto se debe al acotado número de empresas y a lo focalizado de los mercados
- Ejemplos a tener en cuenta:

**Cerveza**

**Helados**

**Exportaciones de  
plantas llave en mano y partes**

**Foco en países del Caribe  
(contra-estación, All inclusive)**

# ANEXO



# SEGMENTACIÓN SEGÚN CARACTERÍSTICAS COMUNES

Productos	N° de empresas	Exportadores	Mercados atendidos	Expo 2018 (Mill. De USD)	
Empaquetadoras	62	43	Mundo	26,0	Segmento 1
Panadería	49	32	LATAM + EEUU	5,3	
Intercambiadores de calor	38	13	LATAM + Alemania	2,5	
Lácteos	15	12	LATAM	1,5	Segmento 2
Carne	16	7	LATAM	1,1	
Frutas	5	3	LATAM	0,5	Segmento 3
Helados	3	3	Caribe y Brasil	0,7	
Avicultura	4	1	Limítrofes	0,1	
Bebidas	8	4	Mundo*	0,0	
Total	200	118		37,7	

Fuente: Aduana, AFIP y bono de capital.

# SEGMENTO 1

## EMPAQUETADORAS

- Los productos argentinos pagan **bajos aranceles** en algunos países de la región

Aranceles efectivos Centroamérica

Exportadores	Rep. Dominicana	Guatemala	Costa Rica	Panamá	El Salvador	Jamaica
Argentina	0%	0-10%	0-9%	3%	0-10%	0%
México	0%	0%	0%	3%	0%	0%
UE	0%	0-7%	0-4%	3%	4%	0%
USA	0%	0%	0%	3%	0%	0%
Japon	0%	0-10%	0-9%	3%	0-10%	0%
China	0%	0-10%	0-2%	3%	0-10%	0%
Importaciones	44	29	23	19	15	15

**Fuente:** TradeMap. Importaciones en millones de USD. Los aranceles son sólo más elevados en hornos.