

Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones



Plan de Promoción de Exportaciones 2021

PLAN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
Argentina

La Cancillería argentina presentó el 14 de abril de 2021 el Plan de Promoción de Exportaciones 2021, que comprende 657 acciones comerciales que serán llevadas a cabo en el curso del año. Este Plan fue elaborado por la Subsecretaría de Promoción de Comercio e Inversiones, en base al trabajo realizado conjuntamente por la Cancillería y más de 240 cámaras empresariales en el marco de Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones lanzado en el año 2020. Toda la información relativa a la iniciativa se puede encontrar en a [ARGENTINA TRADENET](https://argentina.tradenet.org.ar)



PUENTES CON EL MUNDO: Capítulo Costa Rica- Miércoles 21 de Abril - 11 hs. (Arg)



La Cancillería Argentina, la Embajada de la República Argentina en Costa Rica y el ICBC junto a Fundación ICBC invitan a los interesados a participar del encuentro Puentes con el Mundo. En esta ocasión, se analizarán las oportunidades comerciales de los sectores Alimenticio, Automotriz y Farmacéutico para este mercado. Participarán del evento el Subsecretario de Promoción del Comercio e Inversiones, Pablo Sívori; el Embajador de la República Argentina en la República de Costa Rica, Luis Bellando y el Secretario Pablo Lloveras, quién expondrá las oportunidades comerciales y acceso al mercado costarricense. Además, participarán representantes del sector privado (Grupo Purdy y Grupo Pampa), quienes hablarán de sus experiencias de negocios en dicho país. Para más información, ingresar a [ARGENTINA TRADENET](https://argentina.tradenet.org.ar)



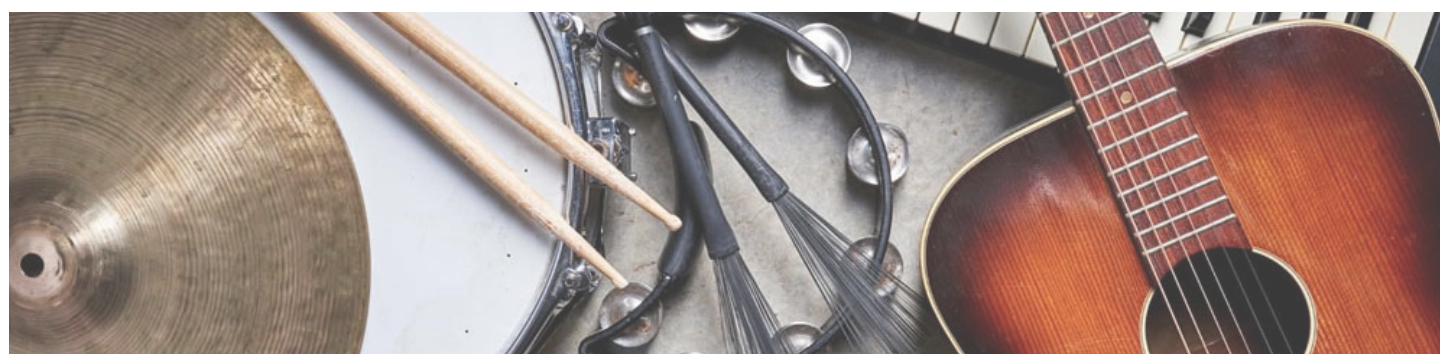
Misión Comercial Virtual con Chile en Sectores Diseño de Marroquinería y Calzado - 21 al 23 de Abril de 2021



El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto tiene el agrado de invitar a las empresas de los sectores DISEÑO de MARROQUINERÍA y CALZADO a participar del próximo ENCUENTRO EMPRESARIAL COMERCIAL con Chile, que se realizará bajo modalidad virtual, del 21 al 23 de Abril. La participación en esta misión comprende la realización de encuentros virtuales B2B entre empresarios de ambos países con el objetivo de entrar en contacto con contrapartes potencialmente interesadas en sus productos, ampliando el posicionamiento de su empresa y posibilitando su ingreso y/o ventas en este mercado. Para mayor información sobre modalidades de inscripción, ingresar a [ARGENTINA TRADENET](https://argentina.tradenet.org.ar)



Misión Comercial Virtual con Alemania en Sector de Instrumentos Musicales - 18 Mayo de 2021



El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto tiene el agrado de invitar a las empresas del sector de INSTRUMENTOS MUSICALES a participar de la "Misión Comercial Virtual del sector Instrumentos Musicales 'Oportunidades de Negocios entre Argentina y Alemania'", que se realizará el próximo 18 de mayo, a las 09.30 hs de argentina bajo modalidad virtual. La participación en esta misión comprende Apoyo Técnico (Información comercial; perfil de mercado; listado de importadores; asesoramiento personalizado) y seguimiento y asistencia posterior a su participación. Para mayor información sobre modalidades de inscripción, ingresar a [ARGENTINA TRADENET](https://argentina.tradenet.org.ar)



Misión comercial con PyMEs bonaerenses a Uruguay

Del 22 al 26 de marzo se llevó a cabo una Misión Comercial Multisectorial Virtual a Uruguay en la que participaron 21 empresas bonaerenses de los Municipios de Vicente López, Lanús, San Martín, Tres de Febrero, Morón y San Miguel. Durante las 67 reuniones de negocios mantenidas con sus respectivas contrapartes uruguayas, las PyMEs argentinas presentaron su oferta exportable, en la que se destacaron los sectores metalmecánico, nutrición animal, alimentos y bebidas, autopartista y ganadero.

Las empresas coincidieron en la productividad de estas modalidades de encuentros en tiempos de pandemia, destacando la importancia que reviste un primer contacto para conocer el mercado antes de la realización de un viaje de negocios. El resultado de la Misión dejó a los representantes de las empresas conformes. En el mismo sentido, se destacó el caso puntual de la empresa "SABBATINI EQUIPOS HIDRÁULICOS", la cual concretó una primera operación con la importadora uruguaya "DANIEL M. BENITEZ". En efecto, la compañía argentina, que fabrica equipos oleo-hidráulicos para camiones, cerró las ventas de tres tanques oleo-hidráulicos, dos cilindros hidráulicos y repuestos a la firma uruguaya, con la expectativa de definir en el corto plazo una segunda operación de mayor volumen comercial.



Nuevo ciclo de Puentes por el Mundo: el Capítulo Panamá fue un éxito

"PUENTES CON EL MUNDO"

El 14 de abril comenzó el ciclo 2021 de "Puentes con el Mundo", organizado en forma conjunta por la Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones de Cancillería Argentina y la Fundación ICBC. El evento giró en torno a Panamá y contó con la colaboración de la Embajada Argentina en ese país. El seminario, que tuvo casi 200 inscriptos, abarcó las particularidades del mercado panameño y las oportunidades que se presentan para las exportaciones argentinas. El Subsecretario de Promoción del Comercio e Inversiones, Pablo Sívori, inició el evento resaltando que el ciclo responde a una visión que tiene la SUPCI de difundir conocimiento e información sobre diversos aspectos de mercados que presentan potencial para las exportaciones argentinas con el objetivo de impulsar el sector exportador. Destacó que no sólo Panamá sino toda Centroamérica presentan grandes oportunidades y resultan relevantes para las pymes. El Embajador de la Argentina en Panamá, Marcelo Lucco, destacó la importancia de Panamá en el comercio exterior argentino y se refirió al país centroamericano como "plataforma para toda la región" tanto por su eficiencia en cuestiones logísticas, como por sus importantes zonas libres (Colón y Panamá Pacífico). Mencionó que se trata de un mercado "con mucho potencial para vender valor agregado". El Jefe de la Sección Económica y Comercial de la Embajada Argentina, Márcio Pessoa Da Silveira, afirmó que el vínculo comercial entre ambos países es favorable a nuestro país, aunque aseguró que hay espacio para crecer en volumen y diversificar las exportaciones argentinas y destacó algunos productos que presentan oportunidades reales de crecimiento, tales como los medicamentos de uso humano, los medicamentos veterinarios, la carne bovina, los vinos, las frutas frescas y procesadas, y las pastas alimenticias. Por último, se organizó un bloque dedicado al testimonio exitoso del argentino Hernán Muntaner, presidente del Grupo Rey, empresa panameña que tiene más de 100 locales, entre supermercados, farmacias y tiendas de conveniencia. Muntaner destacó a la Argentina como "súper competitiva en algunas categorías", muchas de las cuales no están en este momento presentes en el mercado local, tales como uvas, peras, damascos, legumbres y cereales.



Una empresa tucumana logró exportar los primeros limones a China

En las últimas horas, el Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP) anunció que la empresa tucumana “Zamora Citrus enviará 650 toneladas al mercado chino”. Cabe destacar que la compañía logró contactar a sus clientes a través de la participación de una feria alemana, donde tuvo el apoyo técnico del IDEP. Proceso de exportación La empresa Zamora Citrus, emplazada en Tafí Viejo logró exportar los primeros limones tucumanos a China. En primera



instancia partió en camión hasta Chile, y luego viajarán por mar durante 30 días hasta Hong Kong, expresa el sitio web de IDEP. Asimismo, el Instituto explicó que se trata de la primera exportación de limones tucumanos en el 2021 y la empresa Zamora Citrus inició los envíos con un total de 670 toneladas al gigante asiático. La empresa tucumana se puso en contacto con los compradores a través de la feria alemana Berlín Fruit Logística. En esta línea, se pudo saber que la compañía participó de manera activa con el apoyo del IDEP. Por su parte, Luciana Zamora, gerenta comercial de la firma explicó que el año pasado la empresa exportó seis contenedores, los cuales llegaron sin inconvenientes a los compradores. Se trata de los mismos que recibirán este año la fruta. “Los conocemos desde hace varios años porque, anteriormente, les hemos vendido limones que luego comercializaron a Europa y a Estados Unidos”, indicó. [LEER MÁS](#).



La producción orgánica argentina creció en superficie y exportaciones



Un informe elaborado por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) indica que en 2020 se certificaron 132 mil toneladas de producción orgánica en la Argentina. Durante el año pasado se cosecharon un total de 84.328 hectáreas de cultivos orgánicos, que representan un 20% por encima de 2019 y mantienen tendencia positiva a largo plazo de los últimos 10 años. En reporte anual sobre la Situación de la Producción Orgánica en la Argentina que elabora el Senasa, se observa que los 1.343 establecimientos primarios orgánicos en todo el país existentes en 2020 “muestran una recuperación sostenida desde el año 2015 en la cantidad de emprendimientos dedicados a esta actividad”. Del total de 132 mil toneladas de productos orgánicos certificados, el 97% (128,6 mil ton) tuvieron por destino la exportación. Los principales mercados a los que se envió la producción orgánica argentina fueron la Unión Europea y Estados Unidos. [LEER MAS](#)



Oportunidades Comerciales en el ATNet

(ALGUNOS EJEMPLOS)

Conozca las demandas de bienes y servicios de empresas extranjeras que pueden convertirse en su próxima oportunidad de ventas a nivel internacional. Más Información en [Argentina Trade Net](http://ArgentinaTradeNet.com)

CROACIA

Empresa:
Inter-Alfa D.O.O.

Producto:

MERLUZA

Posición Arancelaria:

0303.66.00

Código Tradenet:

OPOEUNGR06690

MOZAMBIQUE

Empresa: Agrofield

Producto:

**MÁQ P/TRITURAR MOLIENDA
DE GRANOS**

Posición Arancelaria:

8437.80.10

Código Tradenet:

OPOEMOZA06894

PARAGUAY

Empresa:

Acebsul S.A.

Prod.: **ALAMBRE ALUM.**

P/BOBINAR

Posición Arancelaria:

8544.19.10

Código Tradenet:

OPOEPARA06551

CHINA

Empresa:

Shangai B-Stone International
Trade CO.

Prod.: **GARRAS DE POLLO**

Posición Arancelaria:

0207.14.00

Código Tradenet:

OPOCSHAN06891

BOLIVIA

Empresa:

HCOM SRL

Producto:

HARINA DE TRIGO

Posición Arancelaria:

1101.00.00

Código Tradenet:

OPOCS CRS00006



Informes de Mercado en el ATNet

(ALGUNOS EJEMPLOS)

Acceda a información relevante y actualizada sobre diversos mercados externos elaborada por la Cancillería Argentina y conozca lo necesario para que su producto se inserte exitosamente en el mundo. Más Información en [Argentina Trade Net](#)

Producto:
UVAS SECAS
País:
CANADÁ
Código Tradenet:
INFECANA0014

Producto:
UVAS FRESCAS
País:
ESTADOS UNIDOS
Código Tradenet:
INFCLANG0019

Producto:
MIEL NATURAL
País:
ESTADOS UNIDOS
Código Tradenet:
INFEEEEUU0044

Producto:
CORTINAS DE BAÑO
País:
BRASIL
Código Tradenet:
INFEBRAS0063

Producto:
ACEITE DE OLIVA
País:
TURQUÍA
Código Tradenet:
INFCGEST0008



Monitor Internacional

Brasil - La industria es el sector que más tomó crédito en los últimos 6 meses, dice la FGV

El objetivo principal fue ampliar la producción; el comercio fue el sector que menos recursos obtuvo. Tres de cada diez empresas han utilizado líneas de crédito en los últimos seis meses, principalmente para capital de giro y para ampliación de instalaciones o producción. Los datos son parte de la nueva encuesta especial del FGV-Ibre (Instituto Brasileño de Economía de la Fundação Getulio Vargas). Entre las empresas que tomaron crédito, el 58% utilizó el dinero para capital de giro, el 28% para ampliar la producción o instalaciones, el 21% para renegociar deudas y el 15% para mantener o ampliar la plantilla. Según la encuesta, la industria fue el sector con mayor acceso al crédito (40% de las empresas) y con el mayor porcentaje de empresas que utilizaron el dinero para expandir la producción (30%), junto con el sector de la construcción. Las empresas de servicios fueron las que más utilizaron estos recursos para renegociar deudas (29%). Este sector también aparece con el segundo porcentaje más alto de personas jurídicas que no tomaron crédito por tener algún tipo de restricción (17%), solo por detrás del porcentaje registrado en la construcción (18%). Servicios y construcción son también los sectores que señalaron mayores dificultades para obtener crédito por las exigencias de los bancos. [LEER MÁS](#)

Uruguay - El impacto de la salida de Nueva Zelanda en la exportación mundial de ganado en pie

En las últimas horas Nueva Zelanda prohibió la exportación de ganado en pie marcando un antes y un después en el comercio mundial. Para Uruguay se abre una ventana de oportunidad interesante, dado que esto se traduce en una baja de un competidor muy importante para, sobre todo, el ganado lechero en China. Juan Martín Scasso, director de Agrosocio, informó que aunque se trata de algo reciente, se habla de un periodo de dos años en los cuales se cortaría la exportación periódica o total de ganado en pie de Nueva Zelanda con destino a China. "Es un impacto importantísimo en el comercio internacional de ganado en pie", indicó. Uruguay es uno de los oferentes de ganado para este destino. Si bien es un mercado relativamente nuevo, y ha estado entrecortado, en la última fase (en 2020) viene con negocios establecidos y sistemáticos. "Esperemos que siga el buen ritmo. Es la salida de un competidor natural y con ventajas competitivas respecto a nosotros por tema de cercanía (flete) y de tarifas que lo hace ser más competitivo", agregó. Esto surge tras la tragedia del año pasado cuando se hundió un barco de ganado con destino a China lo que hizo replantear qué tipo de barco a usar. "Eso generó un cambio importante en el calendario de barcos de ganado a nivel mundial", recordó. [LEER MÁS](#)

Chile - Exportaciones de salmón se recuperan en volumen, pero precios caen casi 11% en el primer trimestre

En enero-marzo se enviaron al exterior 223 mil toneladas de salmónes y truchas, un 66% más que lo exportado en igual período de 2020. Si bien los precios son mejores que lo que se tenía a fines del año pasado, son casi 11% más bajos que hace 12 meses. Algunas restricciones de exportación -en particular a China- y bloom de algas son las recientes noticias que se han conocido desde el sector salmonero. Sin embargo, hasta marzo -antes de conocerse estas informaciones-, los números son positivos. Un aumento de los volúmenes exportados, que contrastaron con una baja de los precios, vivió en el primer trimestre la industria salmonera nacional, según el informe trimestral de exportaciones elaborado por el Consejo del Salmón, gremio que reúne a empresas como AquaChile, Cerna y Mowi (ex Marine Harvest). Eso sí, los valores de venta de salmón fueron inferiores a los de igual cuarto de 2020, pero mejores que los que se tenían a fines de ese mismo año, en que la demanda se vio afectada por la crisis sanitaria global. Así, en el periodo enero-marzo, los envíos totales del sector llegaron a US\$1284 millones, lo que representa una baja del 4,9% respecto de igual lapso de 2020. Esto se explica principalmente por una baja de 17,1% en enero, mes en que los precios se mantenían deprimidos. [LEER MÁS](#)

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto - Argentina

Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones
SUPCI

Emb. Pablo Enrique Sívori

Newsletter

Diseño, edición y redacción

Horacio Lotito - hal@mrecic.gov.ar