

NUEVOS ESCENARIOS, NUEVAS VISIONES

Por Beatriz Ackermann, Directora de la Cámara Argentina del Maní - camaradelmani@arnet.com.ar

La Crisis global

Así como las grandes catástrofes naturales dejan marcados cambios en la topografía de las zonas afectadas, el tsunami financiero y económico que sacudió al mundo 2008 también originó significativas alteraciones en los escenarios comerciales. Y así como en los grandes desastres de la naturaleza hay edificios que colapsan y otros que resisten, de igual modo, en las crisis económicas hay sectores que parecen estar mejor capacitados para enfrentar los impactos de escala global. Tal es el caso de la industria manisera Argentina.

Una vez que el sector pudo reparar parte de los enormes daños ocasionados por el lockout ruralista, los maniseros sembraron algo más de 270.000 Hectáreas. Después, vino la hecatombe financiera mundial, la retracción del comercio, la dramática caída de los precios internacionales y, como si todo eso fuera poco, la sequía.

La extraordinaria eficiencia de los productores maniseros permitió obtener una cosecha de más 800.000 toneladas brutas con muy buena calidad. Pero la buena noticia se vio opacada por el carryover del año anterior, acumulado a raíz de la retracción en las ventas, y por la sobreoferta que inundó el mercado debido a una cosecha norteamericana record: casi 2,4 millones de toneladas cortas. El dramático desplome de los precios era inevitable.

Pese a toda esta adversidad, Argentina no perdió su posición de liderazgo, sostuvo un nivel aceptable de ventas y mantuvo sus mercados, aún aquellos destinos no tradicionales que apenas acababa de conseguir en el último quinquenio. En 2008 Argentina exportó 400.000 toneladas de maní comestible, (23.000 toneladas menos que en 2007) a 68 destinos. El mérito tuvo sus costos: se redujeron al mínimo las inversiones, tanto en tecnología como en investigación, se estancó la producción y los esfuerzos se concentraron en atender la emergencia y en proteger la fuerza laboral.

Nosotros y los otros

¿Cómo reaccionaron nuestros competidores ante la crisis? Aunque a una tasa bastante menor que en los años anteriores, China siguió creciendo (al 7% anual aproximadamente). Tal vez los chinos se privaron de algunos lujos recién adquiridos, pero el Gobierno Comunista de Beijing se mostró decidido a sostener uno de sus principales logros: la mejora en la alimentación de la población, empezando por sus alimentos más preciados y tradicionales: el maní y el aceite de maní. Nuestros colegas orientales siguen sembrando unas 5,5 millones de hectáreas y su producción permanece inalterable con un volumen de 13,5 millones de toneladas brutas. Los cambios no están vinculados con su producción, sino con el incremento en el consumo. Cada año 30 millones de chinos dejan de ser pobres y el primer indicador de este avance social es el consumo de alimentos. Es un hecho irrefutable que los chinos comen más y mejores alimentos, y que el maní y el aceite de maní son productos esenciales de su canasta básica. Por ello, no sólo sus exportaciones van disminuyendo año a año, sino que también crecen sus compras a Argentina: A sus importaciones de maní confitería de nuestro país ahora se suma una incipiente demanda de aceite de maní.

De este lado del planeta, la crisis golpeó fuertemente a los EEUU. Nuestros colegas americanos también soportaron la caída de su renta como consecuencia de la nefasta combinación de sobreoferta por un lado y contracción de la demanda por el otro. Su mercado interno registró una baja en el consumo de maní confitería y snacks, pero el consumo de manteca registró un crecimiento del 18%.

En cuanto al sector importador, las compras desde Europa fueron limitadas y a precios entre 40 y 50% menores comparados con los valores de 2008. Otros mercados, como Argelia, Rusia, y los ex países de la órbita soviética, como Bielorrusia, Ucrania y Georgia, incrementaron su demanda.

Por su calidad y sanidad, el prestigio de las manufacturas que exporta la industria manisera argentina sigue creciendo. Por ello, los propios países productores de maní demandan maní argentino para sus aplicaciones del segmento gourmet: China, India, México, Australia, Nicaragua, Brasil, Sudáfrica y Egipto. Así también, curiosamente, y pese a los stocks acumulados y a la producción record norteamericana, los EEUU siguen comprando maní y manteca de maní de origen Argentino.

Exportaciones de los principales Orígenes (en Tons.)

PAIS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
CHINA	706000	770000	761000	690000	800000	600000	400000	400000
ARGENTINA	226060	201050	202652	176311	256000	409000	423000	398600
U. S. A.	158406	252986	148023	184363	170000	192000	205000	280000

Fuentes: FAS/USDA, US Dep. of Commerce, SAGPyA, OECE/SENASA; CCCFNA.

Campaña 2009-2010

En medio de escenarios enrarecidos y el comercio semiparalizado, la industria manisera mundial implementó distintas medidas para resolver la emergencia y llevar equilibrio a los mercados. En los EEUU, el USDA confirmó una reducción del 29% en la siembra con respecto al 2008. Los farmers americanos plantaron 440.000 hectáreas, el área más baja desde 1915. En el Sudeste (Alabama, Georgia, Florida, Mississippi y South-Carolina) la merma fue del 33%, mientras que el Sudoeste (Nuevo Mexico, Oklahoma y Texas) registró una baja del 35%. El área manisera de Virginia-North Carolina cayó 29%.

China también podría disminuir su siembra. Hou Cheng, delegado chino en la última Snackex (Berlín 7 al 10 de junio 2009) y funcionario de COFCO Shandong, señaló que los granjeros chinos sembrarían 12% menos maní que en 2008. Sin embargo, tal circunstancia es difícilmente comprobable, dado su sistema productivo que se basa en millones de granjeros que trabajan pequeñísimas parcelas distribuidas en 10 provincias y donde no existe ningún mecanismo de monitoreo estatal o privado.

En el caso de Argentina, se estima que nuestra superficie sembrada se reduciría un 30%, principalmente debido al carryover de la campaña anterior, a la contracción del mercado y a la caída de los precios internacionales.

Todo esto debería conducir a una mejora en las condiciones del comercio mundial de maní hacia mediados de 2010, una vez que los stocks hayan sido saneados y se restablezca el balance natural entre oferta y demanda.

Exportaciones de Maní Argentino – Año 2008

País	Tons.
TOTAL:	398,583
Holanda	190,073
Rusia	35,290
Gran Bretaña	17,424
Polonia	16,315
Francia	15,848
Estados Unidos	15,038
México	13,116
Chile	8,357
Italia	8,048
Australia	7,641
Sudáfrica	7,316
Bélgica	7,157
Ucrania	7,004
España	4,811
Grecia	4,598
Argelia	4,556
Emiratos Arabes Unid	3,611
Hungría	3,447
Rumania	3,424
Canadá	3,261
Otros 48 (1)	22,247

(1) Noruega; Alemania; China; Tailandia; India; Israel; Japón; Angola; Líbano; Estonia; Moldavia; Taiwán; Egipto; Singapur; Letonia; Lituania; Trinidad y Tobago; Colombia; Finlandia; Uruguay; Bulgaria; Eire (Irlanda del Sur); Brasil; Turquía; Perú; Rep. Checa; Dinamarca; Nueva Zelanda; Ulster (Irlanda Norte); Panamá; Islandia; Suecia; Portugal; Bosnia Herzegovina; Corea del Sur; Ecuador; Rep. Dominicana; Jamaica; Surinam; Barbados; Chipre; Serbia; Croacia; Cuba; Nicaragua; Paraguay; Honduras y Venezuela.
Fuente: OECE / SENASA

Rediseñar estrategias

El escenario que emerge tras la crisis global plantea el desafío de nuevas visiones y rediseño de estrategias. Ante un panorama de demanda cambiante, mercados que se reacomodan y consumidores cada vez más exigentes con la calidad y las normas de seguridad alimentaria, la industria manisera argentina trabaja sin descanso en la consolidación de destinos no tradicionales y la promoción de sus exportaciones a través de una mayor y más agresiva presencia en ferias y misiones comerciales. Una adecuada evaluación de los escenarios post-crisis obligan a fortalecer la cadena y a darle mayor dinámica a sus sinergias. También se hace necesario asumir el desafío de diversificar la oferta exportable, desarrollar nuevos productos y ampliar los objetivos de la investigación científica.

No obstante, una vez más, vemos con preocupación que la falta de una política agroalimentaria y el absoluto desprecio por las economías regionales. Los continuos desmanes de una clase dirigente incapaz, irresponsable y mezquina están privando a la Argentina de sus posibilidades concretas de crecimiento, particularmente en las comunidades del interior, ligadas a la producción de alimentos.

Entre los lamentables y a menudo irreparables saldos de esta realidad, está la extinción de numerosas actividades productivas locales, el cierre de pymes que generan empleo genuino en zonas apartadas de las

grandes ciudades y el abandono de pueblos del interior que ven morir a sus producciones típicas. La destrucción irreversible de valiosos ecosistemas es otra amenaza que se cierne sobre el territorio argentino.

Una nación que no defiende sus economías regionales está condenada al fracaso. Con la pérdida de la diversidad productiva, desaparece un valor estratégico irremplazable. Por ello, es crucial establecer políticas de estado que apunten a lograr una producción sustentable, en el marco de esquemas responsables que aseguren la preservación de los recursos naturales y la protección de las economías regionales. La sustentabilidad no debe ser entendida únicamente desde lo económico, sino que debe contemplar aspectos sociales y ambientales.-