

## UNA DECADA TESTIGO

Beatriz Ackermann - CEO de la Cámara Argentina del Maní  
camaradelmani@arnet.com.ar

### Introducción

La última década es un buen periodo para observar el desenvolvimiento de la cadena manisera argentina. Mucha agua ha corrido bajo el puente y diversos y muy notorios son los cambios que se produjeron en el escenario internacional. Siempre hablamos de mercado internacional porque el maní es una economía regional neamente exportadora, aunque en los últimos años se observaron algunas innovaciones en el mercado local.

### Planeta Manisero

La mayoría de los países productores exhibió una leve baja en la siembra. Si bien las modernas tecnologías permiten mejorar rindes, calidad y sanidad, dichas tecnologías son accesibles en pocos orígenes. De allí que para efectuar una correcta lectura de la actividad manisera global no basta con contabilizar el mero número de la producción mundial, (poco más de 32 millones de toneladas de maní en chaucha), sino que resulta indispensable distinguir calidades y perfeccionamiento tecnológico productivo.

El comercio internacional se mantiene en un 6 a 7% de esa producción (unos 2,3 millones de toneladas), pero la participación de los actores exportadores ha cambiado sustancialmente en los últimos 10 años.

### Exportaciones

El volumen exportable permaneció casi inalterable, pero disminuyeron los oferentes y la oferta se concentró sensiblemente. La contracción de la oferta exportable se debe básicamente a dos factores: por un lado, los países productores están utilizando cada vez su producción propia para consumo interno. El caso más elocuente es China, donde el maní y el aceite de maní son alimentos de la canasta básica y donde se registra cada año un incremento significativo en el consumo. Este fenómeno también se da en India y en los EEUU, por ejemplo. Por otra parte, la legislación sanitaria internacional ha ido incrementando dramáticamente su rigurosidad y cada vez menos orígenes se encuentran capacitados para cumplirla. A la vez que esta situación representa una mayor seguridad en la protección de la salud de los consumidores, también es cierto que tan estrictas exigencias se han vuelto en contra de los importadores ya que ven acotadas sus opciones de abastecimiento. Así es que en la última década desaparecieron virtualmente casi todos los orígenes que otrora tenían alguna participación en el mercado internacional o aspiraban a tenerla. India, Sudáfrica, Vietnam, Nigeria, Sudán, Senegal y últimamente, incluso China. Hay algunas excepciones, aunque de escasa significación. En el marco de los acuerdos de ayuda que la UE suscribe en favor de ciertas LFN<sup>1</sup>, la Comunidad importa pequeñas cantidades de manteca de maní artesanal de Ghana. Senegal sigue siendo un exportador importante de aceite de maní y China todavía vende algunos volúmenes cada vez menores a Europa. Pero, debido a sus recurrentes y graves problemas sanitarios, el maní chino sufre reiteradas penalizaciones y buena parte de lo exportado termina rechazado en puerto o destinado a nutrición animal.

Con esta situación, los únicos oferentes de maní de calidad hoy son Argentina y en mucha menor medida, EEUU. No sólo los volúmenes que maneja Argentina son largamente superiores, sino que nuestro país tiene disponibilidad durante todo el año, mientras que los despachos norteamericanos son estacionales y limitados. La competitividad –una ventaja crucial que consta de muchos factores, no sólo de precio- también es un mérito que Argentina aprendió a capitalizar y a fortalecer y que le condujeron al liderazgo incuestionable que hoy exhibe. Actualmente, las exportaciones de manufacturas del Complejo Maní<sup>2</sup> alcanzan a unas 600.000 toneladas hacia 88 países.

### Consumo

El fenómeno del maní como alimento y como producto de la canasta básica familiar es difícilmente comprensible para un observador argentino. Sin embargo es la realidad cotidiana en países productores como China, India, Filipinas o Tailandia, los que consumen su propia producción y, eventualmente, también importan para satisfacer una necesidad cultural de la población. En Africa, los subsaharianos (Malawi, Gambia, Chad, Congo, Mali y otros), tienen en el maní el sustento de numerosas comunidades rurales que lo cultivan para su

PRODUCCION MUNDIAL	
PAIS	TONELADAS
CHINA	13000000
INDIA	5500000
USA	1900000
NIGERIA	1300000
INDONESIA	1000000
ARGENTINA	900000
SUDAN	800000
SENEGAL	560000
VIETNAM	500000
OTROS	7000000
TOTAL	32460000

<sup>1</sup> Naciones Menos Favorecidas

<sup>2</sup> Manies para confitería, Pasta, Manteca, Aceite, Harina, Pellets y Expellers.

propia alimentación y en algún caso, para comercio intrarregional. Paralelamente, los países importadores consumen más maní y productos derivados de él, aunque en niveles disímiles. Mientras el consumo registró un incremento muy leve y poco significativo en la Comunidad Europea, en Rusia y los ex soviéticos (Estonia, Ucrania, Letonia, Azerbaidzhán), Japón y los países árabes (Argelia, Emiratos Arabes, Kuwait, Marruecos) el uso del maní se expande de manera notoria. EEUU, por su parte, registra un mayor e inusitado consumo: el consumo de manteca de maní se incrementó el 8,9% en 2009 y en 8,1% en 2010; en tanto que en el primer semestre de 2011 el consumo de maní en snacks y candies creció 20% con respecto al mismo periodo del año anterior.

EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES ORIGENES (Toneladas de grano)										
PAIS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ARGENTINA	226060	201050	202652	176311	256000	409000	423000	398600	442900	496000
CHINA	706000	770000	761000	690000	700000	600000	400000	400000	400000	350000
U. S. A.	158406	252986	148023	184363	170000	192000	205000	280000	217000	250000

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

### Origen Argentino

Durante buena parte del año, Europa se abastece casi exclusivamente de Argentina. Nuestro país también se ha ido constituyendo en la primera opción abastecedora para los países que antes compraban a China, cuyos saldos exportables van disminuyendo drásticamente.

En este proceso, nuestro país supo edificar fidelización sobre la base de mayor calidad, garantías sanitarias, seguimiento post venta y expertise operativa en los distintos mercados. Las citadas garantías de calidad y sanidad fueron posible gracias a la acción pionera del sector en implementar y certificar sistemas de higiene e inocuidad bajo normas internacionales, los que pasaron con éxito innúmeras auditorías públicas y privadas, nacionales y extranjeras. Las inversiones en moderna infraestructura, tecnología de punta e investigación científica también dieron sus frutos. La Fundación Maní Argentino amplió su visión y además de estudios en el campo agronómico incluyó también proyectos vinculados con el área industrial y comercial. De esa visión surgió el programa de monitoreo de residuos de pesticidas en maní argentino (JLA, INTA y CEPROCOR), los estudios de composición química y nutricional del nuestro maní (INTA) y la investigación sobre su vida útil (UNC). Esos estudios son el fundamento de la Denominación de Origen "Maní de Córdoba", un sello de calidad diferenciada que va ganando reconocimiento global y que es un paradigma del agregado de valor.

En el mercado interno hubo sorpresas inesperadas: el advenimiento de nuevos productos con maní. Mix de nueces, maníes con pasas de uva, tostados con miel, tostados con pimienta, recubiertos de chocolate blanco y hasta mantecas marmoladas impusieron una mayor presencia en supermercados y en negocios dedicados a los alimentos gourmet. Como si eso fuera poco, vimos nacer el primer aceite de maní tostado dedicado al público argentino, una exquisita y audaz innovación.

### Conclusión

A lo largo de la década, el hecho que adquiere particular significación por su trascendencia e impacto, es el liderazgo alcanzado por la industria manisera argentina. El camino recorrido no estuvo exento de dificultades. Crisis económicas y financieras, propias y ajenas; fuertes incrementos en los costos de producción; una carga impositiva distorsiva y cuasi confiscatoria; inestabilidad jurídica, medidas anticonstitucionales y la falta total de políticas gubernamentales que protejan a las economías regionales han sido los enemigos internos. Pese a la adversidad del escenario interno, las empresas incrementaron sus inversiones y siguieron generando un efecto multiplicador extraordinario.

Fronteras afuera, el sector tuvo que sostener una lucha desigual contra orígenes subsidiados, enfrentar barreras para-arancelarias, y obstáculos técnicos al comercio. Sin embargo, se incrementaron fuertemente las exportaciones, se expandieron mercados conquistando nuevos destinos –tan remotos como inesperados– y se diversificó la oferta promoviendo todas las manufacturas del Complejo.

El Origen pasó de exportar un promedio de 230.000 toneladas de grano en los '90, a 600.000 toneladas de manufacturas en la actualidad; de unos 70 destinos a 88, incluyendo los propios productores como China, India, EEUU, Australia, Brasil, México, Filipinas y Egipto. Actualmente, esta economía regional, que exporta sólo productos industrializados (no commodities), genera ingreso de divisas por unos US\$ 600 millones anuales. El gran desafío del Cluster es mantener el liderazgo del mercado y su posicionamiento global.