

Asociación Argentina de Economía Agraria

**ECONOMÍA DE LOS CULTIVOS INDUSTRIALES.
EL CLUSTER DE MANÍ EN CÓRDOBA.**

Agosto, 2007

Rodolfo Bongiovanni
rbongiovanni@correo.inta.gov.ar¹

Martín Giletta
mgiletta@manfredi.inta.gov.ar²

Trabajo de investigación

¹ Coordinador proyecto Economía de los Cultivos Industriales (PNIND 3262), INTA Manfredi

² Becario INTA Manfredi. Participante proyecto Economía de los Cultivos Industriales (PNIND 3262).

ECONOMÍA DE LOS CULTIVOS INDUSTRIALES. EL CLUSTER DE MANÍ EN CÓRDOBA.

RESUMEN

Este trabajo brinda un panorama de la importancia económica de los seis cultivos industriales incluidos en el Programa Nacional Cultivos Industriales del INTA, como así también una caracterización del cluster del maní en Córdoba. Se brinda una descripción de la producción y el comercio mundial de maní, y se analiza la competitividad del sector manisero mediante índices. Los resultados sugieren la existencia de un cluster y que existen ventajas comerciales en las exportaciones argentinas de maní en grano.

PALABRAS CLAVES: MANÍ, CADENA DE VALOR, CLUSTER, EXPORTACIONES, COMPETITIVIDAD.

SUMMARY

This article provides an overview of the economic relevance of the six industrial crops included in the National Program Industrial Crops of the National Institute for Agricultural Technology, as well as a characterization of the peanut cluster in the Province of Córdoba. A description of peanut production and world trade is given, and the competitiveness of the sector is assessed by means of indices. Results suggest the existence of a cluster, and that there exist commercial advantages for peanut grain exports.

KEYWORDS: PEANUTS, VALUE CHAIN, CLUSTER, EXPORTS, COMPETITIVENESS

CLASIFICACIÓN TEMÁTICA: 2. Mercados, comercialización, y agroindustria.

INTRODUCCIÓN

Las cadenas de valor de algodón, caña de azúcar, té, yerba mate, tabaco y maní tienen gran relevancia socioeconómica por su gran impacto en la generación de empleo, y por los importantes efectos multiplicadores sobre el resto de la economía, tanto regional como nacional.

Existe una demanda constante por parte de todos los actores involucrados, tanto a nivel del sector público como del sector privado, de información macroeconómica, microeconómica, y estratégica para la toma de decisiones.

Los objetivos del presente trabajo son: a) generar conocimiento actualizado del encadenamiento productivo del maní, para contribuir a la toma de decisiones en materia de políticas públicas y privadas y para contribuir al mejoramiento de la cadena; y b) analizar la evolución del mercado nacional e internacional de maní y estimar la competitividad exportadora de nuestro país.

Las hipótesis de trabajo son: a) la actividad manisera ha generado un cluster productivo dedicado a la exportación y b) existen ventajas comerciales en las exportaciones argentinas de maní.

El método utilizado para el primer objetivo fue el análisis estratégico de clusters de Porter (1998), y para el segundo objetivo se estimaron tres índices de competitividad. En ambos casos se realiza un análisis de estadísticas de producción y de exportación.

Los resultados indican que la actividad manisera es mucho más que una cadena productiva y que un proceso lineal de empresas transformadoras; sino que reúne todas las características de un cluster por su proximidad geográfica, red, especialización e innovación. Con respecto al segundo objetivo, las exportaciones argentinas de maní en grano revelaron claras ventajas

comerciales en un contexto de fuerte crecimiento de las exportaciones mundiales del producto, contrariamente a lo que sucedido con las ventajas reveladas de las exportaciones de aceites y harinas de maní, donde el crecimiento mundial decrece en el período analizado.

Importancia económica

Según los últimos datos oficiales disponibles de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) a Junio 2007, que son los correspondientes a la Campaña Agrícola 2004/2005, el valor bruto de la producción de los cultivos industriales es de \$ 2758 millones de pesos, o de 887 millones de dólares estadounidenses (Cuadro 1).

Los precios informados en la tercera columna del Cuadro 1 son los que recibe el productor por el producto primario, sin industrialización. Como se puede observar, el mayor volumen en cantidad está dado por la caña de azúcar, mientras que el producto de mayor precio es el tabaco, seguido por el maní.

CUADRO 1: VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN DE LOS CULTIVOS INDUSTRIALES, CAMPAÑA 2004/05

	Producción (t)	Precio	Valor Bruto
Algodón sin Desmotar	448.260	\$ 950	\$ 425.847.000
Caña de Azúcar	18.808.289	\$ 52	\$ 978.031.028
Maní con Cáscara	444.800	\$ 1.089	\$ 484.164.800
Yerba Mate	782.800	\$ 356	\$ 278.676.800
Tabaco en Bruto	161.064	\$ 3.398	\$ 547.215.961
Té	291.920	\$ 150	\$ 43.788.000
Total	20.937.133		\$ 2.757.723.589

El cluster de maní en Córdoba

El reconocimiento del producto “maní de origen argentino” en el exterior, la inversión en plantas industriales con sistemas que garantizan y aseguran la calidad, posicionan a nuestro país en el mercado internacional como el segundo exportador mundial, después de China, y desplazando de ese puesto a los Estados Unidos.

Algunos aspectos preocupantes son el avance del área sojera; la disminución de productores independientes; y el consecuente aumento de la participación de la industria en la producción primaria (en torno al 80% del área manisera total es sembrada por la industria); lo que demuestra la necesidad e importancia del estudio pormenorizado de la cadena de valor, para la correspondiente implementación de políticas públicas que promuevan el ordenamiento y desarrollo estratégico del sector.

El maní argentino es un patrimonio casi exclusivamente cordobés, ya que el 94% de la producción nacional se realiza en esta provincia, seguida por Salta 2,95%, San Luis 1,39%, Formosa 0,56%, Santa Fe 0,52%, Jujuy 0,36%, y Corrientes 0,18%.

En Córdoba, la actividad manisera se concentra en el centro-sur de la Provincia, constituyendo una economía regional exclusivamente dedicada a la exportación. La industria manisera exporta el 90% de su producción. La actividad manisera es mucho más que una cadena productiva y que un proceso lineal de empresas transformadoras; sino que reúne todas las características de un **cluster**: proximidad geográfica, red, especialización e innovación (Hermida, 2006).

Un cluster es, según Porter (1998), una concentración geográfica de compañías e instituciones en un campo determinado, interconectadas entre sí. El cluster permite a las empresas desarrollar ventajas competitivas a través de mejoras en un ambiente externo, en el que se potencian los esfuerzos individuales, y en el que se tienen más posibilidades de éxito que las situadas en un ambiente poco coordinado. Las relaciones entre empresas pueden venir por el lado de la integración vertical, o por usar los mismos recursos e infraestructura. El cluster es una alternativa a la organización en cadena de valor, ya que implica una visión renovada de la importancia de la ubicación geográfica y las estrechas relaciones entre empresas e instituciones del rubro. El cluster abarca los conceptos de cadena y de red, ya que se trata de un ambiente, en el que una cadena de valor, convertida en red, puede expresar todo su potencial y su máxima capacidad competitiva (Zorraquin, 2005).

Por **proximidad** se entiende una localización geográfica definida y acotada, que se encuentra comprendida en el triángulo determinado por las ciudades de Villa María, La Carlota y Río Cuarto.

La **red** es el conjunto de vínculos que se establecen entre los actores económicos del cluster, los que no se limitan a relaciones contractuales formales, sino que -principalmente- incluyen las relaciones informales basadas en la confianza mutua, y la palabra como garantía. La red incluye relaciones con eslabones que no están directamente conectados entre sí, pero que reconocen su mutua interdependencia. Eso genera una conciencia de socios estratégicos en un negocio que necesita el aporte de todos para alcanzar una sinergia conjunta.

La **especialización** se dio como parte del proceso de creación del cluster. A medida que la región fue creciendo en sofisticación, se fue dando una economía compleja dentro del mismo, donde cada agente logró el mayor nivel de concentración en su propio negocio, colaborando de ese modo a la competitividad global del cluster manisero.

La **innovación** es la clave del proceso y es el que da valor agregado al cluster. La propia dinámica del cluster fue generando nuevos negocios, nuevos productos y nuevas maneras de hacer. La competitividad actual no se basa en los costos ni en la localización geográfica de las empresas, sino que surge de la productividad con la que se utilizan los recursos. Hermida (2006) destaca la diferencia entre “capacidad productiva” y “capacidad tecnológica”, en la que la primera se refiere a la capacidad de producción de una empresa con una tecnología determinada, mientras que la segunda se refiere a la capacidad de la empresa de generar y administrar la innovación tecnológica. La actividad manisera de Córdoba presenta un alto grado de innovación que se refleja en la alta capacidad tecnológica del cluster del maní cordobés.

El cluster manisero también se extiende a la industria de fabricantes de maquinaria agrícola, la que produce insumos de capital para la producción manisera de la región: arrancadoras, descapotadoras y otros implementos, como así también maquinaria industrial para las industrias procesadoras. Tanto la maquinaria agrícola como el equipamiento industrial son específicas del maní, y requieren adaptarse a las particularidades del cultivo en la región. Esto ha desarrollado una red de industrias especializadas, con una estrecha vinculación con los productores y los procesadores. Al estar establecidas en la misma zona, les da la oportunidad de contactarse directamente con los usuarios, atendiendo sus demandas y desarrollando soluciones en procesos de aprendizaje bidireccionales. También las grandes empresas proveedoras de agroquímicos integran el cluster manisero, participando de las actividades de investigación y transferencia de tecnología (Hermida, 2006).

La competitividad del cluster manisero también radica en el trabajo conjunto de instituciones públicas y privadas. Los industriales y exportadores maniseros constituyeron la Cámara Argentina del Maní (CAM), que cumple un rol clave en la integración de la cadena, la

coordinación de los actores, la promoción del maní cordobés de calidad, la apertura de mercados externos, y la investigación, entre otras actividades. Es el interlocutor natural con el gobierno, en todo lo referido a maní. La CAM también financia la Fundación Maní Argentino, que administra proyectos científicos. Su Consejo Directivo está integrado por el Centro de Ingenieros Agrónomos de General Cabrera y Zona (CIA), el INTA, y socios de la CAM. Otras instituciones que aportan a la competitividad del sector son las Universidades Nacionales de Córdoba y de Río Cuarto, la Universidad Siglo 21, la Agencia Córdoba Ciencia, y el Instituto de Ciencia y Tecnología de los alimentos. Otra institución importante es el Consorcio de Intendentes de la Región Manisera, integrado por unos 40 intendentes, quienes aportan voluntad política tendiente a obtener beneficios para el cluster manisero.

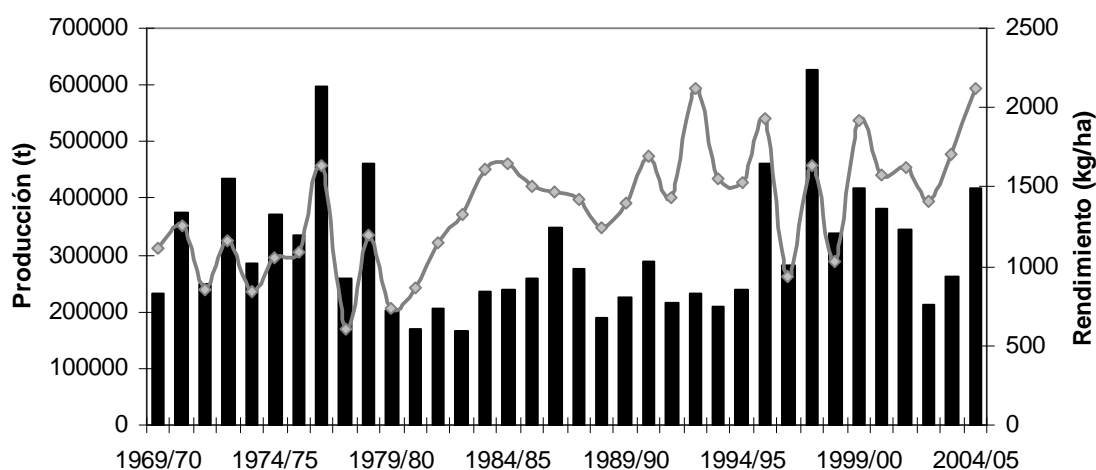
Por su parte, el INTA tiene importantes líneas de investigación en la Estación Experimental Agropecuaria Manfredi, el Instituto de Fitopatología y Fisiología Vegetal (IIFIVE), y las agencias de extensión de General Cabrera y de Río Cuarto. El INTA organiza anualmente el “Circuito del Maní” junto con el CIA y la CAM, para mostrar los detalles de la cadena productiva. Asimismo, al inicio de cada campaña se realizan las Jornadas Nacionales del Maní, una conferencia anual en la que se presentan trabajos científicos sobre el maní. El 20 de Septiembre de 2007 se celebró la 22ª Jornada.

Producción primaria

El maní no es un oleaginoso. Botánicamente es una legumbre, pero en el marco del comercio internacional está inscripto en el capítulo de las nueces, junto con las avellanas, castañas, pistachos, macadamias y pecanas. Asimismo, el Maní Confitería no es un *commodity* como erróneamente suele considerarse, sino un producto alimentario elaborado, una manufactura de origen agrícola (MOA) con un extraordinario componente de valor agregado. Sólo los granos de baja calidad son destinados a molienda para la elaboración de aceite (Ackermann, 2005).

En los últimos cuarenta años la producción total de maní ha sido oscilante, aunque los rendimientos promedio han ido creciendo hasta superar los 21 quintales por hectárea en la campaña 2004/05 (SAGPyA, 2007), en la que se produjeron 418 mil toneladas. El récord de cantidad producida fue en la campaña 1997/98, con 626 mil toneladas (Gráfico 1).

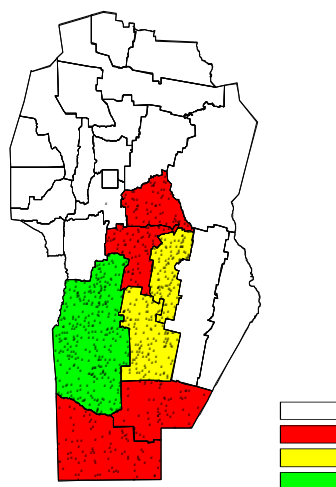
GRÁFICO 1: PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DEL MANÍ EN CÓRDOBA, CAMPAÑAS 1969/70 A 2004/05



El sitio web del proyecto Análisis Económico de los Cultivos Industriales <http://www.cultindustriales.org.ar> permite visualizar esta información estadística para todos

los cultivos, para una serie de variables y campañas disponibles. Los mapas se pueden ver en Internet, o bien descargar para posterior análisis en un Sistema de Información Geográfica gratuito. El Gráfico 2 muestra los Departamentos de la Provincia de Córdoba en los que se produce maní.

GRÁFICO 2: PRODUCCIÓN DE MANÍ EN CÓRDOBA, POR DEPARTAMENTO, CAMPAÑA 2004/05 (T/HA)



Por sus características de cultivo, el monocultivo de maní implica riesgo de degradación de suelos, porque debe ser arrancado de la hilera por una arrancadora-invertidora para luego ser cosechado por una descapotadora que separa las vainas del resto de la planta. También se suele usar una removedora para acelerar el secado en la hilera o quitar el exceso de tierra adherida a las vainas.

Este aspecto de la cosecha mecánica agresiva al suelo, más el problema de la aparición de enfermedades del suelo –hongos- cuando se repite el cultivo en el mismo lote, obliga al productor a no sembrar maní en el mismo lote por lo menos por tres o cuatro años, rotándolo con maíz, soja o pasturas.

Esto hace que aproximadamente el 80% de la producción se realice en campos alquilados, ya que pocos productores pueden realizar la rotación de cultivos necesaria. Esto genera una competencia muy grande por el alquiler de tierras, pagando en promedio 20 quintales de soja por hectárea, por adelantado, lo que eleva los costos de implantación del cultivo (costos variables) a un promedio de 680 USD/ha. Este valor surge de un promedio de 75 márgenes brutos de maní calculado por Bongiovanni et al. (2007). Además, el estudio de costos debe incluir los gastos de estructura (costos fijos), que son unos 125 USD/ha para un establecimiento tipo.

Busso et al. (2004) destacan que existe una cantidad de factores que se han combinado para reducir el área sembrada de maní en las últimas campañas, que son de índole económica, agronómica y tecnológica. Un primer factor de importancia desde el año 1998 es el **económico**, en donde puede concluirse que las pequeñas y medianas explotaciones agropecuarias no han tenido incentivos económicos suficientes (mayores costos por hectárea sembrada, rentabilidad igual o menor a otros cultivos y mayor exposición a riesgos sin cobertura de seguros) para mantenerse como productores de maní, optando la gran mayoría de ellos por cultivos alternativos que han presentado mayor retorno por peso gastado, como es el caso de la soja. Un segundo factor es de orden **agronómico**, ya que el monocultivo de maní – al igual que otros monocultivos- origina problemas vinculados a enfermedades y deterioro del suelo que afecta la sustentabilidad de la producción en una misma unidad. Un tercer factor es

de carácter **tecnológico**, dado que la producción de maní tiene una mayor complejidad relativa en la producción respecto a otros cultivos.

Sector industrial

Los costos y el riesgo inherente de la producción del maní han incentivado a productores e industriales a buscar sinergias asociativas, haciendo que la mayoría de los productores tenga alguna forma de asociación con la industria procesadora de maní. Existen numerosos beneficios para el productor que sea asocia con empresas industriales, desde el financiamiento de la semilla y agroquímicos hasta el asesoramiento técnico especializado. A su vez, la industria está interesada en hacer un seguimiento de los cultivos, para asegurarse que la calidad del maní sea óptima, y pueda cumplir con las normas sanitarias internacionales (Hermida, 2006).

Según la CAM, en las últimas campañas, la industria ha sembrado más del 80% del área por su cuenta, ya sea en campos propios o alquilados, para asegurarse la producción en tiempo y forma.

Por otra parte, algunos productores están muy vinculados al sector industrial a través de la producción bajo contrato, asumiendo menos riesgos, aunque menores márgenes. Otros pocos productores prefieren ser independientes, enfrentando mayores riesgos, aunque con mejores resultados económicos.

Más allá de la concentración de la actividad en pocos actores, la ausencia de un mercado internacional de referencia –dadas las características del producto-, y las barreras de entrada y salida al sector industrial, el cluster manisero revela condiciones de transparencia de mercado, en función de aspectos tales como el acceso a la información, y la formación de precios internos en base a los mercados internacionales, principalmente Europa.

Industrialización

La industria manisera cordobesa elabora las siguientes manufacturas:

1. Maní confitería entero (Shelled)
2. Maní confitería partido (Split)
3. Maní blanchado (Blanched). Es el maní blanco, sin piel o tegumento, que se obtiene por calentamiento y enfriamiento súbito. Es apto para maní frito, salado, con cobertura, etc.
4. Maníes preparados y/o saborizados
5. Pasta de maní. Producto semisólido obtenido por molienda del maní blanchado y tostado. Se envasan en tambores metálicos, cajas de cartón o potes plásticos.
6. Manteca de maní. Se obtiene y comercializa de forma similar a la pasta de maní.
7. Grana de maní
8. Aceite de maní. Usa como insumo los granos que no cumplen la norma de calidad y/o contienen aflatoxinas. Hay cuatro empresas que producen aceite de maní: Aceitera General Deheza, Prodeman, Bunge Argentina y Lorenzatti Ruesch.
9. Harina y pellets de maní. Subproductos de la producción de aceites.

Los porcentajes de la producción que se dedican a cada producto dependen del volumen, calidad, y sanidad de la cosecha. En años buenos, la gran mayoría se dedica a consumo directo, es decir, a las siete primeras categorías. En años malos, se destina un porcentaje mayor a la elaboración de aceites, harinas y pellets.

Las plantas procesadoras de maní reciben la materia prima siguiendo la Norma de Calidad para la Comercialización de Maní, del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA, 1994). Posteriormente se realiza una limpieza preliminar, secado, clasificación por calibre (según el número de granos contenidos en 28,35 gramos), descascarado, y selección electrónica. Las plantas han incorporado tecnología para realizar la selección final, que usualmente se hacía por selección visual y “picoteo”. Los granos se embolsan en bolsas de 25 ó 50 kg, o en bolsones de 600 ó 1250 kg, que se almacenan en cámaras.

Subproductos de la industria

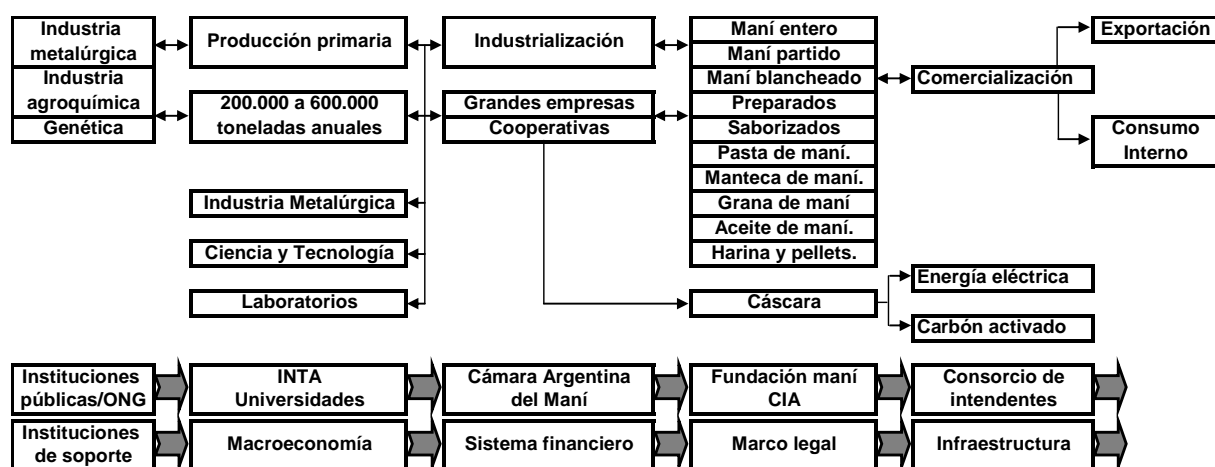
De las 400.000 a 500.000 toneladas de maní en caja que se cosechan anualmente, quedan unas 120.000 toneladas de cáscara. ¿Qué se hace con ellas? Se las quema a cielo abierto, pero cuando el viento sopla hacia los pueblos arrastra el humo y nace un problema que ha sido fuente de frecuentes quejas de los habitantes urbanos.

La cooperativa Cotagro -que en el 2006 exportó 30.000 toneladas de maní confitería- ya no quema la cáscara sino que la usa como insumo para producir 1200 toneladas de carbón activado. En el mundo se consumen por año 850.000 toneladas de carbón activado. Estados Unidos produce y utiliza algo más de 200.000 toneladas. La Argentina emplea 4500 toneladas, hasta hace poco todas importadas. El uso más corriente es medicinal, aunque también se usa en elaboración de vinos, mostos, jugos, cervezas, sodas y gaseosas; en la potabilización del agua; en la producción de jarabes y de ácido tartárico; en la industria azucarera, en la minería y en la industria farmacéutica (Vaca, 2007).

Por otra parte, desde hace una década, la Aceitera General Deheza utiliza dos tercios de cáscara de maní y un tercio de cáscara de girasol para generar energía eléctrica, utilizando unas 120 mil t/año de cáscara de maní y 60 mil t/año de cáscara de girasol, representando una alternativa limpia de generación de energía (Beljansky, 2006). La energía anual generada es de 63.360 MWh.

El Gráfico 3 resume el encadenamiento productivo del maní.

GRÁFICO 3: ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO DEL MANÍ (ADAPTADO DE HERMIDA, 2006).



Panorama mundial del Maní: Producción y Comercio

Superficie sembrada. De acuerdo a datos de las últimas campañas, existen en el mundo 21 millones de hectáreas implantadas con el cultivo de maní (Gráfico 4). Entre los países más importantes en términos de superficie, Gráficoon la India con 8 millones de hectáreas (39% de la superficie mundial de maní), seguido por China con 5,5 millones de hectáreas (26%) y Nigeria con una superficie de 1,2 millones de hectáreas (8%).

Producción mundial. En este caso, la relación anterior se modifica, figurando China como el principal productor mundial del cultivo, con un volumen registrado de 14 millones de toneladas, equivalente al 40% de la producción mundial. La India ocupa el segundo lugar produciendo 7 millones de toneladas (20%); Nigeria 3 millones de toneladas (8%); Estados Unidos 2 millones de toneladas (5%). Continúan en orden de importancia Indonesia; Sudán; Senegal y Vietnam (Gráfico 5). Argentina se ubica en el décimo lugar, con una producción que fluctúa entre 200 y 600 mil toneladas, representando en términos de producción y superficie, el 1% del total mundial respectivamente.

GRÁFICO 4: SUPERFICIE SEMBRADA DE MANÍ EN EL MUNDO (FAOSTAT, 2007).

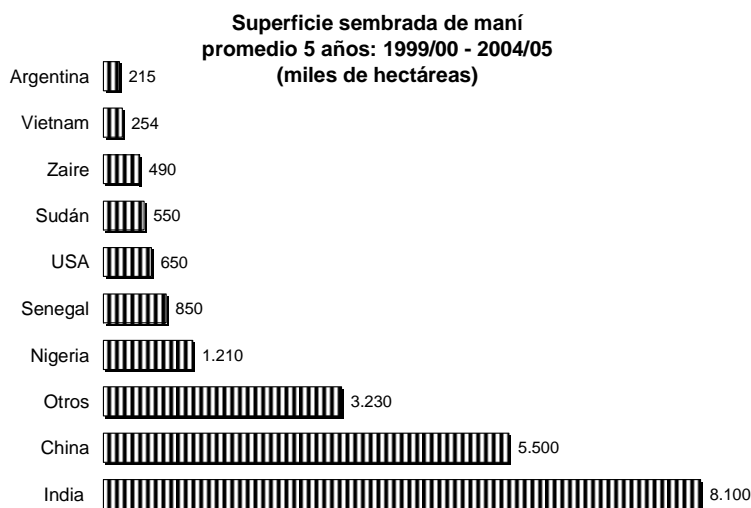
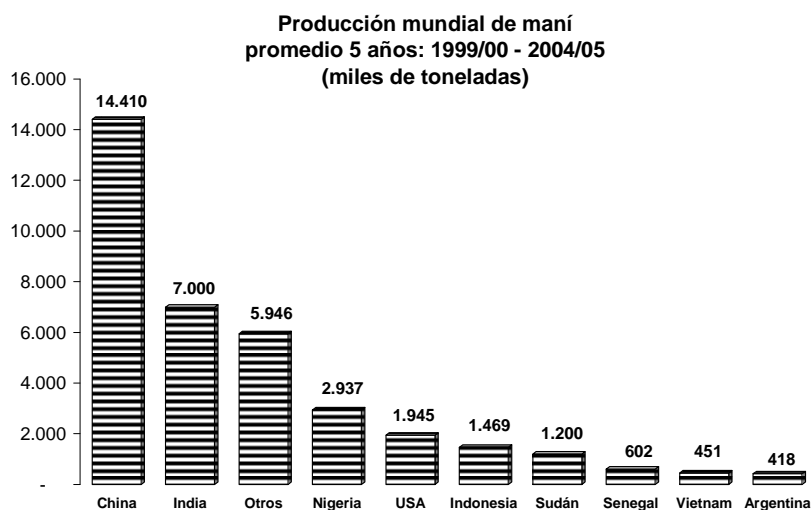


GRÁFICO 5: PRODUCCIÓN MUNDIAL DE MANÍ (FAOSTAT, 2007).

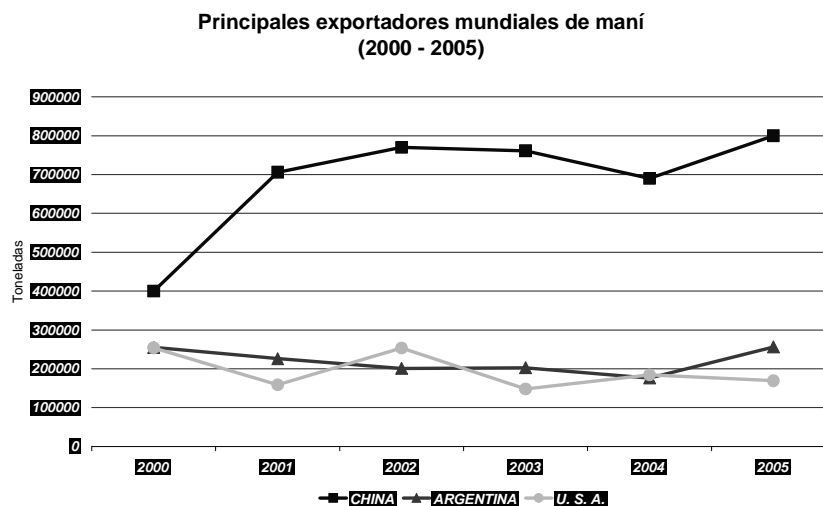


Respecto al comercio mundial, el principal exportador es China con un volumen que se ubica en torno a las 800 mil toneladas (Gráfico 6). La Argentina se consolida en los últimos años en el segundo lugar con un volumen que varía entre las 200 y 300 mil toneladas exportadas anualmente, consolidando esta posición frente a las exportaciones de Estados Unidos (en el año 1998 Argentina ocupó el primer puesto).

La posición destacada de Argentina en el comercio mundial de maní, se explica en base a dos factores fundamentales. Por un lado, el bajo nivel de consumo *per capita* nacional que permite destinar en torno al 90% de la producción al mercado internacional (el consumo interno *per capita* se ubica muy por detrás del registrado por ejemplo en los Países Bajos, que se ubica en los 5 kilogramos anuales). El segundo aspecto, tan o más importante que el primero, se explica sobre la base de los atributos de calidad del producto argentino, particularmente apreciado en el mercado externo, lo que le confiere a las exportaciones nacionales una destacable competitividad por sobre las exportaciones de China, India y los Estados Unidos (Argentina compite fundamentalmente con estas exportaciones para acceder el mercado europeo).

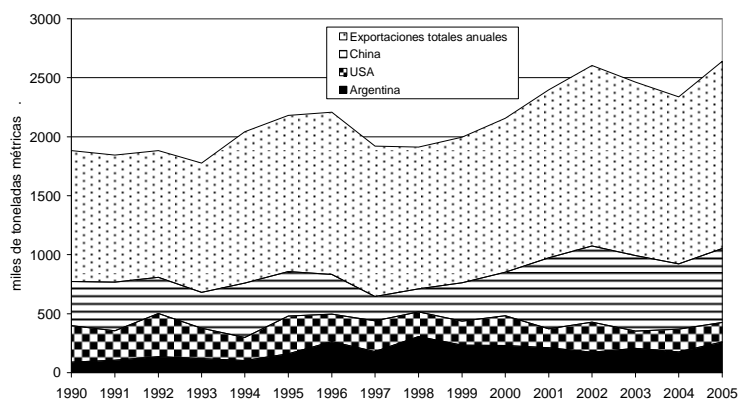
Pese a resultar el mercado europeo el principal importador mundial (58% de las importaciones mundiales)- tanto por nivel de consumo interno, como por no registrar producción- es de resaltar su elevado nivel de proteccionismo interno, estructurado sobre medidas para-arancelarias fundamentalmente (sanitarias y fitosanitarias). Esta característica le confiere a las exportaciones argentinas una clara ventaja de acceso respecto a las exportaciones de Asia y África (con presencia frecuente de aflotoxinas).

GRÁFICO 6: COMERCIO MUNDIAL DE MANÍ, PRINCIPALES EXPORTADORES (CAM, 2007).



Si se analiza la evolución de las exportaciones de los tres principales actores mundiales referidos (Gráfico 6), y su vez se desagregan éstas en términos de maní comestible; aceite de maní; y harinas y pellets (sub productos obtenidos del procesamiento y extracción del aceite); se visualiza como tendencia de los últimos quince años, una sostenida reducción de los volúmenes exportados de aceites, harinas y pellets, mientras que se revela un aumento relevante del volumen exportado de maní comestible, en sus diferentes variantes (Gráfico 7).

GRÁFICO 7. EXPORTACIONES MUNDIALES DE MANÍ EN GRANO (CIARA, 2007)



En el caso de las exportaciones de harinas y pellets (Gráfico 8), las mismas se destinan a la elaboración de alimentos balanceados para animales, razón por la cual la mayor parte de la producción argentina se destina al mercado interno (la India exporta 200 mil toneladas anuales de este sub-producto); mientras que el aceite de maní (Gráfico 9), se destina al consumo humano, siendo éste muy apreciado en los mercados externos y un producto de alto valor (v. gr., usos en comidas gourmet). En este último caso, las exportaciones argentinas revelan una destacada participación en las exportaciones mundiales, con un volumen registrado para el año 2005 de 55 mil toneladas (el aceite de maní es el más caro después del aceite de oliva, razón por la cual no se consume internamente).

GRÁFICO 8. EXPORTACIONES MUNDIALES DE HARINAS Y PELLETS DE MANÍ (CIARA, 2007)

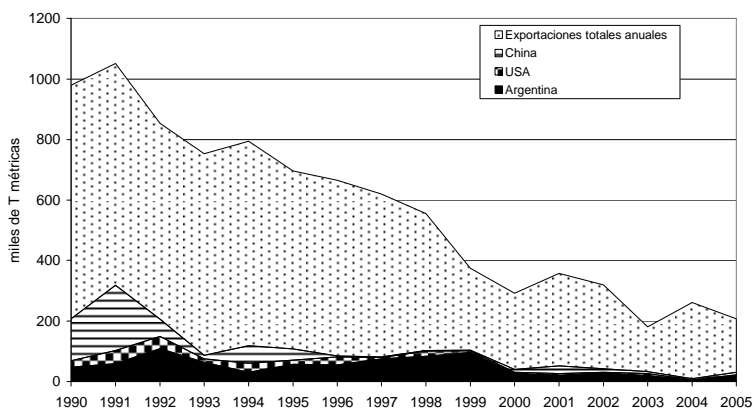
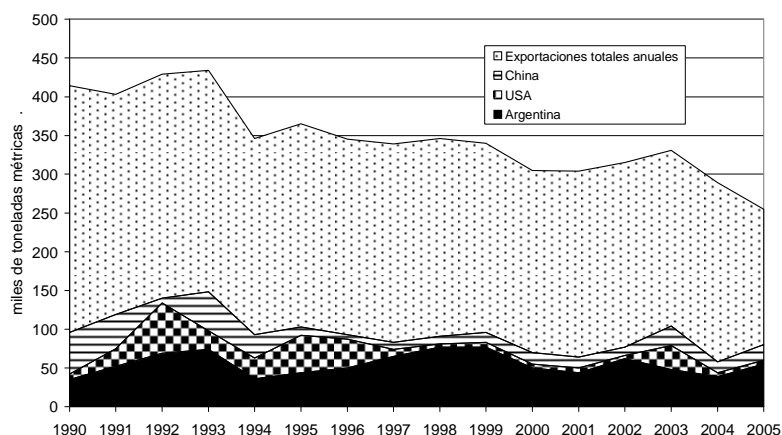


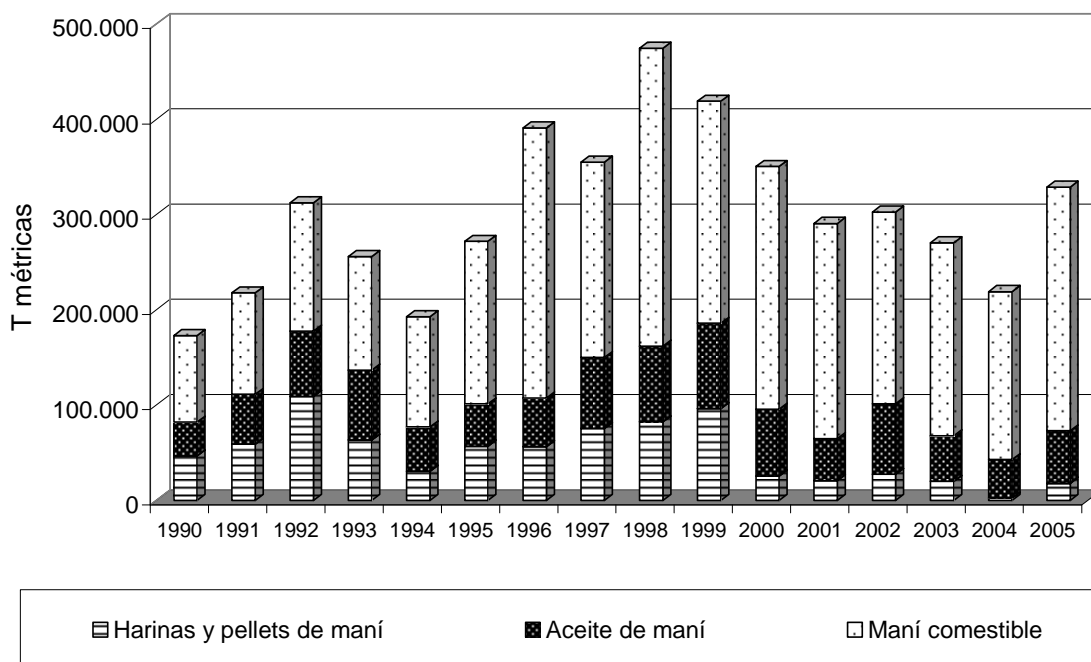
GRÁFICO 9. EXPORTACIONES MUNDIALES DE ACEITE DE MANÍ (CIARA, 2007)



La especialización exportadora argentina se orienta hacia maní comestible (sin cáscara y preparados), revelando en los últimos cinco años una mayor importancia relativa en el capítulo maníes preparados, en desmedro de las exportaciones de maní sin cáscara. Por su parte las exportaciones de aceite de maní se mantienen relativamente estables, mientras que las exportaciones de harinas y pellets se redujeron en los últimos años, pese a registrarse valores mínimos en estos productos en todo el período. Finalmente las exportaciones de maní con cáscara y manteca de maní, registran valores exportados que obedecen a operaciones menores y puntuales en algunos años específicos, pero sin relevancia en la estructura exportadora del complejo.

Después del máximo volumen exportado del año 1998, las exportaciones argentinas se reducen significativamente hasta el año 2004, a partir de cuando se revierte la tendencia. En el año 2005 se registraron volúmenes exportados de 18 mil toneladas de harinas y pellets; 55 mil toneladas de aceite; y 256 mil toneladas de maní comestible (Gráfico 10).

GRÁFICO 10. EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL COMPLEJO MANÍ (SENASA, 2007)

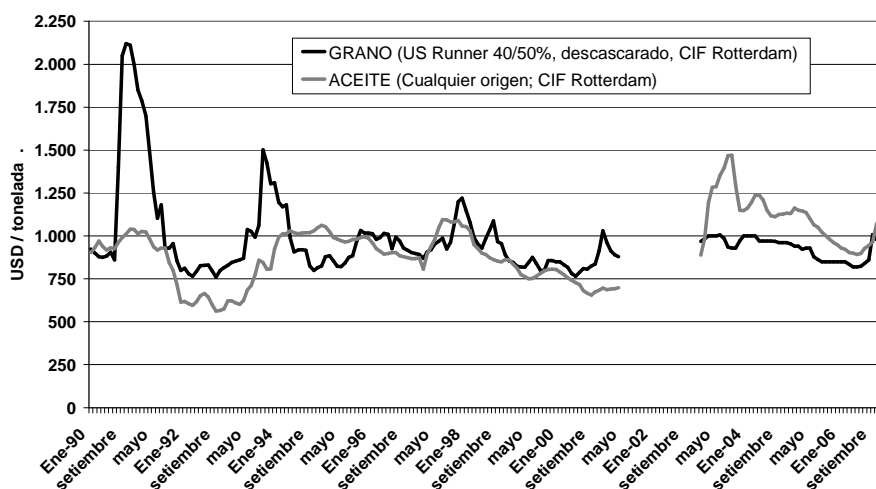


Siendo que el maní no se considera un *commodity*, dado que reviste características de un producto elaborado y diferenciado, fundamentalmente en términos de calidad según procedencia-(se asimila a una manufactura de origen agropecuario -MOA), no existe un mercado internacional de referencia para el mismo. No obstante el parámetro que se utiliza frecuentemente al momento de analizar tendencias de precios es el mercado de Róterdam (cotizaciones Costo, Seguro & Flete –CIF- del mercado de Róterdam).

Sobre esta base se deduce una marcada volatilidad del mercado internacional que traduce lo que sucede en los principales países productores mundiales, aspecto éste que confronta con lo que sucede en el mercado interno, que revela naturalmente una mayor estabilidad.

Si se analiza la evolución de las cotizaciones internacionales antes referida, se advierte para el caso de maní descascarado (tipo Runner) una tendencia declinante en los precios después de los máximos valores alcanzados en los primeros años de la década pasada (en torno a los 1300 USD/t) convergiendo en torno a los 900 USD/t hacia los últimos años del período considerado. La cotización de aceite de maní, en cambio, revela la tendencia opuesta, fortaleciendo el nivel de precios hacia los últimos cinco años, situándose por encima del precio de maní en grano (sin cáscara) (Gráfico 11).

GRÁFICO 11. COTIZACIÓN INTERNACIONAL DE GRANOS Y ACEITES (OIL WORLD, 2007)



Como se puede observar en el Cuadro 2, un aspecto particularmente destacable del desempeño exportador del cluster de maní se refiere a la cualificada inserción externa de las exportaciones del complejo, en términos de mercado de destino. Para los dos principales productos exportados (maníes sin cáscara y maníes preparados), el mercado europeo absorbe más del 60% de las exportaciones registradas promedio en el período 1995-2005, de los cuales el 90% se destina al mercado de los Países Bajos (en particular Holanda, por dos razones: el alto nivel de consumo y por la incidencia del mercado de Róterdam que distribuye a toda Europa). Dentro de estas exportaciones figuran además como destino: Estados Unidos; Chile, México y Canadá para las exportaciones de maní procesado.

En lo referido a las exportaciones de aceite de maní, la participación de los Países Bajos también es fundamental, absorbiendo en promedio el 60% de las ventas externas argentinas en el período considerado. No obstante, hacia los últimos años, comienza adquirir importancia relativa el mercado de Estados Unidos, destino del 36% de las exportaciones argentinas de aceite correspondientes al año 2005.

Finalmente, en cuanto a harinas y pellets, revelan una pérdida de importancia en la participación de los Países Bajos, a favor de Chile que explicó en el año 2005, el 62% de las exportaciones de estos productos.

CUADRO 2. PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DEL COMPLEJO MANÍ. PARTICIPACIÓN % DE CADA MERCADO (VALORES FOB)

Mercados de destino	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
aceite de maní											
Estados Unidos				46	2	42	29	31	13	44	36
Francia	10	6	23	14	24			8	11	7	11
Países bajos	83	93	50	34	67	45	44	53	70	49	52
Particip.Total	93	98	73	94	94	87	73	93	94	100	99
harinas y pellets											
Bélgica					9	49	75	31	43		
Chile			4	24	20	7	2	32	37	97	62
Italia	13	29	11	4	3						
Países bajos	40	59	51	50	33	20					
Tailandia	10			8	20	15	23	32	20		37
Particip.Total	63	88	66	86	85	91	100	96	100	97	99
manies preparados											
Bélgica	8	2	7	2	3	5	5	4	5	10	7
Chile	7	6	7	7	8	6	4	4	4	4	4
Estados Unidos	2	1	16	28		17	9	6	8	3	4
Francia	3	10	7	14	21	17	12	9	6	8	7
Italia	10	6	2	3	4	3	5	7	5	5	4
México	16		7	5	15	17	7	7	5	4	4
Países bajos	33	17	26	15	18	12	37	30	41	42	48
Particip.Total	80	42	71	74	69	78	79	67	74	76	78
manies sin cascara											
Canadá	8	12	11	11	14	31	30	20	14	11	10
Estados Unidos	8	4	14	6	8	10	3		1		
Países bajos	34	41	33	55	45	37	47	52	45	63	48
Reino Unido	6	8	8	9	13	6	5	5	8	5	12
Particip.Total	57	64	67	82	80	84	86	78	67	80	70

Índices de competitividad

Complementariamente al análisis de las estadísticas presentadas hasta aquí, se elaboraron una serie de índices del sector externo, como una aproximación cuantitativa a la competitividad del clúster de maní, para las exportaciones de los productos seleccionados del complejo, en el período comprendido entre 1991 y 2005 inclusive.

En primer lugar se calculó el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas –IVCR- (Balassa, 1965), definido como:

$$IVCR = \frac{X_{Ai} / X_A}{X_{mundo(i)} / X_{mundo}}$$

donde:

X_{Ai} = Exportaciones totales del bien i por país A .

X_A = Exportaciones totales del país A .

$X_{mundo(i)}$ = Exportaciones totales mundiales del bien i .

X_{mundo} = Exportaciones totales mundiales.

El numerador representa la participación de cada producto en las exportaciones totales nacionales, mientras que el denominador expresa la misma relación en términos de las exportaciones mundiales. Vale decir, se compara la importancia relativa del producto en cuestión, en ambas estructuras exportadoras. Por consiguiente si el índice es mayor a 1 se afirma la existencia de ventajas comparativas, mientras que para valores menores a 1 existen desventajas comerciales.

Siendo que por su construcción, este índice puede tomar valores positivos indeterminados a partir de 0, se calcula complementariamente el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas Simétricas –IVCRS- propuesto por Laursen (1998), donde el umbral de competitividad esta vez esta dado a partir del valor 0, pudiendo tomar el índice valores entre -1 y +1.

$$IVCRS = \frac{VCR - 1}{VCR + 1}$$

Finalmente, y en términos de análisis sectorial, se construyó el Índice de Comercio Intra-sectorial –ICI- (Fuchs y Kosacoff, 1992) definido por:

$$ICI_i = 1 - \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)}$$

donde:

X_i = Monto de Exportaciones correspondientes al sector i

M_i = Monto de Importaciones correspondientes al sector i

Por su construcción puede tomar valores entre 0 y 2. Si toma valor cero indica que el tipo de comercio es absolutamente inter sectorial y exportador. Cuando el resultado es igual a dos, se dice que hay comercio inter sectorial importador. Finalmente, si el índice toma el valor de uno, se habla de comercio intra sectorial pleno.

En base a lo anteriormente señalado, se confeccionó un índice por producto y año (los tres índices seleccionados se aplicaron a cada uno de los productos del complejo, y para cada uno de los años 1990 a 2005). A su vez y con el propósito de facilitar mostrar la mayor cantidad de información posible, se definieron tres períodos quinquenales a saber: 1991-1995; 1996-2000; 2001-2005, expresando la información –y los índices- en términos de promedios para cada uno de estos quinquenios.

CUADRO 3: ÍNDICE DE VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS DEL COMPLEJO EXPORTADOR MANÍ. SERIE 1990-2005. (MILES DE USD FOB)

Items Arancelarios del complejo	promedios quinquenales		
	1991-1995	1996-2000	2001-2005
Aceite de maní			
Exportaciones argentinas	40.765	54.479	40.149
Exportaciones mundiales	244.155	228.354	216.040
Maníes sin cáscara (confitería)			
Exportaciones argentinas	88.639	171.561	75.886
Exportaciones mundiales	681.137	724.441	680.555
Maníes con cáscara			
Exportaciones argentinas	119	29	20
Exportaciones mundiales	95.194	98.803	138.018
Manteca de maní			
Exportaciones argentinas	2.276	2.614	
Exportaciones mundiales	65.079	90.423	92.097
Maníes Preparados			
Exportaciones argentinas	10.076	27.014	78.061
Exportaciones mundiales	355.917	353.272	532.672
Harinas y Pellets de maní (tortas)			
Exportaciones argentinas	8.404	9.804	2.293
Exportaciones mundiales	91.442	55.206	39.208
Exportaciones totales argentinas	14.826.562	25.128.558	31.357.211
Exportaciones totales mundiales	4.125.187.000	5.692.449.000	7.900.783.800
Expo argentinas del complejo MANI	149.775	263.387	196.405
Impo argentinas del complejo MANI	524	775	365
Balance comercial del complejo	149.251	262.612	196.040
IVCR 1	1991-1995	1996-2000	2001-2005
<i>Aceite de maní</i>	47,56	67,17	52,50
<i>Maníes sin cáscara (confitería)</i>	36,25	66,44	31,84
<i>Maníes con cáscara</i>	0,25	0,02	0,03
<i>Manteca de maní</i>	7,71	1,77	-
<i>Maníes Preparados</i>	7,85	21,31	40,50
<i>Harinas y Pellets de maní (tortas)</i>	25,96	61,06	16,72
IVCR simétrico 2	1991-1995	1996-2000	2001-2005
<i>Aceite de maní</i>	0,96	0,97	0,96
<i>Maníes sin cáscara (confitería)</i>	0,95	0,97	0,93
<i>Maníes con cáscara</i>	-0,74	-0,97	-0,94
<i>Manteca de maní</i>	0,33	-0,64	-1,00
<i>Maníes Preparados</i>	0,74	0,91	0,95
<i>Harinas y Pellets de maní (tortas)</i>	0,92	0,96	0,82
ICI 3	1991-1995	1996-2000	2001-2005
<i>Complejo maní</i>	0	0	0

Del análisis de la información de el Cuadro 3, se deduce el notable desempeño del sector externo del cluster de maní. El IVCR destaca claramente las ventajas comerciales del complejo manisero en la mayoría de sus productos exportados y por consiguiente la significativa participación del complejo manisero en las exportaciones nacionales en todo el período (mayor a la participación de estos productos en las exportaciones totales mundiales).

Los productos del complejo con fuertes ventajas comerciales resultaron: aceite de maní; maní en grano (con cáscara y preparados); harinas y pellets, ordenados según índice. En cuanto a la

variación del índice promedio quinquenal, estos continúan la tendencia comercial del complejo que revela una disminución en el valor promedio exportado hacia el último quinquenio, después de un aumento registrado en los dos anteriores. El único producto que mantiene crecimiento inter-quinquenal sostenido es el de maníes preparados. Si se considera el último quinquenio (2000-2005) los productos con mayores ventajas resultaron, ordenados por índice: aceite de maní; maníes preparados; maníes sin cáscara y harinas y pellets. En el caso de los restantes productos del complejo: manteca de maní y maní con cáscara, el índice revela desventajas, dados los irrelevantes volúmenes exportados por Argentina en todo el período.

Un aspecto destacable, es que las exportaciones argentinas de maní en grano continúan revelando claras ventajas comerciales en un contexto de fuerte crecimiento de las exportaciones mundiales del producto, aspecto éste diferente a lo que sucede con las ventajas reveladas de las exportaciones de aceites y harinas de maní, donde el crecimiento mundial decrece en este período.

En términos sectoriales, el ICI revela para el sector manisero un sesgo netamente intersectorial y exportador, aportando en consecuencia significativos saldos positivos a la balanza comercial nacional, particularmente relevante en la mayor parte de la década pasada, donde existió una tendencia deficitaria estructural en esta cuenta.

CONCLUSIONES

En el área de producción de maní, existe una tendencia hacia el reemplazo por el cultivo de la soja, y hacia el desplazamiento hacia el sur provincial. El área de siembra se está concentrando en pocos actores. De continuar este rumbo, se vería afectada la sustentabilidad del cluster de maní.

Por otra parte, la creciente incorporación de tecnología en la producción primaria ha significado un aumento de la productividad, y naturalmente, una sustitución del factor mano de obra por el factor capital. Sin perjuicio de esto, el sector manisero tiene una gran incidencia en la generación de empleo y en el sostenimiento de la economía regional.

A las ventajas comparativas tradicionales que manifiesta históricamente el país en materia de producción agropecuaria, el sector manisero nacional aporta una serie de ventajas competitivas generadas sobre la base de sinergias entre los diferentes actores involucrados en el desarrollo del sector (productores, industriales e instituciones intermedias públicas y privadas), lo que se ajusta más precisamente a lo definido en la teoría de clusters.

Lo anterior se verifica al analizar el papel destacado del maní argentino en los mercados internacionales, revelando una diferenciada inserción comercial en mercados externos, exigentes en términos de calidad, de alto poder adquisitivo, y de carácter marcadamente proteccionista. Las ventajas competitivas manifiestas de las exportaciones argentinas del complejo, en base a atributos perdurables y logrados deliberadamente por los actores del cluster, permitió consolidar al país como el segundo exportador mundial de maní confitería, desplazando de los mercados estratégicos las exportaciones de competidores mundiales.

Los crecientes niveles de innovación científica y tecnológica que manifiesta el sector manisero argentino, lo constituyen en un núcleo dinámico de la estructura económica nacional. Las modernas tecnologías de proceso, los exigentes sistemas de control de calidad, la confiabilidad y trayectoria de los exportadores y otros factores, coadyuva a transferir al producto argentino la imagen de marca de origen del que gozan estos productos en la percepción de los consumidores más exigentes.

No obstante lo anterior, persisten ciertas debilidades en la cadena que obstaculizan el proceso de consolidación del cluster. La fuerte participación del mercado externo como destino de la producción nacional de maní, puede interpretarse como una excesiva dependencia del mercado internacional, naturalmente más inestable que el mercado interno, de escasa significancia en términos de consumo nacional del producto. Aunque la innovación tecnológica continúe siendo generada en economías industrializadas, existe en el país un sostenido proceso de sustitución de importaciones en base al desarrollo de tecnologías de origen nacional, los que irán generando mayores grados de autonomía en nuevos desarrollos que potencien la competitividad.

En términos de oportunidades emergentes del contexto internacional, estas pueden resumirse en la posibilidad de continuar avanzando en las negociaciones multilaterales, profundizando la inserción de estos productos en mercados actuales (v. gr., llegar con productos envasados al consumidor europeo, y en consecuencia crecientes niveles de valor agregado y diferenciación; productos nutracéuticos, etc.); como respecto a continuar presionando por condiciones más transparentes en el acceso a mercados con niveles de protección alto en términos arancelarios (v. gr., el mercado estadounidense, con altos aranceles a las importaciones del complejo e importantes niveles de subsidios a la producción de maní).

Las crecientes presiones presupuestarias que manifiestan las economías centrales (fundamentalmente Estados Unidos y Europa), conjuntamente a los crecientes esfuerzos en materia de desregulación del mercado internacional permiten mantener un optimismo cauto sobre el comportamiento de estas variables.

BIBLIOGRAFÍA

- Ackermann, B. 2005. Historia del sector manisero. Cámara Argentina del Maní. Gacetilla. Noviembre 2005.
- Balassa, Bela (1965). Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage. The Manchester School of Economics and Social Studies 33: 99-123.
- Beljansky, M. (2006). Bioenergía en General Deheza. Secretaría de Política Ambiental de la Provincia de Buenos Aires.
www.spa.gba.gov.ar/uploaded/File/Cambio_Climatico/Panel%20Energias%20Renovables%20-%20Ing.Beljansky.pdf. (Consultada 12/06/07).
- Bongiovanni, R.; R. Pedelini; e I. Severina (2007). Análisis económico del cultivo de maní bajo diferentes rotaciones y sistemas de labranza. Trabajo enviado a Revista IDIA XXI.
- Busso, G.; M. Civitaresi; A. Geymonat; y R. Roig (2004). Situación socioeconómica de la producción de maní y derivados en la región centro-sur de Córdoba. Universidad Nacional de Río Cuarto. 166 pp. ISBN 950-665-252-X.
- Cámara Argentina del Maní (CAM) (2007). www.camaradelmani.com.ar/ (Consultada 12/06/07).
- Cámara Industria Aceitera de la República Argentina (CIARA). 2007. Sistema de Información Estadística, en base a Oil World. (Consultada 12/06/07)
- FAOSTAT (2007). <http://faostat.fao.org/default.aspx?alias=faostat&lang=es> (Consultada 12/06/07)
- Fuchs, M. y Kosacoff, B. (1992). Balance del comercio internacional de manufacturas de Argentina: las tendencias al incremento del comercio intrasectorial 1974-1990. Documento de trabajo de la CEPAL N° 47. Buenos Aires
- Hermida, R. (Dir.) (2006). El Balance de la Economía Argentina 2006. Capítulo 15: Maní. Instituto de Investigaciones Económicas de la Bolsa de Comercio de Córdoba. CD.

- Laursen, K. (1998). Revealed Comparative Advantage and Alternatives as Measures of International Specialization. DRUID Working Paper 98-30
- Oil World (2007). <http://www.oilworld.biz/> (Consultada 12/06/07)
- Porter, M. (1998). "Clusters and the new economics of competition". Harvard Business review; Boston; Nov/Dec 1998.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) (2007). Base de datos: <http://www.sagpya.mecon.gov.ar/> (consultada 12/06/07)
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) (1994). Norma de Calidad para la Comercialización de Maní. (Consultada 12/06/07)
http://www.senasa.gov.ar/oldweb/marcolegal/Res_RY/ry_1075_94_norma_xiii.htm
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) (2007). Base de datos de comercio exterior de Maní. (Consultada 12/06/07)
<http://www.senasa.gov.ar/>
- TRADESTAT (2007). <http://faostat.fao.org/default.aspx?alias=faostat&lang=es> (Consultada 12/06/07)
- Vaca, J.C. (2007). Carbón activado con cáscara de maní. La Nación. Suplemento El Campo. http://www.lanacion.com.ar/edicionimpresa/suplementos/elcampo/Nota.asp?nota_id=913623
- Zorraquin, T. (Coord.) (2005). Agroalimentos Argentinos II. . Capítulo 26: Maní. Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola. AACREA. Sarmiento 1236 5to piso (C1041AAZ) Buenos Aires, Argentina. www.aacrea.org.ar (consultada 12/06/07)