

Alimentos para el socio

El comercio agropecuario con Brasil

Lic Fernando Urbani
Consejero Agrícola en Brasil

Para hablar de la relación comercial entre la Argentina y Brasil en el sector agropecuario, es importante tener idea de la dimensión de nuestro principal socio del MERCOSUR.

Brasil cuenta con una superficie de 8.500.000 km², tiene 190 millones de habitantes, posee el 13% del agua dulce del planeta y su PBI para el año 2008 fue de 1.573 millones de dólares, varias veces mayor que el de la Argentina.

El sector agropecuario brasileño muestra un alto grado de subsidio gubernamental. En la campaña 2009/2010, se destinarán 107,5 billones de Reales para apoyar la agricultura comercial y familiar. Este presupuesto es utilizado, principalmente, para garantizar precios mínimos y oferta de créditos a tasas subsidiadas.

En ese contexto, se estima que Brasil producirá en la campaña 2009/2010 aproximadamente 143 millones de toneladas de granos en un área sembrada de 47,65 millones de hectáreas. En cuanto a ganadería, Brasil tiene el mayor stock del mundo, con un plantel de 191 millones de cabezas de bovinos.

El “agronegocio¹” brasileño representó en 2009 el 42,6% del total exportado por Brasil. Ese año, las ventas externas ascendieron en conjunto a 151,85 billones de reales, en tanto que las de sector agroindustrial fueron de 64,730 billones de reales.

Al analizar la relación comercial bilateral se observa que durante 2009 Brasil fue el principal socio comercial de nuestro país, con una participación del 21%, pero con una caída en términos absolutos del intercambio del 15% respecto del año anterior.

Desde 2004 la balanza comercial total es negativa para la Argentina. En 2009 representó un déficit de 1.504 millones de dólares. Sin embargo, la balanza comercial agropecuaria arroja para nuestro país un saldo positivo de 1.976 millones de dólares. Queda claro que el desempeño del sector agroexportador argentino es altamente positivo.

Las exportaciones argentinas a Brasil originadas en el sector agropecuario, representan el 22,16 % del total exportado, con un valor de 2.501 millones de dólares.

Entre los productos de exportación más tradicionales, se destaca el trigo. Brasil es altamente dependiente de nuestro producto, e históricamente el trigo argentino representa entre el 90% y el 95% del abastecimiento de su mercado. En los últimos años esa participación se redujo bastante, pero continúa siendo la primera posición de exportación del sector.

El cuadro de la derecha permite apreciar la importancia de las exportaciones de origen agropecuario con destino a Brasil.

Luego de haber tenido caminos de desarrollo separados, la Argentina y el Brasil comenzaron, hace alrededor de 40 años, un proceso de “integración natural” en el que todavía estamos embarcados. Al principio se hicieron tímidos avances, como acuerdos de transporte; luego se discutieron temas bilaterales; más tarde se pusieron los cimientos del Mercosur, que en casi veinte años de vida disparó la

¹ Agronegocio: sumatoria del total de operaciones, desde la producción y distribución de los insumos, almacenamiento, distribución de los productos agropecuarios, hasta lo que se produce a partir de ellos.

cifra de comercio.

La unidad del Mercosur, sobre todo con Brasil, es componente esencial para fortalecer nuestras demandas en las negociaciones en los foros internacionales. Estas negociaciones son indispensables para mejorar cada vez más nuestro acceso a terceros mercados. Para ello el accionar del bloque es imprescindible. Brasil es un socio de altísimo valor estratégico para la Argentina, más aún si visualizamos al Mercosur como una plataforma de exportación de agro alimentos.

Como en todo proceso de integración, las relaciones comerciales siempre ocasionan fricciones como consecuencia de afectar intereses sectoriales. Sin embargo, y aunque existen problemas coyunturales, las gestiones de empresarios privados de ambos países y el diálogo permanente entre los gobiernos, ha logrado facilitar las condiciones de ingreso de nuestros productos a Brasil.

Lo actuado en el campo agrícola y del agronegocio es mucho hasta el momento, aunque queda bastante camino por recorrer. No sólo se trata de superar los problemas específicos, sino de continuar creando ambientes de negocios que faciliten la radicación de inversiones en ambos lados de la frontera.

Como apuesta a fortalecer la integración bilateral, en el ámbito de la cooperación, los Gobierno de Argentina y Brasil han diagramado proyectos denominados de "*Integración Productiva*", cuyo objetivo es utilizar la experiencia y las ventajas competitivas de ambos países para conquistar terceros mercados con estrategias conjuntas.

No existe en el mundo un sistema de producción agroalimentaria más seguro y sano que el del Mercosur, tanto en lo ecológico como en lo económico. En ese sentido, se comenzó a trabajar con miel y yerba, como productos en los que se procura desarrollar cadenas de valor, incluyendo productores, procesadores y proveedores de insumos; gestionar buenas prácticas de producción; promoción comercial y agregado de valor al producto.

En cuanto a lo comercial, es interesante destacar que Brasil tradicionalmente aglutina sus negocios en los grandes centros de consumo. En general las ventas se concentran en el Estado de San Pablo y luego los importadores paulistas distribuyen la mercadería en el resto del territorio.

A medida que la mercadería exportada pasa por un nuevo intermediario se suman márgenes de ganancia y su precio se incrementa en forma automática. En consecuencia, el producto arriba al destino final a un costo mucho más elevado que si hubiera arribado directamente a ese punto.

De ahí que esta Consejería Agrícola, promueva desde hace tiempo la idea de direccionar nuestras exportaciones hacia regiones del mercado brasileño "*menos tradicionales*" y con demanda insatisfecha de productos de calidad, como el Centro-Oeste y el Nordeste.

Redireccionar las exportaciones hacia esos "*nuevos mercados*" reúne varias ventajas:

1. Los costos por vía marítima hacia el nordeste, son más baratos que los terrestres.
2. Se evitan intermediarios.
3. Esos mercados se hallan desatendidos y tienen todo tipo de necesidades.
4. Descomprimir las regiones tradicionales hace disminuir los problemas comerciales.

Resulta interesante destacar que el Estado de Tocantins (el más joven de Brasil) trabaja para posicionarse como pívot para los mercados del Centro Oeste y el Nordeste. Para lograrlo, otorga beneficios a las empresas que quieran instalarse en su Estado.

Es adecuado pensar en dividir Brasil en diferentes mercados y de esta forma desarrollar y conquistar

el mercado Centro Oeste y el Nordeste, con acciones conjuntas entre Estado y empresas. Una idea a desarrollar sería la formación de un centro de distribución de productos argentinos que atienda a esta región.