

Gran comprador y gran competidor

Argentina, los alimentos y Estados Unidos

Ing. Agr. José D. Molina

Consejero Agrícola en los Estados Unidos

Estados Unidos es el segundo importador mundial de alimentos y el 5to destino de las exportaciones agroindustriales argentinas. El tamaño, diversidad y crecimiento de su mercado ofrece excelentes oportunidades para incrementar la participación y diversificación de nuestra oferta exportable.

En términos de consumo alimentario, Estados Unidos está considerado un mercado maduro, esto es, caracterizado por contar con consumidores de alto poder adquisitivo, de buen nivel educativo y que exigen diversidad y calidad en los alimentos que consumen. Además, cambios demográficos tales como un aumento en la cantidad de personas de mayor edad; mayor diversidad étnica (37 millones de latinos) y preocupación por los altos niveles de obesidad en la población, han modificado las preferencias de los consumidores.

Todas estas características se ven reflejadas por el incremento de la demanda de alimentos considerados "saludables" (con bajo contenido de colesterol, grasa y sodio), de fácil preparación (ensaladas precortadas y lavadas, verduras congeladas; carnes precocidas), con un mayor consumo de frutas y hortalizas, y una mayor presencia de productos de origen extranjero.

La importación de alimentos de Estados Unidos se ha duplicado durante los últimos 10 años¹ llegando a representar el 20% del consumo total. Los productos con valor agregado han mostrado el mayor ritmo de crecimiento: más del 100% correspondió a los productos orientados hacia el consumidor final mientras que los productos "a granel" exhibieron sólo el 14% de incremento.

Exportaciones Agroindustriales de Argentina a los Estados Unidos

Estados Unidos es el 5to destino de nuestras exportaciones agroindustriales después de la Unión Europea, China, Brasil y Chile, con un récord de 1.400 millones de dólares durante 2008 y una balanza agropecuaria de 1.200 millones de dólares que es históricamente favorable, ayudando a compensar la balanza total que es históricamente negativa.

Nuestras exportaciones se redujeron a \$ 1.200 millones de dólares en 2009 a raíz de la crisis económica mundial, pero con esta excepción, el crecimiento de las ventas ha sido constante representando entre el 25% y 30% del comercio total con los Estados Unidos (31% para 2009).

Una característica importante de nuestras exportaciones agroindustriales hacia este mercado es que el 60% están concentradas en productos orientados al consumidor, considerados de alto valor agregado, lo cual determina que Estados Unidos sea el principal destino en valor por tonelada exportada. Otro factor importante es la composición de los productos exportados, que en su mayoría se originan en las economías regionales (por ej. jugos de frutas, tabaco, azúcar, té, peras, manzanas, productos de la pesca, etc.) lo que representa un importante factor generador de empleo y desarrollo regional.

Además, por encontrarnos en hemisferios opuestos, Argentina tiene la ventaja de poder exportar muchos productos en contra estación, tales como frutas, hortalizas y semillas de siembra, que permiten acceder al mercado en períodos donde la competencia interna es limitada o inexistente.

¹ \$ 40.000 millones de dólares importados en 1999 y \$ 80.000 millones de dólares en 2008 según clasificación del Departamento de Agricultura (USDA) para productos a granel, intermedios y orientados al consumidor (BICO en inglés), más productos de la pesca.

Oportunidades y barreras para las exportaciones argentinas

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos proyecta para la próxima década un 35% de crecimiento de sus importaciones agroalimentarias, incremento que estará concentrado en productos producidos y exportados por nuestro país, tales como carnes, vinos, aceites, jugos, frutas y hortalizas. El mercado estadounidense también ofrece oportunidades para nichos de alimentos con alto valor agregado, como los productos orgánicos, que durante los últimos años² han sido el sector de mayor crecimiento. Argentina exporta orgánicos a este mercado, y varias certificadoras nacionales cuentan con la aprobación del Departamento de Agricultura (USDA).

Pese a las oportunidades que ofrece su mercado y a que EE.UU. tiene una economía abierta reflejada por un reducido arancel promedio de importación (12% para productos agropecuarios), la protección estatal se concentra principalmente en el sector agropecuario a través de restricciones que afectan en forma directa la exportación de productos argentinos. Esto incluye cuotas arancelarias, medidas de defensa comercial, barreras sanitarias y fitosanitarias, así como severos requisitos de inocuidad, etiquetado y trazabilidad de alimentos.

Por ejemplo, las cuotas arancelarias limitan la cantidad importada de azúcar y de productos que contengan azúcar (incluyendo la leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado); lácteos (incluyendo manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados); carnes bovinas, maní y productos de maní, algodón y tabaco.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias apuntan a evitar el ingreso de plagas y/o enfermedades sobre la base del riesgo que presentan. Sin embargo, el proceso de toma de decisiones en los Estados Unidos es extremadamente lento, burocrático y susceptible de influencias políticas. Esto ha motivado, por ejemplo, las arduas negociaciones que Argentina viene realizando desde hace años para acceder al mercado con cítricos, carnes bovinas y otras frutas y hortalizas (frambozas, tomates, etc.).

Estados Unidos también mantiene un gran número de reglamentos que gobiernan la higiene e inocuidad de los alimentos importados. Esas normas son cada vez más exigentes y obligan a nuestros productores y exportadores a absorber el costo de incorporar estos requisitos. La preocupación por la inocuidad de los alimentos y su trazabilidad se ha exacerbado debido a varios casos de contaminación a nivel nacional e internacional y al incremento en el volumen de las importaciones. Como consecuencia de ello la nueva administración trabaja actualmente con el Congreso en una ley para mejorar el sistema de inspección de alimentos, lo que también hará más riguroso el sistema de control de los productos importados.

Finalmente, los altos aranceles de importación y las medidas de defensa comercial continúan siendo una importante barrera para algunos productos específicos como los jugos de limón, uva, miel y mosto.

Desafíos: Mayor participación en el mercado

Aunque Argentina es uno de los principales proveedores de alimentos a los Estados Unidos (ocupa el puesto número 20) y que el 60% de las exportaciones son de alto valor agregado, la participación total de nuestras exportaciones es reducida.

² 2.100 millones de dólares en 1997 a \$ 21.000 millones en 2008.

Además, muchos de los productos exportados tienen todavía un bajo grado de identificación de nuestro origen para el consumidor estadounidense. Salvo los vinos, peras, manzanas y arándanos que llegan directamente a las góndolas, o los productos que se venden en los supermercados latinos (galletitas, yerba y dulces), el resto de los productos tiene un procesamiento y fraccionamiento posterior en Estados Unidos que les hace perder la identidad.

Este es el caso de nuestras exportaciones de quesos, miel, jugos de frutas, carnes bovinas cocidas y té, que en su mayoría se exportan a granel. Esta situación indica claramente la necesidad de profundizar el proceso de agregado de valor y la promoción de nuestro origen y de la marca “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”.

La demanda estadounidense por alimentos de mayor calidad, con alto valor agregado e identificación de origen ratifica la importancia de contar con políticas activas desde el Estado nacional tales como el programa de agregado de valor – ValorAR -, que ofrece a los productores y exportadores argentinos herramientas como PROCAL, ProDAO, PROARGEX, IG, etc. que les permiten diferenciar, mejorar la calidad y promocionar su producción.

En un contexto de contracción de la economía mundial en general, y estadounidense en particular³, es fundamental el esfuerzo para mantener e incrementar la participación de nuestras exportaciones. En el caso particular de los Estados Unidos, este trabajo se debe concentrar principalmente en la diferenciación de nuestros productos, en la promoción y en las negociaciones para lograr el acceso de más y nuevos productos, asegurando un trato no discriminatorio de nuestras exportaciones.

Finalmente, es importante recordar que Estados Unidos es también el principal exportador de productos agropecuarios y que en enero de 2010 el Presidente Obama lanzó una “Iniciativa Nacional de Exportaciones” con el objetivo de duplicar el valor de sus ventas externas durante los próximos 5 años. Esta activa y coordinada actitud de nuestros principales competidores muestra la necesidad de una constante inversión y participación del Estado para ayudar a posicionar y mantener nuestras exportaciones agroindustriales en los mercados mundiales.

³ Contracción del 2% del PBI estimado para 2009