

EFEECTO LULA

Los argentinos que ganan con Brasil

Macri, Pescarmona, Grobocopatel y Pagani marcan el camino con inversiones en infraestructura vial, energía, agro y alimentos. Por tamaño de mercado e inserción en el mundo, facturan hasta 30% más que en la Argentina. Cómo aprovechar los nichos.



Brasil es la octava economía del mundo, su deuda externa está calificada como grado de inversión, lidera la exportación de materias primas agrícolas, posee la segunda bolsa de valores más grande entre las naciones emergentes y hace poco se transformó en el cuarto mercado automovilístico del planeta. Son sólo algunos datos que describen lo que a esta altura asoma como un lugar común de la política regional: Luiz Inácio "Lula" Da Silva está dejando un país en plena transición a convertirse en potencia. En

ese camino, Brasil es también una gigantesca oportunidad de negocios para no pocos grupos argentinos que ya explotan un dinámico mercado interno, participan de las obras que hacen falta en infraestructura y procuran relacionarse mejor desde allí con otros puntos de la tierra. El tamaño de la economía y las mejores condiciones le permiten facturar en algunos casos entre 30 y 50% más que en nuestro país.

Desde una visión estratégica, toda empresa que pretenda crecer e internacionalizarse estará tentada de jugar en el principal socio del Mercosur. En pleno debate de cara al ballottage entre la oficialista Dilma Rousseff y el opositor José Serra, nadie discute que uno de los mayores logros de la gestión del Partido de los Trabajadores (PT) ha sido sacar gente de la pobreza, que de todos modos sigue en un 25%. Hoy, la clase media ronda los 48 millones de personas y cálculos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) estiman que crecerá a 70 millones en 2015.

"Brasil ofrece un mercado con crecimiento alto y una acelerada reducción de la pobreza", grafica Francisco Díaz Hermelo, profesor de IAE-Universidad Austral especialista en temas de la región. A su vez, la presencia allí supone ahora "una vidriera inmejorable" para tener más facilidades en el acceso a créditos y la gestión de alianzas globales.

Díaz Hermelo, que vivió más de 25 años en Brasil, afirma que la econo-

◆ Enrique Pescarmona invertirá u\$s 600 millones para levantar un parque eólico y ganó una licitación para proveer agrogeneradores para una central hidroeléctrica por otros u\$s 300 millones.



niel Friedenthal habían decidido asociarse con el grupo brasileño Vipal para construir una fábrica de neumáticos en el estado de Porto Alegre con el nombre de Fate Pneus. El acuerdo,

mía *verdeamarela* continuará en expansión motorizada por el consumo doméstico, con una demanda aún insatisfecha en viviendas, vehículos y bienes durables, que habrá fuertes inversiones en petróleo, gas y electricidad y anticipa que se abrirán otras opciones de la mano de la movilidad social.

A mediados de septiembre, resonó en nuestro país el dato de que Javier Madanes Quintanilla y su primo Da-

que supuso en el fondo la cesión del 49% a los inversores vecinos, establece que la planta comenzará a producir en 2013 con 900 trabajadores y una producción inicial de más de 2 millones de unidades. Aquél anuncio, que incluyó la mención de que la líder del aluminio Aluar posiblemente necesite a futuro un socio brasileño, no era más que otro capítulo en una historia más larga.

FUTURO VERDE. En ese contexto, el sector agropecuario viene protagonizando, al compás de los conflictos con el Gobierno argentino, una lenta pero sostenida incursión en el país exportador de soja número uno del mundo. El hasta hace poco llamado "rey" de la oleaginosa, Gustavo Grobocopatel, compró en 2008 el 90% de Sementes Selecta en u\$s 455 millones y el 40% de Ceagro Business, en u\$s 16 millones. Así, Los Grobo pasará a trabajar este año unas 80.000 hectáreas, con una facturación durante esta campaña de u\$s 350 millones, y una capacidad de acopio de 800 mil toneladas. De hecho, la empresa hoy factura 33% más en Brasil que en la Argentina.

"Tratamos de instalar la empresa no sólo aquí, sino en toda la región", suele decir Grobocopatel a la prensa. Lo cierto es que en los últimos 12 meses se ha consolidado un cambio en la composición de su negocio, que ahora genera un 45% de sus ingresos en la tierra de Lula y un 40% en la Argentina. Pero además de Los Grobo, otras empresas agrícolas argentinas están

Qué necesita Brasil

■ Como líder en la producción de commodities, las empresas argentinas tienen ventajas para instalarse y exportar sin retenciones. Hay alta demanda de maquinaria agrícola.

■ Los pronósticos de crecimiento sostenido para la próxima década, con Mundial y Juegos Olímpicos en el medio, implican una demanda de energía cada vez más importante.

■ Con 20 millones de personas que se incorporarán a la clase media hasta 2015, es un mercado ávido de autos y electrodomésticos, además, claro, de alimentos.



◆ Arcor está en Brasil desde 1980. La de Campiñas (foto) es una de

ca de u\$s 60 millones más repartidos en vehículos, productos electrónicos y pasta de celulosa y papel.

SOJA. La presencia en Brasil ya supone el 45% de todo el negocio de Gustavo Grobocopatel.

trabajando en parte de los 8 millones de kilómetros cuadrados de superficie brasileña, como El Tejar, MSU y Adecoagro. Y también fabricantes de tractores y sembradoras se están sumando a esta tendencia. Hace ya dos años Agrometal se quedó por u\$s 5 millones con el 60% de la compañía Fankhauser.

Es que el sector de los commodities y de la energía es realmente una plataforma de negocios como para animarse a cruzar la frontera. Como las principales economías emergen-

tes, Brasil se encamina a necesitar cada vez más de estos insumos. Si bien el descubrimiento de reservas petroleras del orden de los 50.000 millones de barriles tiempo atrás le dio otro impulso a su posicionamiento en el mundo, lo cierto es que su extracción todavía aparece lejana y costosa. Mientras tanto, las perspectivas de mediano plazo son de más crecimiento y actividad. Basta pensar que Brasil apunta a organizar en un mismo lustro un Mundial de Fútbol (en 2014) y los Juegos Olímpicos (en 2016).

El Banco Nacional de Desarrollo (BNDES) lo fija con claridad. De acá a 2013, hacen falta u\$s 171 millones de inversión industrial en petróleo y gas, u\$s 25 millones en minería y cer-

PESO PESADOS. En infraestructura, Brasil necesita u\$s 51 millones en electricidad y u\$s 37 millones en telecomunicaciones, además de casi u\$s 50 millones en rutas y puertos. Varios argentinos ya han acusado recibo de este mensaje. Uno es, desde 1994, Franco Macri, que se jacta de haber sido, con Sideco, "el primer grupo económico argentino en focalizar su estrategia comercial en Brasil". Allí controla Civilia Engenharia y Rodovía Das Cataratas, con concesiones de rutas estatales y federales que incluyen ampliaciones y mantenimiento, en más de 22 ciudades y pueblos. En este mismo segmento, el Grupo Roggio también está presente con la concesión de autopistas en distin-

EL CUARTO MERCADO DEL MUNDO

AUTOS, EL PARADIGMA

El mercado automotriz argentino refleja cómo la relación con Brasil es tanto una oportunidad como una amenaza. Mientras más del 85% de las exportaciones de vehículos tiene como destino el socio del Mercosur, uno de los segmentos que más potencia el déficit comercial bilateral es la industria autopartista. Basta pensar en las recientes crisis de Mahle y Paraná Metal, dos fabricantes de piezas para autos.

Brasil ya es oficialmente el cuarto mercado mundial de autos. En los primeros 7 meses del año se patentaron 1.800.000 vehículos, 23.300 más que en Alemania. La Argentina está

en niveles récord de producción de vehículos, con más de 510 mil en 9 meses. De ese total, se vendieron al mundo unos 317 mil, de los que 217 mil fueron a Brasil, según cifras de la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA).

Hasta aquí, negocio redondo. Pero no. Las compañías trinan de este lado de la frontera por "la invasión" de autopartes brasileñas que acaparan hasta el 60% de cada auto terminado. En los primeros

ocho meses del año, las importaciones de cajas de cambio para vehículos, accesorios de carrocerías de vehículos para transporte, motores de émbolo, diesel o semidiesel, y otros accesorios de vehículos automóviles, treparon más de un 50% en comparación con el mismo período del año pasado, de acuerdo con datos del INDEC.

Se trata de un signo de un mal ya estructural: el déficit comercial en el intercambio con Brasil. En septiembre se registró un récord de compras a Brasil, de u\$s 1.863 millones, 60% por encima de igual mes de 2009, año de crisis, que terminó de redondear un saldo en rojo de u\$s 514 millones.





las 5 plantas productivas que la empresa de Luis Pagani tiene en el país vecino. Allí factura \$ 1.600 millones.

tos puntos del territorio. Macri, por otra parte, es dueño de Qualix S.A. Servicios Ambientales, una de las principales compañías recolectoras de residuos de áreas urbanas en el mercado brasileño, con presencia en San Pablo, Goiás, Bahía, Pernambuco, Piauí y Brasilia.

Otro ejecutivo que procura sacarle el jugo a las necesidades de infraestructura es Enrique Pescarmona. Industrias Metalúrgicas Pescarmona (IMPISA) invertirá u\$s 600 millones para levantar parques eólicos que generarán unos 450 megavatios de potencia, al adjudicarse una licitación de fuentes alternativas promovida por el Estado. Por otro lado, el grupo también ganó un contrato para ser proveedor de agrogeneradores para la Compañía Hidroeléctrica de San Francisco, subsidiaria de Eletrobras, en una operación de unos u\$s 300 millones.

En el mediano plazo habrá -a su



SIDECO. Franco Macri, desde 1994, controla Qualix S.A., una firma de recolección de residuos.

vez- una alternativa más que interesante en el sector del mineral de hierro, donde Brasil es exportador. Pero los que conocen el mercado advierten que la Argentina aún cuenta con poca experiencia en el ramo. El gobierno brasileño estima que hasta 2013 le harán falta desembolsos en la industria del acero por unos u\$s 20 millones.

OPINIÓN

UN IMÁN PARA LOS EXPORTADORES

POR PABLO ROJO*



Hace pocos días Brasil accedió al octavo puesto entre las economías del mundo, sobrepasando a España por el

tamaño de su Producto Bruto Interno. Esto no es más que el reflejo de la extraordinaria transformación de nuestro vecino durante los últimos veinte años, durante los cuales han fructificado varias de las políticas de Estado que obstinadamente la clase dirigente brasilera puso en ejecución, sin distinción de pertenencias políticas. Dos de ellas han sido decisivas:

- la conversión de Brasil en gran potencia energética, primero por la explotación sistemática de su potencial en biocombustibles y luego por el descubrimiento de cuantiosísimas reservas de petróleo en su plataforma marítima;

- la transformación de su agricultura en una de las actividades más importantes de la economía, incluso por delante de la industria.

En una notable reversión de tendencias, estos cambios en Brasil abren enormes oportunidades a la industria argentina, ya que con excedentes estructurales en energía y alimentos, el tipo de cambio de Brasil se revalorará sostenidamente con respecto al peso. Su industria sufrirá los rigores de la reconversión hacia actividades de alto valor agregado, y sus vecinos y socios comerciales encontrarán nuevos nichos donde vender manufacturas industriales en condiciones de alta

CONSUMO MASIVO. Pero claro, con un mercado doméstico que triplica al de la Argentina, no hace falta explicar por qué Brasil es destino obligado para las compañías que producen alimentos y todo tipo de bienes de consumo masivo. El caso paradigmático es Arcor, que en 1981 se instalaba mediante la compra de una fábrica de caramelos en San Pablo. Casi 30

competitividad como ya lo hacen ahora (automotores, autopartes, metalúrgica básica, alimentos procesados, lácteos, etc.).

Con la macro a favor, la cuestión relevante para los exportadores argentinos serán los desafíos de la microeconomía, por ejemplo:

- a pesar del Mercosur, subsisten muchos productos que requieren autorización previa para su importación. Esto hace más costoso y complejo el proceso de despacho;

- es muy difícil penetrar los circuitos de comercialización sin socios locales, o al menos una base instalada en Brasil lo que implica mayores costos y sobretodo pensar los negocios en gran escala;

- toda la infraestructura de transporte está colapsada por la sostenida expansión del intercambio, que ha provocado que los fletes sean caros y muchas veces poco confiables;

- la legislación impositiva en Brasil es más compleja aún que la nuestra, ya que coexisten impuestos nacionales, estatales e incluso municipales que gravan el mismo hecho económico, y asesorarse es caro;

- las exigencias de calidad crecen muy rápidamente y exceden en muchos sectores a las de nuestro país, porque Brasil adopta con rapidez todas las normas de un país de clase internacional.

Superar estos desafíos requiere no sólo de una acción íntimamente coordinada de los estados (infraestructura, remoción de obstáculos aduaneros) sino de una creciente especialización de nuestras empresas para atender un mercado de creciente especificidad, tal como ya lo son los mercados de Europa y Estados Unidos.

* EMPRESARIO AUTOPARTISTA



◆ Javier Madanes Quintanilla se asoció con el grupo Vival para poner una fábrica de neumáticos en Porto Alegre que producirá 2,2 millones de unidades desde 2013. No descarta igual futuro para Aluar.

años después, la empresa de la familia Pagani tiene 5 plantas productivas, 3 centros de distribución y una red de distribuidores con 300.000 puntos de venta. Con esa estructura, se ha convertido en el principal exportador de golosinas de Brasil, desde donde llega a más de 100 países, y lidera varios segmentos del mercado, desde chicles

hasta chocolates infantiles. Tras el *joint venture* con el grupo Danone ingresó al mercado de las galletitas a través de Bagley Latinoamérica. En total, el año pasado facturó más de u\$s 1.600 millones, y de los u\$s 300 millones de inversiones previstos hasta 2011, la mitad estarán destinados a Brasil, México y Chile.



ALIMENTOS. Desde 1996, Pascual Mastellone pisó en el mercado lácteo a través de Leitesol Industria y Comercio.

El mismo camino siguen las lácteas, aunque todavía con más recorrido por delante. Pascual Mastellone había adquirido ya en 1996 Leitesol Industria y Comercio S.A., una compañía con sede en San Pablo para distribuir los productos La Serenísima. Al mismo tiempo, también funciona allí Sancor do Brasil, que comercializa los principales productos de la empresa santafesina. **F**

JAIRO STRACCIA

OPINIÓN

LA REGIONALIZACIÓN COMO PLATAFORMA

POR BEATRIZ NOFAL *



En abril de 1985, cuando me desempeñaba como Profesor Asistente del Massachusetts Institute of Technology (MIT), y luego de asistir y disfrutar una clase de Desarrollo Internacional que daban conjuntamente Paul Krugman y Lester Thurow, les pregunté cual era el factor distintivo que diferenciaba los países desarrollados de los subdesarrollados. La respuesta de Thurow, entonces Decano de la Escuela Sloan de Negocios de MIT, fue: "Los países desarrollados tienen empresas globales, si los países subdesarrollados quieren desarrollarse deberán construir algunas empresas multinacionales". Esta respuesta más el consejo que me dieran Rudiger Dornbusch y Stanley

Fisher, cuando los consulté antes de regresar a la Argentina para colaborar con el gobierno de Raúl Alfonsín, en el sentido de que "el desarrollo de la Argentina requería libre comercio con Brasil y mayor integración al mundo", marcaron profundamente mi pensamiento y el accionar de gobierno en esos años, que constituyeron la etapa fundacional de la integración Argentina-Brasil. En el 2010, y a casi poco de cumplirse 25 años de los acuerdos Alfonsín-Sarney, se pueden apreciar los resultados de esta estratégica política de Estado, quizás la única que haya dado la democracia en nuestro país.

Uno de los resultados clave de la integración, aunque menos analizado que los resultados del comercio, han sido precisamente las inversiones a través de la regionalización de las principales empresas de Brasil y la Argentina en el mercado ampliado regional. Esto a su vez se ha convertido en la plataforma para la internacionalización de las empresas locales, es decir la plataforma de su proyección al mundo, y por ende de la proyección de nuestro país al mundo.

El éxito de este proceso de regionalización de las empresas multinacionales argentinas en el mercado de Brasil depende de la combinación de tres factores principales. En primer lugar, las ventajas competitivas específicas de las firmas y sus capacidades de construir y gestionar un modelo de negocios multinacional. Cabe destacar, que dada la cultura de negocios en Brasil, las capacidades asociativas y de construcción de redes de de las empresas son aspectos críticos para el éxito. En segundo lugar, las ventajas competitivas relativas de nuestro país (en este caso el país de origen) en ese sector de actividad. Y, en tercer lugar, el aprovechamiento pleno de las oportunidades, incentivos y facilidades (en particular, en materia de acceso al crédito y/o al capital) que ofrece el gran mercado del socio para el crecimiento de las inversiones y de las empresas.

* EX TITULAR DE LA AGENCIA PROSPERAR