

( DEMANDA ) Un mundo de posibilidades

# Las exportaciones agrícolas, más allá de China

Singapur, Tailandia, Brunei, Marruecos, Egipto y los Emiratos Arabes Unidos son algunos de los destinos más atractivos y menos conocidos para las ventas externas de las materias primas y los alimentos producidos en el país

**MERCEDES COLOMBRES**  
LA NACION

**M**ientras siguen creciendo a ritmo supersónico las relaciones comerciales con China y la India, los expertos señalan que hay un mundo de posibilidades para el comercio exterior de productos agropecuarios argentinos en otras áreas del globo. El sudeste asiático, los países del Golfo Pérsico y los del norte de Africa son algunos de esos destinos casi desconocidos y llenos de oportunidades.

"El 75% del crecimiento total de la población de clase media en los próximos 30 años se dará en los países emergentes, sin contar en este grupo a China ni la India", dijo el economista Juan Lluch. Por eso, explicó, "en este contexto, lo primero que tenemos que pensar es en *deschinizar* nuestra cabeza y nuestra estrategia de relaciones exteriores, porque hay infinitas posibilidades para nuestras ventas externas

Continúa en la Pág. 5, Col. 1

ILUSTRACION: SHUTTERSTOCK

# Las exportaciones, más allá de China

Continuación de la Pág. 1, Col. 2

en los países emergentes", dijo Llach.

Y aunque la Cancillería, en alianza con la Fundación Exportar, realiza numerosas acciones de promoción en esos países, como misiones comerciales y apoyo a las empresas privadas para que participen en ferias internacionales, los expertos afirman que, para afianzarse en estos destinos, el país necesita una presencia permanente en ellos, similar a la que hay en China, y otras herramientas de promoción de exportaciones (ver aparte). En este contexto, los expertos destacaron el reciente anuncio de la apertura de una embajada ante la Asociación de Países del Sudeste Asiático (Asean), son sede en Indonesia, para fortalecer el intercambio con ese bloque.

## Asia y África, desconocidas

Es justamente la Asean, según los expertos, uno de los destinos con más atractivos para los productos agropecuarios argentinos, debido a que este bloque es un creciente demandante de granos y alimentos y para 2040 tendrá el tercer PBI per cápita más alto del mundo. En este grupo, llevan la delantera como destinos atractivos Singapur y Brunei, que tienen ingresos per cápita anuales de US\$ 37.400 y US\$ 34.200 respectivamente.

"Este bloque representa un mercado de 590 millones de habitantes y tiene una tasa de crecimiento promedio del 7% anual", explicó Raúl Roccatagliata, director ejecutivo del Programa de Inserción Agrícola por la Sociedad Rural Argentina.

De acuerdo al especialista, si bien el intercambio de la Argentina con los países de la Asean está creciendo, alcanzando los US\$ 3800 millones en 2009, sólo el 3,6% del total de las exportaciones argentinas de todos los rubros van a ese bloque.

"Nuestra presencia aún escasa se explica en la falta de conocimiento y experiencia con ese mercado; la distancia física que nos separa y todavía es mínimo el apoyo por parte de organismos oficiales para el desarrollo de relaciones comerciales", explicó Roccatagliata.

Entre los productos agropecuarios que se venden a la Asean, se encuentran los del complejo sojero (harina, poroto y aceite) y las manufacturas de cuero. Pero, de acuerdo con Roccatagliata, los rubros con más potencial para vender a esos destinos son maíz, girasol, carnes y sus subproductos, lácteos, frutas y jugos de fruta.

Otro bloque atractivo a los ojos de los expertos es el de los países del Norte de África: Argelia, Egipto, Libia, Marruecos y Túnez. Un bloque que, pese a su coyuntura política complicada, es un fuerte demandante de materias primas y agroalimentos y tiene una ventaja competitiva respecto a otros destinos: su cercanía con la Argentina.

"Las exportaciones totales a África alcanzaron los US\$ 4000 millones en 2010, lo que significa un crecimiento del 65% en cinco años", destacó Marcelo Elizondo, director de la Consultora Desarrollo de Negociaciones Internacionales (DNI) y ex director ejecutivo de la Fundación Exportar. "En los últimos años, los principales

productos que exportamos a esta zona han sido grasas y aceites; cereales, semillas y frutos oleaginosos, y en particular a algunos de estos países se han enviado lácteos y carnes. Más allá de esto, estos destinos tienen un enorme potencial para exportación de una gran variedad de alimentos elaborados", dijo Elizondo.

Para el experto, uno de los destinos más atractivos del bloque es Marruecos, que tiene un mercado de importaciones anuales de US\$ 2700 millones, con un arancel promedio de 26,2%. "Allí, la Argentina podría crecer en exportaciones de manufacturas de origen agropecuario, como azúcar y té, y de productos primarios, como poroto de soja y cebada", dijo.

Para Gustavo Idígoras, director de la consultora BIM y ex agrgado agrícola argentino en la UE, todos los países del norte y oeste de

"La presencia en los países de la Asean es poca, por la falta de experiencia que tenemos con ese bloque" dijo Roccatagliata

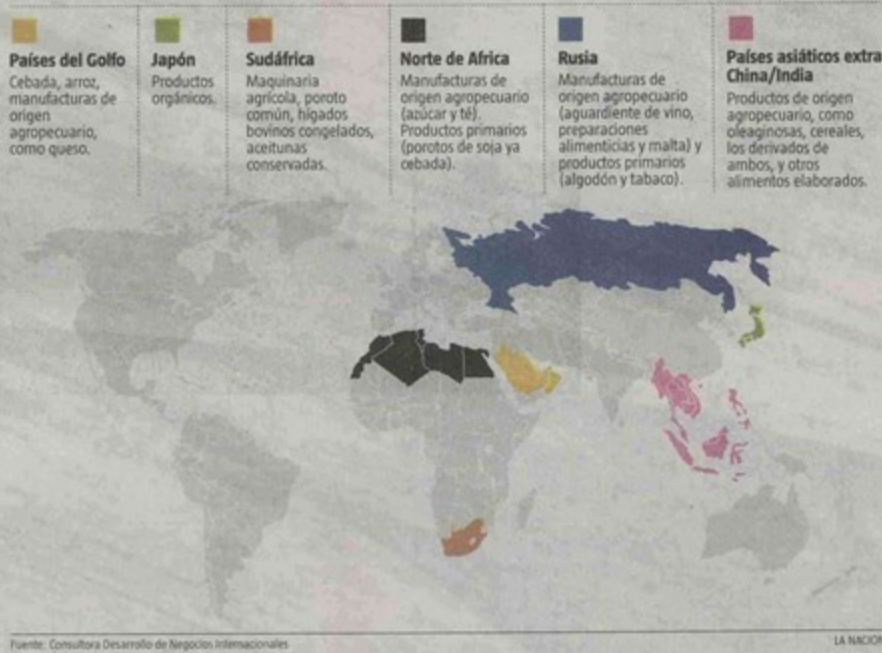
África tienen una alta demanda de cereales y oleaginosas, por lo que la capacidad de penetración del país en esos destinos es muy alta. "Y si tomamos el rubro de productos de valor agregado, vemos que esos países tienen una demanda creciente de productos cárnicos y lácteos. Y a diferencia del sudeste asiático, en este bloque la cercanía geográfica hace que nuestros productos con valor agregado sean competitivos", explicó Idígoras.

Para Elizondo, el tercer bloque que vale la pena tener en cuenta a la hora de las negociaciones agrícolas es el de los países del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), que incluye a los Emiratos Arabes Unidos y Arabia Saudita (los dos mercados más grandes), Omán, Kuwait, Bahrein y Qatar.

Hacia allí, la Argentina ya exporta cereales, semillas oleaginosas y aceite. Además, este bloque tiene un mercado de importaciones de US\$ 10.000 millones anuales, que puede ser en parte cubierto por la Argentina, en rubros como maíz, residuos de la extracción de aceite de soja, productos primarios como cebada y arroz y manufacturas de origen agropecuario (como queso y leche en polvo).

En los tres bloques, el trabajo asociado de la Cancillería y la Fundación Exportar promueve desde hace años la participación de empresas privadas en una decena de ferias alimenticias, como la Gulfood de Dubai, la Seoul Food de Corea del Sur, la Sial Middle East, en Emiratos Arabes Unidos, y la Foodex de Japón, y la realización de misiones comerciales a los principales países de estos bloques, para aumentar las exportaciones argentinas a estos destinos.

## Las oportunidades de la Argentina en el comercio agrícola



## Protagonistas



**JUAN LLACH**  
ECONOMISTA

"El 75% del aumento de la clase media en los próximos 30 años será en los países emergentes, sin China ni India. Tenemos que deshinchar las exportaciones"



**RAÚL ROCCATAGLIATA**  
DIRECTOR DE INSERCIÓN AGRÍCOLA

"El bloque de los países de la Asean representa un mercado de 590 millones de habitantes y tiene tasas de crecimiento promedio del 7% anual"



**MARCELO ELIZONDO**  
DIRECTOR DE LA CONSULTORA DNI

"Tenemos una gran oportunidad en el negocio de vender orgánicos a Japón, ya que somos uno de los pocos países que puede emitir sello de calidad japonés"



**GUSTAVO IDÍGORAS**  
DIRECTOR DE LA CONSULTORA BIM

"Nos fascina venderles a destinos exóticos y lejanos, pero a veces nos olvidamos de las enormes oportunidades de vender alimentos en América latina"

# 2565

Millones de dólares

Fue el superávit comercial con Medio Oriente (Arabia Saudita, Bahrein, Emiratos Arabes, Irán, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Qatar, Yemen, Siria y Palestina) en 2010, sobre un total de US\$ 2868 millones de exportaciones y US\$ 303 millones de importaciones.