

Simposio:

7 al 9 de abril de 2014

---

# ARGENTINA Y ASIA EN 2030

---

Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo



Ministerio de Agroindustria  
Presidencia de la Nación

Simposio:

7 al 9 de abril de 2014

---

# ARGENTINA Y ASIA EN 2030

---

Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo



Ministerio de Agroindustria  
Presidencia de la Nación

# AUTORIDADES

---

**Mauricio Macri**

---

Presidente de la Nación Argentina

---

---

**Marcos Peña**

---

Jefe de Gabinete de Ministros

---

---

**Ricardo Buryaile**

---

Ministro de Agroindustria

---

---

**Jorge Neme**

---

Coordinador Ejecutivo de la Unidad para el Cambio Rural

---

# ÍNDICE

## CAP·01

---

I · Inauguración Oficial	Pág/09
II · Panel China	Pág/29
III · Oferta y demanda	Pág/35
IV · Experiencias empresarias	Pág/51
V · Comercio	Pág/63
VI · Tecnología 1	Pág/81
VII · Tecnología 2	Pág/103
VIII · Experiencias empresarias	Pág/113
IX · Panel especial	Pág/123

---

## CAP·02

---

I · Panel Japón	Pág/135
II · Panel especial	Pág/175
III · Panel Corea del Sur	Pág/187
IV · Panel especial 2	Pág/199
V · Panel Tailandia	Pág/211
VI · Panel especial 3	Pág/231

---

## CAP·03

---

I · Panel India	Pág/247
II · Panel especial	Pág/303
III · Panel Vietnam	Pág/315
IV · Panel especial 2	Pág/355

---



# CAP·01

---

**Día:** 07

---

**Mes:** Abril

---

**Año:** 2014

---

**Simposio “Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo”**

---

**Buenos Aires, Argentina.**

---



## Inauguración Oficial

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

● China

● India

● Japón

● Corea del Sur

● Vietnam

● Tailandia

● Argentina



A.

**Lino Barañao**

Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación

B.

**Rodolfo Golluscio**

Decano de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires

C.

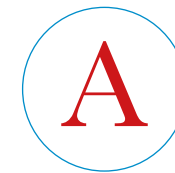
**Fernando Vilella**

Director del Simposio  
Facultad de Agronomía UBA

D.

**Martín Piñeiro**

Director del Comité de Asuntos Agrarios del Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI)



Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación.

**Lino Barañao**

Buenos días a todos y todas. Pido perdón por la demora.

Bueno, el tema es plantearnos el rol de Argentina en la economía globalizada y, en particular, en el tema agroalimentos.

Hay varios desafíos, desafíos globales que es necesario considerar. Desde ahora hasta el año 2050, habrá 2.000 millones de personas más, la mayor parte de ellas viviendo en el otro lado del mundo, fundamentalmente en Asia. Esto implica una demanda de alimentos que exigirá producir desde hoy hasta esa fecha tanto alimento como el que hemos producido en toda la historia de la humanidad (más de 10.000 años).

La otra consecuencia es que, para satisfacer esa demanda, se necesitará incrementar un 70% los rindes actuales. Si los rindes actuales se mantuvieran estables, necesitaríamos un 70% más de tierra, eso equivale a la superficie de Brasil, dedicada a la agricultura, cosa que claramente no existe. Si sumamos a esto las consecuencias que algunos prevén del cambio climático, que implicarían hasta un 30% de decrecimiento respecto de la situación actual en la producción de alimentos, estamos en una situación compleja. Y la única solución posible es justamente la incorporación de tecnología, mejorar los rindes actuales, hacer un uso más eficiente de los recursos.

La Royal Society de Londres ha puesto como meta sustantiva y prioritaria la intensificación sostenible de la agricultura global. Esta es una frase que encierra una cantidad de conceptos. Están hablando de intensificar, de incrementar el rendimiento, pero también de hacerlo en forma sostenible.

Y en este punto hay problemas adicionales que se plantean cuando hablamos de producción de alimentos, porque se tiene el concepto –al menos en el imaginario colectivo– que toda la agricultura es renovable, y que todo lo que invertimos es en definitiva reciclable, cuando realmente no lo es. El agua, por ejemplo, en determinadas regiones no es un recurso renovable; en muchas regiones se producen alimentos con agua fósil, cuyo reservorio no ha sido adecuadamente estimado. Determinados nutrientes (el fósforo y el potasio), una vez que se liberan, una vez que llegan al mar, son muy difíciles de recuperar; no así el nitrógeno u otros componentes. Pero está claro que hay componentes irreversibles de la agricultura que nos obligan a prever a largo plazo para garantizar sostenibilidad.

Otro problema radica en que esta es una actividad global, porque el consumo y la producción están ubicados en lugares diferentes. Por ello, no sólo interviene el tema del transporte –que es importante– sino también el de la división de roles, que puede ser beneficiosa o perjudicial, de acuerdo a cómo se encare. Claramente, el consumo va a estar localizado en Oriente y la producción, fundamentalmente, en Occidente. (En las situaciones actuales, se supone que hay un amplio margen para el desarrollo de la agricultura en África.) Pero claramente la división de roles se establece entre consumidores (y/o elaboradores) y productores de commodities. Y creo que tal división es un gran tema político por considerar, porque si no se planifica y no se defienden adecuadamente los intereses, podría ocurrir que tanto el consumo y como la mano de obra y el trabajo de calidad se localizaran en determinada región del planeta, mientras que los pasivos ambientales, el deterioro del medio ambiente, se localizaran en otra región, con mínimos efectos sobre la generación de trabajo de calidad.

Es, por eso, un problema global, que no puede pensarse sólo desde una región –mucho menos desde un país en particular– y que tenemos que discutirlo en forma conjunta. En este sentido, desde el Ministerio hemos encarado el tema como una prioridad, al punto tal que la primera entrevista que tuve cuando fui designado ministro –en diciembre de 2007– fue con el ministro de Ciencia chino. Y en esa reunión decidimos que el centro de la cooperación iba a ser alimentos, y fue nomás la base de un centro virtual de agroalimentos que está funcionando; se constituyó poco después de un año de esa primera reunión, y tiene como objetivo esto: discutir técnicas de elaboración, sistemas de producción y de qué manera coordinamos estos roles diferentes entre China y Argentina. Del mismo modo, hemos encarado conversaciones similares con Japón, también para definir qué tipo de alimentos se iban a producir y, en lo posible, establecer una estrategia que nos permitiera exportar alimentos elaborados en Argentina.

Claramente, el proceso requiere de adaptación de las producciones a la demanda local del comprador. Todo el mundo valora el bife de chorizo o el tipo de alimento que producimos aquí, pero venderlos sólo es posible si tenemos una comunicación y una fluida transferencia de conocimientos en el nivel tecnológico; y probablemente la única forma de hacerlo de manera eficiente es a través de asociaciones privadas entre empresas de ambos países.

El otro tema que estamos encarando es el desarrollo de nuevos cultivos, que tienen propiedades diferentes, alimentos funcionales o simplemente de mayor calidad nutritiva. En muchos casos rescatando cultivos ancestrales, cultivos que existían en la América precolombina.

Antes de la llegada de los españoles, no hay ningún registro de hambrunas en América Latina. Y a pesar de que hace apenas unos diez años Perú recuperó la población que tenía antes de la llegada de los españoles (que había disminuido notablemente gracias al aporte de los gérmenes traídos por los españoles), desde la conquista hasta ahora sí ha habido hambrunas. El motivo: la calidad de la nutrición disminuyó notablemente, proceso debido básicamente a la sustitución de algunos pseudocereales –como el amaranto o la quinua– por el trigo, lo que condujo a una dieta menos balanceada en cuanto a la calidad de aminoácidos. A eso se le sumó la introducción de los ovinos, con efectos bastante negativos sobre el medio ambiente, desde que se dio el reemplazo de los camélidos, que habían sido adoptados durante siglos, por un proceso de selección genética muy importante y no siempre conocido.

Yo suelo contar la anécdota de unos antropólogos que habían mandado un poncho encontrado en una momia en las montañas del Alto Perú; y lo mandaron a Inglaterra diciendo que la momia tenía unos ochocientos años de antigüedad, supongamos. Recibieron un pedido de varias toneladas de esa fibra tan fina porque no la habían encontrado en ningún otro lugar, y querían localizar al productor. Ese productor había desaparecido porque esa fibra era producto de selección de alpacas que se perdieron con la llegada de los españoles. Esto muestra que, tanto en la agricultura como en la selección de camélidos, no sólo no se trajo tecnología de mayor valor con la conquista sino que se perdió tecnología altamente adaptada y sustentable en esta región del planeta. Hay entonces por delante una tarea casi de reparación histórica, de devolver a esos pueblos esos saberes para sean usados en beneficio propio, para –en el contexto que mencionaba al principio– llegar con productos innovadores a los mercados.

Porque hay otro tema: el de las barreras paraarancelarias. No siempre lo que uno produce mejor, más nutritivo, llega en forma competitiva, porque los países defienden a sus productores. Y ahí está el tema de la diferenciación del producto.

Voy a contar otra anécdota. Hace varios años, hubo una especie de guerra de aranceles entre Europa y Estados Unidos, que implicó que Estados Unidos elevara notablemente los aranceles a una cantidad de alimentos producidos en Europa, fundamentalmente en Francia. Entonces recuerdo que mandaron a un periodista de CNN o de ABC a entrevistar a una productora de queso roquefort, y esperaban encontrarla en un valle de lágrimas, a punto de quebrar porque no podía exportar. Esta productora estaba feliz y contenta y le dicen: “¿Pero a usted no le afecta esta medida?”; a lo que ella responde: “No, de ninguna manera; mi cliente lo que quiere es mostrar que él puede comprar mi producto, que es un producto exclusivo; si ahora le cuesta más (por medidas tomadas por el gobierno estadounidense) es el problema de él”.



¿Qué quiero señalar? Cuando hay un producto que se instala en el mercado con una alta calidad y genera una demanda propia, estas barreras paraarancelarias o medidas impositivas tienen mucho menos efecto. Entonces creo que un desafío es encontrar aquellos productos que tienen un potencial mercado internacional y tratar de consolidarlos. Esto no siempre es factible desde el sector privado en forma aislada. Y un poco lo que estamos viendo desde la gestión del Ministerio es que el Estado debe dar un paso más respecto de la situación histórica que supo tener.

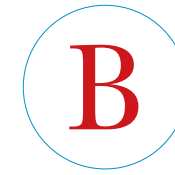
Históricamente, las universidades, las agencias de financiamiento, las instituciones como el INTA o el INTI, proveían información y, por otro lado, financiamiento. Y eso está muy bien cuando el productor sabe qué es lo que quiere y adónde llegar. Pero cuando la cadena productiva no está instalada, aquello no basta. Cuando el productor no sabe qué es lo que puede producir y a quién se lo puede vender, el Estado debe avanzar y aportar gerenciamiento en la producción y marketing, para llegar a los mercados en forma efectiva. Y esto es importante cuando uno quiere integrar a pequeños productores que no suelen tener el espíritu de asociatividad necesario para alcanzar economía de escala.

Hubo casos de éxito, como es la producción de arándanos en Tucumán, en Simoca, una región de minifundios que, gracias a la gestión de dos administraciones municipales de distinto signo pero con la misma convicción, pudo desarrollar este cultivo, porque existía una o más empresas capaces de acopiar, dar opciones de calidad y exportar a Estados Unidos. Sin esta integración, nunca el productor de Simoca iba a llegar al mercado estadounidense. Y creo que este ejemplo debería propagarse a esos otros cultivos o a cultivos que surjan en el futuro y que tienen un potencial altamente significativo, no sólo en cuanto a la economía global sino en particular en cuanto a la posibilidad de inclusión social que tienen. Me refiero a la posibilidad de que los productores mejoren notablemente sus ingresos a partir de una actividad de exportación que sólo será posible, repito, si el Estado se involucra activamente garantizando no sólo acceso al mercado sino el comercio justo, para que captura de valor sea en el primer eslabón, el productor.

En ese sentido, creo que instituciones como la Facultad de Agronomía juegan un papel fundamental. Entiendo que ha habido todo un proceso de modificación de la currícula que ha preparado al agrónomo para ir más allá del mero asesoramiento al productor, para tener una visión mucho más global. Creo que el agrónomo del futuro debe tener una mentalidad totalmente abierta e integrada, y ser capaz de conocer esta demanda y orientar más allá de la producción primaria, que es lo que históricamente había hecho. Este es el desafío que tenemos como Estado, como universidad pública y como Ministerio en nuestro caso.

Así que yo celebro que estemos discutiendo esto. Creo que es oportuno y necesario. Les deseo una fructífera jornada de trabajo.

*Muchas gracias.*



Decano de la Facultad de  
Agronomía de la Universidad de  
Buenos Aires.

### Rodolfo Golluscio

Buenos días. Ante todo les quiero dar la bienvenida a la Facultad a los representantes de los países asiáticos que participan del evento y a todos los presentes. Sin duda, el tema que se va a tratar en estos tres días es central para el futuro de nuestro país, porque definir cuáles son las líneas estratégicas que debe seguir el sector agropecuario argentino es obviamente clave para el futuro del país. Y que ese tema se discuta en una reunión como esta augura que se arribe a conclusiones que sinteticen las opiniones del sector público, del sector privado y de la academia, lo cual –creo– es la conjunción más rica que se puede buscar.

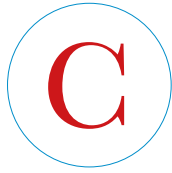
Yo, como decano de una universidad pública, considero que es justamente aquí donde tienen que darse estos debates, porque aquí pueden confluir distintos puntos de vista en un clima de respeto por la diversidad de opiniones que no sé si puede darse en muchos otros ámbitos. Y eso a mí me genera, como decano, una mezcla de responsabilidad porque este tipo de debates ocurran y sean fructíferos, y orgullo por poder abrir la universidad a que se hagan estos debates.

Yo les quería comentar que el ingeniero Vilella vino con la propuesta hace ya casi un año. Y hoy muchos vienen acá y encuentran una cosa organizada, pero atrás de esto hay muchísimo trabajo. Y quiero destacar el trabajo, porque sin trabajo no se logra nada. El ingeniero Vilella vino con la propuesta y a mí me pareció bien y se discutió en el Consejo Directivo de la Facultad, que es el órgano de gobierno de la Facultad y todo el Consejo Directivo la apoyó por unanimidad. Es decir que este evento no tiene solo el apoyo particular del decano sino que es un evento que para la Facultad es importante. Lo quería destacar.

Y finalmente quería, ya que estoy hablando de este tema, agradecer el esfuerzo de todo el equipo que mencionó el ingeniero Vilella, que permite que hoy lleguemos acá con todo prolijamente organizado.

Les quería, entonces, contar cómo había sido el proceso, agradecerles la presencia y augurar que de este evento surjan puntos de vista que sinteticen opiniones distintas y que permitan contribuir a un debate nacional, digamos, sobre hacia dónde tiene que ir el sector agropecuario. Así que nada más y les doy la bienvenida.

*Gracias.*



Ingeniero agrónomo, hace 35 años que es profesor en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, donde también se desempeñó como decano (1998-2006). Actualmente es director del Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía. También es director del presente simposio (Argentina y Asia 2030: Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo) y del simposio MERCOSUR y China + Países Arabes en 2030.

### Fernando Vilella

Señor Decano, señores agregados comerciales de la Embajada de China en la Argentina, diplomáticos, expertos que nos visitan de los seis países con que estamos trabajando en estos días –China, India, Japón, Corea del Sur, Vietnam, Tailandia– y a todos ustedes por acompañarnos en esta mañana y en estos días. La idea que nos movió a organizar esto surge de una pregunta que estimo trascendente para la Argentina: qué va a pasar con la demanda de alimentos hacia 2030; esa demanda es la que permitirá a nuestro país encontrar y seguir teniendo una oportunidad, si hacemos ciertas cosas, de generar un desarrollo más armónico entre los territorios de la Nación y entre todos y para todos los argentinos. Lo hacemos pensando entonces en estos países. Solo seis países que representan más del 40% de la población actual del planeta y que generan más del 25% del PBI mundial, porcentajes que hacia 2030 ganarán intensidad.

En ese contexto, un tema relevante es que estos países serán fuertes demandantes de alimentos. Después veremos datos –datos directos de quienes nos visitan y algunos nuestros– con los cuales vamos a mostrar que unos mil millones de personas necesitarán ser alimentadas con producciones externas. Y muy pocos países o muy pocas regiones del mundo van a tener excedentes de alimentos para esos momentos. Son las Américas –del Norte, del Sur–, Australia, Nueva Zelanda, Ucrania y países vecinos. No hay otros lugares con excedentes de alimentos.

La interpretación que podemos hacer de eso es que estamos en el país adecuado, en un momento adecuado, y que debemos trabajar para que, justamente, esa oportunidad se traduzca en una sociedad con más riqueza y que dicha riqueza esté mejor repartida entre las personas y entre los territorios.

Este es el objetivo, esto es lo que perseguimos y la misión es generar la interrelación de los tres grandes sectores que están participando aquí mismo: el sector público, el sector empresarial y el sector académico. Estas tres patas son que deberían sostenernos y las que sostienen a todos los países que podemos tomar como ejemplo y a los cuales nos queremos parecer. Es por eso que estos tres sectores están convocados y han aceptado el desafío de tomarse unos días para pensar los próximos quince, veinte años. Creo que esto es una buena noticia y esperemos que, al final de estos tres días, se traduzca el entusiasmo inicial en datos concretos para generar estrategias y aprovechar esas oportunidades.

Estar acá hoy es fruto del trabajo de un conjunto de personas a quienes quisiera agradecer. El comité organizador, que está integrado por Gustavo Grobocopatel, Ricardo Hara, Carolina López Forastier, Héctor Rosatto, Guillermo Santa Cruz, Osvaldo Schwartzer, Sibó Zhao (Sonia), Alberto Kaminker, Miguel Alfredo Velloso, Andrés Vilella Weisz; la gestión comercial de Adrián Straschnoy; la coordinación y secretaría ejecutiva de Pamela Bruccieri; la colaboración de Nicolás García; y el diseño –y mucho más que el diseño– de Claudia Dominici. A todos ellos, muchas gracias. También hay que agradecer al señor Decano y a

la Facultad, que no solamente nos ha facilitado sino que nos ha apoyado para que podamos avanzar y presentar un programa que –entiendo– es atractivo para los objetivos que nos hemos propuesto. Gracias, señor Decano, y en su nombre a todos los colaboradores que nos han ayudado tanto.

Por otro lado, las embajadas, que nos han permitido identificar y traer a los expertos que hoy nos están visitando; expertos de primer nivel que nos van a transmitir cuál es la visión desde sus países de estas cuestiones tan relevantes. Así que, a las embajadas también, muchas gracias. Y todo esto no se podría lograr si no tuviéramos el financiamiento y en ese caso hay que agradecer a las empresas que nos están acompañando: el Banco Industrial y Comercial de China (ICBC), Monsanto, la Unidad de Cambio Rural (UCAR), el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, los medios sponsors Clarín Rural e Infocampo, YPF, Los Grobo, Toyota, Bioceres, Summit Agro, Don Mario, Profertil, la Universidad San Pablo de Tucumán, Nidera, Sumitomo Corporation Argentina y OIA (Organización Internacional Agropecuaria). Todos ellos han hecho contribuciones que permiten estar hoy con todos ustedes. También nos ha acompañado una cantidad importante de entidades que nos apoyan institucionalmente, que representan buena parte del sistema agroindustrial y conexos de la Argentina. Allí están AACREA, AAPRESID, la Bolsa de Cereales de Buenos Aires, la de Rosario, ACSOJA, MAIZAR, ArgenTrigo, ASAGIR, la Fundación Producir Conservando, Fertilizar Asociación Civil, CASAFE, el CARI, la Cámara Japonesa de Comercio e Industria en Argentina, la Cámara del Asia, la Cámara Mercosur Asean, el JICA, el IAE, CIRA, el Jetro, el Consejo Profesional de Ingenieros Agrónomos, ETICAGRO, la Academia de los Alimentos Argentinos, ACAPAA, CADIA, Solidagro, la Asociación de Ex Alumnos del Programa de Agronegocios, CEDASABA, FEDIAP, el Centro de Comunicación y Capacitación para el Medio Rural, la Asociación Argentina de Biocombustibles e Hidrógeno, el Grupo de Productores del Sur, LIDE, ICUBA, el CUI, la Asociación de Semilleros Argentinos y CASMA; a todos ellos, gracias por el acompañamiento; como así también para los medios de difusión.

Espero que estos tres días venideros sean provechosos, que los objetivos de discusión que nos planteamos aparezcan y que esto sea un punto de partida para una serie de otras actividades vinculadas a esta temática. De hecho, en el mes de junio, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva estará haciendo una actividad, continuadora de otra del año pasado organizada en torno a la bioeconomía (más específicamente, biotecnologías y biocombustibles de segunda y tercera generación). Este año, versará sobre alimentos y por ello nos han ofrecido participar; cosa que haremos con un taller de cierta continuidad temática que esperamos conformar con un grupo de trabajo en el cual estos temas no sean solamente puntualmente tratados, sino que tengan continuidad. Muchas gracias a todos ustedes por estar aquí. Esperemos, como dije antes, tener unas jornadas provechosas y les agradezco a todos por el apoyo para poder realizarlo.

*Gracias.*

Continuando entonces con lo que hace un rato habíamos comenzado, quiero ahora exponer un set de datos para analizar qué ha venido ocurriendo durante las últimas décadas en términos de alimentación en el mundo, y vislumbrar cómo continuará esta tendencia que intentaré describir.

Todos sabemos –lo escuchamos muchas veces– que la demanda de alimentos surge del total de la población y de qué tipo de dieta tiene dicha población; y la dieta depende de cada cultura y de la pertenencia urbana o rural. Pues bien, el crecimiento mundial de la población en las últimas décadas ha sido extraordinario en términos históricos; desde el año 1000 a.C. hasta hoy, resulta evidente que a partir de la Revolución Industrial ocurrió un salto gigantesco de la población. Y recién desde hace unos años hay más habitantes en las ciudades que en el campo. Este tema también tiene un impacto, porque –como decíamos– la migración del campo a la ciudad conlleva un aumento en los ingresos, pero también un cambio en la cultura alimentaria. Si nosotros miramos qué viene ocurriendo en términos de producción de alimentos y población desde los años 60 para acá, notamos que la población estaba en torno a los 3.000 millones de personas a comienzos de la década del 60. Hoy somos 7.200 millones. Sin embargo, cuando miramos la producción per cápita de alimentos, notamos que también aumentó: era 640 kilos por habitante del planeta y hoy estamos en 740; aumentó, entonces, cien kilos, a pesar de que más que se duplicó la población mundial y que, además –un elemento importante– la tierra disponible por habitante se redujo casi a la mitad. En síntesis: cuadruplicamos la producción en términos de unidades. El doble o más con la mitad de la superficie.

Pero además cambiamos la clase de productos que estamos consumiendo y eso tiene que ver con los grandes cambios sociales en el mundo entero. Si nosotros miramos la curva de cereales y legumbres, vamos a encontrar que es levemente decreciente; si miramos la de raíces productoras de hidratos de carbono –básicamente papa, yuca, mandioca–, cayó desde 150 a menos de 100 kilos per cápita. Entonces, qué es lo que aumentó. Aumentaron las hortalizas no feculentas. Digamos, todos los productos que aumentaron son aquellos que los nutricionistas dicen que tienen mayor densidad nutricional (por cada unidad de caloría hay más proteínas, más vitaminas). La calidad de la alimentación mejoró en términos globales a pesar de que duplicamos la cantidad de gente; y esto tiene que ver con la irrupción de centenares de millones de personas que salen de la pobreza y pasan a las clases medias urbanas y mejoran la calidad de su alimentación. Esta tendencia es importante tenerla presente, porque es la que nos va también a permitir visualizar cuáles son los sectores que más crecerán.

Si miramos otro tipo de productos en una escala menor, también ocurre lo mismo. La producción de peces, ya sean capturados en el mar o producidos, crece fuertemente durante este período de cincuenta años. Lo mismo ocurre con los frutos cítricos y los aceites vegetales –que reemplazan a las grasas en las cocinas–, lo que también mejora la calidad nutricional de la alimentación. Y lo mismo sucede con los quesos. Entonces –vuelvo a repetir– tenemos un esquema de más cantidad con más calidad.

Pero además, si miramos un lapso temporal mayor, desde comienzos del siglo XX para acá, lo que observamos es la tendencia global de que el precio de los productos bajó sustantivamente, a una tasa en torno al 1% anual. Y si bien hay un pico de estos últimos años –en que subieron los precios–, todavía hoy están en un valor equivalente a los de la depresión de 1930. Es decir, la gran tendencia ha sido que ese aumento de volumen producido hace que las personas tengan que trabajar menos horas para poder acceder a la misma cantidad de alimentos. Hay además algunos fenómenos novedosos, por ejemplo, el porcentaje de personas con problemas de acceso a los alimentos. Hoy, son unas 1.000 millones de personas, y conforman la proporción más baja de la historia de la humanidad. Y aparece un fenómeno nuevo y concomitante: la obesidad y el sobrepeso afectan a casi el doble de los que están subnutridos. Aquí también influye el tipo de alimentación, por lo cual es –nuevamente– un aspecto relevante para trabajar: hacia dónde vamos a ir y qué productos se van a demandar en el futuro.

¿Qué ocurrió en estos tiempos? Analicemos la productividad global (la cantidad producida por unidades de superficie en todo el mundo) y la productividad argentina. En muchos rubros Argentina está por encima, o bastante por encima, del aumento de la productividad global. Por ejemplo, en el caso de los cereales, 2,5 contra 3,5. Y hay ejemplos notables, como el maíz; en los años 60 estábamos mal –hay que reconocerlo–, la base era mala de la Argentina; pero mientras que en el total mundial fue en torno de 2,5 veces, el aumento de la productividad en la Argentina fue más de 4. Así que hay, digamos, cosas que hemos hecho bien.

Hay otros elementos importantes que tienen que ver con la incorporación de los organismos genéticamente modificados: a partir de 2011, los países emergentes tienen más superficie de cultivo de este tipo de semillas que los países desarrollados. En un contexto, en el caso de Argentina, de cambios de tecnología y de uso de productos que son más amigables con las personas y con el medio ambiente. Por ejemplo, las dos clases más tóxicas de productos en 1985 representaban el 80% del total, sin incidencia la menos tóxica. Hoy, más del 80% de los productos usados son de las clases menos tóxicas. Y la más tóxica no se usa y la de mediana toxicidad, sólo un poquito. Esto tiene que ver con cambios de sistemas productivos, cambios estructurales, que son beneficiosos.

Repasando: en los últimos cincuenta años se más que duplicó la población, pasó a haber más población urbana que rural, aumentó fuertemente el total mundial de clases medias, se producen más alimentos por habitante, aumentó más la producción de alimentos de mayor densidad nutricional y todos los alimentos son más baratos. Pero hay problemas: las 1.000 millones de personas que no acceden a los alimentos, las dos mil millones con sobrepeso, los problemas ambientales, la escasez de agua dulce, las pocas tierras productivas para ser incorporadas a la producción, la tecnología productiva demanda menos puestos de trabajo no calificados y salen de escala las producciones familiares, para las cuales muchas veces no se genera una tecnología apropiada, lo que tiene como consecuencia migración y desarraigo, especialmente cuando no hay agregación de valor local.

Esto que estamos describiendo para el ámbito global, cuando lo focalizamos en alguno de los países, vemos que se reproduce la misma situación. Si analizamos la composición de cultivos en China desde los años 60 para acá, el primer tramo de cultivos (cereales para consumo humano) representaba más del 70% del total de la superficie cultivada. Hoy, está en torno del 50%, y los cultivos que crecieron son las hortalizas. Esto tiene que ver no solamente con el aspecto nutricional, sino también con hacerle frente a la escasez de suelo y agua, y con la gran disponibilidad de mano de obra para cultivar lo que genera más valor, por ejemplo verduras. Es un cambio estructural importante.

Globalmente, un tema muy, muy importante es qué pasa con las proteínas animales. Si nosotros sacamos la foto de hace dos años, y analizamos la producción de proteínas animales y de acuicultura y captura, sabremos que la mayor fuente de proteínas en todo el mundo son los peces; después siguen el cerdo, el pollo, los huevos, los bovinos y los ovinos. Esa es la foto. Si miramos la película –qué pasó entre 1999 y hoy–, vemos que los bovinos casi no crecen; los cerdos, un 20%; los huevos un poco más; el pollo crece mucho, y lo que más crece es la acuicultura, fuertemente. ¿Qué hay detrás de esto? Todos consumen lo mismo, en general dos partes de maíz y una parte de soja; esa es la base de los alimentos animales. Y si consideramos la tasa de conversión de cada especie (cuántos kilos de alimento vegetal tiene que consumir el animal para generar un kilo de carne), vemos que se establece una relación inversa respecto del aumento de la producción. Lo que está pasando es que esas clases medias que se incorporan, que acceden a las proteínas, inicialmente consumen la proteína más barata de producir –que es la de peces–, y este fenómeno hay que tenerlo presente. Hoy China está produciendo más de sesenta millones de toneladas de peces. Sesenta millones. Recordemos que en la Argentina producimos menos de tres millones de toneladas de carne bovina. Veinte veces lo nuestro es lo que actualmente China está produciendo de peces. ¿Qué comen estos peces? Maíz más soja. Vietnam también es un productor importante (después seguramente algo nos van a decir nuestros visitantes). Este es un proceso en cuyo inicio –a la salida de Mao a mediados de los años 70– se consumían en total 8 kilos por habitante; hoy están en más de 55 kilos de carnes por habitante. (Estamos hablando de un crecimiento de aproximadamente 1,4 kilos por persona y por año.) Multiplicado por 1300 millones. (Cada dos años, este incremento es el equivalente a toda la producción de carne de Argentina, para que tengamos una idea de qué estamos conversando.)

Y además se da otro cambio, el tema del cambio cultural. Cuando se emigra a las ciudades, aparece la comida rápida. La cadena Kentucky en China es la más importante. Kentucky Fried Chicken, vende pollo frito; y el pollo es soja más maíz enharinado con harina de trigo frito en aceite de soja, generalmente acompañado por un vaso de una bebida cuya base fructuosa es maíz. ¿Qué impacto tiene esto? Fíjense: 4000 sucursales en 700 ciudades, y se abre una (o dos) por día.

Estos son los cambios y estos cambios se producen en demandas; pero lo más importante que está pasando en países como China no son tanto estas cosas –que lo son–, sino lo que está pasando en la capacitación, qué está pasando con los jóvenes en la universidad. En China, este año, han ingresado cuatro millones de personas a las universidades.

(En Estados Unidos, dos millones y medio.) El año pasado habían sido 3,4 millones. 37 millones de alumnos cursan en las dos mil cuatrocientas universidades del país, en lo que es el mayor sistema de educación superior del mundo. El 31% de todos los graduados universitarios de China se especializan en ingenierías (en Estados Unidos, el 5%); en 2012, en China produjo 700.000 nuevos ingenieros o tecnólogos que trabajan en nuestro tipo de carreras. En Argentina son 12.000, en Estados Unidos 70.000 y en India –que también hizo un gran esfuerzo en este tema, con una reconversión en su educación– son más de 300.000. Cuando lo ponemos por habitante, en nuestro caso es un ingeniero cada 10.000 habitantes; en el caso de China, es un ingeniero cada 2.000 habitantes.

¿Adónde voy con todo esto? Voy a que si a este tema de capacitación le sumamos la inversión en Ciencia y Tecnología, tenemos a Estados Unidos en el primer lugar, pero el segundo es China. China el año pasado invirtió 284.000 millones de dólares, creció el 22% respecto del año anterior y viene creciendo a una tasa del 20% desde hace diez años aproximadamente. En 2018 va a superar a toda Europa y en 2022 a Estados Unidos, si siguiera esta tendencia. En 2020 entonces, vamos a tener cuarenta millones de graduados, de los cuales la mayor parte son ingenieros, que además estarán combinados con 600 millones de personas que aún vivirán en el campo. Las preguntas son con qué vamos a competir, cómo competimos contra 15, 20 millones de ingenieros, 600 millones de personas que están dispuestas a ingresar a la sociedad urbana siendo mano de obra, ya no tan barata. Si estuviéramos en un país industrial tradicional, estaríamos en un problema muy serio, pero no es nuestro caso. Ellos son el 20% de la población del planeta, pero tienen solo el 7% de la tierra cultivable; los países que estamos convocando hoy tienen más del 40% poblacional pero no llegan al 18% de la tierra y todo lo que tienen lo están usando.

Quiero mostrarles la potencia de esto. Hay ciertos sectores con los que va a ser extremadamente complejo y difícil competir, pero tienen a la vez una enorme necesidad de las cosas que nosotros podríamos hacer. Y están usando todas sus tierras. Si vemos datos de China, sabremos que desde los 70 para acá produce cada año 15 millones de toneladas de soja; a mediados de los años 90 empieza a importar; en 2003, ya importaba igual cantidad de soja que la que produce (15 millones) y hoy importa en torno de los 55, 60 millones de toneladas. Es decir, desde 2003 hasta acá pasaron de 15 millones de toneladas a estos números; se aumentó cuarenta millones la demanda de soja para darles de comer a los peces, a los cerdos, a los pollos. China era un exportador de maíz; hoy es un importador de maíz, que es el complemento para ese alimento animal. Y eso hacía que el Departamento de Agricultura de Estados Unidos en 2006 –señores que saben hacer cuentas– dijera que la soja iba a estar a 260 dólares la tonelada, pero llegó a más del doble y hoy está un 50% por encima de esos valores.

Entonces pensar hoy las cosas con los pensamientos y la biblioteca que teníamos hace quince años es equivocarnos totalmente; el mundo es otro y ese mundo distinto debe tener una nueva interpretación, porque si no nos podemos equivocar como se equivocaron ellos. Es un contexto donde muchas regiones del planeta, aquellas que no tienen el excedente que cité al principio, no llegarán al autoabastecimiento. Según algunos cálculos, el Este de Asia va a poder satisfacer solo el 74% de sus

necesidades alimentarias. El resto, esos 900 millones de personas van a tener que alimentarse con productos que vengan de otros lados y esos otros lados son pocos, como estoy diciendo. Otras regiones, al 82%, como el Sur y Sureste de Asia. El Africa subsahariana tiene el problema mayor de una muy baja tasa de autosuficiencia alimentaria.

¿Lo vamos a poder hacer solos? Hace un rato Martín Piñeiro nos mostraba la necesidad de agruparse. La diferencia de biomasa entre los dos es esa, aproximadamente; en términos relativos yo creo que la jauría tiene que aumentarse para poder conseguir mejores objetivos. Este me parece que es un foco. En un país como Argentina, que tiene un montón de liderazgos, hay algunos que son extra pampeanos; lo que diferencia el modelo actual del exitoso modelo del granero del mundo (muy pocos productos, todos pampeanos, orientados a un único mercado que era Inglaterra). Hoy hay oportunidades para todo el territorio de la Argentina: los limones de Tucumán, las peras de Río Negro (ahí somos líderes), los vinos de Cuyo, los tés de Misiones. La diversidad de demanda de productos y la diversidad de mercados hacen que este sistema sea mucho más sustentable que aquel que habíamos tenido. Y que además nos permite efectivamente generar un país más equilibrado en términos de desarrollo territorial y de las personas. Argentina hoy está produciendo el equivalente a 15 kilos per cápita mundial; toda la población del planeta en términos calóricos puede ser alimentada por nuestra producción actual durante 23 días. Esto es importante, y puede crecer fuertemente si hacemos algunas cosas que deberíamos hacer. Hay que aprovechar estas oportunidades para el crecimiento de cada una de las regiones, favorecer el desarrollo; porque sin agregado de valor vamos a tener los problemas que mencionó el ministro, pero si generamos el desarrollo de agregado de valor va a haber permanencia de los habitantes, con mejor calidad de vida en un entorno más digno y proclive a la integración.

Para finalizar les quería mostrar un video que resume algunos de estos desafíos que estamos enfrentando.

*Muchas gracias.*



**Video:** Desde 2010 y por primera vez en la historia, más de la mitad de la población mundial está viviendo en ciudades. Este mapa del mundo muestra cómo evolucionó la concentración urbana desde 1960. En China se urbanizan cincuenta mil personas por día. Veinte millones de personas cada año. Toda una Argentina cada dos años. Esto impacta directamente sobre la posibilidad de producir alimentos, porque reduce la cantidad de tierras cultivables: por procesos de urbanización, aunque también por deterioro ambiental, salieron de producción ocho millones de hectáreas en los últimos veinte años solamente en China. Toda la superficie cultivada de maíz de la Argentina multiplicada por tres ya no está disponible para la producción de alimentos. Millones de personas se están incorporando a las clases medias. En toda Asia esta categoría es de 500 millones hoy y se estima que será de 3.200 millones de personas en 2030. Atención a estos números: serán 2.700 millones de personas más en el transcurso de nuestras vidas que van a dejar de producir su propia comida y que además van a cambiar su régimen alimentario, porque la población que pasa de ser rural a ser urbana adopta el consumo típico de las clases urbanas, que incluye muchas más carnes. Como los animales se crían con maíz y soja, esto implica una mayor demanda de granos. Todo esto, a su vez, con menos tierras disponibles para cultivo. Este mapa muestra la autosuficiencia

alimentaria de algunas regiones. Son regiones que van a consumir alimentos que necesariamente deberán provenir de otros territorios. Autosuficiencia del 74% en el este asiático quiere decir que deben importar alimentos para casi novecientos millones de personas. La única forma que hasta hoy la humanidad conoce para resolver el aumento de la demanda y la disminución de los recursos es el aumento de la productividad: mayor producción por hectárea, mayor conocimiento por metro cuadrado y por hora. Hoy los países con mayor productividad son aquellos donde la utilización de la biotecnología es una práctica creciente. Esta tendencia involucra rendimientos mayores y más estables y, a su vez, disminuye dramáticamente el uso de agroquímicos y su nivel de toxicidad. La biotecnología nos está produciendo un ahorro ambiental y no lo contrario, además de ser la única alternativa con que contamos hoy para alimentar a todo el mundo. Según calcula el índice mundial del hambre, la productividad total de todos los factores agrícolas a escala mundial deberá duplicarse desde el presente hasta el 2050 para cubrir todos estos requerimientos. Esta proyección recae fundamentalmente sobre los pocos países que cuentan con la mejor disponibilidad per cápita de sus recursos naturales y que a su vez ya están logrando mejoras sustanciales en sus niveles de productividad.

Argentina tuvo un crecimiento de su productividad muy superior al promedio global y, de hecho, ya es el primer exportador de limones, de peras, miel, derivados de la soja y muchos otros productos. Esta gran demanda global es la oportunidad para lograr un desarrollo fenomenal de nuestro país, no un crecimiento sectorial desordenado y costoso en el plano ambiental, el social y el económico, sino un desarrollo sano y ordenado. Hay que cuidar los suelos, deforestar menos, contaminar menos agua y cuidar a nuestra gente. La oportunidad de un desarrollo sustentable, sobre todo desde lo social y lo económico, la vamos a tener si decidimos ser no el granero del mundo sino el supermercado del mundo, la góndola de alimentos del mundo. La generación de valor la podemos hacer en los campos y en los puertos, pero también en cada uno de los territorios del país. En síntesis, nuestro proceso de incorporación de conocimiento para llegar a un desarrollo territorial y social más equilibrado en 2030 apenas ha comenzado.



Ingeniero agrónomo (UBA) y PhD en Economía Agraria (University of California). Se desempeñó como director general del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y como presidente del Consejo Directivo del International Food Policy Research Institute (IFPRI). Actualmente es director del Comité de Asuntos Agrarios del Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI), director del Grupo CEO y asesor especial del director general de la FAO.

### Martín Piñeiro

Bueno, mientras preparan la pequeña proyección que tengo, buenos días a todos. Primero que nada, quiero agradecerles al ingeniero Vilella y al señor Decano la invitación que le hicieron al CARI para participar de esta muy importante reunión. Obviamente, siento también una gran satisfacción personal por volver. Hace muchos años me gradué acá, muchos, y me acuerdo de este salón, principalmente por las discusiones que había acá, de las que participé como dirigente estudiantil, digamos. Creo que no entro en este salón desde hace treinta o cuarenta años, por más que vengo a la Facultad de vez en cuando por otras cosas. Así que muchas gracias también por la cuestión personal.

Quiero también felicitar a Fernando Vilella por haber elegido y organizado este seminario sobre un tema realmente importante para la Argentina. Y también por su enorme capacidad de convocatoria, por haber traído a las embajadas, haber traído a los importantes oradores que vienen después y, obviamente, a todos ustedes, que están participando en esta reunión que va a durar varios días y cuya audiencia imagino que todos esperamos permanezca durante todos estos días.

Obviamente, las relaciones comerciales y económicas de la Argentina con el Asia constituyen uno de los grandes temas del momento, que nos obligan a pensar muy cuidadosamente nuestra estrategia de inserción internacional, nuestras relaciones comerciales, y también cómo organizamos nuestra estructura productiva para responder a estas nuevas oportunidades. También plantea enormes desafíos respecto de cómo lo haremos, cómo nos preparamos para lo que va a ser el comercio internacional y las relaciones con Asia en las próximas décadas. Estos son los temas que van a ser tratados, seguramente con muchos datos y con mucha explicación.

Yo quiero dedicar los quince minutos que tengo para presentar tres preguntas o tres dilemas, que están o que pienso que están sobrevolando la temática de este seminario. Voy a ser muy breve pero pienso que las ideas centrales van a quedar claras y para eso voy a hacer tres preguntas, a plantear tres dilemas.

Primero, el extraordinario crecimiento económico del Asia ¿se mantendrá? Y, por lo tanto, ¿qué pasa con la demanda de alimentos? Segundo, ¿podemos exportar agroindustria con valor agregado o estamos condenados a exportar *commodities* agrícolas? Y tercero, ¿la Argentina podrá afrontar los desafíos sola o necesita crear una plataforma exportadora con sus vecinos?

Son tres preguntas muy grandes, pero creo que en dos minutos puedo transmitir una idea central alrededor de cada una de ellas.

Entonces, primero que nada: crecimiento del Asia. Este es un tema de alguna forma nuevo. Si ustedes recuerdan las discusiones que los economistas tenían a mitad del siglo pasado, eran cosas más bien relacionadas con temas como el intercambio desigual (que levantó la CEPAL) o el crecimiento desigual (los países desarrollados estaban creciendo más rápido que los países en desarrollo); y la gran discusión era cómo hacíamos para cerrar esa brecha, cómo hacíamos para impedir que la diferencia entre los países desarrollados y los países en desarrollo se agrandara cada vez más. Ahora, en los últimos quince años, de pronto el resto del mundo y en particular los países emergentes comienzan a crecer rápidamente. A mediados de la década del 80 vienen más o menos emparejados, pero en los 90 comienza a haber una diferencia importante y en la década del 2000 hay una diferencia fenomenal. Por ejemplo, en el período 2005/2010, el resto del mundo crece al 6% y los países de la OCDE al 1,5%. Si esta tendencia siguiera, este nuevo reposicionamiento del Asia y particularmente de la China como potencia mundial se agravaría tremendamente y habría una relocalización geográfica del poder económico en el mundo.

**La pregunta**, entonces, es ¿esto se va a mantener? ¿Puede mantenerse? Mi sensación es de que no. Primero, porque es un fenómeno interrelacionado: el Asia no puede seguir creciendo al 7 o al 8% si los países de la OCDE se estancan. Hay un problema de demanda agregada en el mundo, demanda que el Asia necesita para crecer. Si hay estancamiento en los países desarrollados, también va a haber una disminución en el crecimiento de los países emergentes. Por lo tanto, y como ya hay indicios, el Asia está creciendo menos en los últimos dos o tres años y los países de la OCDE comienzan a estabilizarse y a crecer nuevamente. Seguramente, en los próximos diez o veinte años, ambos sectores crecerán a tasas más parecidas, sin

perjuicio de que tal vez (y esto sería muy bueno para nosotros también) los países en desarrollo crezcan un poco más rápido.

Sin embargo, como conclusión de esto, no necesariamente hay que decir que la demanda de alimentos disminuirá. Tal vez no crezca a la velocidad de los últimos quince años, pero la demanda de alimentos no es solo consecuencia del crecimiento, sino también de la distribución del ingreso, de la urbanización y de la emergencia de una clase media cada vez más importante en todo el Asia y particularmente en China. Y todo eso va a seguir empujando la demanda de alimentos y por lo tanto el futuro sigue siendo bueno para la Argentina.

**Segunda pregunta:** el Asia y la China en particular se han convertido en los últimos quince años en un extraordinario mercado de *commodities* agrícolas para todo el mundo y obviamente para la Argentina. Y esto es muy bueno. Es muy bueno en sí mismo –ya que ha tenido un efecto directo de ampliación de la demanda del mercado para la Argentina– y bueno indirectamente, porque ha hecho aumentar el precio de los *commodities*. Pero yo creo que es muy bueno pero insuficiente, porque la Argentina no puede imaginarse una estrategia exportadora y ser una potencia agroalimentaria solamente con la exportación de *commodities*; es necesario exportar productos de valor agregado. ¿Cómo nos ha ido en los últimos años con las exportaciones de productos agroindustriales con valor agregado, excluidas las *commodities*? Esto del valor agregado obviamente incluye aceites vegetales y biocombustibles; no se imaginen cosas de enorme valor agregado pero sí con algún nivel de procesamiento. Pues bien, en el último quinquenio, las exportaciones al Asia aumentan un montón, pero Europa sigue siendo muy importante. Además, quiero enfatizar que este aumento no es tanto por China e India –que son los dos principales mercados–, sino por el resto del Asia: son los países más chicos –que tienen menor desarrollo industrial que la China y la India– los que por lo tanto tienen una demanda mayor de productos con valor agregado. ¿Cuál es la conclusión entonces? Bueno, aparentemente hay alguna posibilidad, pero esa posibilidad está en Asia como conjunto, no en China y la India, por lo menos no por ahora. Europa sigue siendo importante y también América Latina comienza a ser importante. Por lo tanto debemos pensar en una inserción internacional amplia, no pensar solo en el Asia, no pensar solo en la China; y hacer verdaderamente un esfuerzo importante en términos de valor agregado.

Entonces sí, hay cifras que nos dicen que tal vez haya una posibilidad. Pero eso va a requerir integrarnos en las cadenas mundiales de valor; tener una estrategia muy clara de acuerdos comerciales bilaterales e incidencia también en los megacuerdos regionales que se han expandido en los últimos dos o tres años. Porque las *commodities* se exportan sin acuerdos comerciales. Las *commodities* agrícolas –igual que el petróleo– se venden spot, siempre hay un mercado: variará el precio, habrá quitas, pero hay siempre un mercado. Las exportaciones con valor agregado requieren de una estrategia comercial específica; es muy importante tener acuerdos comerciales y también proyectar una imagen de país seguro, confiable. Todas estas cosas son elementos centrales de una estrategia futura y diría que la Argentina tiene bastantes deberes que hacer en los tres sectores: integrarnos en las cadenas de valor; participar en los acuerdos comerciales y definir una política de largo plazo de carácter comercial

y de integración económica. Por lo tanto, es un área a la cual debemos prestarle, me parece a mí, una atención importante.

**Tercer tema:** la Argentina es un gran exportador de commodities y agroindustrial; aunque, en el ámbito mundial, somos jugadores importantes pero no tanto. Representamos el 3, el 4, el 5% tal vez de las exportaciones netas mundiales. Tal vez 5 o 6%, no más. Sin embargo, tomemos a los cuatro países vecinos (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, lo que nosotros estamos llamando el ABPU); hay un proyecto que se administra desde el CARI llamado Grupo de Productores del Sur (GPS), cuyo coordinador es Horacio Sánchez Caballero (que nos está acompañando acá y tiene una exposición mañana o pasado). En el contexto de ese proyecto, se calculó que si consideramos el conjunto de los cuatro países representamos entre el 20 y el 30% de las exportaciones mundiales. Y, por ejemplo, en oleaginosas –utilizando 2011 como base y 2021 para proyecciones que hicimos con un modelo del INAI (que ustedes seguramente conocen)– se muestra que produciríamos cerca del 50% de las exportaciones netas. En harinas proteicas más del 60%, en aceites vegetales el 14% –se baja bastante por el efecto del aceite de palma–, en carnes el 35%, en azúcar 53%, en biocombustibles el 85%. Seríamos también, o seremos, los primeros exportadores de azúcar, de biocombustibles, de cítricos, de café y de varios otros productos de menor importancia cuantitativa. ¿Qué quiere decir esto? Que los cuatro países juntos tienen una capacidad de negociación extraordinaria. El Asia nos necesita y, a lo mejor exagerando, diría que no podrán crecer, no podrán alimentarse sin las exportaciones de los cuatro países ABPU. Pero eso nos plantea a nosotros lo que es para mí una tremenda pregunta, importantísima, de estrategia comercial: ¿podemos seguir trabajando como Argentina independientemente de Brasil, de Paraguay y de Uruguay? ¿O, diría, tenemos un mandato obligatorio de integrar a los cuatro países para convertirlos en una plataforma exportadora común? Si hiciéramos eso seríamos la principal región del mundo exportadora de alimentos y tendríamos el control del 30% de las exportaciones netas totales. Esa capacidad de negociación Argentina sola jamás la tendrá; pero los cuatro países juntos compartiríamos un horizonte de exportaciones y una capacidad de negociación especial. Me parece que este es un tercer deber en el cual debemos trabajar y, seguramente, estará presente en las discusiones durante el seminario.

Para concluir diría simplemente que estas tres preguntas no son las únicas, son tres que me parecieron importantes. Hay muchas otras que van a aparecer en el seminario. Solamente quiero desear, esperar, casi diría pedir, que tengamos una reunión rica, constructiva, de la cual podamos salir todos enriquecidos y con una idea más clara y más precisa de los desafíos que la Argentina tiene a futuro como país exportador del sector agroindustrial.

---

*Muchas gracias a todos.*

---



## Panel China

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina





A.

**Shidi Yang**



Agregado comercial de la Embajada de China en Argentina.

**Shidi Yang**

Buenos días, señor decano, señores invitados, señoras, señores. Es un gusto venir aquí a la facultad tan importante, en una universidad tan prestigiosa. En primer lugar, quisiera expresar mi agradecimiento por la invitación para conversar con ustedes e intercambiar opiniones. Como ustedes saben, Argentina y China actualmente somos socios importantes, recíprocamente. Realmente, en los últimos cinco años las relaciones económicas comerciales entre ambos países han registrado un desarrollo enorme. En la parte comercial, China es el segundo socio de Argentina; esa posición se ha mantenido por mucho tiempo; y para China, Argentina este año o el año pasado (2013) es el quinto socio de China en América latina. Hay que decir que, desde hace muchos años, Argentina mantenía el cuarto lugar. En el año 2012 se ha retrocedido al sexto y el año 2013 se ha avanzado un puesto más. Eso lo notamos con mucho gusto. A pesar de la situación, de la coyuntura internacional, a pesar de las dificultades que están atravesando los países (incluidos Argentina y China), el comercio bilateral del año pasado sigue incrementándose positivamente. En este momento, el comercio bilateral ha pasado a 15.000 millones de dólares entre ambas direcciones. Y vemos con mucha satisfacción no solamente su volumen, que se está incrementando constantemente, sino también que se ha mejorado cualitativamente el comercio bilateral. Es muy claro para nosotros que Argentina, el gobierno argentino y empresas argentinas tienen mucha insistencia en que se incremente su exportación, se diversifiquen sus productos exportables a China; y, por nuestra parte, estamos siempre muy al tanto, hacemos todo lo posible para acompañar esa iniciativa, esa estrategia de país. Incluso se ve que –con la promoción conjunta de ambas partes– se han firmado en los últimos tres años muchos acuerdos fitosanitarios; y muchos productos argentinos agropecuarios tienen acceso al mercado chino. El año

pasado, ambos gobiernos firmaron un convenio para comercio directo, para los commodities. Y nos parece muy satisfactorio, porque pensamos que el aumento del comercio bilateral va a beneficiar, o ya ha beneficiado y va a beneficiar más aun, a ambos pueblos. En la inversión mutua, sinceramente también estamos satisfechos con que se hayan logrado muchos éxitos, sobre todo la inversión China en Argentina. Últimamente, tenemos un avance sustancial. Entre ellos, la inversión de las empresas chinas en agricultura. Estos proyectos ya han generado efectos positivos económicos y sociales para ambos países.

Aprovecho la ocasión para expresar dos cosas: una es que me parece que un seminario como este, un simposio, es muy importante. Llevo cinco años y medio aquí, en Argentina. De mi experiencia encuentro que a pesar de que se hayan incrementado mucho las visitas recíprocas, la información, el intercambio de informaciones, de todos modos todavía falta. Como el señor de CARI acaba de decir, es bueno pero no suficiente. Entonces, el conocimiento mutuo para mí es la precondición para nuestras colaboraciones, nuestros desarrollos conjuntos. Debemos fortalecer ese conocimiento mutuo no solamente en el nivel del gobierno, sino también hay que abarcar el intercambio institucional, empresarial y académico. Por ejemplo, hoy está también aquí un representante de la institución académica en China. Mientras se incrementa este conocimiento mutuo, podemos intercambiar más información, tenemos más comprensión mutua y podemos identificar la dirección en que vamos a avanzar. Realmente, en los últimos años se han registrado muchos intercambios; el Ministerio de Agricultura de la Argentina por ejemplo, desde la época del ex ministro Domínguez hasta la actual, ya ha visitado muchas veces China, conversando con su homólogo, lo mismo pasa también con SENASA, INTA, las empresas que se dedican a la exportación e importación de productos agrícolas. Pienso que un seminario como el de hoy es uno de los muchos que tenemos que hacer para promover, para intensificar un intercambio más frecuente, un conocimiento mutuo, una comprensión mutua, para lograr un desarrollo conjunto. Por la oficina nuestra en la Embajada, la oficina económica y comercial, estos años mandamos a cerca de veinte personas a China para participar de distintos cursos o seminarios. Seminarios para funcionarios y cursos técnicos para la gente especializada. Según sus comentarios, les resultó muy beneficioso para tener contactos con sus homólogos, no solamente con los participantes. Así que me parece que uno de estos es importante, como acabo de decir, no solamente en el nivel del gobierno sino también empresarial y académico. Hay que seguir, y estamos dispuestos a seguir haciendo este esfuerzo junto con ustedes. Ese es el primer punto.

El segundo punto –el último– es que como oficina económica y comercial, y yo como consejero económico y comercial de la Embajada, estamos trabajando por la promoción de las relaciones económicas y comerciales entre ambos países. Realmente, para mí, el nivel de comercio, el nivel de inversión, todavía no llega a su... todavía no se corresponde con las relaciones políticas de ambos países, con el potencial económico de ambos países, con la necesidad de ambas partes. Por eso estamos trabajando, para avanzar poco a poco. La oficina de la Embajada está abierta para ustedes, trabajamos como puente

de comunicación para las instituciones gubernamentales, para instituciones académicas de ambos países, para un entendimiento mejor, para un mañana con una perspectiva brillante.

---

*Bueno, muchas gracias.*

---



## Oferta y demanda

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Marcelo Regúnaga**

Ex Secretario de Agricultura de la Nación

B.

**Gustavo Idígoras**

Ex Consejero Agrícola de la Argentina



**Marcelo Regúnaga**

Ingeniero agrónomo, tiene una maestría en Economía Agraria y realizó los cursos del doctorado de tercer ciclo en La Sorbona. Fue secretario de Agricultura de la Nación en dos oportunidades; también fue secretario de Industria, Comercio y Minería. Ha sido consultor, entre otros organismos, de la OEA, CEPAL, BID, Banco Mundial y la Comisión Europea. Actualmente es coordinador académico, profesor de la Universidad de San Andrés y profesor en la maestría de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

1. Según el duodécimo plan quinquenal y según China 2030, un trabajo que hicieron entre el Ministerio de Finanzas de China, el Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Consejo de Estado de China y el Banco Mundial.

En primer lugar, quiero agradecerles a Fernando Vilella y a los organizadores la oportunidad de cambiar ideas con ustedes respecto de este tema, que probablemente sea uno de los más importantes para el futuro de la Argentina. Rápidamente, quería hacer una actualización de temas que por ahí ustedes conocen pero que me pareció importante destacar.

Desde que empiezan las reformas en China, con Deng en 1978 –y ha habido varias reformas hasta el día de hoy y, como voy a mencionar, se siguen planteando otras nuevas–, el país evoluciona de una sociedad agrícola muy poco productiva y avanza hacia a una sociedad urbana industrial de muy alta competitividad, se pasa de una economía dirigida a una economía que se va orientando hacia el mercado. El resultado de todos esos cambios en las políticas es un notable crecimiento económico. Si uno toma los últimos treinta años, supera el 9% promedio anual. El otro tema muy importante es la reducción de la pobreza. China sacó de la pobreza a 500 millones de personas: del 65% por debajo de la línea de pobreza hoy están en menos del 10%. Se transforma en el primer exportador mundial de bienes en 2008 y, en 2010, en la segunda economía mundial (pasó a Japón). Posiblemente, según las proyecciones, en 2017 será la primera economía del mundo; y, también según las estimaciones que se hacen, en 2030 ya sería una sociedad de clase media principalmente, de altos ingresos. En el plan<sup>1</sup>, se plantean las reformas que serían necesarias para evitar caer en la trampa de la clase media (los serios problemas que han encontrado la mayor parte de las economías que pasan a tener un importante componente de clase media). Y la idea es transformarla en una economía mucho más competitiva hacia el futuro.

El dinamismo chino surge esencialmente del crecimiento de la producción y el comercio de los productos no agrícolas. Si uno mira los últimos años, ve que en 2008 se convirtieron en el primer exportador de bienes no agrícolas; en cambio, el crecimiento de las exportaciones agrícolas es relativamente pequeño. Lo mismo pasa del lado de las importaciones. China es un país que importa muchísimo, casi tanto como lo que exporta, y la mayor parte de eso son importaciones industriales. La parte agrícola en 2012 eran unos 120.080 millones de dólares, un 6,6% de los 1.817 billones de dólares del total importado.

En ese documento que les mencioné, base de la información del Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Consejo de Estado de China, se traza la evolución futura de China con una disminución en la tasa de crecimiento. Sin embargo, si se alcanzaran esos objetivos, a pesar de la baja, las tasas de crecimiento serían de más del doble de las que experimentarán los países industrializados, con lo cual China se va a convertir en un país cada vez más rico en términos globales y con mayor clase media.

Un dato interesante: la productividad de la agricultura china fue muy baja y sigue siéndolo. Lo que ha hecho el proceso de urbanización es aumentar la productividad media de toda la economía china, y ese proceso va a seguir. Cuando se plantean los cambios que están tratando de instrumentar ahora –de pasar de una economía basada principalmente en el comercio a una más centrada en el mercado interno y más precisamente en servicios–, lo que vemos en las proyecciones es que gradualmente el consumo va a ir adquiriendo mayor dimensión. Lo cual nos da interesantes oportunidades desde el punto de vista de la demanda de China, y también por el auge de los servicios, ya que la participación de la agricultura en el empleo irá declinando. Todavía China es una economía altamente dependiente de la agricultura, pero de a poco va a ir pareciéndose más a los países industrializados del mundo.

CEPAL hizo hace poco un trabajo sobre las relaciones entre América Latina y China, en el que plantea que más o menos en 2017 China va a ser la mayor economía del mundo y –lo que yo les quería destacar– que muy pronto va a tener un ingreso per cápita más alto que Brasil, Argentina o varios de nuestros países. En promedio, la China ya es una economía con un porcentaje de clase media interesante, y si bien el crecimiento económico no va a disolver la diferencia de ingresos que tienen con Estados Unidos, de todas maneras ese nivel de consumo per cápita resulta muy importante como mercado.

Algunos indicadores de lo que ha estado pasando en China: dos de los diez bancos más grandes del mundo son chinos; de las quinientas empresas de *Fortune* más de sesenta son chinas; entre los mayores sistemas de autopistas, el chino es el segundo; tiene seis de los diez puertos más grandes del mundo; posee ya 30% de las reservas oficiales internacionales. Después me referiré a las mejoras que ha habido en educación, salud, ciencia y tecnología.

En 2012, China se transformó en el segundo socio comercial de América del Sur en cuanto a comercio de bienes; y es interesante también que China afrontara

la crisis financiera internacional con una estrategia anticíclica que le permitió seguir creciendo, a diferencia de lo que pasa en Estados Unidos o la mayor parte de las economías industriales del mundo. Asumieron el problema que hubo en la crisis económica mundial.

Otro indicador que me parece que es interesante: en el ranking de las 500 mejores universidades del mundo de 2003, China tenía ocho o nueve; actualmente ya cuenta con más de veinte. (Estados Unidos cuenta con 154.) Eso es resultado de todo un proceso de prioridad a la investigación, la ciencia y el desarrollo que, como decía Vilella, es una gran amenaza para nosotros si seguimos desvirtuando en materia de investigación, desarrollo y educación.

Otro tema central es que China ingresa en la OMC. Pero frente a la falta de progresos en la OMC y a que China toma como activos de haber entrado todo lo que son las reglas OMC (y eso sigue vigente), considera que todo eso no le alcanza y se da una estrategia de integración que va más allá de los acuerdos multilaterales. Dicha estrategia empieza en Asia Pacífico y se expande también a parte de América Latina. Ellos pivotean sobre una iniciativa anterior, que se denomina ASEAN, y su iniciativa pretende terminar en un acuerdo de libre comercio con ASEAN, que es hacia donde tienden: el AFTA (ASEAN Free Trade Area). Actualmente la iniciativa consiste en seis países de ASEAN más China, Japón y Corea, con la idea de terminar en algún momento en un acuerdo de libre comercio de este ASEAN + 3. Pero a su vez desarrollan otra iniciativa que es la de ASEAN + 6, en la que se incorporan además Australia, Nueva Zelanda e India. De manera que en algún momento, que posiblemente será en algún momento de los próximos diez años, también haya un acuerdo de libre comercio entre todas estas economías.

Como parte de eso, China ha firmado ya tratados de libre comercio con algunos países latinoamericanos, como es el caso de Chile, Perú y Costa Rica. ¿Qué quiere decir que China esté firmando acuerdos con países competidores de la Argentina, como Australia, Nueva Zelanda, Chile y demás? Lo que quiere decir es que vamos a ir perdiendo las preferencias, y no solo las preferencias en *commodities* sino además perder las oportunidades de vender otro tipo de productos. Porque cuando uno establece mecanismos de integración, hoy el enfoque moderno no se centra tanto la creación de comercio sino en el aumento de la competitividad a través de mecanismos de integración de las distintas cadenas de valor (industriales o agropecuarias). De manera que China hoy está en una estrategia de reformas para hacerse competitiva respecto de economías tales como la coreana o la japonesa y, eventualmente, alguna más de América, y además para pensar en nuevas alianzas que se puedan ir dando en cuanto a las cadenas de valor.

Cuando miramos las perspectivas de la agricultura y de la producción de alimentos en el mundo, lo que tenemos en las proyecciones –en este caso las de CEPAL– es que gradualmente los países de Asia van a aportar la mayor parte de la clase media mundial, que es la que normalmente demanda más alimentos (alimentos de calidad sobre todo). Europa, que actualmente es más o menos

la principal región en términos de clase media, gradualmente irá perdiendo relevancia, y lo mismo pasará con Estados Unidos. En cambio, Asia y Oceanía pasarán de aportar el 30% de la clase media en 2009 a más de un 65% en 2030. En ese contexto, en 2025, alrededor de 60% de los hogares en China van a ser de clase media y a eso se agrega otro 20% de clase media baja, con lo cual –dentro de unos años– vamos a tener un altísimo porcentaje de la población china y de otros países formando parte de la clase media que demanda todos los productos que estuvo mencionando Vilella hoy al principio.

¿Qué impacto han tenido todos estos fenómenos sobre la evolución y las proyecciones hacia 2030? Como mencionábamos, uno muy importante es el crecimiento del ingreso. Otro –posiblemente más importante– es el fenómeno de urbanización y el cambio en los patrones de consumo, y además –como se transforma en una sociedad industrial y de servicios con mucha más productividad– la productividad global de la economía china va mejorando. En algún momento China fue competitiva por salarios bajos; hoy es competitiva porque tiene una industria y servicios súper modernos. A lo mejor no están en la última etapa de la sofisticación industrial, pero no es sobre la base de salarios baratos que hoy compite China con la mayor parte de los países del mundo.

El otro tema es que China vino creciendo con su población, después aplica un régimen muy duro en materia de control de la natalidad que no aplican ni India ni otros países de Asia; y en promedio Asia va a seguir creciendo en población y eso también será una influencia, posiblemente no la más dinámica. Todos esos aspectos tienden a un cambio de dietas y a un mayor consumo de carnes, de más aceites por todos los fritos que comen, de más lácteos, y de muchos otros productos de mayor valor agregado: vinos, miel y una larga lista de productos asociados a la mejora del poder adquisitivo de la gente.

Como mencionó mi antecesor, la idea de China es tratar de autoabastecerse de todo, especialmente de todo lo que tenga agregado de valor. El dio un mensaje muy importante y es uno de los desafíos que nosotros tenemos, básicamente: ¿dónde se agrega el valor: acá o en China? El dijo muy claramente que quieren atender la seguridad alimentaria pero también promover el aumento de los ingresos de los agricultores chinos; y eso es agregar el valor allá.

Yo creo que ellos van a seguir con esta estrategia. Sin embargo, están generando una presión muy fuerte sobre los recursos naturales. Este es uno de los grandes desafíos que tiene China: su escasez de agua, por ejemplo, es mayor que la de tierra, pero la de tierra es de por sí muy importante; el tema es cómo van avanzar hacia una economía más verde. De los siete lineamientos que plantean para que la economía china avance hacia un sistema que no entre en la trampa de la clase media y pueda convertirse en una economía moderna, uno de los puntos es cómo hacer que China sea una economía más verde (otros, obviamente, están referidos al sistema fiscal y al tipo de economía cada vez más competitiva y cada vez más inserta en una economía de mercado). Yo creo que, independientemente de lo que puedan dar algunos modelos que generalmente se basan en datos históricos, hay una cosa que en general no simulan y es qué

va a pasar con los recursos naturales y si se pueden proyectar así, simplemente, algunas tendencias de crecimiento de la producción. Yo creo que esto es uno de los desafíos no solo para pensar en venderles a los chinos sino para pensar una estrategia de alianzas con los chinos, en las que nosotros tenemos bastante tecnología sobre estos aspectos para vender. De todas maneras, hasta ahora, lo que ha pasado es una gran importación de *commodities* y poca importación de manufacturas de origen agropecuario. Su idea es que eso lo produzcan ellos allí. Y el otro tema es que este crecimiento de China –y además de todos los países de Asia– ha generado una inseguridad alimentaria global, lo que ha redundado en que los precios de los alimentos se dupliquen o tengan valores mucho más altos que los que estuvieron vigentes en las décadas del 80 y del 90; es decir, hay un escenario internacional de inseguridad alimentaria y eso ayuda a que los precios sean mejores.

Yo creo que cuando uno está tratando de pensar en qué nos ha ayudado China a nosotros, un primer tema es un efecto. Más que con el comercio bilateral, nos ayuda con el impacto que tiene –y va a tener– el crecimiento chino en la inseguridad alimentaria mundial. Y esto implica que Argentina a Europa (que es el principal destino) le vende sus alimentos al doble del valor que hace quince años; y esto va a seguir. Entonces, el efecto China es directo (bilateral) pero además hay un efecto indirecto muy importante.

Además ellos ya son nuestro segundo socio comercial, como se mencionaba, pero no pasa lo mismo cuando nos miran desde el lado de China. La preocupación es que nuestro comercio con China está muy concentrado en muy pocos productos. Y eso no es bueno para la Argentina, porque la falta de venta de manufacturas o productos más sofisticados hace que Argentina vuelva a ser un país muy dependiente de productos primarios solamente, lo cual no es deseable. Veamos algunos números. Para nosotros, China es importante. Para China, nosotros, en el 2012, éramos el 0,4 % de su comercio. O sea, eso nos da una indicación de que nuestro potencial para crecer es enorme. Pero el impacto inverso es un poco diferente: actualmente, el comercio bilateral implica que nosotros le importamos a China productos manufacturados, casi nada de alimentos. En cambio, le vendemos a China básicamente productos agrícolas. (Nuestro déficit es mayor o menor en función de si consideramos precios CIF o precios FOB.)

Cuando uno mira el panorama para el mundo en general, lo que vemos es que China importa sólo un 6% de productos agrícolas, el restante 94% de sus importaciones se compone de productos no agrícolas. De las importaciones provenientes de Estados Unidos, sólo un 22% son de origen agrícola; y en el caso de la Unión Europea, la cifra es apenas del 4%. En cambio, cerca del 80% de lo que China nos importa son productos agrícolas. Es decir, hay una diferencia importante en ese sentido.

A su vez, las importaciones agrícolas de China están, proporcionalmente, concentradas en muy pocos *commodities*: poroto de soja, algo de aceites (de soja, de palma), algodón; después, hay una larga lista de productos que, si bien

proporcionalmente no son relevantes dentro de la importación agropecuaria china, en términos nominales cualquiera de estos productos importados por China –algunos de los cuales implican mayor valor agregado– están por encima de los 1.000, 2.000 millones de dólares. Es decir, desde el punto de vista de nuestras exportaciones, sería muy importante que nosotros pudiéramos acceder a esos mercados (de hecho, a algunos estamos accediendo).

Por su parte, los proveedores agrícolas de China son muchos, empezando por Estados Unidos (25%) y Brasil (16%), que le exportan mucha más soja que nosotros. Y después países que yo creo van a ir incrementando su participación con manufacturas de origen agropecuario (MOA), como Australia o Nueva Zelanda, que tendrán acuerdos de libre comercio (con Nueva Zelanda ya lo tienen), lo que implica que dichos países van a tener más facilidades para crecer.

Si uno mira las importaciones provenientes de Argentina, están más concentradas todavía: prácticamente solo le exportamos soja y aceite de soja, y muy pocas divisas entran por el resto de los productos. Por ejemplo, de los 1.122 millones que China importa de tabaco, Argentina le exporta apenas 91, y eso que es la tercera exportación argentina a China, después del poroto y el aceite de soja.

En cuanto a soja, la mayor parte del crecimiento de la demanda china la capturaron Estados Unidos y Brasil; Argentina menos. En cuanto al aceite, nosotros éramos en 2008 el principal exportador, pero las medidas que tomamos de prohibición de exportaciones chinas se encontraron con barreras no arancelarias chinas y así fue que perdimos esa posición y hoy Brasil exporta más aceite que nosotros. Argentina y el Mercosur (como decía Piñeiro, Argentina sola no alcanza para abastecer al gigante) tienen una serie de bases que nos hacen pensar que el comercio con China puede ser mucho mayor. Primero, porque tenemos una dotación de recursos naturales y capacidades humanas muy grandes, para pensar en vender *commodities* pero también para vender algunas cosas más. Segundo, porque nuestros empresarios tienen una altísima capacidad de innovación (lo han mostrado) y de respuesta cuando hay incentivos económicos. Los modelos de negocios desarrollados en la Argentina son altamente competitivos. De manera que si hay condiciones favorables, uno puede esperar una respuesta positiva del lado de la Argentina. Además, nuestros sistemas de producción son amigables con el ambiente, puesto que acá hay todo un trabajo realizado que puede entrar en cooperación con ellos, ya que la agricultura asiática no es sustentable y tampoco la agricultura europea en el largo plazo; en cambio la nuestra –si hacemos las cosas que sabemos hacer– es una agricultura sustentable.

Bueno, se me está terminando el tiempo. Quería rápidamente terminar con el comercio global de soja (creo que lo va a tratar un poco más Idígoras). Gradualmente, Argentina y Brasil han ido mejorando la participación (especialmente Brasil) y Estados Unidos la ha ido perdiendo. En el caso del poroto de soja, la oferta de Brasil y Argentina podría cubrir son toda la importación futura china de soja. En el caso de aceite de soja, las exportaciones de Argentina bastarían para cubrir de sobra todas las proyecciones al 2020 de la demanda que va a tener China, o sea, podemos abastecer solo nosotros a China.

Bueno, para terminar dos temas: las oportunidades y los desafíos. Para nosotros, acá hay un gran potencial de crecimiento que puede ser basado en la producción de *commodities* a precios competitivos, la producción de productos con mayor valor agregado como carnes y lácteos –si no prohibiéramos las exportaciones de carnes y lácteos–, el desarrollo de una industria de insumos que es muy moderna, altamente competitiva tanto en veterinarios como en agrícolas, que daría una oportunidad para la modernización de China. Hay un potencial de cooperación ahí, y obviamente de mejora del comercio. Lo mismo pasa con el potencial de crecimiento de la producción de bioenergías en general en Argentina. Y la otra cosa es que Argentina cuenta con una estructura empresarial que podría dar lugar a una internalización y a un esquema más acordado de inversión y comercio futuros. Del lado de China, las oportunidades están dadas por el enorme crecimiento del consumo, por lo que van a seguir importando alimentos, más de lo que dice el modelo del colega chino. Además, creo que ellos necesitan mejorar sustancialmente su tecnología; ya están invirtiendo muchísimo en eso y yo creo que ahí también hay posibilidades de mejoras y de intercambios de experiencias, con nuestros avances en materia de innovación tecnológica y organizacional, que China va a necesitar (especialmente la organizacional). Nosotros podemos cooperar en todos los temas afines a una agricultura más amigable con el ambiente (que ellos no tienen) y creo que China tiene un enorme potencial para seguir haciendo lo que estamos viendo últimamente: inversión en Argentina en alianzas en distintos sectores de las cadenas agroindustriales.

Desafíos: debemos llegar a un acuerdo muy importante de mejora del intercambio de las informaciones, ir eliminando o aumentando los protocolos sanitarios (como tiene Chile, que avanzó mucho más que nosotros) y otros instrumentos de facilitación del comercio. Hay una agenda bilateral que necesitamos reforzar, que el Gobierno está haciendo, pero que necesitamos reforzar. Otro tema es que Argentina debe eliminar las barreras no consistentes con la OMC a las importaciones de productos chinos, para evitar retaliaciones en el sentido contrario con barreras no arancelarias. Y eso es porque Argentina debe cumplir con los compromisos que firmó en la Organización Mundial del Comercio. Yo creo que hay un potencial importante para avanzar en alianzas de empresas bilaterales a lo largo de las cadenas de valor; nosotros tenemos que promover eso como así también promover nuestras exportaciones, como lo hacen Australia, Canadá o Nueva Zelanda, con instituciones que ayudan a que las empresas de sus países puedan instrumentar alianzas, sobre todo frente al tamaño de las empresas chinas.

Además, Argentina debe pensar seriamente en un eventual acuerdo de libre comercio con China, porque si no vamos a seguir perdiendo preferencias. Este es un tema que pone muy nerviosos a algunos sectores económicos de la Argentina, pero a mí me parece que si nosotros perdemos este tren –y nuestros competidores se suben–, hay un alto riesgo de que sigamos perdiendo competitividad por falta de mecanismos o por todas las preferencias que les van a dar a los otros y nos van a quitar a nosotros. También creo que en el marco de un acuerdo bilateral se avanza mucho más en otros temas de integraciones y de aprovechamiento del desarrollo de una agricultura moderna basada en cadenas de valor, como puede ser en la industria moderna, donde uno produce



Licenciado en Ciencias Políticas, tiene una maestría en Relaciones Internacionales (FLACSO). Ex consejero agrícola argentino ante la Unión Europea; también ha sido consultor del Banco Interamericano de Desarrollo y de la Comisión Europea. Actualmente se desempeña como director de la consultora Business Issue Management, que brinda apoyo en temas regulatorios e internacionales a la Asociación Semilleros Argentinos y otras empresas del sector. Además, es director del Centro de Estudios Agroalimentarios de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Es profesor de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires en temas como comercio mundial de alimentos y políticas agroalimentarias.

en cada lugar o procesa en cada lugar lo que hace más eficientemente. Bueno, creo que esta agenda tiene enormes oportunidades pero no es una agenda para decir “esto va a venir solo”; los desafíos son muy importantes y si seguimos mirando lo que hacen los demás y no hacemos nada, corremos un gran riesgo de perder la enorme oportunidad que nos está brindando y nos va a brindar, para los próximos veinte o treinta años, China.

Gracias.

### Gustavo Idígoras

Buenos días a todos. En primer lugar, muchas gracias por la invitación al Programa de Agronegocios. Es un placer estar acá con ustedes. Voy a intentar hacer una presentación compatible con la de Marcelo Regúnaga, puesto que tenemos una visión plenamente compartida sobre este tema, así como con los expositores previos. Por eso procuraré concentrarme en dos o tres mensajes.

El mensaje más importante es que Argentina y China tienen una alianza natural, una alianza estratégica natural en materia de alimentos. Hoy ya vimos lo que el profesor de la Academia Nacional de China nos estuvo mostrando (la demanda creciente en materia de alimentos) y sabemos que la Argentina –por otro lado– tiene una oferta posible para abastecer parcialmente esa demanda. Por lo tanto, hay que pensar que las relaciones entre Argentina y China no deben ni pueden ser conflictivas, todo lo contrario: debe ser una relación de sinergia positiva y de alianza estratégica para crecer juntos. El mundo ha cambiado, y hay distintas fuerzas impulsoras que modifican el comercio mundial de alimentos. Y lo más importante es que tenemos una demanda incesante y constante de alimentos de los países asiáticos y particularmente de China, pero también de muchos otros países del planeta. Cuando vemos el crecimiento de estas economías, nos damos cuenta de que ya no podemos enfocarnos más en qué está pasando en Estados Unidos, o en Europa o Japón para entender el mundo, sino que tenemos que empezar a darnos cuenta y analizar qué le pasa a la Argentina con relación a cómo les está yendo a China, a Asia y –por supuesto– a los países de nuestra región. Ese es el enfoque más interesante para comprender el futuro de nuestro país.

Otro de los aspectos importantes es la dinámica poblacional. Justamente, es la región asiática, y África también, donde se darán las mayores tasas de crecimiento demográfico, superiores al 40 o el 50% para 2030. Es por ahí que nuestro país debe concentrar sus mayores esfuerzos. ¿Qué van a comer, qué va a pedir este mundo en crecimiento? Lo más interesante es que tres sectores serán los más dinámicos en los próximos veinte años: el sector de oleaginosas –cuya demanda mundial crecerá más de un 50%–, el sector de carnes –sobre todo la porcina y la aviar, más del 40%– y finalmente el sector de lácteos, que también va a estar por encima del 40%. Estos tres sectores coinciden justamente con la oferta de

la Argentina al mundo, la oferta excedentaria, de la cual la Argentina tiene enorme capacidad para abastecer.

Y cuando este profesor de la Academia nos mostraba recién qué es lo que pide China y lo que compra y comprará China, vimos justamente que son estos los tres sectores de mayor demanda. Por lo tanto, China demandará más alimentos y es muy importante tenerlo en cuenta, porque China ha cambiado el mundo. No es más un mundo unipolar. De ahora en adelante el mundo es multipolar y el rol de China en América del Sur será estratégico. No podemos pensar el desarrollo de la agroindustria en nuestro país sin pensar en una relación estratégica con China cuya demanda de alimentos sigue creciendo. En el año 2012 ha tenido una relación de déficit en cuanto a las importaciones, superiores a las importaciones de más de cincuenta y siete mil millones de dólares por año, pero concentra sus importaciones en pocos productos como vimos hoy, sobre todo el complejo oleaginoso.

Acá hay un dato interesante. Si no somos eficientes en la producción de soja y de derivados, tendremos un competidor estratégico que podría desplazarnos cada día más: los productores de palma, que se concentran en una región geográficamente mucho más vinculada con China, que son muy competitivos, todos los años están creciendo y, además, el precio internacional de esos *commodities* es inferior que los nuestros. Por lo tanto, para la Argentina, esta relación estratégica también implica desafíos internos: las mejoras en infraestructura, en inversiones de servicio, en la posibilidad de que todos los días podamos estar en condiciones de ofrecer sin inconveniente al país asiático toda la demanda de alimentos que ellos requieren.

Me voy a concentrar solo en dos *commodities* que a mí entender explicarán de aquí a los próximos diez años cuán significativa será la relación comercial con China. El primero de ellos sigue siendo el poroto de soja. Sabemos que China tiene una clara política de industrialización, por lo tanto no tenemos que caer en la falsa expectativa de que seguramente venderemos más aceite de soja. Es altamente factible que las ventas de aceite de soja de Argentina a China no puedan seguir creciendo, pero que sí crezcan las exportaciones del poroto de soja. Un rápido análisis nos muestra que China, hacia 2023, importará más de cien millones de toneladas anuales de poroto de soja. Para la Argentina, que tiene una política de agregado de valor sobre el complejo oleaginoso armada a partir de diferenciales de exportación, el poroto de soja va a significar más del 80%, cerca del 85% de las ventas totales dirigidas al mercado chino. ¿Qué proyección hacemos? Una simple estimación tomando datos internacionales y sobre la base de una proyección propia, llegamos a la conclusión de que China podría demandarnos por año unos quince millones de toneladas de poroto de soja. Es decir que tendríamos ingresos adicionales entre 3.000 y 3.500 millones de dólares únicamente por un producto que es el poroto de soja.

El segundo producto que quiero traer acá es el maíz. Históricamente pensábamos que China era un competidor mundial de la Argentina en maíz. Los chinos la verdad eran segundos o tercer exportador, según los años. China preveía que iba a seguir siendo un fuerte exportador, pero muchos dudábamos –basados en



esa estadística china— de esa situación. De hecho, en muy poco tiempo —una cuestión de un par de años—, China se transformó en un importador neto de maíz. Y también muy rápidamente, sobre la base de esa necesidad, se logró una negociación exitosa en materia fitosanitaria, por la cual Argentina es hoy un proveedor de maíz. Un pequeño proveedor, pero fíjense el crecimiento exponencial que tenemos para ese mercado, cuyas proyecciones de importación van a estar en cerca de veinte millones de toneladas anuales de maíz hacia 2020. Nuestro país hoy tiene una posibilidad de abastecer alrededor de veinte millones de toneladas por año; pero estaríamos, como una proyección mínima y conservadora, en no menos de 4,5 o 5 millones de toneladas anuales de exportación de maíz a China. Entonces, en el caso del maíz, también tendríamos la posibilidad de un fuerte crecimiento de ventas hacia el mercado chino.

El segundo concepto relacionado con esto, con el comercio y la forma del crecimiento del comercio, es la biotecnología. La segunda de las premisas claras que quiero dejarles es la siguiente: cuanta más tecnología haya en Argentina más alimentos habrá disponibles en China. Y esta es la segunda estrategia natural de alianza con los chinos. No pensemos solamente en desarrollar biotecnología para vender más alimentos, sino empecemos a desarrollar biotecnología en Argentina en conjunto con las inversiones chinas. Ya existen algunos pequeños ejemplos de empresas argentinas que se están vinculando con los chinos y están haciendo ensayos comunes, desarrollos comunes. Los próximos años nos marcarán que las inversiones chinas, como mínimo, van a igualar la presencia de empresas europeas o estadounidenses en Argentina para desarrollar la biotecnología. Es decir, acostumbrémonos a que el desarrollo tecnológico de los *commodities* agrícolas va a estar orientado también por la inversión china en nuestro país para ayudar a las empresas argentinas en ese desarrollo.

¿Por qué es importante esto? Por una cuestión estratégica de China y por una cuestión estratégica de la Argentina. La Argentina está dando sus primeros pasos en desarrollo de tecnología propia para instalarse en el mercado mundial en materia biotecnológica y China tiene muchos años de experiencia en el tema pero no ha logrado externalizar mucho sus productos. Por lo tanto hay también una cuestión de soberanía alimentaria vinculada con la necesidad de desarrollo de la biotecnología y creo que ahí somos una vez más socios estratégicos. China está mirando a Argentina y Brasil para desarrollar y no depender tanto de Estados Unidos, y esto es una realidad, un dato más del escenario internacional. Por eso, la Argentina no solo tiene que pensar en China como un comprador incesante con alta demanda de alimentos (como los casos que les comenté de la soja y el maíz), sino también como un fuerte inversor, como un socio estratégico para desarrollar innovaciones tecnológicas en el sector agrícola; y también en el sector veterinario para productos lecheros, para productos ganaderos en general, porque es otro de los rubros en que ellos tienen una altísima demanda.

La biotecnología vino para quedarse, sigue creciendo. Los cuestionamientos en el ámbito internacional deberían ir disminuyendo con el correr de los años. Y nosotros vemos claramente los datos de este crecimiento: Argentina y Brasil

son los segundos proveedores mundiales de esta tecnología. La Argentina ha adoptado claramente esta política, tiene un nivel de adopción de cultivos muy elevado. En los próximos años, empezaremos a ver en el mercado productos desarrollados por empresas argentinas, empezaremos a ver alguna soja, algún maíz, alguna caña de azúcar, alguna papa, desarrollada por empresas argentinas con capacidades propias; y en el mediano plazo, seguramente veremos empresas argentino-chinas que empiecen a desregular eventos transgénicos en nuestro país para ser producidos aquí y ser comercializados en el mercado chino. La Argentina, a Dios gracias, tiene una política tecnológica de Estado. En los últimos ocho años, la Argentina ha tenido un ritmo de aprobación muy importante, el ex secretario de Agricultura Lorenzo Basso y actualmente el secretario de Agricultura Gabriel Delgado tienen una orientación muy favorable. Hoy se está reuniendo justamente en Mendoza, un lugar atípico para la biotecnología, la Comisión Nacional de Biotecnología, porque se está evaluando la primera papa transgénica de la Argentina, desarrollada ciento por ciento en nuestro país, que generará probablemente una revolución nacional y regional muy importante. Este es un ejemplo de una política sólida, que nos está posicionando como un país muy interesante, porque tenemos un marco regulatorio moderno y estable, porque hay mucha inversión pública y privada nacional (vinculada con la internacional), y porque se considera que el desarrollo de la biotecnología va a generar alianzas estratégicas con China para lograr mayor soberanía alimentaria.

De todos modos, nunca es fácil venderle a China. Lleva muchos años, es difícil, hay muchas normas para cumplir. A veces las normas se cambian de un momento a otro (no hay tanta previsibilidad) y las negociaciones llevan su tiempo así como las inversiones. No es posible de un día para el otro instalarse en China, hay que sostener una expectativa de trabajo permanente, durante por lo menos cinco o seis años, para lograr un éxito específico. Sin embargo, lo que hay que tener en cuenta es que los beneficios son a largo plazo, que vale el esfuerzo de desarrollar este camino para desarrollar socios estratégicos en China. Las relaciones políticas entre Argentina y China, si bien en términos industriales no son buenas, en términos agrícolas son espectaculares. Cuando uno analiza la cantidad de viajes oficiales del gobierno argentino en los últimos cinco años a China, cuadriplica los viajes a Europa y a Estados Unidos, incluso tomados en conjunto. Cuando uno analiza la cantidad de misiones oficiales de China a la Argentina en los últimos cinco años, quintuplican las misiones de Estados Unidos o de Europa en nuestro país. Esto es un claro ejemplo de esta alianza estratégica natural. Cuando uno empieza a discutir la agenda bilateral, se encuentra con problemas —por supuesto que siempre hay problemas—, pero es una agenda que hay que seguir trabajando, que hay de diversificar. Hoy enfrentamos, por ejemplo, alguna preocupación específica: la sincronía de los eventos transgénicos aprobados en nuestro país y en China. En algunos casos, como en el maíz, existe cierta diferencia, ya que Argentina tiene aprobados unos eventos que no están aprobados en China, y esto nos genera ciertos ruidos y expectativas de corto plazo distintas. Pero puedo decirles que es altamente probable que Argentina y China rápidamente se pongan de acuerdo en cualquier conflicto comercial de índole agrícola, porque somos socios estratégicos

y conformamos una alianza natural. No hay que temer avanzar en ese camino, debemos mantener nuestra política de biotecnología y ser aliados estratégicos de China. Si tenemos que, por ejemplo, ingresar en el mercado de harina de soja, en el cual Argentina está hoy restringida; y también debemos diversificar las exportaciones, trabajar el sistema de inversiones comunes, de desarrollo biotecnológico y el desarrollo de tecnología para la producción animal. Todo lo que es el desarrollo biotecnológico en China es altamente necesario. Argentina tiene hoy un *know-how* instalado muy valioso, así que creo que este es el mejor camino. Nos aguardan enormes oportunidades –estamos por una buena senda– y no tenemos que desaprovecharlas, sino, por el contrario, desarrollar cada vez más este tipo de encuentros y pensar que ambos, tanto Argentina como China, conformamos una alianza natural que no se va a romper.

---

*Muchas gracias.*

---



## Experiencias empresarias

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Agustín Ibarguren**

Gerente de Agronegocios del Banco ICBC

B.

**Jorge Correa**

Nidera Argentina

C.

**Zhao Teng**

COSCO



Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Argentina, tiene una maestría en Finanzas de la Universidad del CEMA y posgrados en el Instituto Argentino de la Empresa. Hace 17 años se desempeña en la actividad bancaria (Banco de Boston, Standard Bank y el ICBC).

**Agustín Ibarguren**

Buenos días. Como dijeron, mi nombre es Agustín Ibarguren y soy el gerente de Agronegocios del ICBC. Ante todo, trataré de ser breve, y de evitar la palabra “alimentos” porque a esta hora, después de todas las charlas que tuvieron a la mañana, se hace difícil. El ICBC –para los que no lo conocen, es Industrial and Commercial Bank of China– desembarcó en la Argentina hace exactamente un año, y es la continuación de lo que fue en la historia del banco. Bueno... empecé en lo que fue el Banco de Boston (un banco de capitales estadounidenses), allá por el año 2007; el banco luego fue adquirido por el Standard Bank, el banco más grande de África; y hace un año el Industrial and Commercial Bank of China compró la operación del banco en la Argentina. Entonces empezamos y tuvimos que conocerlo. Antes de eso, el banco, el ICBC, compró el 20 por ciento del Standard Bank en África; ahí fue nuestro primer encuentro con el banco. Fue la mayor inversión de China en el continente africano y el desembarco del ICBC en ese continente.

El ICBC –según algunos números que tengo acá para darles una dimensión de lo que es el banco– tiene casi 4,5 millones de clientes corporativos (pymes y grandes empresas). Casi trescientos millones de personas físicas son clientes del banco, que tiene a su vez cerca de 200 subsidiarias fuera de China. La inversión en Argentina fue la primera inversión en Sudamérica. Y hay una red global de cerca de 600 bancos corresponsales. Para dimensionar el ICBC en la Argentina, digamos que el banco tiene 3.200 empleados, 103 sucursales, 372 cajeros automáticos y terminales de autoservicio. Desde la época del Boston, el banco siempre tuvo foco en lo que es comercio exterior; y hoy el ICBC tiene su principal objetivo en ser el canal entre Argentina y China. Creo que de China ya se dijo un montón, se va a seguir diciendo, principalmente hoy; pero abundo: es un mercado de 1.400 millones de habitantes.

En lo que respecta a la Argentina, lo dijo Marcelo Regúnaga –para nosotros es algo significativo y creciente año tras año–, para China somos un mercado chico pero no despreciable. Y, para nosotros, es nuestro segundo socio comercial, después de Brasil. En lo que respecta a las importaciones argentinas, las provenientes de China representan el 13%, más de 9.000 millones de dólares; y, por exportaciones, también es nuestro segundo socio comercial (después de Brasil): le exportamos a China más de 6.000 millones de dólares. Brasil es nuestro principal socio comercial y China el segundo.

Lo que vemos desde 2007 es el crecimiento del comercio bilateral entre la Argentina y China, viene creciendo año tras año; y por más que seamos una porción chica de lo que es todo el comercio exterior chino, creo que las recientes compras de Nidera y de Noble demuestran que somos un mercado que les parece atractivo. Nosotros, como les digo, ya hace un año que somos ICBC y vemos –no digo todos los días, pero sí cada vez más– empresas chinas que desembarcan en este país y que nos abren un montón de oportunidades.

Desde el sector agropecuario, nuestro foco está siempre puesto en el productor, pero también en lo que es la maquinaria agrícola, las economías regionales, la venta de insumos, y creo que para esas empresas también hay una gran oportunidad. Tenemos del otro lado del mundo un mercado de 1.400 millones de habitantes, y bueno, como dijeron, no es fácil, lleva tiempo, hay que conocer el mercado; pero a nosotros, como banco, también nos interesaría muchísimo, además de financiar a las empresas locales, acercarlas al mercado chino.

Eso es un poco lo que quería decirles y, la verdad, que como ICBC nos enorgullece estar presentes en este Simposio y desde ya les agradecemos la presencia.

*Muchas gracias.*

B

Ingeniero industrial (ITBA), tiene una maestría en Negocios en el IMD (Lausana, Suiza). Trabajó en Siderca (Techint) y, luego, se desempeñó diecisiete años en Rabobank. Actualmente es presidente de Nidera Argentina y, sobre todo, director global de la división internacional Semillas de la compañía.

### Jorge Correa

Sé que entre la comida y ustedes quedan dos disertaciones, así que voy a intentar ser expeditivo.

Dicen que para que el público preste atención, no hay que hablar de lo que se espera, así que les voy a decir de qué no voy a hablar: no voy a hablar ni de los volúmenes que se van a vender a China, ni de soja, ni nada por el estilo. Quiero contarles algo distinto, cuál es nuestra experiencia como Nidera en el trabajo con COFCO y por qué llegamos a COFCO y por qué COFCO llegó a nosotros; y además, como me imagino que lo más divertido son los chimentos, también les voy a contar un poquito la interna. Todo esto en quince minutos. Y además les voy a contar un poco cómo vemos la situación no sólo de Nidera, sino también de Noble.

La mayoría de nosotros hoy escuchamos todas las oportunidades que hay en China, en algunos casos también se habló de cómo el Gobierno debería actuar, cómo deberían ser las relaciones en los bloques regionales. Hablamos de muchísimas cosas macro, pero en realidad, al final del día, lo que ocurre está en la micro. Es decir: qué empresa exporta a quién y qué exporta. ¿Cómo logramos llegar al productor? ¿Cómo logramos que lo que llamamos “valor agregado” se venda y alguien lo compre? ¿Cómo logramos ventajas competitivas? En definitiva, para eso estamos las empresas. Y a pesar de que muchos de nosotros podamos pensar que China es un país de economía centralizada, las empresas que actúan en el sector son empresas privadas, con un accionista público pero que muchísimas veces cotizan en bolsa. Entonces, cuando hablamos de las relaciones país-país, nos estamos olvidando que, en el medio, están las relaciones compañía-compañía.

Como hace apenas un mes que entramos en la transacción con COFCO, lo que les voy a contar se los voy a leer, porque todavía no me puedo aprender todos estos números de memoria. Les voy a contar qué es COFCO para que ustedes sepan un poquito de qué estamos hablando. Quién es nuestro mayor accionista hoy en día. COFCO es una compañía que tiene 60 años, y que ya hace 20 que está en el Fortune 500. Es la única compañía alimentaria china que está en el Fortune 500. Es una compañía investment grade, es decir, que para los bancos –y yo vengo de casi veinte años en el banco Rabobank– es un buen crédito. No se puede decir eso de muchas compañías del sector. Es una de las 53 compañías que administra la Secretaría de Estado de China. Y en este punto, debemos detenernos y ponernos a pensar: ¿Conocemos cómo es China? ¿Conocemos cómo es en China la distribución de alimentos? ¿A dónde queremos llegar? ¿Quiénes son los que nos van a comprar? ¿Sabemos cómo el gobierno chino está dividiendo las compañías y cómo está haciendo que coticen muchas veces en Hong Kong y tengan políticas de adquisiciones hasta más agresivas que las que puede tener Cargill o Bunge globalmente? No lo sabemos. (Esto es para el próximo congreso, Fernando, te voy dejando para que armes una agenda nueva, vos anotá.) La compañía cotiza en bolsa, con una facturación global de 34.000 millones de dólares, previo a la incorporación de Nidera (que factura 17.000 millones y, con el 51% que COFCO ha comprado, por supuesto que será consolidada dentro de COFCO) y también previo al *joint venture* que se armó con Noble, cuyo 51% también pasó a manos de COFCO, también va a cotizar y va a estar sumado. Sin embargo, a pesar de todo, sumando las tres compañías no llegamos todavía al nivel de Bunge; pero si llegamos a un nivel de valor agregado mucho mayor y ahora les voy a comentar un poquito eso.

Son trece compañías las que conforman el grupo. Ocho de estas trece compañías cotizan en bolsa. Tiene 400 puntos de operación; es decir, desde plantas de crushing pequeñas hasta puertos enormes, hay 400 de estas operaciones en toda China. Para que se den una idea, nosotros debemos de tener unas 50 operaciones globales en una compañía como Nidera, que facturamos 17.000 millones. Reportan 120.000 empleados (está bien: para el estándar chino tal vez no es mucho, pero para nosotros es gigantesco). Cuatro grandes unidades

de negocios. Una es el agri-trading, procesamiento y logística (acá está todo lo que vendría a ser Nidera Trade). Además tiene marcas; pensemos que es como una Molinos Río de la Plata: por un lado tiene los commodities y por otro lado tiene las marcas. Tiene una distribución de 2,3 millones de outlets; quiero decir: nuestros productos, los productos de COFCO, llegan a 2,3 millones de outlets. Piensen ustedes que si a cada outlet fueran por año 300 personas, estamos hablando de 700 millones de visitas; considerando que una familia tipo en China tiene tres personas (a diferencia de Argentina), básicamente estamos cubriendo 1.000 millones de habitantes con los outlets adonde llegamos. Después tenemos una compañía de real estate y otra de servicios financieros, en las cuales se apoya nuestro negocio. Todas estas operaciones están integradas para lograr la mejor sinergia dentro de ellas. ¿El concepto cuál es? Farm to table, vamos desde el agricultor hasta la mesa. Originamos, producimos, hacemos crushing, embotellamos, le ponemos marca, vendemos el aceite. Producimos cerdo, lo matamos, lo congelamos o lo ponemos en un producto de valor agregado. ¿Cuánto maneja la compañía? Veinte millones de toneladas; más o menos, por volumen, esta compañía maneja el 20% de los granos y oleaginosas que se producen en la Argentina. Es el principal exportador e importador de alimentos y es un comprador exclusivo del Estado. Aparte de importar veinte millones de toneladas, procesa treinta millones de toneladas. Procesa; es decir, que localmente, en China, compra diez millones de toneladas.

Les conté un poco qué es COFCO. Bueno, qué es Nidera y por qué terminamos en este matrimonio. Yo soy divorciado, así que cuando empezamos a buscar esto, me tomé el trabajo de que fuera un buen matrimonio. Les cuento. Salimos a buscar 250 millones de dólares de capital para crecer en el mundo, porque habíamos quedado chicos: con 17.000 millones somos más o menos una tercera parte de Dreyfus, que es el más chico de las ABCD [ADM, Bunge, Cargill y Dreyfus], y ni hablar de los 130.000 millones de dólares que factura Cargill. Bueno, salimos a buscar capital y, en medio del diálogo, COFCO nos dijo: “Miren, muchachos. Ustedes necesitan capital, pero en realidad lo que ustedes necesitan es acceso a mercados. Nosotros podemos trabajar mucho mejor con ustedes capturando valor en los commodities porque podemos desintermediar. Podemos integrarlos en nuestra cadena de valor, porque de repente hay productos que ustedes nos puedan importar y no convenga económicamente producirlos en China”. La cuestión que se presentó fue ¿dónde agregar valor? Bueno, un tema que no hablamos demasiado pero que se tocó en las primeras charlas fue el tema del agua. Una cosa es agregar valor y otra es tener agua para agregar valor, porque todo lo que nosotros repetimos que era “maíz + soja” nos olvidamos de agregar agua, que eso es una exportación indirecta a través de pollo, cerdo, huevo o lo que ustedes quieran. Entonces nos convencieron y marchamos con este matrimonio, consumamos el matrimonio. Estamos en eso... últimamente nos faltan firmar algunos papeles pero, ustedes saben, ya nos mudamos juntos por lo menos. Esta es la historia, un poquito, de Nidera y COFCO.

¿Qué nos dijo la gente de COFCO cuando se hizo cargo de la compañía? Tenemos en el directorio el mismo número de directores, así que nos dijeron:

“Queremos mantener a Nidera independiente, pensamos que en un plazo de unos diez años nos vamos a conocer lo suficientemente bien como para finalmente integrarla del todo en la cultura de COFCO, pero ahora no queremos que ustedes pierdan la cultura entrepreneur”. Nos vienen a apoyar con el desarrollo de la compañía, nos han dado más de los doscientos cincuenta que salimos a buscar; ya estamos maximizando algunas de las sinergias deseadas para competir con los ABCD. Nos ha bajado el riesgo de contraparte: nosotros, al venderle directo a ellos y no ir a un trader, como íbamos antes, y de ese trader a otro trader y finalmente venderle a COFCO, no solo se acortan los costos sino que se acortan los riesgos. Para mí, como ex banquero, les puedo asegurar que es un tema importante.

La última pregunta que les hicimos fue: “Ok, pero no queremos ser nada más que un vendedor a China”. Y ellos nos dijeron: “De ninguna manera, nosotros no queremos que ustedes nos vendan a China nada más. Nosotros queremos competir con una ABCD nueva, con una nueva compañía global, con una nueva Cargill global, con una nueva Bunge global. Para lo cual, lo que nosotros necesitamos es la plataforma global que ustedes tienen en Europa de ventas intereuropeas también”. Ese fue un poquito el acuerdo que llegamos. Integrarnos en la cadena de valor, una propuesta de salir a la bolsa de Hong Kong como ocho de las trece compañías que mencioné antes y asegurar “originación” de *grains and oilseeds*.

Ahora nosotros tenemos una estructura de trading que es lo suficientemente conocedora del mercado argentino y esperamos que, en el futuro, también podamos agregar otros productos. Aquí se habló mucho de lácteos; yo financié la industria láctea durante muchos años. Lo único que hice fue reestructurar compañías que estaban siempre a punto de quebrar, por un mal manejo de retenciones y de precios. Esperemos que eso algún día mejore. Hay muchos productos para los que la Argentina podría usar a Nidera como plataforma de exportación; el problema es que tenemos que tener la posibilidad, tenemos que dar la seguridad de que vamos a mandar 100.000 toneladas de leche en polvo, de que podemos exportarlas, que hay continuidad. Eso hoy no es posible. Ustedes sabrán bien que COFCO compró Smithfield, una participación y que después la vendió, pero también que generar proteína animal fuera de China es importante, por el tema que mencioné antes, por el tema del agua.

Noble. Paso a Noble y si me queda un minuto les cuento lo de semillas. Noble se generó un *joint venture* independiente. Noble tiene tres unidades de negocios; una que es *grains and oilseeds*, que compite directamente con Nidera, con la que nos integraremos lo más rápido posible, por lo menos de forma virtual. Ellos tienen una planta de crushing en Argentina y tiene varios activos en Brasil también. También tienen activos en Asia. Ellos empiezan desde Asia y vienen al origen, vienen del destino al origen y nosotros del origen al destino. Entonces somos complementarios en *grains and oilseeds*. Y después trabajan en *soft commodities*, como cacao, algodón y café, productos en los que Argentina no es competitiva (un poquito podríamos hacer de algodón acá). Y tienen una compañía integrada en azúcar, que también fue uno de los temas que se tocaron hoy. En términos

de azúcar, Argentina tiene un saldo exportable todos los años, que habría que ver cómo trabajar para que pudiéramos incorporarlo al grupo COFCO.

Ultimo punto: semillas. Mucho se habló acá de la biotecnología. Mi antecesor habló de biotecnología china. Ustedes saben que nosotros, aparte del área de trade (que son, más o menos, 16.000 millones de dólares de nuestra facturación), tenemos 1.000 millones de dólares entre semillas y agroquímicos, fertilizantes, lo que llamamos NPK. Tenemos tecnología propia que estamos exportando a otros países; hoy tenemos el 5% del girasol europeo, gracias a algunos desarrollos biotecnológicos locales y hace unos días me preguntaron (aparte de lo que hago acá en Buenos Aires soy el *head global* de Semillas; hay que bajar los costos evidentemente). Me preguntaron “¿qué es lo que ustedes piensan en términos de semillas?”. Nosotros salimos de Venado Tuerto y fuimos a América Latina, tenemos una importante presencia en Brasil. En Europa estamos presentes en girasol y ahora estamos viendo cómo la incorporación de un socio como COFCO nos puede permitir ingresar nuestra biología, nuestra genética a China. Eso sí: tiene que venir acompañado con nuestros socios habituales, que son aquellos que producen los eventos. En este preciso momento, estamos trabajando y analizando las alternativas para irnos a China con nuestras semillas también.

No dije la palabra “soja”; bah... espero no haberla dicho.

Les agradezco la atención. Quería contarles nada más un caso de negocios, un caso real, y no un caso de discusiones de barreras arancelarias, sino de cómo se opera una compañía día a día junto a un socio chino.

*Gracias.*



## Zhao Teng

Magíster en Administración de Empresas por la Universidad de Shanghai de Finanzas y Economía. Presidente de COFCO Argentina Marítima S.A desde el año 2010. Ingresó al grupo COFCO en 1980. Sus cargos anteriores incluyen los de presidente de COFCO Transporte Qingdao 2002-2007 y de COFCO Transporte Beijing 2008-2010.

Señoras y señores, buenos días. Estoy muy contento de estar hoy aquí, porque con mis 35 años en el sector marítimo, de recorrer el mundo y comparar muchos lugares, puedo decir que me gusta mucho Argentina y Buenos Aires en especial. En el año 1983 vine por primera vez y me atrajeron mucho los hermosos paisajes. Por esta razón, cuando el año 2010 el grupo COFCO me dio la posibilidad de instalarme aquí, me sentí agradecido.

El grupo COFCO es una de las más de cien empresas que están bajo la administración directa de la Comisión de Administración y Supervisión de los Activos del Estado, de la República Popular China. Cuenta con más de 700 buques de carga con capacidad superior a 10.000 toneladas, y un patrimonio neto de más de 5.000 millones de dólares. Por su escala, se encuentra en el primer lugar: es el puente marítimo que une comercialmente a todos los países del mundo. Tiene presencia física global. COFCO es la primera empresa de

capitales chinos en entrar en la Argentina: se registró en septiembre de 1995. Sus principales negocios incluyen consignación de buques, servicios de importación y exportación, y logística. Anualmente, consigna cerca de 160 buques a granel, más de 50.000 containers estándar entre importación y exportación, y grandes volúmenes de exportación agrícola. Estas cifras representan la situación del comercio bilateral. Nuestra empresa realiza un aporte importante para el desarrollo de las relaciones entre nuestros países.

En los últimos años, el comercio bilateral creció rápidamente. China ya se convirtió en el segundo socio comercial de la Argentina. En 2010, China pasó a ser la segunda economía del mundo y muchas empresas chinas esperan poder invertir en Argentina. Argentina es el tercer destino de la inversión china. Hasta la fecha, hay más de veinte empresas chinas en el país. Estamos trabajando para el desarrollo de la Argentina.

La Argentina es conocida como el granero del mundo. Su carne también es famosa. China, en los próximos años, desarrollará fuertemente el mercado de productos orgánicos, siempre brindando creciente importancia a la seguridad alimentaria. Por esta razón, Argentina y China son importantes socios comerciales en temas agrícolas. El potencial de cooperación es muy amplio. China puede aprender de la Argentina en temas como el desarrollo de la agricultura orgánica y la tecnología avanzada que utiliza el sector. China tiene una gran población y la demanda de alimentos crecerá fuertemente, lo cual lleva a importar productos. Y esto le da a Argentina la oportunidad de exportar su producción. Así, China podrá solucionar también el tema del abastecimiento.

Cuando el primer ministro Wen Jiabao visitó la Argentina en el año 2012, remarcó que había que impulsar la cooperación entre las industrias de ambos países, dirigir y promover una cooperación más amplia entre las empresas. También expresó que había que impulsar las inversiones en el sector agrícola y la cooperación técnica, reforzar la cooperación comercial agrícola y el desarrollo conjunto de tecnología.

El vicepresidente Li Yuanchao visitó el país el año pasado y también se expresó sobre este tema, por lo que se reunió con muchas empresas chinas que operan en Argentina. Pidió promover el desarrollo comercial bilateral y establecer lazos de amistad.

Creo que el potencial de crecimiento en la relación bilateral es muy grande, tanto en temas agrícolas como en temas comerciales en general.

Para muchas empresas chinas, las limitaciones para invertir aquí son la principal dificultad. Se debería mejorar el ambiente de inversiones, reducir las excesivas regulaciones. Tampoco debería haber tantas limitaciones para importar y exportar, control de divisas, etc. No hay que cerrar el país, hay que abrirlo y dejar que empresas de todo el mundo vengan a invertir. Utilizar completamente las condiciones de Argentina. Establecer ventajas para invertir. Atraer a más empresas chinas que quieran desarrollarse aquí y estrechar los lazos comerciales entre empresas de ambos países.

Los vinos argentinos también son un producto agrícola. Tienen una larga historia y cultura. A medida que entran en el mercado chino, los vinos argentinos pueden tener el mismo éxito que famosas bodegas francesas, hacer que los consumidores chinos disfruten de la cultura del vino argentino.

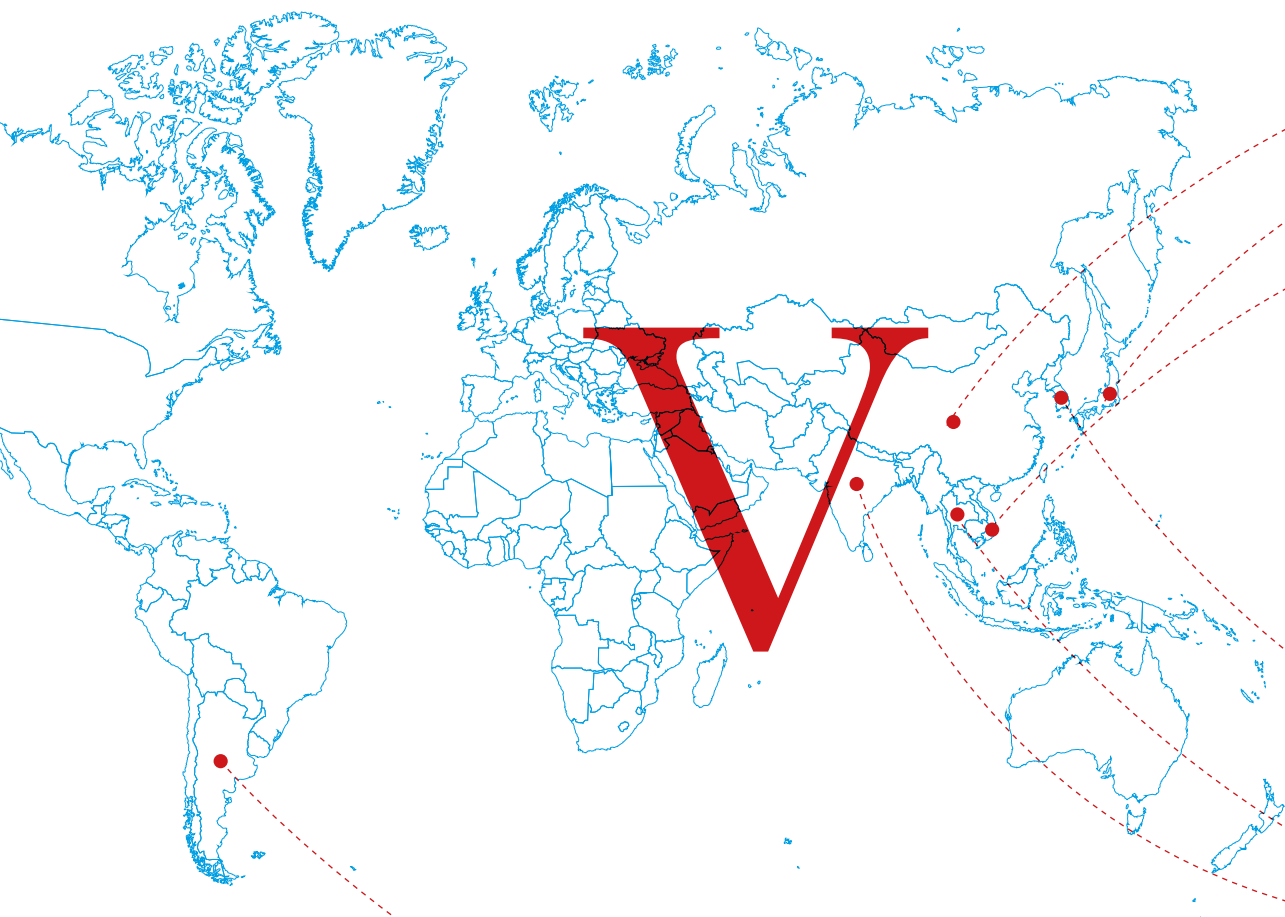
Por último, creo que en el futuro China y Argentina continuarán profundizando la relación comercial y cooperación técnica en temas agrícolas. Debe profundizarse la relación en todo sentido. Elevar el nivel de cooperación. Promover el desarrollo mutuo. Profundizar el vínculo entre los dos países.

---

*Muchas gracias.*

---





## Comercio

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

● China

● India

● Japón

● Corea del Sur

● Vietnam

● Tailandia

● Argentina



A.

**José Alberto Bekinschtein**

Proargex

B.

**Miguel Velloso**

Embajador – Ex Consul en Shanghai



Economista de la Universidad de Buenos Aires, consultor del Proyecto de Promoción de las Exportaciones de Agroalimentos Argentinos (PROARGEX), director general de Indra Sistemas (España) en Beijing entre 1998 y 2006, coordinador del proyecto Asia Pacífico del Ministerio de Economía, consejero económico de la Argentina en China entre 1981 y 1985, docente e investigador en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, Universidad del Salvador, Universidad Nacional de Quilmes y Universidad Di Tella. En 2012, publicó *China. Un mundo para negocios*.

**José Alberto Bekinschtein**

Primero, muchas gracias a Fernando, a Guillermo, a los organizadores, por la invitación a participar de este panel. Invitación que considero inmerecida pero acá estamos.

Quería básicamente comentar con ustedes algunas cuestiones como la situación actual de China en el mercado de alimentos, sus políticas agrícola y alimentaria y cómo esto influye en un país como el nuestro, supuestamente protagonista –“supuestamente” por lo que vamos a ver– en el mercado de alimentos.

Hace casi veinte años, Lester Brown, a quienes ustedes deben conocer, dijo esto, que no voy a leerlo porque jamás leo los Power Point porque me parece aburridísimo [se lee en pantalla: “Cuando China, un mercado diez veces mayor que Japón comience a importar, no habrá granos suficientes en el mundo para satisfacer esa necesidad”]. Lo que planteaba Brown era una situación crítica en 1995, tres años después de que se ratificara la fuerte política de apertura de Deng Xiaoping en China, mientras de este lado se pensaba en qué pasaría con el incremento del consumo de alimentos. Eran los momentos en que se iniciaba esa importante transformación que hoy estamos viendo.

El libro que marcó un rumbo y que de alguna manera despertó cierta sensación de dramatismo en el mundo era *Who Will Feed China?: Wake-Up Call for a Small Planet*. Y por supuesto la pregunta que todo el mundo se hacía y que hoy volvemos a plantearnos de alguna manera es la misma: quién alimentará a China. Bueno, desde 1995 hasta estos momentos que estamos hablando, la respuesta a esa pregunta es, pues: los chinos.

Los chinos han venido alimentando a China desde por lo menos los años 90 con seguridad y, realmente, en términos de generación de *output* agropecuario

y de producción de alimentos, las políticas chinas, en los escenarios en los que se han desenvuelto en las últimas dos décadas, han sido especialmente exitosas.

China ha logrado, entre otras cosas, entre 1983 y ahora, incrementar en un 1100% la producción de carnes; entre dos y tres veces la producción de granos desde esa época. Entonces es posible que la pregunta de Lester Brown fuera, en ese momento, anacrónica; pero lo que no es claro es que lo sea hoy.

China ha logrado incrementar el consumo y además la demanda y la producción, entre otras cosas, de carnes, que a nosotros nos interesa especialmente. Y hoy es un país que consume más carne que Estados Unidos. Pero además, hasta hace menos de diez años, China era un exportador neto de alimentos. O sea que China en realidad, en parte, en una pequeña parte, estaba alimentando al mundo, sobre todo a la región asiática.

¿Cuáles son los problemas entonces que hoy nos encontramos en cuanto al escenario de producción y demanda de alimentos en China?

A la pregunta de Lester Brown de quién alimentará a China, agregamos otra pregunta (o los chinos, y recientemente el gobierno chino, agregan otra pregunta): ¿Con qué nos alimentaremos en términos no sólo de cantidad (que hace a la seguridad alimentaria) sino también en términos de calidad, que hace a la sanidad alimentaria según parámetros actuales?

Estas son las dos preguntas y este simpático panda [en referencia a una imagen en la pantalla], que apareció en el China Daily el año pasado en la portada, esquematiza bien esta cuestión. El tema de las cantidades: quién alimentará a China. Y el tema de la seguridad alimentaria en términos de calidad y confiabilidad de la alimentación.

Decíamos que varios años después de la pregunta de Lester Brown, China era un exportador neto de productos agrícolas y de alimentos. Por el año 2004, 2005, empieza a vislumbrarse un punto de inflexión, cuyas consecuencias estamos viviendo; en términos de comercio agrícola, se visualiza en el déficit: en 2008, China pasa a ser un importador neto de productos agrícolas. Pero hasta ese momento, China tenía excedentes para exportar, sobre todo en materia de arroz, de maíz y de conservas de alimentos, y de pescado.

Desde el momento en que se incluye gran parte de la población rural en el circuito urbano (unos 250 millones de chinos que vivían en el sector rural se incluyen como población urbana); desde el momento en que se crea una clase media de unos trescientos millones de habitantes (que se espera que se duplique en los próximos cinco o seis años), el gran logro de China como país, como gobierno y como sociedad ha sido mantener un nivel aceptable –o más que aceptable– de autosuficiencia alimentaria, cuando las condiciones de ingresos de la población, cuando las condiciones de restricción de la tierra cultivable, cuando las condiciones de infraestructura, de presión sobre esa infraestructura han cambiado enormemente en los años recientes. Esto es, de alguna manera, una

epopeya en la historia económica reciente del mundo: cómo China ha logrado mantener niveles de autosuficiencia relativamente altos. Hoy el planteo es un 95% de autosuficiencia, o sea que China solamente debe importar el 5% de sus necesidades de alimentos básicos. Y esto en realidad se estaría cumpliendo si no consideráramos las semillas oleaginosas (que parte nos corresponde a nosotros); pero de hecho, si las incluimos, estaríamos en un nivel de autosuficiencia del 88%, lo cual no deja ser loable.

A fines del año pasado, la FAO y la OCDE trazaron una prospectiva de la situación china en materia de alimentos, entre otras cosas, tratando de responder –veinte años después– la primera pregunta que nos hacíamos. Y el resultado está sintetizado en un cuadro, que yo resinteticé porque presenta el panorama con todos los grandes productos agrícolas y alimentos, y yo seleccioné sólo los que nos interesan más. Este cuadro ofrece un panorama relativamente tranquilo, más allá de los llamados dramáticos que aparecen cada tanto en medios o en artículos académicos.

En términos de esta prospectiva, realmente, el único ítem en que se produciría un problema básico de insuficiencia en el abastecimiento alimentario –si no aparecen, como decimos los economistas, cisnes negros– sería el de las semillas y frutos oleaginosos, algo que es importante para nosotros.

La importación china de algunos otros productos que resultan también de nuestro interés podría aumentar sus volúmenes. Según FAO-OCDE, hasta 2022, habrá aumentos significativos en granos gruesos, manteca, quesos y leche en polvo. En el resto de los rubros (trigo, aceites, carnes vacuna, ovina, porcina, aviar y pescados) no habría cambios sustanciales en términos de volumen de importación esperada. Sólo las semillas oleaginosas y, básicamente, los productos lácteos, son aquellos en los que realmente se calcula –por los cambios de dieta y por la producción china esperada– variaciones importantes en el comercio de China, ya que habrá una evolución de importaciones que duplican o se triplican las de 2012. El caso de los quesos, por ejemplo, es bastante importante. Estamos hablando de una triplicación de las importaciones esperadas para los próximos años.

Los problemas de China. Yo sintetizo estos problemas en básicamente tierra, agua, contaminación. Estos son los desafíos que China enfrenta en términos de producción agrícola y de alimentación para los próximos años; hay otros, pero –dado el tiempo– vamos a dedicarnos a mencionar estos. Hay una gran distancia en la capacidad de producción de China, para una población de 1.350 millones de habitantes; y la Argentina, para una población 30 veces menor que la China.

El problema de las tierras. China, desde la época imperial, tiene un stock de tierras cultivables relativamente estable. Todo el esfuerzo para aumentar la producción, sobre todo en estos últimos veinte años, estuvo enfocada en el incremento de la productividad, tanto en la productividad de los factores (la tierra, por ejemplo) como la productividad total (en función de la inédita incorporación de tecnología, de nuevas variedades y de nuevas metodologías). China está invirtiendo ahora un poco menos del 1 por ciento de su producto agrícola en investigación y

desarrollo. El nivel sugerido por la FAO es un poco más del 1%, pero se calcula que esto va a crecer rápidamente.

¿Cuál es el problema? El stock de tierras no se ha movido o se ha movido muy poco desde la época de las dinastías chinas. Las tierras arables, las tierras cultivables de China, son aproximadamente el 12% de todo el territorio del país. 12%.

La “línea roja” que plantean los académicos agrícolas, bajo la cual empieza a haber problemas para la autosuficiencia, son 120 millones de hectáreas cultivadas y, en este momento, estamos en el orden de entre 122 y 125 millones. El esfuerzo de industrialización, de incorporación de aeropuertos, de autopistas, ciudades y –por qué no– campos de golf, en los últimos años, ha determinado una pérdida de casi 700.000 hectáreas por año y unos seis millones de hectáreas en los últimos diez años. Es decir, ha habido un cambio del uso de tierras para la agricultura a un uso mucho más rentable. Gran parte de la acumulación de riqueza en China está dada por la transformación de tierras rurales de bajo valor inmobiliario en tierras urbanas de cien o mil veces el valor de la tierra rural original, que ha dado origen a una mayor riqueza general y sobre todo a una mayor riqueza de algunos jerarcas locales. Pero esto ha implicado una muy importante pérdida de territorio dedicado a la producción rural.

En el caso que nos toca, el caso de la soja, hay una evolución que me gusta comentar, porque es de largo plazo. En el período 1955-58 el área sembrada con soja en China superaba los 12 millones de hectáreas; ahora estamos en los 8 o 9 millones, de acuerdo con el año. O sea que ha habido cambio en el uso de las tierras hacia cultivos menos intensivos en el uso de aguas y, por supuesto, mucho más remunerativos en términos de valor unitario. La soja no es un caso; en cambio, las hortalizas, la acuicultura sí son casos de reemplazo por cultivos de mayor valor unitario.

Tanto en el caso de la soja como en los de otros cultivos de los que podemos hablar, ha habido un incremento enorme en la productividad, que en los últimos años ha tenido, por supuesto, un amesetamiento, por lo que sabemos de los rendimientos decrecientes o constantes en escala, una vez que se logra cierto salto en tecnología. No se puede mejorar siempre la tecnología, ni los fertilizantes, ni los agroquímicos, ni lograr todos los años mejores cepas o mejores variedades. Hay cierto momento en que se llega a una terraza.

En el tema de la tierra (que es de lo que estábamos hablando), hay otra cuestión, central, que se ha planteado en las últimas reuniones del Partido y sobre todo en el tercer plenario del Partido en noviembre de 2013. Es el tema de la propiedad de la tierra. El promedio en China de la unidad agrícola es más o menos 0,65 hectáreas. (Los que aquí están saben bastante más que yo de producción agrícola, y tienen una idea de cuál es el tamaño comparado con la Argentina o con Estados Unidos.)

Entonces hay un esfuerzo importante en este momento de cambiar las condiciones de la propiedad agrícola, de ofrecer titularización y de tratar de concentrar la

propiedad en dimensiones más sustentables y más eficientes; lo cual, a su vez, genera una expulsión adicional de campesinos hacia las ciudades y un cambio en la dieta y una mayor demanda de alimentos.

Los problemas sobre la tierra: la contaminación. Esta foto, tomada recientemente, simplemente es un escenario bucólico de esta vieja campesina trabajando su tierra; pero esto sería efectivamente bucólico si en el *background*, en el horizonte, no hubiera una planta, una planta química que, entre otras cosas, utiliza plomo. Hace dos años, por ejemplo, en la ciudad de Cantón se encontraron varios embarques de arroz con residuos importantes de cadmio, que es un componente de la actividad minera.

Y por aquí entramos entonces en el otro aspecto: el tema del agua, la contaminación de napas, qué va a pasar con el futuro de los recursos hídricos en China. La disponibilidad de agua per cápita es aproximadamente un tercio del promedio mundial. La mayoría de ustedes saben más que yo de esto, pero acá tenemos un equivalente de cuál es la utilización relativa de agua en cada uno de los cultivos o actividades agrícolas; y si ustedes se fijan la parte de arriba y la parte de abajo, está muy claro por qué China importa de la Argentina granos de soja y no importa carne.

Respecto del agua, es común encontrar fotos e imágenes de algún lugar desertificado en la planicie de China, donde se cultivan prácticamente dos tercios del arroz, de los granos que sirven para la alimentación humana. A lo largo de siglos, pero sobre todo durante las últimas dos décadas, los grandes acuíferos subterráneos fueron mermando y, junto con el agotamiento de las nieves de las montañas del oeste y del Himalaya, han ido produciendo un dramático avance del desierto. Yo estaba en Pekín por primera vez en los años 80, y el desierto estaba a unos 500 kilómetros de Pekín. Hace diez años, 250 kilómetros; y cuando llega la primavera, que supuestamente es la estación más benigna, uno se ve tapado por los vientos que traen unas arenas amarillas de Mongolia.

Entonces, el tema de la tierra y del agua (o de su falta) es una cuestión importante. Para dar una idea de lo que se pretende hacer para cubrir las necesidades de agua de las ciudades y las planicies del norte del país, digamos que se desarrolla en este momento uno de los proyectos probablemente más importantes de la historia de la ingeniería humana en materia de traslado de agua, que es la construcción de tres canales que van desde río Yangtsé –en el centro de China– al río Amarillo, a Pekín y la planicie del norte. El costo de este proyecto oscila entre los 60.000 y los 70.000 millones de dólares. Y tal vez esto soluciona un problema a corto plazo en un lado, pero posiblemente cree problemas en el otro. Pero la idea, más allá de discutir la factibilidad del proyecto, es el cariz realmente dramático con que las autoridades chinas y la sociedad china están caracterizando la cuestión del agua.

¿Cómo se soluciona esto? Bueno, en parte, con el tema de los avances y los éxitos en materia de tecnología, en materia de inversión agrícola. Pero también con un fenómeno relativamente reciente: las grandes inversiones –por ahora pocas aunque más bien grandes de China– tanto en cultivos de tierra sobre todo en África

y en algunas zonas de América del Sur como –más recientemente– inversiones de capital en empresas de agroalimentos ya existentes, sobre todo aquellas con capacidad de producción propia.

En Wall Street Journal publicó en 2014 una lista con las mayores compras chinas de compañías extranjeras, de las cuales la más importante de 2013, la adquisición por parte de un grupo chino –liderado en realidad por Goldman Sachs– de uno de los frigoríficos (*Smithfield Foods*), si no el más importante uno de los más antiguos de carne porcina en los Estados Unidos, por un monto de 4.874 millones de dólares. Otras inversiones se realizaron en el sector lácteo en Australia y Nueva Zelanda; en pesca, en Perú; en panificados, en Israel. Y, finalmente, las dos últimas operaciones que han tomado notoriedad son las de COFCO comprando la mayoría de Nidera –que tiene también una importante base de negocios en la Argentina– y sobre todo la que está negociando actualmente con *Noble Agriculture* (de Hong Kong), que es prácticamente una de las cinco hermanas mayores en el mundo de comercio de granos y alimentos en la actualidad.

¿Qué es COFCO? Para dar una idea de cuál es la proporción de los actores que se están moviendo respecto de nuestros propios actores –que son empresas argentinas productoras de alimentos–, no nos alcanzaría con observar el edificio de COFCO en Pekín (cerca de la vieja estación), que es realmente enorme. COFCO es una empresa de múltiples ramas que tiene producción propia, sedes y subsidiarias en prácticamente todo el mundo asiático, africano y una importante subsidiaria en Estados Unidos, y cuya facturación total el año pasado fue 34.000 millones de dólares, algo así como el 8% del PBI argentino. No hay ninguna firma alimentaria argentina que esté cerca siquiera de esto.

Esta es la actual estrategia de China. Por un lado, garantizar la autosuficiencia, o al menos la máxima autosuficiencia posible (alrededor del 95%); y por otro lado, garantizar las fuentes de aprovisionamiento exterior. Esto es una decisión política que no ha cambiado desde los tiempos de Mao, ya que (y no deja de tener cierta lógica) no es posible dejar al mercado, al mercado internacional en este caso, que garantice la alimentación de 1.350 millones de personas. Entonces, por un lado, garanticemos una producción de alimentos básicos sostenible para la población y, por el otro, marginalmente, generemos negocios de producción y de comercialización en el exterior.

Finalmente, quería mostrarles un gráfico en el que vemos que más del 90% de nuestras exportaciones agrícolas a China son porotos y aceite de soja. Yo creo que habla por sí mismo. Incluso la confusión de las etiquetas que refieren a los cinco o seis productos restantes, que reparten un porcentaje muy menor. Esas etiquetas se refieren a productos no *commodities*, no oleaginosos, no aceites y no subproductos. Son básicamente alimentos frescos finales o alimentos procesados finales. Como ven, es relativamente insignificante la participación de esta producción. En términos del total de alimentos que importa China, la Argentina participa en no más del 0,7% de las importaciones totales de China. Si solamente tomamos los rubros en los que la Argentina tiene producción o aquellos en que China importa de países similares del hemisferio sur (un trabajo que habíamos

hecho con Guillermo Santa Cruz hace dos años), esta participación que es del 0,7% para los alimentos, sube al 0,9. Con lo cual vuelvo a mi comentario de origen: ¿la Argentina es, supuestamente, un país protagónico en materia de producción de alimentos o es un país protagónico en materia de producción, sobre todo, de alimentos para animales? Y los dejo con la duda.

*Muchas gracias.*



Entre 2000 y 2008 se desempeñó como cónsul general y director del Centro de Promoción Comercial Argentino (Shanghai). Es director de Posgrados de la Escuela de Estudios Orientales de la Universidad del Salvador desde agosto de 2013. Es asesor permanente de la Cámara de la Producción, la Industria y el Comercio Argentino-China, y asesor del Centro de Estudios Latinoamericanos del Instituto JinLing, perteneciente a la Universidad de Nanjing. Integra también el Consejo Académico Argentino Chino, constituido entre el Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI) y el Shanghai Institute for International Studies (SIIS).

### Miguel Velloso

Buenas tardes a todos, muchísimas gracias por la invitación al ex decano (y amigo) Fernando Vilella, y a todos los anteriores participantes que me han precedido.

Un tema bastante poco tratado en nuestro país. Y me parecía que era importante llamar la atención sobre él, en esta catedral del conocimiento, porque creo que va a ser uno de los temas que más nos va a involucrar en los años futuros. Me refiero a la reconfiguración de los espacios geoeconómicos asiáticos y la inserción comercial argentina en Asia.

Cuando encaramos desde la óptica comercial el fenómeno asiático, lo primero que se observa es que nos encontramos en el medio de un proceso de rebalanceo geoeconómico mundial, que busca reordenar el comercio mundial sobre la base de otro tipo de intereses, y que ha generado un ejercicio de asociatividad en el que cada actor internacional –de acuerdo a su propio peso específico y dentro de su ámbito regional– busca liderar, o coordinar de alguna manera con sus pares, a fin de lograr un posicionamiento nuevo junto con otros socios con los cuales comparte su visión. Y en este contexto, cabe preguntarse si las decisiones estratégicas que va adoptando nuestra región están siendo decididas entre las mejores alternativas para nuestro país y nuestra región, o invitan un poco a corregir el rumbo.

En este momento, existen básicamente dos escenarios en disputa. Uno está vinculado con los niveles de la integración y, el otro, con el aislamiento, cosa que en realidad está fuera de cuestión en casi cualquier lugar del mundo. No es una opción que amerite un análisis profundo por parte de nadie. La discusión hoy es entre niveles de integración como instrumentos de desarrollo de los países emergentes. Y, sin duda, la proliferación de acuerdos de complementación de los últimos años puede ser atribuida ciertamente a varios factores: un lento y complejo proceso de negociaciones en el marco de los organismos internacionales, en la OMC especialmente, donde el norte y el sur mantienen apuestas ajustadas a sus propios intereses; la relativa debilidad de los procesos de integración regionales; la búsqueda bilateral y regional de ampliar y diversificar los mercados. Lo cierto es que esta tendencia a generar acuerdos, ya sean intra o interregionales, es un fenómeno generalizado y activo en casi todas las regiones del mundo.

Hoy existen formalmente notificados en la Organización Mundial de Comercio, 379 acuerdos comerciales constituidos por 26 uniones aduaneras, 118 acuerdos de integración económica, 235 acuerdos de libre comercio, la mitad de los cuales han sido negociados en el marco del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés). También debemos tener en cuenta aquellos que se encuentran en proceso de negociación, como los de alcance global que se han dado en denominar los mega acuerdos regionales, como ser el Trans-Pacific Partnership, el Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP, Unión Europea + Estados Unidos), el que involucraría a la Unión Europea y MERCOSUR, los que relaciona el ASEAN con otros países (India, Japón, Australia...), la zona de libre comercio entre los miembros del APEC... Quizá uno de los que más deba tenerse en cuenta es el que se ha denominado Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), que comprende a los diez miembros de la ASEAN y sus *FTA partners*, es decir: Australia, China, India, Japón, Corea del Sur y Nueva Zelanda, que tiene previsto concluir en 2015 y que engloba a casi la mitad de la población mundial, un PBI combinado de 17 billones de dólares y el 40% del comercio mundial.

Para que vean un poco cuál es la relevancia de producto y de comercio total dentro de estos acuerdos que están en vías de negociarse, un ejemplo bien claro sería el acuerdo Transatlántico, que involucra casi un 45% en el caso de las importaciones. Existen también contactos para un acuerdo entre la Unión Europea y Japón, que está en vías de desarrollo; entre la Unión Europea e India; el RCEP que se está negociando también, el Trans-Pacific Partnership; y, en nuestra región, la Alianza del Pacífico.

De más está decir que los más dinámicos en toda la promoción del comercio interregional son los asiáticos. Y lo que no cabe duda es que una vez concluidos estos acuerdos, van a ser susceptibles de cambiar o modificar fuertemente las reglas de juego del comercio internacional, lo cual nos obliga a mantener una activa comprensión a cómo se va desarrollando este proceso.

Yo creo que ha quedado bastante significativamente indicado cómo es que se da el comercio y cuán es la importancia de Asia en el mundo; creo que eso ya no se discute. Vamos a ver nada más que aún hay datos que no fueron suficientemente remarcados, como es el comercio interregional.

En este momento, Asia puede ser considerada por su PBI, que no solo es similar a los de Estados Unidos y Europa sumados, sino que será 50% superior en 2030. Los ingresos per cápita en este momento superan los 5.000 dólares en términos de paridad de poder adquisitivo. De los 49 países, solamente siete tienen ingresos per cápita inferiores a 1.000 dólares. Por lo tanto, ya podemos considerar que es una región de ingresos medios. Y el consumo viene creciendo y puede aumentar alrededor de un 9% anual en las próximas dos décadas. El 70% del comercio sur-sur es intraasiático y, lo más importante –cosa que ha sido resaltada en la exposición que hicieron mis precedentes– es que, por los cambios estructurales producidos, el patrón de la demanda futuro dependerá mucho más de los mercados en desarrollo de Asia que de Estados Unidos y de Japón.

El comercio entre Asia y América Latina también viene creciendo significativamente, aproximadamente un 20% anual; y un dato que se resalta poco es el siguiente: de mantenerse este patrón, en menos de diez años nos vamos a constituir –como región– en el segundo socio de China, superando incluso a Europa.

Y en nuestro país, con todos los recursos naturales que hoy tiene, obviamente no hay ninguna duda de que el sector agroalimentario es el que puede capitalizar todos estos beneficios.

El tema del agua ha sido resaltado también. La producción agroalimentaria está limitada por eso. En 2030, el 41% de las reservas de agua habrán sido agotadas. Se habla ya mismo de que, por el efecto invernadero, ya se ha consumido gran parte de lo que se conoce como “tercer Polo”, el Tíbet, que es lo que prácticamente alimenta la mayor parte de los ríos de Asia, ya sea por el lado de China o de la India.

Satisfacer la demanda de alimentos requerirá, en los próximos treinta años, agregar 120 millones de hectáreas, según un informe de la FAO; y más de la mitad de estas nuevas tierras cultivables estarán ubicadas en solamente ocho países, cinco de los cuales están en América Latina, que es caso Brasil, Argentina, Bolivia, Paraguay y Colombia. La dependencia alimentaria, por lo tanto, como ha quedado resaltado, es ya un hecho desde el momento en que, en el año 2003, se ha roto la autosuficiencia alimentaria, y la demanda viene creciendo a un orden del 35% interanual.

Vemos lo que representa Asia actualmente. También es una región que cuenta con las mayores perspectivas de crecimiento en las futuras décadas. Tiene el 31% de las exportaciones mundiales, el 48% de la población; vimos el PBI per cápita... Pero podemos dar algunas cifras adicionales.

Y si vemos cuál es nuestra participación regional (América Latina) en materia de productos exportados a China e India, notaremos que solo somos significativos con China y en cuanto a productos primarios. En el quinquenio 2006-2010, nuestra participación en las importaciones chinas de productos primarios conforma el 17% del total (contra el 6,8% del ASEAN). Ni siquiera en la India somos más importantes que los países de la ASEAN como proveedores de alimentos. En materia de manufacturas de recursos naturales somos pocos significativos: ASEAN le vende a China el 13,3% de lo que China importa en este rubro (América Latina, el 9,2); y nuestra participación en estas importaciones de la India es del 2,8%, contra el 15,8 de ASEAN). Y ni hablar exportar manufacturas de baja, media y alta tecnología. Con lo cual creo que el agrícola es el segmento que más correspondería ir capitalizando e interactuando.

Todos estos factores nos invitan a preguntarnos entonces cuál es el alcance de la regionalización asiática y, en especial, cuál debería ser nuestra estrategia regional específica para encarar este desafío. La forma en que nosotros lo encaremos y la forma que adquiera toda esta integración interasiática, ya sea cerrada o de una forma abierta, conllevan la capacidad de modificar sustancialmente las condiciones de inserción de nuestra región en el sistema global.

Es de prever que, una vez concluidas todas estas negociaciones de megaacuerdos, incluidos los asiáticos, se va a registrar un fuerte descenso de todas las barreras arancelarias y un sustancial incremento de las para arancelarias. Y habrá una generación de nuevas cadenas de valor regionales que competirán con nuestra producción industrial o agroindustrial, pero en especial nos toparemos con normas y prácticas que estarán hechas a imagen y semejanza de los nuevos actores emergentes, hacedores de nuevas reglas, entre los cuales resulta necesario formular propuestas adecuadas.

La CEPAL ya advertido insistentemente sobre las dificultades que encontrarán nuestros países en su comercio interregional con Asia, si no se insertan en el tiempo oportuno.

¿Y qué es lo que caracteriza hoy al comercio interasiático? Aquí tenemos que algunas economías están aplicando ciertos aranceles, especialmente en materia de agricultura, que son elevados, en particular es el caso de la India (tanto para productos agrícolas como no agrícolas). Y todo esto va a ser determinante si nosotros no estamos insertados en alguno de estos esquemas. Hoy China integra, junto con los países de su zona, una plataforma regional en la que directamente ha constituido un “sistema comercial integrado”, que tiene un carácter bastante distinto de la estructura de los intercambios interregionales, y constituye un esquema económico definitivamente intra-industrial, ya que se materializa en intercambio de productos de la misma naturaleza industrial. Mientras, América Latina es aún interindustrial, ya que prácticamente estamos importando manufacturas y exportando materias primas.

Los problemas arancelarios también van a sobrevenir de todo este *spaghetti bowl*, como se le llama a esta red de acuerdos que se están registrando; porque esta intrincada red otorga preferencias a los productos de su región y ello que constituirá la principal barrera que habrá para la diversificación del comercio latinoamericano. Casi la mitad de las corrientes comerciales de Asia Pacífico están cubiertas por algún tipo de preferencia y, cuando concluyan estas negociaciones, este porcentaje será mayor. Para colmo, la entrada en vigor en el 2010 de la zona de libre comercio entre China y ASEAN, un espacio de 1.900 millones de habitantes, puede afectar la competitividad de todos nuestros productos.

Los productos básicos y sus manufacturas, que América Latina exporta, además de competir con las economías asiáticas, competirán, según el producto, con economías como Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, países asociados a Asia a través de acuerdos preferenciales. Si a eso le agregamos los problemas que tenemos de logística, de infraestructura, la reestructuración de nuestros corredores físicos, los retrasos tecnológicos comparados con la formación de los productos industriales asiáticos y el desconocimiento –especialmente de nuestros empresarios– de esa región, estamos realmente en un serio problema.

Justamente, el tema fundamental mío era llamar la atención sobre la apatía, especialmente de nuestros socios del MERCOSUR, y la visión sesgada de la realidad mundial por parte de la dirigencia regional, que hoy frena la evaluación de las alternativas superadoras para nuestro país.

Ahora analicemos un poco, comparativamente, cuáles son los instrumentos que tenemos en este momento a mano. Por un lado, hemos tenido una invitación china en el año 2008, igual que lo sucedido previamente con la Unión Europea, para que fuéramos consensuando una estructura planificada de la evolución de los intercambios regionales por la enorme complementariedad que se registra. Efectivamente, ellos fueron marcando en ese Libro Blanco de octubre de 2008 (que los invito a leer, son apenas unas páginas y las pueden encontrar en internet) el camino que transitarían (y que están transitando desde hace cinco años con mucho éxito) y dónde han fijado su derrotero. Por parte de nuestra región no ha habido ningún tipo de respuesta coordinada, generalizada. Algunos países han avanzado individualmente a través de iniciativas (los países del Pacífico), mientras que el MERCOSUR, que incluso fue invitado por el mismo primer ministro Wen Jiabao a la visita de agosto de 2012 que estuvieron comentando antes, tampoco encaró este desafío.

Hoy nuestra región se encuentra en una encrucijada que debe encarar decididamente y un error de apreciación puede tener graves consecuencias para los países que no hayan sabido leer oportunamente las tendencias globales. Si se consolidaran las posiciones deslizadas en las intervenciones oficiales de nuestra dirigencia en el MERCOSUR y el ALBA, la región estaría frente a una fragmentación virtual entre una fuerte mirada hacia el Pacífico por un lado y la indefinición total por el otro.

América Latina hoy está atravesada por diferentes visiones políticas, económicas y sociales, en las que se enmarcan los proyectos de desarrollo. Una, con un fuerte carácter endógeno, por la vía de Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), ALBA, MERCOSUR, con un fuerte carácter intervencionista del Estado para contrarrestar lo que considera “los desequilibrios sociales productos del librecambismo”. Y, la otra, de carácter exógeno, por vía de las alianzas de los países del arco del Pacífico americano con las economías del Asia, hacia lo cual va enfilada la Alianza del Pacífico y otras iniciativas, todas con vocación de integrarse al proceso de globalización comercial. Pero lo grave de todo esto es que América Latina carece de una unidad de criterio respecto de los temas básicos de su integración y vinculados con el mundo exterior. Ya hemos visto cómo en el caso de Chile, de Perú, incluso de Costa Rica, han sellado ya acuerdos de libre comercio con China. También Colombia se encuentra en proceso de negociación, y han sido también activos promotores de iniciativas subregionales.

El Arco del Pacífico fue una iniciativa, lanzada por Colombia en 2006, promotora de una suerte de espacio de diálogo político a fin de, justamente, concertar y conversar temas económicos sociales para encarar una propuesta integradora. Pero quiero plantearle el surgir de la Alianza del Pacífico para ver de qué forma cada una de las regiones está encarando este desafío. La Alianza del Pacífico tiene un enfoque predominantemente comercial y no político. No cuenta con un liderazgo indiscutido, y es una creación impulsada por Perú y luego por Colombia, que finalmente tiene hoy el fuerte peso de México, un elemento nuevo que debe ser evaluado por nuestra región. Resulta sintomático que Mé-

xico, nada menos que desde su ingreso en NAFTA en 1994, tomó distancia de los procesos de integración de los países del sur liderados por Brasil y se alineó con los postulados definidos por los socios del norte: Estados Unidos y Canadá; y hoy se ha convertido en uno de los más dinámicos emprendedores y fomentadores de esta idea.

Hay diferencias de enfoque que son bastante notables y que deberían ser apreciadas y eso es lo que sugeriría, por lo menos hoy.

Si focalizamos en la divergencia, vemos que el MERCOSUR es una unión aduanera imperfecta, un proceso de integración cerrado, que busca más la integración política y está orientado a la región; en tanto que la Alianza del Pacífico promueve un mercado común con tratado de libre comercio y un proceso de integración abierto, aperturista, orientado hacia el Pacífico y integrado por países que ya forman parte del APEC y –este es un dato que es extremadamente relevante– además están dos países que ya forman parte de OCDE (México y Chile).

Todos los países de la Alianza del Pacífico tienen tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Unión Europea, firmados antes de 2012. Y los acuerdos con Estados Unidos no sólo cubren aranceles sino que se extienden también a otro tipo de disciplinas, como la propiedad intelectual, inversiones, etc., lo que pone una gran presión sobre los países en desarrollo para adaptar las legislaciones nacionales. Mientras que los tratados de libre comercio que hemos suscripto como MERCOSUR han sido con países extrarregionales y de poco peso, como Egipto, Palestina, Israel; también tenemos una zona de libre comercio con Perú, Chile, Bolivia, Comunidad Andina y acuerdos de preferencias fijas con la India y la Unión Aduanera de África Austral (SACU, por sus siglas en inglés); muchos de los cuales ni siquiera son conocidos por nuestros empresarios. Yo me he encontrado con empresarios que comercian con Israel y no tenían ni idea de que existía esto. Hay poca publicidad.

En caso de México, cada país miembro del MERCOSUR ha firmado acuerdos de preferencias dentro del marco de la ALADI. El objetivo principal de la Alianza del Pacífico es consolidar un mercado único para su producción, atraer inversiones y profundizar la estrategia de apertura. Y todos obviamente tienen una estructura productiva basada en recursos naturales y agricultura y descartan en gran medida competir con la industrialización, ya que sería ineficiente para el resto de su economía. El caso de México es distinto porque tiene recursos energéticos y fuertes inversiones de multinacionales para el mercado estadounidense.

El MERCOSUR hoy está orientado al mercado interno, regional más que al global y la Argentina y Brasil tienen una fuerte protección arancelaria para proteger su sector industrial, especialmente de la competencia asiática. Hay excepciones, por supuesto, como en el caso automotriz, en el que se han coordinado políticas macro; pero en el resto de los sectores, especialmente en el sector agrícola, no encontramos ni siquiera una coordinación de acción regional.

La Alianza busca una interdependencia con el resto del mundo, busca desarrollar un mercado de escala de bienes y servicios aumentando competitividad y tiene un arancel promedio del 6,6. Mientras que el nuestro busca la independencia del resto del mundo, un mercado regional limitado con competitividad reducida y con aranceles del 12,1.

Los dos grandes *players*, por lo tanto, son México (que se ha insertado en esta región que es el 58% del producto bruto) y, en nuestra órbita, Brasil.

Yo creo que Brasil necesita contar, de alguna manera, con una región consolidada en torno a su liderazgo; y la dispersión protagónica que tiene respecto del MERCOSUR parece que ni siquiera es aceptada por la misma dirigencia empresarial, de modo que el aislamiento ya no parece ser una opción y están buscando, por la misma presión empresarial, asociarse con la Unión Europea.

A todas luces, los únicos países que no han tomado nota de la necesidad de expandir su comercio en este contexto aperturista que libera fuerzas productivas son Venezuela y Argentina.

¿Cuáles son los escenarios posibles si vemos esto? Uno sería mantener las propuestas primarias ajustándolas a la actualidad y eliminar progresivamente la condición de imperfectas del MERCOSUR, con lo cual se conseguiría más comercio, menos asimetrías y nuevas estrategias negociadoras, ya sin las denominadas “excepciones”, que se han convertido en la regla, perforando el arancel externo común. La otra sería alejarse del mundo, mutando a un esquema que lo reúna con el ALBA y así marchar juntos todos con los postulados bolivarianos, alejándonos de los principios de los tratados de Asunción. Finalmente, una tercera sería una actualización de los postulados y metas iniciales del proceso de integración en busca de uniones y negociaciones que no sean ajenas con las claras tendencias mundiales; y recién después sería conducente analizar los temas relativos a la flexibilidad de los mecanismos para negociar con terceros países, las multimembresías o adiciones a alguno de los macromovimientos y negociaciones que hay actualmente en el mundo.

Lo primero que tenemos que hacer, creo yo –y todo el mundo se ha dado cuenta–, es resolver los conflictos bilaterales y multilaterales que tenemos. Tenemos conflictos bilaterales con 52 países que reciben el 64% de nuestras exportaciones, según estudio; y con 22 países de entre los mayores 30 inversores externos directos en el mundo. Tenemos que resolver los conflictos multilaterales en el Club de París o de membresía con el Fondo Monetario, y activar los acuerdos bilaterales y multilaterales. Todas estas gestiones deben ser encaradas simultáneamente con pragmatismo para reencaminar la estructura productiva de nuestro país, adaptándola a la demanda global y ampliando la torta de nuestro comercio exterior, si es que realmente queremos de alguna manera ser considerados nuevamente como el granero del mundo. Tenemos que potenciar el comercio exterior hacia toda la región.

Hay mucho más que hablar sobre este tema, pero se me acabó el tiempo y me



está esperando Pepe Bekinschtein, mirando con cara de apuro [rié]. Así que les agradezco mucho a todos y les dejo estas inquietudes, que son más que nada un disparador mucho más que propuestas de soluciones sobre un tema sobre el cual “de eso no se habla” y creo que debería conversarse bastante, sobre todo en las universidades.

---

*Muchas gracias.*

---



## Tecnología 1

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Miguel Ángel Calvo**

ACSOJA

B.

**María Cristina Añón**

Grupo Binacional. Ministerio Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva

C.

**Claudio Dunan**

Bioceres y presentación Especialidad en Bionegocios



Ingeniero mecánico de la Universidad Nacional de Rosario (1976), preside de la Asociación de la Cadena de la Soja Argentina (ACSoja) y también es integrante del Consejo Directivo de la Bolsa de Comercio de Rosario. Ex director del Ente Administrador del Puerto de Rosario (2001-2011) y ex camarista de Cámara Arbitral de Cereales de la Bolsa de Comercio de Rosario.

**Miguel Ángel Calvo**

Buenas tardes. Es un placer estar acá. Muchas gracias a las autoridades por la invitación. La verdad, cuando me comentaron tiempo atrás de este simposio que se iba a hacer, me pareció sumamente interesante poder concurrir, más incluso en el caso particular mío, que tengo la suerte de haber venido la semana pasada de China, y de que parte de todo lo que estamos hablando acá, lo hemos convivido, lo hemos sentido, lo hemos vivido, lo hemos bajado, a lo mejor, a la realidad de todo el mundo. Así que realmente muchas gracias por la invitación.

Paralelamente, les cuento: yo también soy productor agropecuario y tengo una industria, o sea que todo esto la vez. Y es un poco lo que hemos tratado de ver desde ACSoja –cuya constitución voy a comentar–; hemos tratado de vislumbrar el concepto, una estrategia en agronegocios para un mundo en desarrollo, en el cual evidentemente el sudeste asiático es la principal tracción y China –en este día inicial dedicado–, uno de sus principales actores.

Entonces, estamos claramente en un mundo globalizado cuyas comunicaciones son cada vez más simples y en el cual hay hechos que ocurren en una parte del mundo que, de golpe, traccionan y generan todo un movimiento en la otra, ¿no? Fijense por ejemplo el tema de Ucrania, cómo de alguna manera incentivó los precios de los granos; y todos los que un tiempo atrás estábamos pensando que el mercado iba a ser un mar de soja, de golpe vemos que los precios toman una dinámica distinta.

Y dentro de eso toda América, que –hablando un poco de la soja– es un proveedor que aporta como el 90% de la soja del mundo (y sin duda una parte importantísima del maíz, pero hablamos de soja, que es nuestro métier desde la Cadena), y el actor principal en el cual estamos nosotros insertos: Argentina,

con un montón de fortalezas, unas cuentas debilidades, pero siempre un sujeto activo en el mundo, que tiene una agroindustria para garantizar o para facilitar la seguridad alimentaria en muchos lugares del planeta. Todo lo cual no es nuevo porque, en realidad, la foto lo muestra [se refiere a una imagen que aparece en pantalla]; ahí entendemos por qué “precio pizarra”, fíjense la pizarra ahí atrás: estos eran nuestros abuelitos, evidentemente definiendo precios de lo que en su momento era el cultivo de la Argentina –que era el trigo y después el maíz–, cuando Chicago, antes de cerrar sus valores, pensaba cómo estaba cerrando Argentina. Esa era la importancia que tenía. Con puertos que empezaban a moverse, que tenían un movimiento excelente en el comercio internacional; y que hoy también han sido modificados por una alta competitividad, no solamente fabril, productiva, sino en puertos también y con un río que obviamente ha completado parte de esa salida de granos, todo lo cual redundando en nuestra competitividad, no solamente en soja sino en cultivos como el maíz y otros.

Entonces, desde la Asociación de la Cadena de la Soja, les voy a contar brevemente cómo está constituida, para que tengan una idea de qué es lo que representa.

Son en realidad seis grandes sectores. Primer sector: ciencia y técnica, ahí están el INTA, las universidades, la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombres de Tucumán. El segundo sector es el de insumos; allí están la Asociación de Semilleros Argentinos y la Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE), es decir, todo lo que es insumos está metido ahí adentro. El tercer sector es el de servicios; están los bancos: ABA y ADEBA (las dos entidades de bancos con capitales nacionales y extranjeros), asociaciones de seguros. Y así siguiendo. En pocas palabras: desde la producción pasando por la comercialización (que son todas las bolsas, el centro de corredores), en la parte por la industria, la Cámara de la Industria Aceitera de la República Argentina (CIARA), los pollos de Domenech, los biocombustibles... En realidad, tenemos un concepto de cadena en el cual cada uno de los participantes de este universo de negocio, de desarrollo y de trabajo y de desenvolvimiento para la Argentina, está ahí metido; y nuestra misión y nuestro objetivo es intentar que este éxito para la Argentina, y para toda su economía, siga siéndolo, con nuevos usos y nuevas oportunidades. Eso es lo que vamos a tratar de mostrar, que Argentina hoy es el primer exportador en harinas y en aceites de soja y el tercer exportador mundial de porotos. Este año pensábamos que iba a haber alguna transferencia entre el primero y el segundo con Brasil y Estados Unidos pero sigue siendo Estados Unidos el productor número uno de soja, y Brasil, que le faltó un poquitito más, el segundo.

¿Y qué tenemos? Y tenemos una expectativa de cosecha actual con más de 54 millones proyectados (entre 54 y 55 pensamos que va a estar), y con una superficie cultivada récord para la soja: 20 millones y pico de hectáreas que han sido sembradas este año.

Entonces, a través de eso, ¿qué vemos? Bueno, que hay una necesidad en el mundo. Esto de alguna manera es el principio de acción y reacción. Es decir:

acá está la proteína disponible porque 7.000 millones de personas somos hoy y para 2030, que es un poco el título de nuestro trabajo, estamos hablando de 8.400 millones de personas, un 20% más.

Cuando uno tira números, parece simplísimo, pero la realidad es que, eso que es tan simple en un papel, es terriblemente complejo cuando hay que pensar cómo alimentar y cómo satisfacer todo eso, en un mundo cuya producción de proteínas va a tener que incrementarse notablemente para satisfacer todas las demandas de las que estamos hablando.

Mi antecesor recién hablaba del tema de la polución. Pues bien, en las grandes ciudades de China es muy común ver a la gente con barbijo, porque realmente el problema de smog en algunas de ellas es enorme. En Beijing en este momento el smog abruma y se nota visiblemente cuando aparece un viento fuerte, o cuando llueve o nieva, porque al día siguiente la atmósfera es más limpia. O sea, estamos en presencia de situaciones que no estaban previstas y que ese cambio lo ha provocado.

(Un comentario brevísimo: siempre debemos pensar que hay una diferencia entre los conceptos de empresa, capitalismo, relación empresa privada y Estado, como los tenemos en nuestra conciencia en Argentina y el concepto, distinto, de cómo se vive en China, porque allí el Estado forma parte y el Partido forma parte de todas las actividades del capitalismo moderno, que no sé cómo se debería llamar o como se llama, pero que en la realidad siempre que uno está hablando con la empresa privada, paralelamente y en cierto modo, está hablando con el Estado.)

Hemos hablado mucho hoy, o escuchado mucho hablar, del concepto de seguridad alimentaria. Acabamos de verlo en los gráficos, pero ahora les comento nuestro resumen de un trabajo que tuvimos en esta presencia de la semana pasada allá en China, con lo que podemos ver una diferencia en lo que es el concepto de granos estratégicos para el Estado chino.

Ellos tomaron una decisión: para el trigo y el arroz, la autosuficiencia del 85%; bien, totalmente lograda. En maíz, es del 95% y –como nos comentaban esta mañana– también está; sin embargo, desde hace tres años ha empezado –por más que se quiera evitar la dependencia de la importación de maíz– otra realidad, una realidad marcada por la necesidad de importar cada vez más maíz. En este aspecto, Argentina también tiene un recurso muy importante, en un panorama en que los mercados tuvieron un traspie inesperado con los rechazos del MIR 162 (y por ahí después vamos a tocar también lo que son las aprobaciones para ingresar biotecnología). El MIR 162 es una variedad de maíz, que causó una conmoción en los mercados mundiales porque fueron rechazadas como 900.000 toneladas de esa variedad que iban de Estados Unidos a China. Y, bueno, en soja, el concepto es autosuficiencia para lo que es el consumo humano. Debemos recordar que el 99,99% de la soja argentina es genéticamente modificada; y en China, para el consumo humano, la soja es no GM. Ese consumo humano, de entre los 13 y los 15 millones de toneladas, que es lo que normalmente China está produciendo por año de soja, está garantizado. Y todo el resto es importación.

Pues bien, ya hemos hablado, y hemos escuchado acerca de la urbanización. Si uno mira la pendiente de las curvas demográficas (no sé si será por mi formación), resulta impresionante. ¿Qué pasó con una población que era prácticamente rural en 1978, que –treinta y pico de años después– vive mayoritariamente en las ciudades? Y eso que hablamos de 1360 y pico de millones, más algunos que a lo mejor no están registrados, imagínense: estamos hablando de cifras grandísimas; y casi 700 millones viven en ciudades, y con tendencia creciente. Todo eso ha sido el fenómeno del crecimiento del PBI, con épocas en que tuvo momentos de baja, pero en realidad con un PBI que, comparado con el resto del mundo, fue creciendo y son muchos años de crecimiento. Y, mientras, se dio el ingreso de aquellos ciudadanos que están viviendo en las ciudades a una clase media más determinada, con ingresos diferentes, superiores; porque si bien los ingresos de la población rural también crecieron significativamente, cuando uno compara el ingreso promedio rural con el ingreso promedio ciudadano, aquel es obviamente es muy inferior.

¿Y por qué es importante? es importante por los consumos alimentarios. Por ejemplo, los peces, huevos, pollos, cerdos y aceite vegetal han crecido enormemente. Pero hay mucho margen para crecer. Se habla de 40 millones de personas por año que ascienden a esa clase media; y todo significa kilos y kilos de productos; por lo que nos estamos dando cuenta de que este mercado, que es enorme –y que a su vez forma parte de otro mercado más grande que es el Sudeste–, tiene mucho todavía para ser alimentado y tiene mucho todavía para traccionarnos a nosotros como productores de alimentos.

Bueno. En cuanto al mercado de la soja en particular, se puede observar cuán importante es frente a las otras oleaginosas. De la misma manera, hablando de lo que son harinas proteicas, la participación de la harina de soja es enorme. En todo lo que es proteína, evidentemente es el actor principal. Hablando de los aceites comestibles, ahí es un poco menor la participación, pero aun así es casi la mitad de lo consumido, y realmente nos damos cuenta de que sigue habiendo un efecto de tracción para nosotros, porque nuestro famoso poroto es un 18% de aceite y el resto son proteínas fundamentalmente, o sea que es música para nuestros oídos estas proporciones de participación.

Un comentario, humorístico no, pero sí anecdótico. Tuvimos una reunión (la semana pasada volví de China), formando parte de una organización llamada Alianza Internacional de Productores de Soja (cuya sigla en inglés es ISGA: International Soybean Growers Alliance), y que está constituida por la American Soybean de Estados Unidos, la United Soybean Board también de Estados Unidos, Prosoya de Brasil, ACSoja de Argentina, la Mesa Oleaginosa de Uruguay y, por Paraguay, CAPECO, que es como si fuera la ACSoja de Paraguay. ¿Y cuál era la definición? Era una cita convocada por las autoridades chinas y coordinadas por estos cinco partícipes a los efectos de discutir cómo se garantiza la seguridad alimentaria y cómo se busca, por otro lado, la certeza de las aprobaciones de los eventos biotecnológicos.

Estando con el tercero en orden de importancia del Ministerio de Agricultura,

él hablaba de todo este incremento, ¿no? Y el incremento del consumo de soja, que es lo que vemos ahí graficado, una pendiente positiva enorme pero cada vez más alta. Entonces en un momento dado, dice: “Miren, nosotros estamos previendo que para el año 2020...”. (2020, es a la vuelta de la esquina; porque el 30 es cerca, pero hasta 2020 estamos hablando de cinco años. Acá en Argentina, pensamos: 2015, elecciones y qué se yo; bueno, son cinco años más, nada.) Entonces, dice: “Vamos a consumir 100 millones de toneladas de soja en 2020”. Si la producción china, para consumo interno, está en el orden de los 10, 12 millones o 15 millones de toneladas, haciendo un número rápido quiere decir que van a tener que importar 85 o 90 millones de toneladas.

En 2013, China importó 62 millones. Y en cinco años tendrá que importar un 50% más. ¿De dónde va a salir esa soja? Imagínense lo que significa en potencial, en posibilidades... Es decir que la demanda que nos está traccionando es continua, permanece. Y cuando bajaran un poco los índices de crecimiento, esa necesidad de alimentar –por más que tengan una tasa menor de crecimiento– va a continuar, obviamente. Y la realidad es que son 1.360 millones y, con una política de natalidad un poco más flexibilizada en este momento (a partir de 2013, para aquellos que son hijos de matrimonios de un solo hijo, empieza a flexibilizarse), la tasa de crecimiento podría crecer un poco más, lo que quiere decir que estamos viendo un mercado muy bueno. También supimos que la recomendación para el consumo por parte de las autoridades chinas es de 11 a 18 kilos. Y la realidad es que en 2010 era siete kilos, y ya están previendo 10 kilos para el 2015.

De acuerdo con todas las estadísticas que hemos releído y visto y revisado con ellos, que normalmente van cumpliendo y superando en algún caso ciertos valores, los consumos totales evidentemente van a seguir aumentando.

En relación con lo que es el *crushing*, la molienda, la exportación. También nos muestran curvas atractivas, en las cuales uno ve que el concepto que nos importa, que es la importación en sí, o sea la posibilidad de esos mercados –para los cuales veremos cómo vamos a dar mayor valor agregado–, que siguen traccionando y traccionando.

Entonces, esta idea: producir más con menos recursos significa más biotecnología, expansión de áreas. Los productores mundiales que pueden llegar a abastecer esta demanda creciente son Estados Unidos, Brasil y Argentina, y también Paraguay y Bolivia, por supuesto. Pero la realidad es que Estados Unidos no tiene áreas para crecer. Solamente puede crecer con biotecnología. Brasil y Argentina son países que pueden crecer con área y que pueden crecer con biotecnología. El desafío es mucho mayor y las posibilidades son mucho mayores.

Y claramente tenemos un polo de *crushing*, como decimos, único en el mundo. ¿Por qué único? Por una gran capacidad de procesamiento pero fundamentalmente porque es eficiente cómo está concentrado. Fijense cómo es el *crushing* de China, que es mayor. China hoy tiene una capacidad de molienda de 125 millones de toneladas año. Argentina tiene un poquito menos de 60 millones, más o menos

la mitad. Pero lo pasa es que está muy distribuida; todas las partes nuevas están cerca del mar, por ejemplo en Heilongjiang —una de las provincias—; el noreste es de las zonas más productivas y en la medida que nos vamos hacia el interior disminuye muchísimo. Ahora, la realidad es que hoy toda esa industria aceitera china está en menos del 50% de su capacidad de utilización. Y parte de la explicación es esta, los números del margen bruto, visto directamente del lado chino y explicados por ellos, son números que hoy son negativos, y por eso el crecimiento de esa molienda quizá no sea tan explosivo como lo que hemos visto antes. Y sigue de todas maneras porque es una de las fuentes de financiamiento. ¿Qué significa eso? Que frente a los valores del dinero, en China de golpe les resulta más económico vender el producto por compañías chinas, cosa que para uno es medio chino básico pero, bueno, forma parte de la explicación.

Entonces, nuestro desafío es alimentar al mundo. Hay un gráfico que lo mejor han visto, que nos muestra que claramente que nosotros estaremos con posibilidad de alimentar más de 614 millones de personas para 2030. Un montón.

Pero la realidad es que hasta ahora solo estuvimos hablando de comida, ¿no? Pero ¿eso es todo lo que hay ahí? No. La cadena de la soja es en realidad un iceberg. Normalmente qué pasa con el iceberg. El iceberg, lo que uno ve, es enorme, pero siempre la masa que está debajo del iceberg es mucho mayor de lo que uno está viendo. Entonces esa es la imagen que queremos mostrar (que si yo se las cuento no va a ser tan divertido como verla). El iceberg lo que nos representa, como decía, es que lo que está arriba, lo que emerge es el negocio del poroto de la soja, es el negocio de la harina, es el negocio del aceite, es el negocio del biodiesel (que, bueno, tenemos más de 4 millones de toneladas de capacidad anual instalada, y hoy la verdad que se está aprovechando en un millón y pico; hay muchos factores para hablar pero creo que es lamentable). Pero además de eso, tenemos los derivados, que son muchos y promisorios. La glicerina farmacopea, que es un negocio que es fantástico en este momento. Tenemos nutrición animal y nutrición humana, sí, pero hay que agregar todo el concepto de la cosmética, del cuidado personal, y un nuevo concepto que es la oleoquímica, o sea una oleoquímica que es todo un derivado (como derivados hay del petróleo en la industria petroquímica), es un componente derivado del aceite renovable que no va a competir sino que va en todo caso a contribuir.

Quiere decir que la soja es mucho más que alimentación. Y esa es la oportunidad que tenemos que ver nosotros. Y es la que queremos mostrarles. Y dentro de ello, decir: “Mirá, la soja llega a tu casa y a tu cama”. ¿Qué quiere decir? Bueno, quiere decir que con el aceite de soja se puede hacer un polioli de soja. El polioli de soja reacciona con una sal y termina siendo una espuma. Si la espuma es rígida, puede ser un aislante. Si la espuma es flexible, puede terminar como hoy terminan todos los asientos de Ford en Estados Unidos, de autos, camionetas y camiones. Todos ellos tienen espuma de soja, espuma derivada de aceite de soja, que es un polioli. Y el que no la tiene ahí, la tiene en la casa, porque hay colchones y almohadas; o sea que la soja, cuidado, se mete en la casa, se mete en el auto, se mete en todos lados, y esperemos meternos mucho más todavía, ¿no? Y de la misma manera, aparecen las tintas. Ustedes vieron que antes uno agarraba

un diario y en general se manchaba todas las manos. Hoy en algunos diarios pasa y en otros no. Bueno, si tiene tinta de soja, en un porcentaje del 30% más o menos, ya no se mancha las manos, o sea que evidentemente es fantástico. En industria, también es aceite refrigerante, aceite de motores.

O sea, realmente con la soja tenemos un montón de proyecciones.

¿Qué es lo que vemos? Que hay una demanda mundial de productos en base a soja. Que hay oportunidades. Hay algún grado de incentivo que puede buscarse como para el desarrollo de ese valor agregado. Hay institutos científicos de alta calidad en Argentina, de alta prestación. Cuando empezamos a buscarlos realmente nos ha asombrado que quizás hoy en nuestras empresas en Argentina hay un divorcio con lo que es la parte científica; nosotros queremos actuar de puente, para hacer ver que podemos tener muchísimo desarrollo a través de ese *know how* argentino, de ese desarrollo para estas actividades.

También hay que hablar de la disponibilidad de ahorro interno. Es fantástico construir muchos edificios pero mucho más fantástico es si construimos fábricas y producimos, y acá hay una oportunidad concreta. Y con empresarios innovadores. Creo que todo esto forma un cóctel que puede provocarnos, incentivarnos. Hoy hablaba alguno de los anteriores del concepto de “plataforma comercial”, y eso es lo que estamos viendo. Argentina tiene las posibilidades de contar con una plataforma comercial utilizando instrumentos globales más ese ahorro interno que hoy no encuentra ubicación y que podemos dársela a través de un montón de actividades, para definir nuevas empresas y, sobre todo, nuevos objetivos.

Entonces ahí es lo que vemos, que de alguna manera es el ejemplo de Nidera y creo que es parte de esto, ¿no? Hay oportunidades. Y hay empresas argentinas que las pueden aprovechar. Hay plataformas comerciales para hacer, para apoyarse en organismos científicos y de alguna manera podemos abarcar e interesarnos en esos nuevos negocios. Con un concepto de bioeconomía en el cual realmente hay una tendencia a un reciclado de muchos de los productos, y la soja es uno de ellos, pero donde el tema de las energías, el tema de los conceptos obviamente está apuntando a un mercado global en el cual somos actores, pero en el que tenemos que tener más protagonismo.

Así que bueno, básicamente ya lo dijo Belgrano hace mucho tiempo: “La agricultura es la madre fecunda que proporciona todos los materiales” (obviamente a través de la agroindustria). Y dado que hablamos con China, también Confucio lo dijo: “El campo es la fuente de toda la riqueza humana”.

---

*Gracias.*

---

B

Investigadora asociada al Programa de Desarrollo de las Ciencias Básicas (PEDECIBA), en el área Química de la Universidad de la República (Uruguay) desde 2005, e investigadora superior del CONICET. Su línea de investigación son las propiedades físico-químicas funcionales y biológicas de macromoléculas alimentarias, en particular proteínas. Fue directora del Centro de Investigación y Desarrollo en Criotecnología de Alimentos entre los años 1985 y 2003. Desde 2004 es miembro titular de la Academia Nacional de Farmacia y Bioquímica - Sital Bromatología. Es coordinadora del Comité Nacional del Centro Argentino-Chino en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva desde febrero de 2012. Es también autora de más de doscientos trabajos en publicaciones científicas de difusión internacional y directora de medio centenar de tesis doctorales.

### María Cristina Añón

Bueno, ante todo muchísimas gracias al ingeniero Vilella por esta invitación.

Yo voy a cambiar quizás un poquito el enfoque de las charlas hasta este momento y contarles qué es lo que puede contribuir la ciencia y la técnica en la cooperación entre Argentina y China. Intentaré comentarles brevemente algunos aspectos relacionados con el Centro Argentino-Chino en Ciencia y Tecnología de los Alimentos.

Hemos estado viendo en las charlas anteriores cuáles son las fortalezas y debilidades de Argentina y de China como países productores y exportadores de alimentos tanto en lo que se refiere –en el caso de Argentina– a generación de puestos de trabajo y un crecimiento sostenido del sector de bebidas y alimentos (por lo menos hasta 2012) como en términos de exportación, de inversiones y de producción.

También hemos visto que China, con su gran población y la diferencia –como nos ha dicho Miguel Calvo recién– entre las zonas urbanas y las zonas rurales, tiene capacidad para producir alimentos y en ciertos rubros también capacidad de exportación.

Uno puede preguntarse por qué se creó este centro binacional en Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Una de las bases quizás que es esta: la experiencia que tienen ambos países tanto en producción como en exportación de alimentos; la otra, el hecho de que también ambos países cuentan con grupos de investigación consolidados, dependientes de distintos organismos en ambos países y, de alguna manera, pueden colaborar con algo que se estaba objetando: que si bien Argentina es un exportador de alimentos y un gran exportador de soja, normalmente exporta productos de primera transformación y pocos de segunda transformación; y es un exportador de, relativamente, muy baja cantidad de alimentos con alto valor agregado.

En función de eso y fruto de una misión del ministro Lino Barañao (que estuvo con ustedes esta mañana), en septiembre de 2008, el protocolo para el establecimiento de este centro binacional argentino-chino en el área de ciencia y tecnología de alimentos fue firmado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de Argentina y por su homólogo de la República China. Este centro es un centro virtual donde, digamos, se trabaja en conjunto entre ambos países, y que tiene unos pocos años en realidad de puesta en funcionamiento.

¿Cuáles son los objetivos que tiene este centro? Su principal objetivo es reforzar la cooperación bilateral en ciencia y tecnología de alimentos, con especial énfasis en ciencia y tecnología de alimentos, biotecnología, nanotecnología, producción sustentable y demás, que son las bases que ha trazado el Ministerio de Ciencia argentino en su campo de trabajo.

¿Cómo está constituido este centro? Les digo que es un centro virtual cuya

organización depende de dos comisiones o dos comités científicos. Un comité científico del lado argentino, el cual coordino y que está además integrado por representantes del Ministerio, del CONICET, de universidades, del INTI y del INTA. Del lado de la República China, el coordinador es el doctor Xiaofeng Dai, cuyo lugar de trabajo es el Instituto de Procesamiento, Ciencia y Tecnología de Alimentos que depende de la Academia de Ciencias Agrícolas (CAAS) de China. Ellos han constituido un comité científico con representantes de su Ministerio de Ciencia y con representantes del CAAS.

¿Cuál fue la estrategia elegida para empezar a trabajar? Este centro se basa específicamente en el desarrollo de proyectos de interés común entre China y Argentina. Por eso hubo que diseñar una estrategia para seleccionar esas áreas de interés común, que surgieron a partir de distintas reuniones de ambos comités académicos y también de conferencias y *workshops* en los cuales participaron diversos investigadores de Argentina y China, que relataron experiencias y resultados obtenidos por ambas partes. Estas reuniones se hicieron en Buenos Aires en 2008, Beijing 2009, Buenos Aires 2010, Beijing 2011 y está programada una reunión para septiembre de 2014 en curso en Buenos Aires para continuar el trabajo.

En primera instancia se seleccionaron tres áreas, que coinciden bastante con algunos de los aspectos que se han discutido en charlas previas. Dichas áreas son: procesamiento de carnes, procesamiento de proteínas de origen vegetal y seguridad alimentaria, que es quizás uno de los puntos más débiles de China. La mayor diferencia entre China y Argentina es la política que se siguió para ejecutar o seleccionar proyectos que trabajen en estas áreas. Argentina tiene la base en el MINCYT y, una vez fijados los temas, se hacen concursos que se subsidian a través de los famosos P.I.C.T. (Proyectos de Innovación Científica y Tecnológica), nada más que ahora son P.I.C.T. con un fin básico o fijo, que es la temática y la colaboración con grupos chinos. En cambio, el Ministerio de Ciencia y Técnica de China delegó su trabajo en la Academia de Ciencias Agrícolas que, a su vez, la delegó en el Instituto de Procesamiento de Ciencia y Tecnología de Alimentos; por lo cual veremos que, en los proyectos o ejemplos que ahora les comentaré, Argentina tiene varios investigadores de distintos grupos trabajando, mientras que en la contraparte china siempre aparece el mismo instituto. Eso nos ha traído una serie de inconvenientes, porque se manejan tiempos distintos cuando uno abre un concurso que cuando no lo abre, pero hemos ido superando estas dificultades. ¿Cuáles son los objetivos o las metas de estos proyectos conjuntos que se pretenden alcanzar desde el lado argentino? Un objetivo es contribuir al conocimiento, porque estamos en el Ministerio de Ciencia y Tecnología, y la idea siempre es contribuir con conocimientos originales en ciencia y tecnología en estas temáticas. También colaborar con el desarrollo tecnológico, la formación de recursos humanos y, finalmente, promover la transferencia de los resultados obtenidos al sector socioproductivo. (Pongo énfasis en que la diferencia entre ambos países es que, en el caso de Argentina, se da la participación de diferentes instituciones o compañías en estos proyectos.)

No es muy fácil trabajar, por lo menos en la experiencia nuestra, desde el área de

ciencia y tecnología; de hecho, en el Ministerio, es la primera vez que realmente se obtienen resultados positivos, más allá de la firma de un convenio en el área de alimentos con la República de China.

Yo les quería comentar simplemente alguno de los proyectos que comenzaron a fines de 2011 en carnes. Uno de esos proyectos está relacionado con la mejora de la seguridad y el aumento de la vida de consumo de carnes frescas y procesadas, ya sea de bovino como de ovino, aplicando nuevas tecnologías, tecnologías no térmicas (no las tradicionales). Los coordinadores de este proyecto son el doctor Sergio Vaudagna por parte de Argentina y el doctor Dequan Zhang por parte de China.

¿Quiénes participan del lado argentino y del lado chino de los proyectos? Bueno, el Instituto de Tecnología de Alimentos dependiente del INTA (el doctor Vaudagna trabaja en este instituto); un grupo de trabajo del Centro de Investigación y Desarrollo en Críotecnología de Alimentos que depende del CONICET, la Universidad Nacional de La Plata, y personal del Departamento de Tecnología de la Universidad Nacional de Luján. Y por el lado de la contraparte china, el Instituto de Agroalimentos en Ciencia y Tecnología dependiente del CAAS, y el Colegio de Ciencias de Alimentos e Ingeniería Nutricional.

¿Cuáles son los objetivos específicos de este proyecto? El primero es estudiar el efecto de dos tecnologías no térmicas: una de ellas es la de altas presiones hidrostáticas y la otra es la que emplea dióxido de carbono en fase densa; estudiar el efecto de estas tecnologías sobre las propiedades físico-químicas y sensoriales de carnes marinadas y curadas de origen bovino y ovino y también sobre productos cárnicos como las hamburguesas y salchichas. Y el segundo punto es estudiar el efecto de estas dos tecnologías sobre la inactivación de microorganismos patógenos, de cepas nativas y también de microflora endógena e inoculada a estas carnes y productos cárnicos. Quiero señalar que la tecnología de alta presión es relativamente nueva; en Argentina aún no se la utiliza en el nivel industrial y solamente hay dos o tres equipos que la usan en laboratorio.

¿Cuáles fueron hasta el momento los resultados de estos proyectos?

Algo importante para nosotros (los que trabajamos en el área de ciencia y tecnología en proyectos conjuntos) es lograr el intercambio de investigadores, que haya investigadores de la contraparte trabajando en el otro laboratorio. No fue fácil concretar estas actividades pero lo conseguimos. En este proyecto, la doctora Natalia Szerman –del Instituto de Tecnología de Alimentos– hizo una estancia prolongada en China; y el Master of Science Gao Yuan, en el Instituto de Tecnología de Alimentos. Y ahora se tiene programada otra estancia de una investigadora argentina en China.

Este proyecto ya ha obtenido resultados en términos de contribución al conocimiento original, y tres de estos trabajos han sido publicados en revistas de difusión internacional y en coautoría de investigadores chinos y argentinos, y otros dos están en revisión. Además se han hecho presentaciones en reuniones científicas en

los ámbitos nacional e internacional que le han dado a este proyecto dos premios: mejor trabajo de investigación en un congreso sobre procesamiento no térmico (en la reunión internacional que se realizó en 2013 en Brasil) y mejor trabajo de aplicación en la industria (también en el ámbito de un congreso, en este caso de nivel nacional, nuevamente en coautoría de ambos países).

Otro aspecto importante para tener en cuenta es la formación de recursos humanos en estas nuevas tecnologías; y en el caso de la contraparte argentina, hay dos tesis doctorales en curso, dos tesinas de grado también en curso y dos tesinas de grado completas.

Este proyecto ha avanzado bastante, tiene interesados por parte de la industria china; aquí es bastante más difícil de concretarlo porque, les repito: todavía no es una tecnología que esté en uso comercial.

Otro proyecto, con el mismo tiempo de desarrollo, está también relacionado con calidad y seguridad de carnes. Los coordinadores son el doctor Guillermo Giovambattista (Universidad Nacional de La Plata) y la doctora Boli Gou, por China. Participan de este proyecto el IGEVET (que es un instituto del CONICET y la UNLP), la Unidad Integrada Balcarce (INTA + Universidad Nacional de Mar del Plata), la cátedra de Zootecnia de la Facultad de Ciencias Veterinarias (UNLP) y el Instituto de Ciencias de Alimentos de China.

¿Cuál es el objetivo de este proyecto? Diseñar y validar un sistema de genotipado de ADN que garantice la trazabilidad de carnes, su calidad y su seguridad, en el marco del comercio de carnes Argentina-China. A diferencia del otro proyecto, se han hecho experiencias de campo y ha tenido una importante colaboración del lado argentino, de su sector industrial y de productores de ganado; y se está en el estadio de concretar un proyecto ahora con contrapartes industriales de China y Argentina.

El otro proyecto de carnes, que también ha sido subsidiado, está liderado por personal del Departamento de Carnes del INTI con dos empresas (Biagro y Yervá); y está relacionado con tecnologías alternativas para la utilización de proteínas de sangre y de huesos para alimentos, o con destino alimentario o de alimentación animal.

Desde fines de 2013 y principios de 2014, comenzaron dos proyectos en el área de proteínas vegetales, que fue la segunda área que se comenzó a trabajar. Un proyecto está relacionado con la tecnología de extrusión de proteínas de origen vegetal; en ese proyecto interviene gente de 9 de Julio (del centro del cereal dependiente del INTI) y un grupo de trabajo de la Universidad Nacional del Litoral junto con el CAAS y el Grupo Jiangsu Muyang de China. Y el otro está destinado al procesamiento de tecnología de proteínas de plantas con mejoras en propiedades funcionales y biológicas, con la idea de usarlas como ingredientes alimentarios, en el que trabaja gente del CIDCA y del Instituto de Inmunología, también dependiente del CONICET y la universidad.



Los sustratos que se van a usar en estos proyectos son proteínas de soja, proteínas de maní, proteínas de papa (que son de mucho interés para la contrapartida china) y también proteína de legumbres.

Por último quería simplemente mencionar otras actividades que tiene el MINCyT con los países de Asia. Se ha creado un centro virtual equivalente en la India, en el cual una de las temáticas también es alimentaria, o ciencia y tecnología de alimentos, y hay otras temáticas más. Se han hecho varios viajes de intercambio con Japón, con el que también se está tratando de trabajar en el área de alimentos. Y están en curso algunos convenios con Malasia y con Filipinas.

Cambiando un poco el enfoque, esto es la contribución que puede hacer la ciencia y la técnica para tratar de mejorar la seguridad alimentaria, crear nuevos productos y transferirlos al sector socioproductivo.

*Muchas gracias.*



### Claudio Dunan

Ingeniero agrónomo especializado en producción agropecuaria, luego de obtener su PhD en Semillas, en la Universidad del Estado de Colorado en Estados Unidos, trabajó como investigador y docente en universidades de Estados Unidos, Italia y Argentina. En la agroindustria, ocupó puestos de CEO en varias empresas multinacionales, entre las que podemos mencionar a Síntesis Química. Actualmente se desempeña como director de Estrategia de Bioceres.

Hola, buenas tardes. Como dice el título, yo voy a hacer una presentación que va a constar de dos partes, porque acá mi amigo Fernando, organizador de este evento (y doy fe que ha trabajado durísimamente en él), me pidió que también les contara otro esfuerzo que estamos haciendo desde el punto de vista de la educación en el área de desarrollo de bionegocios, educación para bionegocios. Así que voy a comenzar la exposición presentándoles la empresa en la cual actualmente estoy, que es Bioceres; después, ligado a ella, y en colaboración con la facultad, presentaré el programa que estamos pensando para que gran parte de todas las ideas, gran parte de todas las tendencias que se han mencionado hasta ahora y que seguramente se van a seguir discutiendo en los próximos días, nosotros podamos generar los recursos humanos, intelectuales, como para aprovechar esas oportunidades.

Voy a comenzar con una presentación de Bioceres, describiendo qué es la empresa. Somos una empresa fundamentalmente basada y focalizada en lo que son bionegocios. O sea, los negocios a partir del conocimiento de la biología. Bioceres fue fundada en el año 2001, en plena crisis de la Argentina. En ese momento, éramos unos 23 accionistas iniciales que, siguiendo el liderazgo de alguno de ellos, se nos ocurrió crear una empresa de biotecnología para la agricultura argentina, focalizada en los que eran potencialmente los problemas de la agricultura argentina. Hoy ese concepto creció, más allá de que crecimos como integrantes y como accionistas. Ya tenemos más de 270 accionistas, ninguno de ellos con una participación mayor al 3,5 o 4%, o sea que está muy atomizada. Y tenemos una base de empresarios agropecuarios muy fuerte entre los cuales cultivan anualmente más de 2 millones de hectáreas, fundamentalmente en Argentina pero también en

otros países de América Latina. Aquí tienen unas 30 empresas socias de Bioceres [hace referencia a una imagen con unos treinta logos empresariales, entre los cuales están YPF, Grimaldi Grassi, Los Yáros, Agrositio, Lartirigoyen].

Nosotros estamos focalizados fundamentalmente en negocios y en las tendencias que fueron hasta ahora identificadas como claves. Es la demanda creciente de productos agrícolas (ya no sólo para el rol alimentario sino también para fines), con la consigna de la sustentabilidad, de velar por las necesidades de mantener la salud, no sólo humana sino también la salud del medio ambiente. Dentro de esto, debemos recordar que hoy la humanidad consume los recursos de un planeta sustentable y medio por año. Y si continuáramos haciendo las cosas como lo venimos haciendo, en el año 2030 –foco de este simposio–, estaríamos consumiendo dos planetas por año. Entonces: o desarrollamos una astronáutica muy veloz o empezamos a cambiar la forma cómo producimos estos alimentos para una demanda tan creciente como la actual.

Dentro de este proceso, nosotros imaginamos nuestra participación, nuestro foco de negocios, en dos áreas fundamentales: lo que llamamos *On Farm*, que es mejorar la productividad, mejorar los rendimientos a través de la mejora del uso de los recursos. Cuando Miguel Calvo terminaba hoy su presentación, una de sus últimas diapositivas hablaba de producir más con menos recursos. Bueno, esa es la clave verdaderamente, no sólo para Argentina sino para el resto de la humanidad. Y en eso estamos. Lo que estamos persiguiendo es el incremento de los rendimientos con un uso eficiente de los recursos. La otra área se centra en cómo utilizamos los materiales agrícolas producidos, que no sean ya sólo para alimentos sino también para otras funciones: energéticas, como materiales plásticos (hoy es una realidad producir bioplásticos con glicerina). Esto es lo que nosotros denominamos el negocio *Off Farm*. Y en esta área de los negocios agrícolas también estamos abocados al desarrollo de tecnologías sustentables.

Tenemos tres formas de producir, sean servicios o productos. La primera es a través de nuestras plataformas de investigación y desarrollo: proveemos servicios a empresas. (Después voy a comentar cómo son nuestras plataformas y se van a dar cuenta por qué estamos con una capacidad instalada en Argentina bastante inusual para lo que es el país.) Otra área está enfocada a la biotecnología de semillas y biotecnología industrial. En estas dos áreas, generamos productos y tecnologías. Entonces básicamente, entrando en esas áreas, en esas plataformas de investigación y desarrollo, tenemos desde genómica e informática hasta desregulación de eventos biotecnológicos *in house*, pasando por tecnologías de proteínas, biología molecular, biología sintética, desarrollo de campo, *breeding* (mejoramiento de cultivos como trigo, soja y maíz). Tenemos capacidad de trabajar en lo que es desregulación de eventos biotecnológicos también *in house*, y esto es clave para que uno posteriormente pueda comercializar y globalizar esas tecnologías producidas por nosotros.

Y tenemos algo que en estos momentos está muy en auge en todo el mundo: el desarrollo de biofactorías. Tenemos biofactorías pilotos en las cuales empezamos a transformar las distintas materias primas (*feedstocks*) que se pueden producir y

vemos cómo, desde la instancia piloto, podemos escalarlas para llegar a nivel industrial y de comercialización posterior.

Por supuesto, dentro de lo que es Bioceres, tenemos una muy fuerte alianza público-privado, y esto muy importante mencionarlo. También por eso tenemos acceso a estas tecnologías, a esta base científica y a los recursos humanos para que esto ocurra.

A partir del momento en que nosotros generamos tecnologías que puedan ser posteriormente escalables, globalizables y comercializables, es que encontramos socios que complementan nuestras capacidades. Hay varios ejemplos, pero vamos al caso por el cual, creo, la presentación de Bioceres también está este día, por su relación con China.

Tenemos una relación estratégica con DBN, que es una empresa de biotecnología china, en la cual nosotros aportamos nuestra tecnología de tolerancia a la sequía para cultivos –para ser desarrollada en China– y, en contraparte, desarrollamos eventos de resistencia herbicida hacia insectos en la Latinoamérica. Esto es una alianza establecida que ya está funcionando, ya estamos trayendo los eventos aquí, a nuestro país, y exportamos otros para que sean testeados en condiciones de China. Es un ejemplo muy interesante. Alguien hablaba de cómo capturar valor y cómo hacen los distintos países. Esto es una excelente manera de agregar valor y capturar valor en el exterior. Porque ya no es depender de las tecnologías que vienen sino de ser dueños de la propia tecnología, y eso hace que gran parte de la semilla que se siembra y el valor agregado de esa semilla, vaya a los países, tanto China como Argentina en este caso.

Entonces, este es un ejemplo muy claro y por eso lo quería traer. Pero no es el único. En el área de forrajeras, tenemos una alianza con la empresa Forage Genetics, que es líder mundial en alfalfa. En área de biopesticidas y bioinoculantes, con Rizobacter, que es una empresa local pero de liderazgo mundial. En el área de inoculantes, tanto de uso en Argentina como de exportación, hemos desarrollado otra alianza estratégica con Arcadia –una empresa estadounidense de biotecnología–, con la que hemos formado un *joint-venture* llamado Verdeca, al cual me voy a referir; destinado al desarrollo de toda la tecnología global en soja, biotecnología de eventos para incremento de rendimiento y para mejora de la eficiencia del uso de recursos naturales.

Bueno, esta es una parte de nuestro modelo. Pasamos de ciencia muy básica a partir de lo que podemos hacer con nuestros socios locales (el punto de vista CONICET y universidades), a un escalado y globalización con los socios internacionales, lo que nos permite complementar aquello que nos está faltando. Esta es la forma en que pensamos en el desarrollo futuro de Bioceres.

Todo esto se transforma en distintas unidades de negocios, que son manejadas por el grupo. Básicamente: Indear e Inmet, que son unidades fundamentalmente de investigación y desarrollo donde están ubicadas todas las plataformas que les mencionaba. Verdeca –se la mencioné brevemente recién–, que es una empresa

que se dedica a la biotecnología global en soja, solamente en soja. Trigall Genetics se dedica a lo mismo pero en trigo.

Y esto es importante que lo mencione: estamos presentando para desregulación el primer evento biotecnológico en trigo, en Argentina (pero mundialmente también es el primero), y la empresa con la cual nos hemos asociado es una francesa (Florimond Desprez), que aporta el germoplasma, mientras que nosotros aportamos la tecnología. Iremos juntos al mercado con este producto integrado de germoplasma y biotecnología. Esto fundamentalmente para el mercado de trigo latinoamericano. Ustedes saben que el trigo es un cultivo en el cual la biotecnología viene un poco retrasada, por distintas razones. Pero también tenemos la esperanza que en el tiempo eso vaya a cambiar.

Ya les mencioné nuestra alianza con Rizobacter; en este caso la alianza se llama Semya. Es un *joint-venture* para el desarrollo de biopesticidas y bioinoculantes, una tendencia importante en cómo reducir la huella humana en la producción agropecuaria.

Bioceres en sí hoy que cuenta con alrededor de 120 personas, con una amplia proporción en investigación y desarrollo (entre 60 y 70 personas), con gente que se ha capacitado en distintos lados del mundo, incluida –fundamentalmente– Argentina.

De los 270 accionistas, hay un *board* de directores. Ese *board* ha creado un grupo de gerenciamiento, liderado por Federico Trucco –que es el CEO de la empresa–, que trabajamos diariamente en el gerenciamiento de la empresa. Esto es básicamente cómo estamos desde el punto de vista del *governance* de la compañía. Ahora, vamos a lo más interesante: cuáles son los productos y tecnología, que mencioné brevemente. Vamos primero a lo que es tecnología para los cultivos, para las semillas. Dentro de lo que es biotecnología para semillas, nosotros interpretamos a la semilla como un medio de incorporar tecnología en forma integrada; no hablamos solamente de germoplasma, también de los eventos biotecnológicos, el tratamiento de semillas y otro valor agregado que pueda aparecer. Desde ese punto de vista, nosotros ponemos especial énfasis en lo que son productos de tratamiento biotecnológicos.

Los cuatro cultivos más importantes con que trabajamos son soja, trigo, maíz y alfalfa, en los cuales tenemos tecnologías en germoplasma, biotecnología fundamentalmente como les mencionaba, tolerancia al estrés hídrico y otras tecnologías necesarias para protección de cultivos, como resistencia a herbicida o resistencia a insectos. Lo mismo para soja, lo mismo para maíz, lo mismo para alfalfa. Y en todos también tenemos proyectos de *breeding*, excepto en alfalfa que todavía es un poco incipiente.

Trabajamos en el desarrollo de germoplasma; tenemos nuestros líderes en germoplasma que nos ayudan en estos tres principales cultivos. La tecnología más contundente que tenemos, y más cerca de salir al mercado, es tolerancia a sequía. Es una tecnología desarrollada y descubierta por la doctora Raquel Chan (de la Universidad Nacional del Litoral), y que Bioceres está desarrollando globalmente

para todos los cultivos en que pueda ser aplicada. Es una tecnología ya patentada en distintos lados del mundo y que la tenemos bastante avanzada. Ya les comentaba: este año vamos a comenzar lo que sería desregulación en trigo, y soja en Argentina y soja en Estados Unidos. Ya que estamos bastante avanzados con este producto. Fundamentalmente ¿qué significa esta tecnología? Que confiere, aumenta los rendimientos bajo condiciones de estrés hídrico. Cuanto mayor es el estrés hídrico, dentro de límites normales de producción, mayor es la respuesta que tenemos. Y como característica única y bastante diferencial, es que cuando no hay estrés, no hay pérdida de rendimiento. No es la primera tecnología que se ha probado de esta naturaleza, pero normalmente han mostrado pérdida de rendimiento cuando no se daban condiciones de estrés. En este caso, nosotros tenemos una situación bastante diferente y por eso estamos muy contentos de lo que puede llegar a pasar en el mercado cuando lancemos este producto. Lo tenemos avanzado, como les decía, esto lo pueden ver, hay fotos de plantas que tienen y no tienen los genes de tolerancia a sequía, y puede verse en campo. Ya acumulamos tres campañas de soja en Estados Unidos, y cuatro en Argentina, con ensayos de campo de variedades con esta genética. Hay fotos, pueden ver concretamente algunas diferencias en el color, en la cantidad de hojas y en el espacio entre surcos. Así que esto que se ve en el campo, y posteriormente se traduce en los mencionados incrementos de rendimientos, que puede estar en un promedio de alrededor de 15%, dependiendo del año y de la zona.

En soja va a ser el primer evento de tolerancia a estrés o, como se llama en otras ocasiones, un primer evento de incremento de rendimiento. Hasta ahora normalmente han sido todos eventos para resistencia a herbicidas o resistencia a insectos.

De nuevo: es biotecnología. El licenciado Idígoras hablo de la biotecnología argentina hacia el mundo y este es un ejemplo bastante concreto y claro de lo que está ocurriendo.

Tenemos otras tecnologías para herbicidas. Es muy importante tenerlas, porque el mercado las demanda. No se puede tener sólo rendimiento, se necesita además protección de rendimiento, pero no voy a entrar en detalle. Las tenemos.

Y tenemos otras tecnologías, por ejemplo para el cultivo de alfalfa, que es una tecnología que reduce la senescencia, aumenta el rendimiento, y mejora la calidad de forraje y la preservación. Eso es tecnología que nos viene de una universidad en Australia y que nosotros estamos integrando a lo que son los programas de alfalfa, tanto locales como algunos globales.

HB4, que proviene del girasol, está siendo exportado también, e incorporado en otros cultivos a través de licencias en sorgo, amaranto, algodón, cultivos que no son el *core* para Bioceres pero que sí son de importancia mundial.

Los quiero volver al comentario que les hacía anteriormente: nuestra forma de pensar es un producto integrado. Nosotros no percibimos a la semilla solamente como la semilla sola, vemos el germoplasma, el *trait*, y un tratamiento que permita

potenciar su rendimiento a través de mejores condiciones, de aprovechamiento de nutrientes y de protección. Entonces, lo que estamos desarrollando son productos que, al combinar estas tecnologías, nos permiten posicionarlos en distintas áreas agroecológicas con distintos tratamientos y con distintas características. Esto ayuda a mejorar la productividad, baje el impacto ambiental y permite que el productor elija según su sistema de producción. Un ejemplo de esto es, por ejemplo, el desarrollo de bioproductos.

Hace unos años, un proyecto del CONICET comenzó con la metagenómica de suelos de la Argentina; básicamente, muestrear suelos de distintas áreas de la región pampeana para ver qué características tenían, qué genes estaban presentes, cuáles activos (y cuáles no). Todo esto generó una tremenda base de datos de más de 20 millones de bases, lo que nos permitió empezar a identificar distintos microorganismos y testear cuáles eran los *traits* de estos microorganismos que podían tener algún impacto agronómico. Un ejemplo de esto es un producto que hoy está en el mercado como solubilizador de fósforo, que lo hemos encontrado en nuestra base de datos. Entonces el potencial que hay a partir de la ciencia para generar una tecnología de impacto agronómico en este caso, es muy, muy alto. Y este es uno de los aspectos que estamos trabajando fundamentalmente; lo estamos haciendo en un *joint-venture* con la empresa Rizobacter.

Paso a la segunda área (productos y tecnología), que es lo que se denomina biotecnología industrial. Y acá es donde más interesante se pone, porque verdaderamente cambia el concepto de lo que es un cultivo para la producción de alimentos, cuyo residuo deja de serlo y ya se transforma en materia prima para la siguiente tecnología.

Hoy tenemos una tecnología aplicada en la planta de cártamo, en la cual, a través de transformación genética, se le incorpora un paso metabólico para la producción de quimosina, una enzima utilizada en la producción de queso. Es absolutamente necesaria en cualquier producción de queso que se haga. El mercado es de aproximadamente 200 millones de dólares, pero creo que más temprano se mostró una diapositiva con la demanda próxima de quesos y de lácteos de China, por lo tanto es un mercado de amplísimo crecimiento de acá a algunos años. Bueno, nosotros hoy producimos esto. Lo que antes se extraía del cuajo, del estómago de los terneros; hoy se produce actualmente por fermentación; y nosotros lo producimos en la semilla de cártamo. Es una proteína animal que se produce a través de la modificación genética del cártamo en la semilla del cártamo. Hoy ya lo tenemos en proceso de extracción en nuestra biorrefinería en Bioceres, y estamos dando el paso para la producción de una biofactoría, para la producción del 20% de quimosina a nivel global, en la provincia de Córdoba; calculamos que en 2015 a más tardar comenzaremos.

Así que este es un ejemplo concreto de cómo transformar un cultivo. Después además continúan los cuerpos oleosos que tiene la semilla de cártamo, pero para darles una idea, una tonelada de de semilla cártamo valdrá unos 800 dólares; nosotros pagamos la enzima más o menos 5.000 dólares el kilo. Imaginen el valor que tiene una semilla de cártamo ya con esta transformación.

Comenzamos con esta idea de la síntesis de enzimas en cultivo de cártamo, y la producción de quimosina, a decir: “Bueno, a ver, qué otras enzimas se necesitan?”. Por ejemplo, para la generación y producción de combustibles, biocombustibles, bioetanol de segunda generación, aquello que no utiliza el grano sino los residuos, el rastrojo de trigo, de maíz, o el bagazo de caña o los residuos de eucalipto; todo ello necesita enzimas, la parte clave de la transformación. Estamos trabajando en la transformación de cártamo para la producción de esta celulosa y semicelulosa que permitan posteriormente ser utilizadas en la biorrefinería, que permita obtener biocombustibles de segunda generación.

Esto lo estamos haciendo en un proyecto en colaboración con YPF, que ha comenzado ya hace varios años y la idea es terminar con esta producción de biocombustibles.

Para darles una idea: con muy pocos residuos de eucaliptos y con muy poco, desde el punto de vista de la cantidad que se produciría, de residuos de la industria de la caña, podríamos satisfacer el corte de bioetanol del 5% que se necesita hoy en la Argentina (unas 540 mil toneladas de bagazo de caña, para darles una idea). También se ha mencionado el tema del aprovechamiento del aceite, del aceite de soja. Bueno, creo que hay una capacidad instalada para 4 millones de toneladas de biodiesel que produce unas 400 mil toneladas residuales de glicerina, que puede tener distintos usos. Uno de ellos es la producción de bioplásticos. Hoy Bioceres ya está en condiciones de producir, a través de la transformación de *bacillus subtilis* o como sustrato, bioplásticos a partir de glicerina. Esto lo que hace es, obviamente, dar un incremento de valor agregado a ese residuo de glicerina, que cuesta 250 dólares la tonelada y que en muchos casos no sabíamos muy bien qué hacer (y todavía no sabemos muy bien qué hacer con ello), y transformarlo en un producto de muchísimo valor agregado.

Pero esto es sólo empezar a raspar la superficie o la punta del iceberg, usando el mismo ejemplo.

Hoy estamos trabajando en un proyecto que involucra otra tecnología muy compatible con lo que es biotecnología, que es la química verde, con una universidad de Inglaterra, la Universidad de York, que tiene un departamento de química verde muy importante para la transformación, por ejemplo, de residuos de cítricos. Por darles un ejemplo, la provincia de Entre Ríos produce unas 500, 600 mil toneladas de fruta, de las cuales 200 mil van a industria. Una biofactoría que permita utilizar, a través de tecnología de química verde y biotecnología, los residuos de cítricos para producción de pectinas, flavonoides, limoneno, le daría un valor agregado a la provincia de 250, 260 millones de dólares al año, basado en un residuo que hoy tiene muy poco valor.

Otro ejemplo es la transformación de la *spartina argentinensis*; el espartillar de los Bajos Submeridionales tiene un potencial de producción (en muchas áreas de la provincia de Santa Fe) de unas 10 toneladas de biomasa. También pueden producirse a partir de eso un millón de litros de etanol celulósico.

Finalmente, quiero terminar con lo siguiente. Lo que les relaté recién es hermoso, existe, la tecnología está en desarrollo; pero hay que transformar esto en negocios y en valor agregado y en desarrollos internacionales. Y para eso estamos trabajando con Fernando en colaboración para crear un programa que permita el desarrollo de bionegocios sustentables. Es un programa para graduados. El objetivo es crear liderazgo en esta nueva área que es la bioeconomía o los negocios basados en biología, desde un punto de vista multidisciplinario, integrado. Ya que no hay otra forma de pensar, porque la persona que esté trabajando en esto integra los aspectos de medio ambiente con los aspectos de crecimiento de demanda, con los aspectos de biotecnología en química verde... Es realmente fascinante como área de desarrollo, que alcanza no sólo a la producción del *feedstock* sino que abarca también la tecnología de la transformación y el desarrollo del negocio. Hoy esto puede abarcar cualquier área de negocio. La Argentina ya tiene ejemplos en salud, en alimentos, en energía, en materiales. Hay empresas ya dedicadas a la transformación de biomasa en alguno de estos aspectos o al uso de biotecnología para el desarrollo de estas industrias.

Entonces, cuáles son los *drivers* de esta bioeconomía, cuáles son las ciencias que se necesita entender para desarrollar los negocios, cuáles son las nuevas cadenas de valor... Por ejemplo: qué va a tener que agregar ACSoja para que esto se amplíe lo suficiente; porque ya empieza a cambiar cuál es el cliente final. Alguien de entre el público hoy hablaba de los coches. Bueno, fundamentalmente hay un cambio de las cadenas de valor, que van a estar basadas también en algunos aspectos relacionados con métricas para la protección del medio ambiente que hoy, por ejemplo, no están involucradas. Temas de cómo capturar valor a través de patentes. Cómo capturar valor, cómo financiar. La cantidad de inversión que hay a nivel mundial es sublime. La oportunidad es gigantesca. Y la Argentina tiene mucho potencial en esto.

Desde el punto de vista de la organización, va a ser con clases interactivas, con seminarios, con presentación a cargo de las empresas que ya están en el mercado y con el desarrollo a cargo de los participantes de planes de negocios acordes a su interés.

Lo que vemos es que es una natural necesidad. Desarrollar los recursos humanos para estas increíbles oportunidades estratégicas que tiene Argentina. Porque tenemos investigación básica, como mencionaba la señora que precedió, muy importante para todo esto. Tenemos una gran diversidad de materias primas que pueden ser utilizadas, desde residuos de caña, residuos urbanos. Y tenemos una gran capacidad del ser emprendedores. Lo que falta es asociar todo eso dentro de un programa. Y eso es lo que acá, medio locamente, empezamos a pensar con Fernando Vilella.

---

*Les agradezco mucho.*

---



## Tecnología 2

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Gerardo Bartolomé**

Don Mario Semillas

B.

**Santiago González Pini**

Grupo ST



Presidente de DonMario semillas

**Gerardo Bartolomé**

Buenas tardes a todos, ante todo muchas gracias a los organizadores, y a Fernando en particular. Gracias. Además, como egresado de esta Facultad, la verdad que para mí es un honor y un placer poder estar acá y compartir con ustedes esta presentación. Siempre volver a la casa de estudios donde uno se formó es realmente muy placentero.

Charlando con Fernando acerca de qué podíamos decir de una empresa de semillas en esta matriz productiva de demanda de la soja, nos pareció que el aporte de una semillera estaba por el lado del mejoramiento vegetal para aumentar la productividad y satisfacer la mayor demanda de soja que hay en el mundo (básicamente a través de China), porque además ese mejoramiento vegetal puede aportar productividad sin aumentar necesariamente la superficie cultivada, lo cual es muy importante, sobre todo en los países que ya producen la soja.

Un poco para ubicarlos a los que no están tanto en el sector: ¿en qué lugar de la cadena de la soja se ubica una empresa de semillas? Nosotros somos los proveedores de tecnología para el agricultor, quien produce después el *commodity*; sin duda, para el agricultor, comprar la semilla responde más al concepto de inversión que al de gasto, porque de alguna manera la semilla, la genética, es la estructura sobre la cual se monta el cultivo y sobre la cual se van aplicando tecnologías que determinan la productividad final. Y la variedad, para el agricultor, es sin duda la base de la productividad en su campo.

Para situarnos un poco. Seguramente ya lo habrán visto esto (si a lo mejor soy arrogante, pido disculpas), pero de alguna manera creo que es importante ponernos en el contexto de lo que es Sudamérica en la producción de la soja. Si tomamos el hemisferio sur —básicamente liderado por Sudamérica—, aporta el 50% de la superficie y casi el 60% de la producción mundial de soja; el hemisferio norte

aporta el restante 40%, liderado por Estados Unidos. En Sudamérica, son cinco los países productores de soja: Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay y Bolivia, en ese orden de productividad; son los que realmente aportan este 60% de la producción, con lo cual marca a nuestra región como la región por excelencia productora de soja para el mundo. Con una población creciente, la demanda también está yendo en aumento, y ya no solo para alimentación sino también para combustibles, para energía. Sin embargo, la superficie y el agua son recursos escasos, con lo cual gran parte del aumento de la oferta pasa por un aumento de la productividad; y ahí está el rol del mejoramiento genético, que es un poco lo que pretendemos compartir hoy con ustedes.

Hay un gráfico interesante en el que se muestra la evolución que han tenido los rendimientos de soja para todas las regiones del mundo. Hay superficies que han tenido incrementales de rendimiento, mientras que en otras la productividad está estancada. Comparativamente, podemos ver que en América predominan las zonas con productividad creciente, mientras que India y la China (que son otros dos productores importantes de soja) están con una tendencia más hacia el achatamiento de los rendimientos. Los tres países más importantes productores de soja son Estados Unidos, Brasil y Argentina, en ese orden; y, en los tres, el 85 ó 90% de su área cultivada tiene un incremental en la producción. En China e India, en cambio, solamente el 45% de la superficie sembrada con soja tiene un incremental en la producción. Esto de alguna manera marca el desafío para los que estamos en esta región: aumentar las cosechas no tanto por agregado de superficie sino sobre todo por un gran aumento de la productividad por hectárea. De hecho, Sudamérica más los Estados Unidos conformamos en total el 80% de la producción de soja del mundo.

Según diferentes bibliografías, las causas principales de aumento de la productividad por hectárea es, en un 50%, el mejoramiento vegetal y, el otro 50%, por prácticas de manejo. Las prácticas de manejo –todos las conocemos, ¿no?– son las recomendaciones al agricultor sobre la selección de variedades según su ambiente y la forma de utilizarlas. El mejoramiento vegetal es la obtención, a través de formas tradicionales de selección más el aporte de la biotecnología moderna, de cultivares de mayor productividad. En la experiencia de Don Mario, desde el año 96, las prácticas de manejo adecuadas más el mejoramiento vegetal han determinado una productividad 30% mayor. Algo así como un 2% por año de mejora en la productividad, debido a la elección de la variedad (y el uso de la genética a través de las variedades) y a las prácticas de manejo.

En los últimos años, la biotecnología moderna aportó valor bajo dos aspectos: por un lado, los eventos biotecnológicos (variedades transgénicas de soja y otros cultivos) y, por el otro, las herramientas y técnicas de apoyo (por ejemplo, los marcadores moleculares, que se han convertido en una herramienta indispensable para cualquier programa de mejoramiento vegetal que pretenda ser competitivo).

En un cuadro presentado en el Congreso de Soja de China, se muestran todas las nuevas plataformas transgénicas que se vienen en el cultivo de soja. Algunas de ellas ya son realidad, es el caso de Intacta, la nueva tecnología transgénica

exclusiva para Sudamérica que, a la resistencia al glifosato, le suma la resistencia a insectos lepidópteros. En tres o cuatro años puede haber tecnologías de resistencia al herbicida Dicamba, resistencia al herbicida 2,4-D; en el caso del 2,4-D, es un evento que ya tiene cinco características diferentes (dos proteínas para resistencias a lepidópteros, resistencia al glifosato, al glufosinato y al 2,4-D), con lo cual creemos que realmente es un aporte importante en la problemática, que vivimos no solo en la Argentina sino en la región, de las malezas resistentes al glifosato. Es sin duda hay una batería muy importante. Antes, Claudio Dunan habló sobre el caso Bioceres y el HB4, un evento que provee resistencias a sequías; también aparece en ese cuadro. Ya hay eventos liberados, como *Liberty Link* y *Cultivance*, que no están siendo usados en Argentina, pero están disponibles y aportan también resistencia a otros herbicidas, cosa que nos daría mucho control de malezas resistentes al glifosato.

Por supuesto que toda esta batería biotecnológica realmente aporta valor en la medida que esté aplicada sobre un germoplasma de elite, un germoplasma que año tras año está heredando la ganancia genética del mejoramiento vegetal, que es la que dinámicamente va aportando mayor productividad por hectárea.

En este concepto de Sudamérica como la región donde se concentra el 60% de la producción, tratamos de sacarnos la visión que tiene cualquier persona que no está involucrada en la agronomía (una Sudamérica con las divisiones políticas), y tratamos de ver a la soja en Sudamérica en términos de región o regiones productivas. Ya que la interacción genotipo-ambiente es lo que realmente marca el éxito o el fracaso del cultivo de soja en las diferentes regiones productivas.

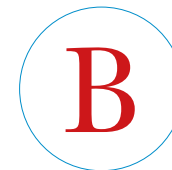
Para eso, en Don Mario desarrollamos el concepto “rendimiento sin fronteras”, justamente para romper con las barreras políticas que aparecen cuando uno dice “tal práctica de manejo, tal variedad se adapta a un país y no se adapta al otro”, si en realidad la soja no reconoce fronteras políticas, sino solo las fronteras agroecológicas. Por eso firmamos en el año 2011 un convenio con la Facultad de Agronomía, con la cátedra de Ecología, para desarrollar un mapa agroecológico de la soja en Sudamérica. Creemos que va a generar mucho valor para los mejoradores, para los ingenieros agrónomos, para el mundo académico, entender más cómo es la interacción genotipo-ambiente en este territorio tan grande (hoy, de más 60 millones de hectáreas), donde si bien hay mucha diversidad también hay mucha correlación en el ambiente. Ya tenemos algunos datos preliminares del trabajo (que, insisto, estamos haciendo con la Facultad) que muestran cómo, en diferentes geografías, hay ambientes en los cuales las mismas variedades se comportan de la misma manera. Y sin duda esto puede aportar, de vuelta, un entendimiento mucho más profundo de la interacción genotipo-ambiente. Con lo cual estamos realmente muy, muy entusiasmados con este proyecto, y esperamos en este año 2014, a fin de año estar presentando este trabajo.

Pues bien, en esta dinámica del mejoramiento se da lo que nosotros llamamos el “círculo virtuoso de la productividad”, a través de los cambios de los ambientes explorados, los cambios en las prácticas de manejo y los cambios de los genotipos. Esto sin duda impacta en quien tiene la responsabilidad de obtener las variedades.

¿Por qué? Analicemos primero los cambios en las prácticas de manejo. Voy a citar por ejemplo lo que pasó en Argentina hace unos quince o veinte años con la adopción de la siembra directa. Cuando los agricultores empiezan a manejar sus cultivos en siembra directa sin duda generan un ambiente mucho más productivo: un ambiente cuya disponibilidad hídrica es mayor y donde puede cambiar la presión de las enfermedades. Acá es donde los obtentores vegetales tenemos que mirar y ver cómo ese círculo dinámico se desenvuelve, porque tenemos que ubicar los ambientes para los cuales seleccionar los genotipos más adaptados, buscar genotipos más precoces, con más resistencia al vuelco y que puedan explotar de forma mucho más eficiente ese ambiente que se genera con las prácticas de manejo que el productor va adoptando (el ajuste de fecha de siembra, el distanciamiento entre hileras) y, a la vez, explorar al máximo esos ambientes productivos, que tienen el dinamismo de ir cambiando año tras año, para recomenzar el círculo.

Otro ejemplo realmente muy, muy interesante es lo que pasó en el sur de Brasil. Brasil tiene hoy casi 30 millones de hectáreas de soja, está muy cerca de ser el primer productor del mundo (que hoy es Estados Unidos). Su región sojera se divide en dos: el sur y el norte. El norte se llama “cerrado”, por la vegetación nativa que tiene. En el sur de Brasil o en Brasil, mejor dicho, las sojas transgénicas RR se liberaron prácticamente ocho o diez años después que en Argentina; eso generó un flujo de variedades ilegalmente llevadas a Brasil, donde los productores priorizaban el evento transgénico al conocimiento de las variedades (porque había mucho dinero en eso), pero de alguna manera se abandonaron los programas de mejoramiento, porque esta entrada ilegal de semillas conspiraba contra quienes invertían en Brasil. Hasta que empresas argentinas desembarcamos en esta zona de Brasil, con unas 12,5 o 13 millones de hectáreas, y produjimos un ejemplo exitoso: se dio una interacción genotipo-ambiente logrando variedades con mayor potencial genético, con una precocidad mayor que las variedades que están disponibles en Brasil, con un hábito de crecimiento determinado, con resistencia al vuelco y ajustando el espaciamiento entre surcos y la fecha de siembra; con todo eso se generó realmente un salto productivo impresionante, en un lapso de no más de siete u ocho años. El resultado de la sumatoria de la genética con prácticas de manejo fue una productividad 20% mayor en estas diez millones de hectáreas. Pasándolo a dinero: si cuantificamos que esas diez millones de hectáreas tuvieron un 20% más de productividad, unos 500 kilos más por hectárea y cinco millones de toneladas en total; todo eso, trasladado hoy al valor del *commodity*, da unos 2.500 millones de dólares anuales adicionales.

Con estos números queremos graficar la importancia que tiene la interacción genotipo-ambiente, porque genera más productividad y colabora en esta ecuación de oferta y demanda de la soja, ya que permite aumentar la productividad sin expandir la superficie. Por cierto, en el caso de Sudamérica, tenemos la gran ventaja de poder crecer en área, con lo cual tenemos dos factores que pueden ayudarnos desde el punto de vista de la producción de soja. La posibilidad de expandir el área sembrada y la productividad mayor por hectárea, como en el ejemplo de lo sucedido en el sur de Brasil, tienen un impacto impresionante en la economía de los agricultores y, sin duda, también en la del país.



Ingeniero industrial (ITBA), es actualmente director del Grupo ST. Ha sido director de Merrill Lynch S.A. y tesorero de Citibank Argentina, además de Managing Director en Citibank New York, a cargo de productos derivados. Previamente se desempeñó como operador en la mesa de dinero de Telefónica de Argentina S.A.

Esta era mi idea de la presentación, el desafío es, ciertamente, aumentar la productividad para colaborar con las necesidades de la humanidad. Creo que en este evento donde se habla y se trata de imaginar cómo va a ser el vínculo de China y Argentina en los próximos años, realmente creo que el rol de entender bien la interacción genotipo-ambiente para nuestra zona productiva puede colaborar sensiblemente en una mayor producción que, de vuelta, va a generar mayor valor para los agricultores, para las comunidades.

Así que desde Don Mario tenemos ese desafío y nos hemos planteado realmente colaborar en esto. Y sin duda han sucedido acontecimientos que demostraron que esto es posible. Entonces, la idea es mantener este rumbo y colaborar con este objetivo que toda la humanidad hoy tiene presente.

*Muchas gracias.*

### Santiago González Pini

Buenas tardes, gracias por la invitación.

Bueno, ustedes tienen —por lo que escuché esta mañana— toda esa demanda potencial que hay de productos que Argentina produce, tienen un poco el desafío de proveer esa demanda y nosotros —desde el sector financiero— debemos asistirlos en la financiación para que logren esa producción adicional demandada para los próximos años.

Les voy a contar un poquitito qué es el Grupo ST. Es un grupo de capitales nacionales, accionistas argentinos con una fuerte vocación inversora, tanto los accionistas del Grupo como el management cuenta con una reconocida trayectoria en el sector financiero argentino y presencia en diversos sectores económicos. En el sector financiero, el Grupo tiene el Banco de Servicios y Transacciones, que —si bien es muy pequeño— es un banco universal, que tiene un negocio de consumo y también un negocio corporativo importante. Tiene 2.500 millones de pesos de activos bajo administración y 33 sucursales. En el sector de seguros, compró Orígenes Seguros de Retiro, con activos bajo administración de más de 8.000 millones de pesos, con una duración de los activos (como son seguros de vida y de retiro) de más de trece años. En el sector de *Asset Management* tenemos una familia de cuatro o cinco fondos comunes de inversión con activos bajo administración de 1.500 millones de pesos. En total, entre los tres rubros, tenemos activos bajo administración por aproximadamente 12.000 millones de pesos. El Grupo tiene inversiones en *real estate*, también participa en agro —tiene 20.000 hectáreas propias bajo explotación—, y recientemente está incursionando en el área petrolera a través de un desarrollo de gas convencional en Rincón del Mangrullo, en asociación con YPF y con Pampa Energía. El banco tiene también una gerencia agropecuaria, con la cual asistimos a los distintos clientes (productores, acopiadores, productores de insumos, exportadores, crushers y también algo de economías regionales). Nuestras



líneas financieras son las clásicas: préstamos, prefinanciación de exportaciones, cesión de *forward*, descuentos de cheques y *leasing* de maquinarias.

Pero lo que es un poquito más interesante, y les quería contar, es un poco de lo que es el mercado de capitales argentino y en especial lo que son, lo que fueron por lo menos en 2013, las emisiones del sector agropecuario en el mercado de capitales. Hubo 55 emisiones durante 2013, con un promedio aproximado de cien millones de pesos cada una, que totalizan 5.000 millones de pesos de financiamiento a través del mercado de capitales argentino. Actualmente, con los mercados internacionales aún cerrados para Argentina, este es un mecanismo de financiación adecuado. Si bien es pequeño, es lo que tenemos por ahora. De esos 5.000 millones de pesos en emisiones para el sector agropecuario en el mercado de capitales argentinos, el 75% fue emitido en lo que denominamos dólar *linked* que, si bien se paga en pesos, se ajusta por el tipo de cambio dólar-peso; el promedio de la financiación de estas emisiones es de 32 meses y el costo varió entre un 0 y un 4% de tasa en dólares. Con lo que ven, bastante atractivo. El resto de las emisiones fueron en pesos; la mayoría, a tasa variable, tasa BADLAR, promedio de 15 meses y su costo oscila entre un 3% y un 5% sobre la tasa BADLAR, que (hoy, abril de 2014, está alrededor del 26%).

Nosotros, en particular, somos muy activos en el mercado de capitales porque, como les dije, en el Grupo tenemos más de 12.000 millones de pesos en activos bajo administración, que estamos invirtiendo continuamente en el mercado de capitales. Con lo cual estamos muy activos. Hemos participado en 2013 en 57 emisiones primarias de mercados de capitales. Estuvimos primeros en el ranking de colocaciones MAE por cantidad de transacciones en el mercado (sextos por volumen de colocaciones). Tenemos participación activa en los tres mercados en los que se divide el mercado de capitales. Hemos colocado tanto fideicomisos financieros y obligaciones negociables, como también bonos de subsoberanos. Tenemos un equipo de ventas muy dinámico y de gran experiencia y reconocimiento en el mercado. No solamente colocamos los productos, sino que también los estructuramos, tenemos un área de administración fiduciaria, donde estructuramos fideicomisos tanto privados como aquellos que son de oferta pública. Tenemos la capacidad de efectuar *underwriting*, con lo cual no solamente colocamos en el mercado sino que nos comprometemos a que, si no hay mercado para colocar el producto que ustedes están lanzando, nosotros compramos por lo menos un porcentaje de ese producto en el mercado. Estructuramos obligaciones negociables y también lideramos indicaciones bancarias de préstamos, no en el mercado de capitales sino ya en el sector bancario.

Dentro de lo que es inversiones, captamos plazos fijos (en pesos y en dólares); si alguno quiere cubrirse de la devaluación e invierte en títulos públicos, también tomamos plazos fijos en títulos públicos, donde pueden aumentar el rendimiento; y participamos en *trading* secundario de las emisiones de mercado de capitales de títulos privados propias o de terceros.

Además, como les mencioné antes, tenemos fondos comunes de inversión. Les voy a dar dos ejemplos. Uno es el FST Ahorro, que es un fondo de liquidez cuyo

horizonte de inversión es de corto plazo, de quince días; la liquidez la obtienen total o parcialmente en 24 horas y el rendimiento proyectado de estos últimos meses es del 30% anual. No hay comisiones de ingresos y egresos. Y el otro es un fondo de cobertura, el FST Renta Mixta, que invierte en títulos dólar *linked*, de alguna manera les da cobertura a la devaluación; el horizonte de inversión es un poquito más largo, es de 120 días. La liquidez no la pueden retirar en 24 horas, sino que necesitan tres días hábiles y tampoco tiene comisiones de ingreso y de egreso. El rendimiento esperado es de un 7% en dólares.

Por último, quería comentar o ayudarlos un poco en lo que es el riesgo de producir en la Argentina y los riesgos cambiarios que tenemos, un poco ver cómo podíamos asistirlos en cubrir los riesgos del tipo de cambio en la Argentina con las fluctuaciones y volatilidades que estamos teniendo últimamente. Creo que las preguntas últimamente son: “¿Líquido o no líquido las exportaciones?”, “¿espero un tipo de cambio más atractivo o líquido ahora?”. Las tasas de interés han subido y hoy el costo de financiamiento en pesos oscila entre un 30 y un 40%. Entonces la disyuntiva es líquido las operaciones ahora, bajo mi costo de financiamiento, bajo mis activos y pasivos, mejoro el balance, capturo el precio actual de los commodities (que están cercanos a sus máximos históricos) o lo hago más tarde y espero a que el tipo de cambio sea más atractivo. Se puede hacer todo lo que dijimos antes y cerrar un contrato de cobertura de futuros de dólar para beneficiarse más delante de la devaluación que el productor puede estar esperando. Dentro de esta disyuntiva, acá tenemos el gráfico del precio de la soja de los últimos seis meses, está en el máximo de estos últimos seis meses, con lo cual parecería que es un buen momento para liquidar la soja en este momento. Si vemos los últimos 60 años, también estamos muy cerca del máximo histórico, con lo cual –de nuevo– la idea es liquidar las exportaciones ahora y contratar un seguro de cambio por si no nos gusta el tipo de cambio que tenemos en este momento. Las coberturas hoy están muy atractivas en términos de tipo de cambio: se puede conseguir coberturas que rondan desde el 21% de costo para el corto plazo hasta 30% para plazos más de un año. Entonces, si el costo de financiamiento en pesos hoy es del 30 al 40% y puedo conseguir coberturas al 20 o 30% de costo, es preferible por ahí liquidar las divisas ahora, bajar el costo financiero y, si queremos seguir estando a largo plazo en dólares, en lugar de tener la cosecha como cobertura, podemos tener una cobertura financiera bastante más atractiva y limpiar un poquito más el balance.

Esas son un poco las herramientas que quería mostrarles, comentarles lo que es el mercado de capitales argentino, sobre todo con el foco en el mercado agropecuario, para que conozcan algo las herramientas que tienen para financiar ese exceso de producción que les va a demandar la economía mundial en los próximos años; y, también, algunas estrategias coyunturales de la situación actual, especialmente lo que se refiere al tipo de cambio.

Bueno, como conclusión, somos una entidad chica, de capitales nacionales, muy flexible, con un gran crecimiento. Empezamos hace diez años y, como les dije antes, ya tenemos 12.000 millones de pesos bajo administración. Para ayudarlos desde el sector financiero, para tratar de contribuir a este desafío que tenemos para el 2030.

Gracias.



## Experiencias empresarias 2

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Guillermo Mattioli**

**Esteban Turic**



Médico veterinario y doctor en farmacología veterinaria (UNLP). Ha desempeñado tareas de gestión de proyectos transversales en el hemisferio sur. Actualmente dirige la división Innovación de Biogénesis Bagó, donde también desempeñó funciones en las áreas de investigación y desarrollo de productos.

**Esteban Turic**

Muy buenas tardes a todos. Muchas gracias Fernando y Guillermo por la invitación y, a través de ustedes, al Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía de la UBA.

Como se imaginarán, después de hablar tanto de soja, nosotros vamos a hablar de sanidad animal, que es nuestro campo de acción. Para la convocatoria de hoy pensamos compartir con ustedes la experiencia empresarial de Biogénesis Bagó en negocios con China

Si nosotros tuviésemos que definir cuál es la base de nuestro éxito empresarial y la base para iniciar nuestra experiencia en China –y van a escucharla referida muchas veces en nuestra presentación– diríamos que fue la misma que utilizamos para desarrollarnos local y regionalmente. Es la vinculación entre tres sectores muy importantes: el sector privado, obviamente, que es en el que nosotros participamos y representamos; el sector público, a través de los organismos y autoridades sanitarias; y el sector de la academia, que está representada por las instituciones de investigación de Argentina y de América Latina. Por supuesto que adherimos –no vamos a entrar en detalles sobre esto– a lo que se estuvo hablando hoy acerca de cuáles son los lugares donde va a haber desafíos para conseguir alimentos y cuáles los lugares donde hay oportunidades para abastecer esas necesidades. Así que estamos totalmente de acuerdo con eso: adherimos y nos sentimos parte y responsables de este proceso, en que nuestra región tendrá la oportunidad de alimentar a cada vez más personas de otras regiones, especialmente en Asia.

También queremos contarles quiénes somos, porque no todos nos conocen acá, y además hay invitados de países extranjeros que no necesariamente conocen Biogénesis Bagó.

Biogénesis Bagó es una empresa de base biotecnológica que está especializada en el desarrollo, la manufactura y la comercialización de productos veterinarios para la sanidad y productividad animal. Es una empresa nacional, una empresa argentina, que tiene una dotación total de unas 800 personas. Como somos una empresa que investiga y desarrolla productos, nuestra estructura se compone con un 7% de la dotación en el área de investigación, desarrollo e innovación, casi un 50% en el área de operaciones (la que se dedica a producir) y, obviamente, un equipo comercial que se ocupa de llevar esto al mercado, de llevar adelante la comercialización de nuestros productos. Y esta estructura, que puede parecer chica para otro tipo de industrias (en Argentina al menos), es la empresa de nuestro rubro que más cantidad de gente emplea. Además, todos nuestros empleados o en su mayoría son altamente calificados. Tenemos alrededor de 40% de profesionales universitarios y, de ese 40% de profesionales universitarios, hay un 8% con alguna carrera de posgrado.

Producimos en dos plantas con unidades de producción segregadas, especializadas. Tenemos una planta de productos farmacéuticos localizada en Monte Grande y tenemos una planta especializada en la producción de vacunas, de productos biológicos, que está en Garín. Allí, en un predio de casi nueve hectáreas, tenemos nuestra área de producción, distribuida en una unidad con capacidad para cien millones de dosis de vacunas combinadas para rumiantes, otra unidad para producir dosis contra la aftosa y una tercera unidad especializada en vacunas antirrábicas. Así que esta es una planta dedicada exclusivamente a la producción de biológicos.

Todo esto obviamente siempre en un marco de calidad, adecuado y orientado a cumplir con las exigencias locales y, en algunos casos, con las exigencias regionales e internacionales. Nosotros desde el año 96 tenemos este certificado de bioseguridad nivel BSL4 de la OIE, que es el nivel de bioseguridad requerido para manejar virus de aftosa. Antes de que aparecieran las exigencias de buenas prácticas para manufactura, nosotros certificamos normas ISO, como para tener un marco de calidad también en la gestión y elaboración de productos. No bien aparece la exigencia de buenas prácticas de manufactura por parte de la autoridad sanitaria, fuimos la primera empresa en certificar, en el año 2006; y hasta el momento somos la única empresa productora de vacunas destinadas a animales de producción que tiene esta certificación. Y en el año 2011 certificamos la norma ISO 14001.

Contamos con una línea de productos completa... Nosotros decimos que es completa, pero obviamente está orientada a rumiantes. Nuestro foco es rumiantes y, en ese sentido, tenemos una línea completa de productos: vacunas, antiparasitarios, antibióticos, vitamínicos y minerales, productos para reproducción, etc. Son casi sesenta productos y más de seiscientas licencias, o sea, registros de estos productos en América Latina. Y por supuesto, tenemos una amplia trayectoria en producción de vacuna contra la fiebre aftosa: producimos todas las vacunas necesarias para atender las campañas oficiales de vacunación de América Latina y nos hemos transformado en los líderes mundiales en vacuna antiaftosa, no por nuestro conocimiento sino también por nuestra escala, por nuestra capacidad de atender estas campañas sanitarias. En este momento, exportamos vacunas a

Uruguay, a Paraguay, a Bolivia, a Brasil, a Venezuela... Creo que –salvo Colombia– a todos los que tienen campaña oficial de vacunación.

Esto fue marcando un perfil de compañía, a través de estos 70 años de experiencia, que nos fue especializando en grandes animales, con mucho foco en investigaciones de desarrollo, con una extensa vinculación con entidades científicas, biológicas y académicas de la región. Y vuelvo al mismo punto de inicio, nuestra base para crecer como empresa y expandirnos: la vinculación.

Algunos ejemplos de esto y de nuestra trayectoria en fiebre aftosa en el ámbito regional e internacional empieza con la primera licencia de vacuna en el año 1952, que fue cuando hicimos el primer registro de vacuna aftosa. En el año 89, comenzamos a producir la vacuna aftosa en Garín. En el 96, certificamos las normas de bioseguridad que recién les comentaba, dentro del marco de calidad. En el año 97 empezamos con exportaciones de vacuna de aftosa fuera de América Latina; la primera experiencia fue en Taiwán. Durante una emergencia sanitaria que tenían en Taiwán, empezamos a exportar hacia ese país. Exportamos durante varios años diez millones de dosis anuales, hasta que en un momento, por una reglamentación sanitaria regional, se decidió que no se manejaran cepas exóticas en la Argentina, así que solamente por ese motivo y no por otro se dejó de exportar hacia ese país.

En el año 2000 Argentina se declara país libre de aftosa sin vacunación y nosotros fuimos adjudicatarios del banco de antígenos y de vacunas ante una emergencia. A los dos meses, empezó a haber brotes; pero recién al año, digamos, el país (cuando ya había brotes por todos lados) declara de nuevo la emergencia sanitaria y, como nosotros éramos banco de antígenos y de vacunas, tuvimos que salir a atender esa emergencia sanitaria en el año 2001, con un stock de prácticamente sesenta millones de cabezas que había que vacunar dos veces por año. Encaramos este desafío de producir y distribuir vacuna para atender estas dos campañas; fue un desafío enorme. En paralelo se declara la emergencia sanitaria en Uruguay y también fuimos nosotros quienes atendimos en ese momento la emergencia del país vecino. Así que eso habla un poco de la capacidad de reacción y de adecuación a un cambio de escenario dramático, más allá de que nosotros obviamente lo veíamos venir y alertamos a las autoridades sobre lo que veíamos. Así que en el año 2001 atendimos esa emergencia sanitaria en la Argentina y en Uruguay. Claro que no lo hicimos solos: siempre fue de la mano de la vinculación, siempre fue de la mano del SENASA, siempre fue de la mano de las instituciones vinculadas a la academia, en este caso INTA y CEVAN (Centro de Virología Animal, que depende del CONICET).

En año 2003, se crea la Red Interinstitucional de Investigación y Desarrollo en Fiebre Aftosa de la Argentina (RIIDFA); y acá a nosotros nos gusta hacer un corte, porque la verdad que esto sí es un ejemplo de innovación, no solamente en productos sino en adecuación de un equipo de trabajo para poder atender una emergencia de tal magnitud. La RIIDFA se institucionaliza en el año 2003, pero era un trabajo que se venía realizando desde la emergencia sanitaria de 2001; desde ese momento venimos trabajando con el SENASA, con el INTA y con el CEVAN (que pertenece al CONICET). Se institucionaliza entonces esta Red y,

realmente, nos gusta detenernos en esta experiencia, para comentársela, porque a partir de ella fue que recobra entidad y respeto Argentina, que después de tener una emergencia sanitaria y de ser cuestionada sanitariamente, recobra un estatus de país libre de aftosa con vacunación. El SENASA es reconocido o declarado laboratorio de referencia por parte de la OIE para el monitoreo y control de fiebre aftosa y, a nosotros, también nos empiezan a ver como una empresa que es capaz de producir vacuna en cantidad y calidad suficiente como para poder revertir una emergencia sanitaria y devolver un estatus sanitario que le puede permitir a un país exportar productos de origen animal. Así que la RIIDFA fue fruto de toda esta vinculación entre lo público, lo privado y la academia.

Hasta acá, esa es más o menos nuestra trayectoria en el ámbito nacional o regional. En el campo internacional les comentaba que exportamos vacuna a Taiwán a partir del año 97 y durante varios años, para atender emergencias sanitarias en ese país. Después, en 2006, ganamos una licitación para ser proveedores del Banco Norteamericano de Antígenos de Fiebre Aftosa, un banco creado por Estados Unidos, Canadá y México que busca resguardar antígenos de diferentes partes del mundo, tenerlos reservados para poder ser utilizadas o formular una vacuna ante una emergencia sanitaria. En el año 2006, nosotros ganamos esa licitación entre varias empresas productoras en América Latina y otras partes del mundo; y, hasta el día de hoy, es la única empresa dentro de América Latina que es además banco de antígenos para Norteamérica. Esto fue también gracias a la trayectoria. Obviamente hubo que dar examen acá, no es que uno se presenta, firma y llena un pliego y puede ganar o perder, sino que acá hay auditorías muy fuertes por parte de autoridades sanitarias que hubo que sortear y que fueron también asistidas por las autoridades sanitarias de Argentina, que nos acompañaron en este desafío.

En el año 2011, finalmente obtenemos el registro de la vacuna en Estados Unidos. Hasta ahí éramos proveedores de antígeno para elaborar una vacuna en una emergencia, pero no conformes con eso también fuimos y registramos la vacuna (la misma que hoy se utiliza en la Argentina para las campañas oficiales) en Estados Unidos. Con lo cual, ante una emergencia sanitaria, se puede enviar la vacuna que usamos en las campañas de Argentina hacia Estados Unidos, en su presentación tal cual la usamos acá, para poder ser aplicada allá. Así que obtuvimos este registro y superamos otro desafío, ya que es la única vacuna de origen argentino –y creo que también latinoamericano– registrada en Estados Unidos, hasta el momento.

El año pasado alcanzamos otro hito muy importante para nosotros: la aplicación de la dosis de vacuna antiaftosa número 2.000 millones. Esto es: llegamos a ese número haciendo la sumatoria de todas las dosis vendidas y aplicadas en los últimos veinte años por Biogénesis Bagó. ¡Son 2.000 millones de dosis! Esto representa poder vacunar todo el stock argentino unas cuarenta veces, o todo el stock de América Latina cuatro veces. Así que fue otro hito importante para nuestra compañía.

Este fue el camino por el cual nos fuimos transformando, de a poco, hasta tener

hoy la planta de producción antiaftosa de mayor capacidad mundial. Repito: hoy la planta de Biogénesis Bagó es la de mayor capacidad de producción de vacuna antiaftosa en el mundo. Y así fue que a través de todos estos hitos, estos logros, y este trabajo de vinculación, nos pudimos ir expandiendo en la región, en América Latina. Hoy contamos con una filial en Uruguay, tenemos una filial en Bolivia, tenemos casi cien funcionarios en Brasil, tenemos una filial en Centroamérica, otra en México. Es decir, desde otras partes del mundo nos empezaron a ver como un socio interesante para hacer negocios y transferir tecnología, para tomar este desarrollo tecnológico y constituir el puente que hoy nos trajo hasta acá: la vinculación con la República Popular China, cuya construcción les contará Guillermo ahora.

### Guillermo Mattioli

Ingeniero agrónomo de la Universidad Nacional de Buenos Aires. Desde el año 1996 se desempeña como director general de Biogénesis Bagó. Cuenta con más de treinta años de experiencia en el mercado veterinario mundial. Presidió la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios, CAPROVE.

Si está el reloj prendido, la parte mía es la más corta. Lo que quiero resaltar ahora es cómo es posible que una empresa argentina alcance el máximo nivel mundial en una tecnología como la producción de biológicos, logro alcanzado con una gran vinculación con la academia, con los organismos científicos y de la mano, muchas veces, de los organismos públicos. Como mencionamos SENASA, INTA, CEVAN son parte de nuestro trabajo. Eso nos dio una gran visibilidad.

Yo creo que Guillermo y Fernando nos invitaron para que mostremos cómo un continente –porque China es como un continente entero– elige a una empresa argentina para dar su próximo paso. El desafío que tiene China es un poco similar al que tiene el continente americano. Es un país enorme, tiene casi 1.000 millones de cabezas, ya hizo un enorme desarrollo en la avicultura. Especificando un poco y según cifras aproximadas, tiene 600 millones de cerdos, 90 millones de bovinos y 300 millones de ovejas y cabras. Con una producción distribuida en una extensión muy amplia, para proteger a los animales en la lucha contra la fiebre aftosa, está aplicando aproximadamente 2.000 millones de dosis por año. Para tener una idea, esto es más de tres veces lo que se aplica en Latinoamérica.

China cuenta ya con siete empresas estatales de producción de vacunas que abastecen este mercado. Sin embargo, por un intercambio entre funcionarios país-país, encontraron que Argentina, no solo Biogénesis Bagó sino el país, podría ser un buen socio para el intercambio de tecnología y experiencia en la campaña de erradicación. En este simposio estamos hablando de 2030, bueno, en nuestro caso esto comenzó ya firmemente cuando en 2012 el actual ministro de Agricultura chino Han Changfu, con el entonces ministro Norberto Yauhar, firman un acuerdo de cooperación en este campo. En ese momento, por primera vez en su historia, un país cuya producción total está en manos del Estado autoriza a que una empresa privada participe de la elaboración de una vacuna antiaftosa, que –como todos sabemos– no es un producto más, sino uno de alto componente estratégico para abordar mercados de carne. O sea que hace dos años, en mayo de 2012, recibimos la novedad de que teníamos que participar, salimos y estamos en la mitad del camino; hace dos años empezamos [se refiere a 2012] y en dos años tenemos que entregar vacunas de alta calidad en el mercado chino.

También tiene de novedoso que somos la segunda empresa (la primera fue Ternium, del grupo Techint) que estamos instalando una planta en la República Popular China. El lugar de localización... A lo primero que nos obligó la República Popular China fue a elegir un socio chino. La empresa que contactamos se llama Hile, que son especialistas en la producción de biológicos. Con ellos estamos haciendo una planta de producción en la provincia de Shaanxi, esto es cerca de Xian. Nuestro aporte fue, además de la inversión, la tecnología, el diseño –nuestros grupos gerenciales están trabajando en esto–; tenemos veinticuatro meses para construir la planta y la capacidad inicial serán 400 millones de dosis.

Los que tuvieron la oportunidad de visitar nuestra planta en Garín (ruta Panamericana) la conocen, y si tuvieran la oportunidad de ver nuestra planta en China se sorprenderían: es el doble. Ese tamaño nos transforma en el mayor productor mundial de vacunas. Ya está en plena construcción. Para fin de 2014 tiene que estar toda la parte operativa y todo 2015 será para instalar las maquinarias. La obra queda una ciudad que se llama Yangling, una ciudad de 150.000 habitantes, o sea sería un Tandil y medio; pero dentro de esa población, hay 30.000 universitarios, para que tengan idea. Es la ciudad demostrativa de la agricultura para toda China.

¿Ven? Por eso digo que es muy importante la vinculación público-privada. Acá [muestra una foto] estábamos con un equipo de funcionarios públicos en China, apoyando a las empresas argentinas. Por acá estoy yo; esta es la vicecalceda de Xian; a este lo conocen, Lorenzo Basso, que nos acompañó como secretario de Agricultura y acá está el embajador. Tenemos dos personas de lujo en China. Uno es el embajador argentino en China, Gustavo Martino, y el otro es Omar Odarda, que es nuestro agregado agrícola en China. Sin el apoyo de ellos, hubiese sido difícil ir progresando en nuestros pasos. Tuvimos el honor, esto fue hace un año, que nos visitara el vicepresidente Li Yuanchao; cuando pasó por Argentina seleccionó una sola empresa para visitar y acá estaba en nuestra empresa ahí en Garín. Estas son a veces visitas protocolares, pero es para destacar que el señor se quedó dos horas, recorrió toda la planta preguntando por todos los procesos, porque sabía que era una cosa muy importante y quedamos comprometidos con el vicepresidente chino de que en dos años (cuando ya estemos entregando vacunas en China producidas en China) va a participar de la inauguración de los primeros lotes de nuestra empresa en Brasil.

Vuelvo a este tema. Una empresa no hubiese alcanzado el nivel de desarrollo tecnológico sin el apoyo de la academia, sin el apoyo del sector público en Latinoamérica. Lo que pensamos recrear en China es la misma situación; en este caso vamos a ser una empresa mixta chino-argentina, y en la parte de academia ya se están firmando acuerdos entre el INTA, el SENASA, con todas las academias chinas. Y con el sector público, como ya les dije, necesitamos del acompañamiento de los ministerios.

Es un desafío cultural. Estamos entrevistando en este preciso instante a doce *managers* que se están viniendo a capacitar acá en Argentina (esta empresa va a tener más o menos 150 trabajadores, todos de la zona de producción). Así que

bueno, espero que cuando nos inviten nuevamente de acá a dos años podamos compartir que una empresa argentina está ofreciendo productos de alta calidad para el mercado chino.

---

*Gracias.*

---



## Panel especial

Día: 07

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

● China

● India

● Japón

● Corea del Sur

● Vietnam

● Tailandia

● Argentina



A.

**Guillermo Santa Cruz**

Licenciado en Economía

B.

**Jorge Castro**

Ex secretario de Planeamiento Estratégico de la Nación



Licenciado en Economía, graduado en China. Trabajó como asistente técnico en la Embajada Argentina en Beijing. Luego de ocho años de residencia en China, regresó a la Argentina en 2012, cursó la maestría en Agronegocios y Alimentos en la UBA y se desempeñó como consultor externo en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación en distintos proyectos de desarrollo económico y comercial.

**Guillermo Santa Cruz**

Buenas tardes. Ya estamos terminando por hoy. Voy a hacer una pequeña presentación, muy breve, y después daremos paso al señor Jorge Castro para el broche de oro del panel.

Cuando Fernando me convocó para darle una mano con la organización del Panel China, acepté inmediatamente, porque la verdad que China me fascina, yo viví ocho años en China. Estudié, trabajé, aprendí el idioma y la verdad que aprender el idioma me abrió un montón de posibilidades. Siempre digo que el idioma es una puerta a una cultura, fíjense que justamente fue en el seno de esta Facultad que nació el CUI, el Centro Universitario de Idiomas. Justamente con esta filosofía, que el idioma es fundamental a la hora de hacer negocios.

Ustedes saben que a los chinos les encanta usar proverbios, frases, refranes. Hay uno que a mí siempre me interesó mucho que dice 在罗马, 入乡随俗. En español significa algo así como “donde fueres, haz lo que vieres”. Ustedes seguramente se preguntan por qué estoy empezando la charla de esta manera. Si me dan dos minutos se los voy a explicar.

Hoy estamos inundados de noticias sobre China: que China avanza, que China va por todo, que China se compra el mundo. Y, si nosotros miramos las estadísticas, vemos que de verdad hay un marcado incremento en la inversión china en el mundo, que actualmente ronda los 87.000 millones de dólares (en tan solo un año escaló tres posiciones y es el tercer mayor inversor internacional).

Ahora, esta nueva situación, en la gente, genera distintas reacciones. Hay gente a la que le gusta, porque lo ve como una oportunidad de capitales frescos, acceso a nuevos mercados. Pero hay gente a la que no le gusta tanto y ve su



negocio amenazado y también hay ciertas noticias que le hacen ruido, como por ejemplo el daño al medio ambiente, la explotación de los trabajadores, la corrupción. Pero por sobre todas las cosas, genera miedo; y no es para menos, porque China es un país de 1.300 millones de personas. Es un país con una extensión grande como toda Europa. Es el país con mayor cantidad de reservas internacionales. Es un país cuya cultura política y económica desconocemos. Es el país que le presta plata a Estados Unidos. Entonces es para tener miedo, pero también es para prestarle mayor atención a las inversiones y estudiarlas.

Entonces, la primera pregunta que nos hacemos es por qué invierte China en el mundo. En la literatura hay tres motivaciones principales. Por ejemplo, cuando los chinos van por los recursos (estoy hablando por ejemplo de empresas de petróleo, de minerales), este tipo de inversiones son las que generan mucho ruido. Pero no es la única motivación, hay otras: por ejemplo, cuando van por tecnología y *know how*, esto es lo que les permite a los chinos hacer lo que se llama *leapfrog*, achicar la brecha que tienen en materia tecnológica con países más avanzados. Por ejemplo, cuando Lenovo compró IBM o cuando una automotriz que en ese momento casi era desconocida en Occidente, Geely, compró un ícono del sector automotriz como es Volvo. Y, por último, las inversiones que hacen las automotrices chinas en Brasil, en Uruguay, o por ejemplo con la compra de empresas de telecomunicaciones, son todos ejemplos de empresas chinas que hacen inversiones en el exterior en busca de mercados.

Entonces, el “qué” es muy importante, pero no más importante que el “cómo”, como esa frase “no es qué me dijiste sino cómo me lo dijiste”. Acá es exactamente igual. ¿Cómo invierten los chinos? Esta es una pregunta que a mí me parece fascinante. Para analizarlo tomo prestado un modelo de Suzana B. Rodrigues, una profesora de una universidad holandesa; esta profesora propone utilizar dos variables en el análisis de los negocios internacionales. Si las graficáramos un eje de coordenadas, en el eje Y tenemos una de las variables: la madurez institucional. La otra variable es la estabilidad política, en el eje de las X. Por “madurez institucional” nos referimos a cuando las instituciones de un país, por ejemplo su sistema legal, funcionan de manera transparente y homogénea para todos los integrantes de la sociedad. Para graficar este indicador utilizamos un proxy, que es un indicador del World Economic Forum llamado “instituciones”. Por “estabilidad política” nos referimos a los traspasos de poder, cómo se dan de un gobierno a otro, y si las políticas que se establecen en un gobierno continúan en el tiempo. Como proxy para este indicador se utiliza un indicador del Banco Mundial que se llama “estabilidad política”. Ahora con estos dos indicadores podemos ir graficando la situación de todos los países del mundo, por ejemplo Filipinas y Rusia, de modo que Rusia resulta un país un poco más inmaduro que Filipinas pero un poco más estable. Y de esta manera podemos graficar todos los países hasta llegar a Australia y Nueva Zelanda que se encuentran en el extremo superior del gráfico, o sea, son los países más estables y más maduros. Hay una correlación entre ambos indicadores porque se van complementando: a mayor estabilidad, mayor madurez y viceversa.

Entonces podemos diferenciar tres grandes grupos de países y esto es muy importante para entender la inversión internacional. ¿Por qué? Porque la inversión que cada país reciba va a depender de su situación. Por ejemplo, los países más inestables e inmaduros ¿qué tipo de inversión reciben de parte de China? Bueno, por lo general establecen acuerdos entre gobiernos, con poca información disponible. Y la información no es transparente. Los gobiernos hacen un montón de concesiones, porque generalmente –en estos países menos maduros y menos estables– hay poca mano de obra calificada; entonces hacen concesiones en otorgar muchas visas para que se instalen obreros chinos calificados, pero también hacen concesiones en tierras o seguridad. Y como son países donde no hay una estabilidad jurídica aceptable, por lo general va a salir o un primer ministro, o un gobernador, asegurando esa inversión que se está realizando. Y va a haber pocas asociaciones, por lo general van a ser empresas 100% chinas.

Cuando lo vemos en el mundo real en el sector agropecuario, vemos que esto se da: por ejemplo, en Filipinas, en 2007, se firmó un acuerdo entre su primer ministro y el primer ministro de China, a partir del cual se le otorgaba un millón de hectáreas para cultivar arroz, sorgo y maíz. Obviamente, este acuerdo fue a puertas cerradas; pero cuando la sociedad de Filipinas se enteró hizo un escándalo y el acuerdo se tuvo que cancelar. Otro ejemplo de los países que están en este grupo de abajo a la izquierda es Rusia. En 2012 se hizo un acuerdo entre los gobiernos de Rusia y de China para que los fondos soberanos de inversión realizaran inversiones en sectores estratégicos. Entonces, vemos que acá hay un liderazgo gubernamental: son los gobiernos los que deciden en qué sector invertir. Esto es la situación de los países que están en este extremo.

¿Cómo es la situación de los países que están en el otro extremo, más maduros y estables? Va a haber una mayor participación del sector privado (esto es lo que dice esta teoría). Y la información va a ser transparente y va a haber muchas asociaciones, sin empresas 100% chinas, habrá *joint-ventures*, 50-50, 60-40, lo que sea, pero va a haber asociaciones. Tenemos varios ejemplos de este tipo de inversiones en Australia y Nueva Zelanda en el sector agropecuario.

Yo elegí uno que es interesantísimo, que es el caso de Bright Dairy, una empresa láctea china que compró Synlait, una empresa láctea neozelandesa, de fórmulas infantiles que para el mercado premium. A través de esta inversión, los chinos compraron el 51% del paquete accionario, con una inversión de ocho millones de dólares, que se utilizó para duplicar la producción. En cuanto a la transparencia de la información, llegaron a tal punto que lograron hacer una oferta pública en la Bolsa de Nueva Zelanda, como para seguir financiándose para expandirse.

Entonces tenemos que un mismo inversor, en este caso China, realiza inversiones muy diferentes, según invierta en países inestables e inmaduros o en los países estables y maduros. Yo acá estoy caracterizando los extremos, porque es más fácil, es donde el contraste es más grande. Los países del medio del eje de coordenadas tienen características de uno o de otro, según estén más cerca

de uno o de otro extremo. Pues bien, yo en este gráfico no puse a Argentina, y seguramente muchos de ustedes están buscando o ya se están imaginando donde va a estar Argentina. A mí me sorprendió. Me sorprendió para mal. Yo soy optimista por naturaleza, pero me sorprendió para mal. Argentina se encuentra por ahí abajo. Y quiero destacar que esto es una metodología homogénea para todos los países, con bases de datos del Banco Mundial y del World Economic Forum. Esto nos obliga a hacernos una pregunta. Argentina está ahí, ahí abajo. No está en ninguno de los círculos. De acuerdo a esta metodología Argentina tiene una estabilidad parecida a la de Brasil pero menos madurez institucional. ¿Qué tipo de inversión vamos a tener en Argentina? ¿Vamos a tener acuerdos firmados a puertas cerradas en que tengamos que hacer un escándalo para pedir información o vamos a tener acuerdos transparentes? ¿Vamos a tener acuerdos en que debamos hacer concesiones irracionales o acuerdos maduros basados en un principio de ganar-ganar? ¿Vamos a tener acuerdos en que los gobiernos sean los protagonistas o vamos a tener acuerdos en los que el sector privado pueda desplegar todo su potencial como creador de riqueza?

Bueno, con esto creo que voy a desilusionar a más de uno, pero no creo que dependa del inversor chino ¿Por qué? Porque 在罗马, 入乡随俗: “Donde fueres haz lo que vieres”. El inversor chino va a venir a Argentina, va a ver cómo son las reglas de juego y va a actuar en consecuencia. Por lo tanto depende de nosotros, del sector público y del sector privado, de lo que nosotros le mostremos al inversor chino y al mundo acerca de cómo se hacen las cosas en Argentina.

*Muchas gracias.*



Ex secretario de Planeamiento Estratégico de la Nación, actualmente preside el Instituto de Planeamiento Estratégico. Es un reconocido experto en política internacional y columnista del diario Clarín.

### Jorge Castro

El Fondo Monetario Internacional estableció que, en 2013, China creció 7,7%, la misma tasa que registrada los dos años previos. Este nivel de crecimiento –agrego– representa su tasa de expansión probable para los próximos cinco o diez años; con una tendencia declinante en la segunda parte de la siguiente década, que lleva a pensar en 2028-2030 la tasa de crecimiento de China sería un 6 o 6,5% por año. Esto implica una disminución de alrededor de tres puntos porcentuales respecto de la tasa de crecimiento de la economía de la República Popular a partir de 1978, en el orden del 9,9% anual promedio durante las tres décadas posteriores. En este mismo período, la República Popular China duplicó el ingreso real per cápita de su población cada ocho años. Esto constituye –en términos históricos– el período más largo, a la tasa más alta de crecimiento, de un país en toda la historia del capitalismo desde la Revolución Industrial de 1780-1840. Lo importante, sin embargo, para los países de América del Sur no es esta desaceleración de la economía china, sino que implica una caída –que se estima alcanzará los 10 puntos porcentuales– en una tasa de inversión, que pasaría del 47% del PBI al 37% quizás 35% en los próximos diez años. Esta reducción del

nivel de inversión en la República Popular es decisiva para los países emergentes y en especial para los de América del Sur; porque la región sudamericana se ha convertido en la gran plataforma de producción y exportación de materias primas, de todas ellas al mismo tiempo, dirigidas al mercado chino o asiático en general. El cálculo que conviene hacer es el siguiente: cada punto porcentual menos en la tasa de inversión (y por lo tanto en el nivel de expansión de largo plazo de China) sustrae entre 0,5 y 0,9 puntos porcentuales al crecimiento de las cadenas de valor de sus proveedores regionales (en el caso de América del Sur, encabezada por Brasil).

Hay dos rasgos fundamentales del comercio exterior de América del Sur en los últimos diez años. El primero es que la mayor parte de las exportaciones de los 12 países que integran la subregión son materias primas. En el caso de Brasil –cuya economía representa el 54% del producto bruto sudamericano, y 74% del producto bruto del Mercosur–, la participación de las materias primas en sus exportaciones ascendió el año pasado al 62%, básicamente dos productos: soja y mineral de hierro. El segundo rasgo estructural que tiene el comercio exterior de los países de América del Sur es que su principal socio comercial, como consecuencia de ser el principal comprador de sus materias primas, es China. En el caso de Brasil, el papel de China como principal socio comercial lo ocupa desde el año 2009, momento en que desplazó de ese lugar al país que lo tuviera los cien años previos: Estados Unidos.

El dato central respecto de América del Sur es que vivió entre 2000 y 2010 los diez años de mayor crecimiento de los últimos cien años como consecuencia directa de la demanda china, lo que ocurrió a través de dos vías: los mejores términos de intercambio de la historia de América del Sur –los términos de intercambio se refieren a la relación entre el precio de las exportaciones versus el precio de las importaciones– y, en segundo lugar, precios récord de los *commodities* en el mercado mundial. De todos ellos al mismo tiempo.

Lo que hay que agregar respecto de América del Sur en el contexto de la economía mundial es que a pesar de que ha tenido los diez años de mayor crecimiento de los últimos cien, no se ha producido en estos últimos diez años la convergencia estructural en América del Sur. Esto es: no ha habido un incremento del ingreso real per cápita sumado a un aumento de la productividad en relación con los niveles de los países avanzados, sobre todo Estados Unidos que es el país frontera del sistema. La consecuencia es que el nivel del ingreso per cápita de los países de América del Sur comparado con el ingreso real per cápita de Estados Unidos era 20% en 1962 y, cinco décadas después, sigue siendo 20%. Se puede afirmar, en síntesis, que a pesar de los últimos diez años de crecimiento excepcional debido a la demanda china, el producto bruto interno por habitante de América del Sur ha permanecido estructuralmente estancado respecto del estadounidense en los últimos cincuenta años. Y no ha habido convergencia estructural con los niveles de productividad de los Estados Unidos.

Por eso se puede sintetizar lo siguiente: en América del Sur, en la década pasada, a pesar del efecto extraordinario de expansión y crecimiento provocado o inducido

por la demanda china, no se ha verificado sin embargo un desarrollo económico en el sentido estricto del término. Brasil es el caso más notable de este crecimiento sin desarrollo. El producto bruto nominal brasileño creció 348% entre 2003 y 2011. Y en este mismo período los términos de intercambio brasileños aumentaron 40%. En esta etapa los precios en dólares de sus exportaciones de materias primas aumentaron 222%. Esto significa que el 89% de la expansión brasileña en la década pasada es el resultado directo de los términos de intercambio y que solo el 11% representa el auge de la producción real, arrastrada por el incremento de la productividad y del aumento del ingreso real per cápita. Lo que se afirma respecto de Brasil sucede con el resto de los países de la región, sin excepción.

La expansión de América del Sur en la década pasada es, en definitiva, una muestra de que –en términos de modo de producción, en términos de economía capitalista entendida como modo de producción– lo que ha ocurrido en América del Sur no es desarrollo sino simplemente crecimiento nominal. Lo que importa del capitalismo no es cuánto se crece sino cómo se lo hace. Y ni siquiera importa la alta tasa de inversión que se logre en un momento determinado. El país más productivo del mundo es Estados Unidos, tiene un nivel de inversión de 14% del producto; y la clave en él no es el monto nominal invertido sino cuánto es el capital que hay que utilizar para lograr un incremento del producto por hora trabajada. Por eso carece de relevancia –y esto es de implicancia directa para los países de América del Sur– el logro de un nivel récord de ganancia. Lo que importa es utilizar el menor capital posible en la consecución de este objetivo. De ahí que se puede afirmar que este crecimiento a través de la productividad es lo que ha transformado al sector agroalimentario argentino en el más capitalista de la economía nacional. Por eso, con relación a la producción agrícola argentina, puede hablarse de desarrollo de tipo estructural, y no simplemente de crecimiento como en el resto de la producción del país.

Otro dato central de la época es que el eje del proceso de acumulación global ha pasado en forma irreversible de los países avanzados a los emergentes. Y los países emergentes y en desarrollo son los que abarcan al 85% de la población mundial. Hay que señalar que el capitalismo es un sistema hondamente desequilibrado, que experimenta crisis periódicas cada cinco, diez o cincuenta años. Pero lo fundamental es advertir que esta etapa de su trayectoria con eje en los países emergentes, etapa que comenzó en 1991 cuando la caída de la Unión Soviética unificó el sistema, es la de mayor ascenso histórico del sistema capitalista desde la Revolución Industrial (entre 1780 y 1840). En síntesis, aquí no hay viento de cola de ningún tipo, aquí lo que hay es cambio de las condiciones mundiales de acumulación. Lo que ha ocurrido es que América del Sur se ha transformado en la gran plataforma de producción de materias primas para el nuevo eje de la demanda mundial, que es China-Asia.

En China se ha lanzado un nuevo ciclo de reformas, y todo indica que son las más ambiciosas y drásticas desde que en 1978 Deng Xiaoping lanzara las suyas. Estas reformas están destinadas a enfrentar los dos grandes frenos que existen en la economía china al auge de la productividad. Esos dos grandes frenos son la represión financiera (es decir, el control de las tasas de interés y el subsidio que por esa vía tienen los bancos estatales y, por su intermedio a su vez, las empresas

del Estado) y el predominio de las empresas estatales en los sectores protegidos de la economía (ante todo: el acero, el carbón y las telecomunicaciones).

En este punto me gustaría subrayar la particularidad del crecimiento chino. El impacto que experimenta la economía mundial debido a la desaceleración del crecimiento de la República Popular afecta en forma dispar al mercado mundial de commodities. Se puede resumir la situación en los siguientes términos: perjudica a los países exportadores de commodities metalíferos (cobre, mineral de hierro) cuyos precios han caído 30%, 40%, últimamente y, al mismo tiempo, favorece extraordinariamente a los productores de commodities agroalimentarios, cuyos precios han trepado a niveles récord por las importaciones del mercado chino, y que –en la estimación del Departamento de Agricultura de Estados Unidos– crecerían 40% en los próximos diez años.

Advertan ustedes lo siguiente: en 2014 la cosecha de granos fue récord en los tres grandes países productores de commodities agrícolas del mundo actual (Estados Unidos, Brasil y la Argentina). Y sin embargo, al mismo tiempo, ese año –con cosechas récord– el precio de la soja y del maíz se aproxima también a su récord histórico. Esto es un efecto demanda, prácticamente en su totalidad proveniente del mercado chino.

Fijense ustedes la situación de las importaciones chinas de soja. Respecto de la soja: en 2013, China importó 56 millones de toneladas de soja, que serían 70 millones de toneladas en 2014. Y, en la estimación del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, treparían a 115 o 120 millones de toneladas en 2022, 2023. Y esto ocurre cuando la República Popular (debido fundamentalmente al aumento del nivel de ingreso real per cápita de su población) experimenta la más gigantesca transición dietaria de su historia. El vuelco masivo de la población china al consumo de proteínas cárnicas. Es en estas condiciones que se presenta el vínculo entre la Argentina, América del Sur y el mercado chino en los próximos diez años.

Dos observaciones finales respecto del papel de la República Popular en la economía mundial en materia de comercio e inversiones. El comercio internacional –sumando exportaciones e importaciones– de China alcanzó en 2013 a 4,16 billones de dólares. Un crecimiento de 7,6% respecto de 2012. Esto significa que el comercio internacional chino está por encima del de Estados Unidos en casi 500.000 millones de dólares. De esta forma, se ha convertido en el primero del mundo. Lo que importa, lo mismo que sucede con respecto a los otros indicadores de la economía china, no es este logro sino la tendencia que revela. En 2001, al ingresar a la Organización Mundial de Comercio, China representaba el 20% del comercio internacional de los Estados Unidos. En 2005 era el 40% del comercio internacional de los Estados Unidos. Ahora lo ha superado y, en 2030, lo duplicaría. En estas condiciones es que se presenta el vínculo entre lo que constituye ya la segunda economía del mundo y América del Sur.

————— *Muchas gracias.* —————



# CAP-02

---

**Día:** 08

---

**Mes:** Abril

---

**Año:** 2014

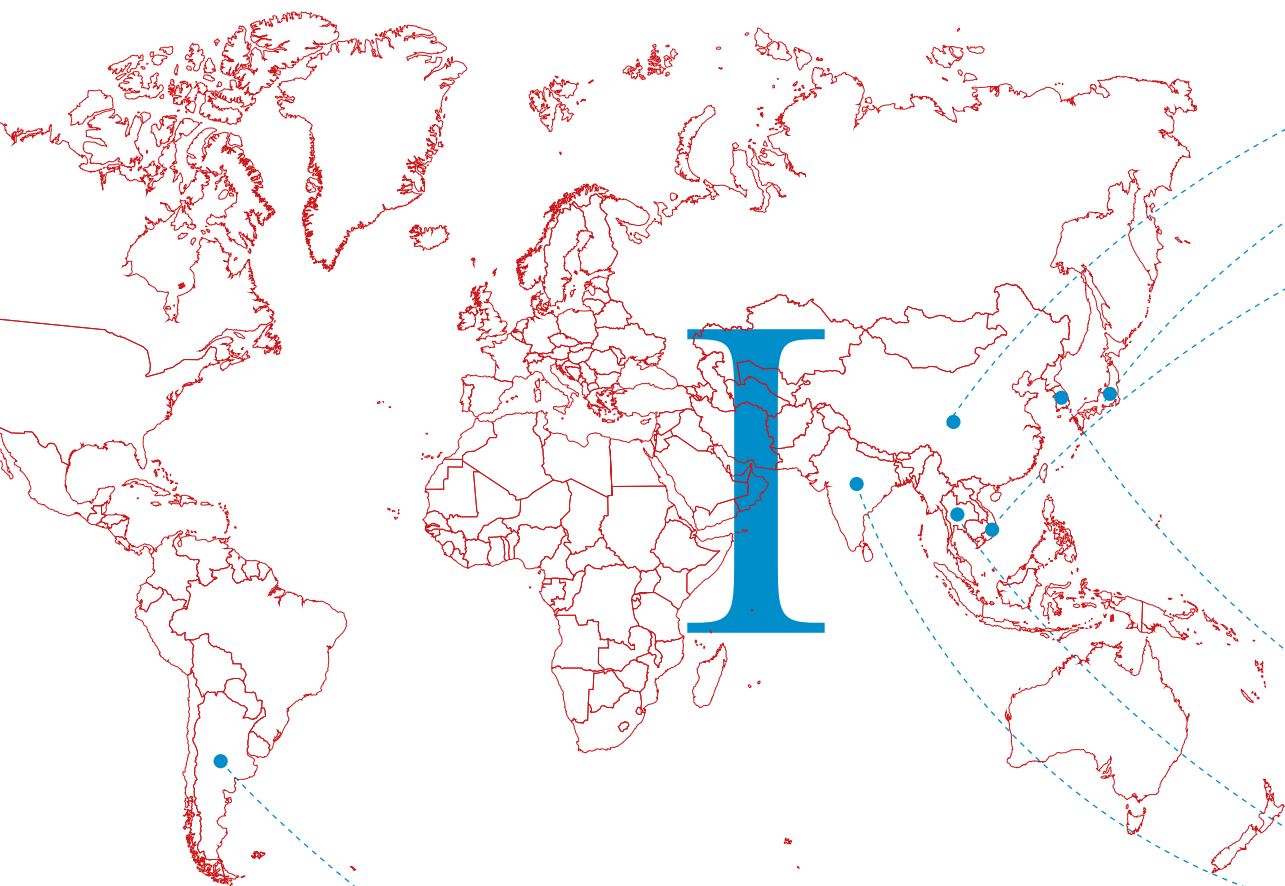
---

**Simposio “Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo”**

---

**Buenos Aires, Argentina.**

---



## Panel Japón

Día: 08

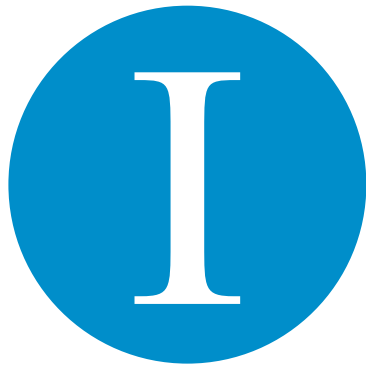
Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Ricardo Hara**

Coordinador

B.

**Masashi Mizukami**

Embajador de Japón en Argentina

C.

**Tatsuya Shimizu**

Senior Researcher de la Japan External Trade Organization (Jetro)

D.

**Gustavo Grobocopatel**

Presidente del Grupo Los Grobo

E.

**Juan Usandivaras**

Coordinador Ejecutivo de PROARGEX

F.

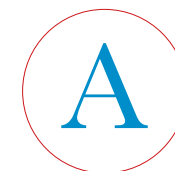
**Catalina Lonac**

Presidenta de la Fundación para el Desarrollo, de la Universidad de San Pablo (Tucumán)

G.

**Pedro Landa**

Director Técnico de la Organización Internacional Agropecuaria



Ingeniero agrónomo de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Presidente de I.S.K. Argentina, director de Indear (Bioceres) y director académico del Programa de Agronegocios de la Universidad Torcuato Di Tella.

**Ricardo Hara**

Buenos días. Lo bueno de empezar temprano es que están todos medio dormidos y parecen todos japonesitos. Martín Piñeiro ayer planteó tres –digamos– dilemas que me parece que son fundamentales para entender y para trabajar en función de esos dilemas. Él planteó primero que tenía algunas dudas acerca de que la tasa de crecimiento de los países asiáticos pueda mantenerse en los niveles actuales. Estamos hablando de tasas del orden del 6, 7% anual en conjunto –el bloque Asia–, y es muy probable que en los próximos cinco, diez, quince años, esa tasa sea menor. Lo cual no significa que sea baja. Una región del mundo que siga creciendo a tasas por encima del 3%, 4%, sigue siendo muy importante.

También planteó el dilema de si Argentina tenía que seguir siendo un exportador de commodities, si no tendríamos que trabajar mucho más en los productos con valor agregado; y la respuesta es claramente que sí. Tanto desde el Ministerio de Ciencia y Tecnología, del Ministerio de Agricultura y desde las empresas estamos procurando generar mayor valor agregado. Lo que también quedó claro es que exportar con valor agregado no es simplemente una decisión unilateral de los argentinos, sino que implica cumplir con toda una serie de reglas de juego, tanto en el mundo como en la región y acá en el país.

Y por último Piñeiro planteó la importancia de generar una plataforma exportadora en conjunto con otros países de la región, como Brasil, Uruguay y Paraguay.

Y que me parece que los temas planteados por Piñeiro han sido certeros. Posteriormente, Marcelo Regúnaga hizo hincapié en un tema sobre el cual también Fernando Vilella, en el Congreso CREA 2010, hizo mucho refuerzo, que es el tema de la calidad institucional. Me parece que Argentina tiene todas las potencialidades en lo que hace a disponibilidad de suelo, agua dulce, capa-

cidad tecnológica, organizaciones, capacidad académica, pero me parece que tenemos muchísimo por andar todavía en lo que hace a la calidad institucional.

Yendo ya más estrictamente a lo que es Japón, en estos momentos Japón representa la tercera economía del mundo. Hasta hace muy pocos años, hasta el año 2010 fue la segunda economía. Quisiera remarcar algunas cifras: una que acaba de dar el embajador Masashi Mizukami, que Japón hoy sigue siendo el mayor importador del mundo y por lejos de productos de origen agropecuario con 70.000 millones de dólares. Me parece que ese es un dato muy importante a tener en cuenta sobre todo teniendo en cuenta que el segundo exportador, que es China, importa algo más de la mitad, 40.000 millones de dólares.

El otro tema a tener en cuenta: el PBI per cápita japonés es al menos diez veces mayor que el PBI per cápita de otros países de la región y seis veces mayor que el chino. ¿Esto qué significa? Que de una población en Japón del orden de los 120 millones de personas, más del 90% —y recuerden esta cifra: más del 90%— de la población japonesa pertenece a la clase media. Esa clase media a la que nosotros estamos apuntando para proveer alimentos no solo en cantidad sino en calidad. Eso significa que el consumidor japonés es un consumidor muy exigente en calidad, casi diría sofisticado y me parece que si desde Argentina, desde nuestra región, estamos pensando en Japón como un mercado potencial, tenemos que estar firmemente enfocados en cómo proveer productos de alta calidad.

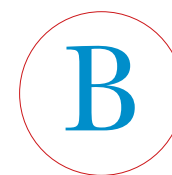
Bien. Para debatir y presentar todos estos temas, hoy tenemos conformado en este bloque, la presentación de los siguientes expertos. En primer lugar, va a hablar un experto de Jetro, que ha venido especialmente de Japón, que es Tatsuya Shimizu; por lo que pudimos conocer de la presentación que va a hacer, que fue anticipando, presentará experiencias muy interesantes de cadenas de valor, de cómo agregar valor sobre diferentes cadenas. Creo que va a hablar sobre la cadena de cerdos, la cadena de pollo. Y me parece que es sumamente interesante, porque si bien son casos que se dieron en otros países, nosotros podemos interpolar y tratar de imaginar una cadena de valor en la Argentina de esas características.

También, en segundo lugar, vamos a tener un viejo amigo de la casa y un gran amigo personal que es Gustavo Grobocopatel. Gustavo va a plantear un tema muy interesante que es la cultura de los negocios en los diferentes países. Él tiene una experiencia personal de haber negociado no solo con Japón sino también con empresarios chinos, indios. Y por supuesto, cada uno de estos países tiene particularidades y, más allá de las barreras de idioma que puedan haber, hay barreras culturales y es sumamente importante poder traspasar esas barreras; así que seguramente la charla de Gustavo va a estar apuntada a eso y a de qué manera generar confianza entre culturas tan diferentes.

También vamos a tener la presentación de un experto de PROARGEX, del Ministerio de Agricultura, que es Juan Usandivaras. Posteriormente va a estar Katy Lonac, también una gran amiga de la facultad y personal, de la Univer-

sidad de San Pablo, Tucumán. Y, finalmente, el Panel Japón va a ser cerrado por Pedro Landa, de OIA, que es un experto en productos orgánicos. Así que pensamos que este bloque de Japón va a ser sumamente interesante por la variedad de temas, por la calidad de los expositores. Quisiera que sea una jornada muy provechosa para todos. Y quisiera también finalizar con una frase de Peter Drucker que seguramente muchos de ustedes conocen, pero que dice que los países que progresan son aquellos capaces de visualizar el futuro a través de las oportunidades.

*Muchas gracias.*



Embajador de Japón en Argentina.

### Masashi Mizukami

Buenos días. Soy el embajador de Japón en la Argentina, desde ya un poco más de dos años. Pero también hace veintipico de años, época de hiperinflación en Argentina, yo me quedé aquí durante tres años como secretario de la Embajada. Hoy tengo quince minutos para hablar de nuestros productos, área, agricultura. Como ustedes saben, Japón es uno de los principales importadores de alimentos del mundo. Por ejemplo, en 2010, Japón importó trece mil ochocientos millones de dólares en productos agrícolas, quedando detrás solo Estados Unidos, China y Alemania. Siendo la exportación tres mil doscientos millones de dólares, la importación neta fue de 50.600 millones de dólares, ubicando a Japón en el número uno del mundo. Entonces en el sentido neto Japón importa más productos agrícolas del mundo.

Si vemos la importancia neta per cápita, la dependencia de nuestro país de los productos agrícolas del exterior es aun más notable. El país que nos sigue es China, que importa 45.300 millones de dólares, pero su población es mucho más grande que la japonesa, 1.300 millones de habitantes frente a 120 millones en Japón. Diez veces más gente vive en China que en Japón. Nuestros principales proveedores son Estados Unidos, China, Canadá, Australia, Tailandia, Indonesia, Brasil y Chile. Desde Brasil importamos principalmente maíz y soja. Pero cabe destacar que fueron Argentina y Brasil los que satisficieron la demanda excedente de más maíz para alimentación animal en Japón cuando Estados Unidos no pudo proveernos lo suficiente por la sequía que lo acechó en junio del 2012.

A continuación, voy a citar una proyección que hizo el Instituto de Investigación del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón. Según este trabajo sobre el futuro de demanda y oferta de alimentos en el mundo, en 2022 Argentina y Brasil estarán ocupando una posición más fuerte como exportador de maíz y soja, considerando la disponibilidad de tierras, cultivos y la posibilidad de expandir aun más su producción agrícola. Teniendo en cuenta además el hecho de que América del Sur tiene la ventaja de estar en contra estación frente al hemisferio Norte. La capacidad productiva de cereales de Estados Unidos ya

está saturada, creo que pronto llegará el día en que América del Sur contribuya más sustancialmente en el abastecimiento de alimentos a Japón.

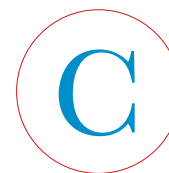
Actualmente, Argentina provee a nuestro país, además de con cereales como maíz y sorgo y residuos de soja, con alimentos diversos como el mosto de uva, bebidas alcohólicas, queso, tabaco, jugo de limón, miel, maní, preparación de carne, carne de caballo, algodón y chocolate. Pero el monto total de los alimentos que salen de aquí hacia Japón es muy reducido todavía en comparación con la gran capacidad exportadora del país. De hecho, Japón es el número 25 en el ranking en la compra de alimentos argentinos.

La desventaja en la distancia que separa a las dos naciones tal vez no sea tan grave si se considera que Brasil está aumentando bastante las ventas a Japón a pesar de la insuficiencia en su infraestructura de transporte. Esto nos hace pensar una vez más en la gran potencialidad de Argentina para aumentar notablemente la exportación de productos agropecuarios y manufacturas a Japón. Los consumidores japoneses buscan alimentos baratos, seguros y buscan calidad. Para mí, esta exigencia aparentemente difícil podría ser encarnada y superada a través de la alianza empresa-empresa, lo que permitirá mejorar la tecnología de producción y manufactura, la calidad y los costos. Así, productos argentinos tendrán una mayor ventaja para aumentar su participación no solo en el mercado japonés sino también en el mundo.

Para concluir, expreso mi expectativa en que este Simposio construya en la creación de más y mejores espacios de intercambio de información, para identificar oportunidades de negocio y generar nuevas alianzas entre las empresas y empresarios de Argentina y de Japón, para que de ese modo –en el año 2030– la relación económica entre las dos naciones sea mucho más profunda y fuerte de lo que conocemos hoy.

Y quiero añadir una cosa importante de nuestra historia de actividad en la agricultura. Ustedes tienen alguna imagen que Japón es un poco atrasado en nuestra inversión del sector agricultura, pero si ustedes conocieran la inversión en esta actividad en Brasil hace cincuenta años, un poco después de la Segunda Guerra Mundial, cuando todavía Japón no es como ahora... Creo que era uno de los países que tenía posibilidad de desarrollarse como new coming country y que hizo gran, gran inversión en Brasil, en lo que se llama cerrado; y yo siempre pienso, siento, que ahora muy poca gente de mi país, muy poca gente de nuestro counterpart en Brasil o Argentina que tomaría iniciativa tan grande, sería algo más que sueño. Pero creo que Argentina tiene tantas posibilidades y capacidades, y por supuesto superar algunas etapas poco a poco; y es importante también que algún día nos pongamos a pensar alguna idea parecida al cerrado que nosotros hicimos en Brasil a mediados del siglo pasado.

*Gracias.*



Senior Researcher de la Japan External Trade Organization (Jetro) y director adjunto del Latin American Studies Group (Area Studies Center) en el Institute of Developing Economies. Entre 2011 y 2013, fue investigador visitante del Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES) y del Centro de Investigación (Universidad del Pacífico, Lima, Perú), entre los años 2000 y 2003

### Tatsuya Shimizu

Me gustaría agradecer al profesor Fernando Vilella por darme esta oportunidad de compartir con ustedes información sobre de mercado de alimentos en Japón.

Lamentablemente, veo poca gente hoy, comparando con la que hubo ayer; y eso demuestra que aquí la gente tiene muchas expectativas por el mercado creciente, emergente de China. Sin embargo, Japón es un poquito... ha sido visto como un mercado un poquito estatal [sic], no tan dinámico como China. Pero hoy día me gustaría mostrar que el mercado japonés es todavía dinámico en otro sentido. No crece en términos de cantidad sino que cambia en términos de calidad. Eso me gustaría compartir con ustedes.

Yo trabajo en Japan External Trade Organization (Jetro), una entidad pública donde hacemos promoción de inversiones y comercio internacionales. Dentro de Jetro, yo pertenezco al IDE, Institute of Developing Economies, donde hacemos estudios sobre aspectos políticos, económicos y sociales de los países en desarrollo. Particularmente, yo formo parte de la sección de América Latina y he hecho estudios en el área del Pacífico de Sudamérica, así que para mí es buena oportunidad para ver el otro lado, el Atlántico.

Hoy día voy a tocar dos temas principales. El primer tema es sobre mercado japonés de alimentos. Aquí voy a hablar sobre dos cosas: primero, de la alta dependencia de alimentos y, segundo, de los cambios de la población y su dieta.

Y la segunda parte es de ejemplos de la integración de la cadena productiva de alimentos entre Japón y América Latina. Me olvidé de comentar el tema de hoy en día: “Hacia la integración de la cadena productiva”. “Integración” es palabra clave actualmente y también “estrategias para el mercado maduro”. Mercado maduro es el mercado japonés.

Cuando hablamos de la alta dependencia de alimentos importados del Japón, siempre mostramos estas cifras sobre el porcentaje de autosuficiencia de alimentos, según dos parámetros: uno basado en el valor y otro basado en las calorías. En Japón generalmente usamos el parámetro calorías. En 2010-2011, más o menos producimos el 40% de las calorías que consumimos, y el restante 60% lo importamos. Pero como persona que compro alimentos en el mercado, me resulta más fácil de entender el parámetro valor; y, según el valor, el 70% de los productos que compramos son nacionales y 30% restante, productos importados. Menos dependencia.

Y si dividimos qué cosa producimos en Japón, qué cosa importamos, aquí hay un gráfico. Empecemos por el arroz, uno de nuestros alimentos principales, en el que gastamos el 13% del consumo total de alimentos y cuya autosuficiencia llega al 99%. Otro rubro importante es productos de origen animal (carne, por ejemplo), en que gastamos el 25% de nuestro consumo alimentario total, con una autosuficiencia pura del 57%, que llega hasta el 74% si computamos los animales que alimentamos con granos importados; también consumimos mu-



chos pescados y mariscos, que componen el 16% de nuestro consumo total, con una autosuficiencia del 53%; verduras, 20% sobre el total y una autosuficiencia de 78%. En caso del arroz, tenemos protección de mercado nacional por eso abastecemos casi el 100%. Sin embargo otros alimentos, el caso de carnes, abastecemos el 74%, que es alto, pero si descontamos los alimentados con granos importados, solamente abastecemos la mitad de la carne que consumimos en Japón. Y otros productos, como pescados y mariscos, importamos la mitad. En el caso de verduras no es tanto, 20 y pico por ciento. En productos como trigo, azúcar, soja, dependemos fuertemente de la importación. Y, de lo que importamos, lo más importante son cereales y oleaginosas como maíz y soja.

Ese es un gráfico que muestra de dónde viene maíz que importamos. En caso de maíz, sí tenemos un maíz de producción nacional mayormente sweet corn, maíz dulce para consumo directo, que sancochamos para comer. Pero todo (o casi) el maíz que come el ganado viene de afuera. ¿De dónde viene? Mayormente de Estados Unidos, más o menos 16 millones de toneladas anuales importamos y eso ha cambiado en los últimos cinco o diez años, porque Estados Unidos aumentó su propio consumo de maíz para bioetanol, entonces tuvimos que buscar otros proveedores de maíz; y Brasil, Argentina, Sudáfrica y Ucrania son los abastecedores alternativos ahora. Antes, en década del 90, también le importábamos a China, pero China ya es importador neto. Por eso siempre tenemos que asegurarnos una fuente alternativa para importarle.

Otra importación importante es la soja, y mayormente el poroto, el grano de soja, no tanto aceite y torta. Producimos muy poco poroto de soja en Japón, cubrimos muy poco nuestra demanda (menos del 10%). Mayormente viene de Estados Unidos, Brasil, Canadá, en un momento China pero ya no y Paraguay. (De Argentina solo un poquito.) Como ustedes saben, antes importábamos mayormente de Estados Unidos, pero –tal vez las personas mayores de 40 recuerden– en la década del 70 Estados Unidos restringió su exportación de maíz por escasez interna. Y como los japoneses estábamos dependiendo tanto, nos asustamos y –como comentó el Embajador– empezamos a buscar otra alternativa; entonces, a través de la cooperación internacional, ayudó a Brasil para que pudiera abrir sus campos en “cerrado” para producir soja. Y ahora Brasil, gracias a eso, es una fuente importante para la soja que consumimos.

Si analizamos el consumo de soja, es un poquito más complicado que el de maíz, porque está el grano, el aceite y –¿aquí dicen “torta”, no?– la torta. Pero Japón mayormente importa el grano. ¿Por qué? Porque tenemos una industria nacional de producir aceite; y para proteger eso, el arancel para importación de aceite es de 10%, mientras otros los productos no tienen arancel.

Entonces, la mayor parte de la soja que consumimos viene de afuera. Del suministro total de soja, más o menos el 70% se usa para la industria de aceite y la industria de torta de soja para ganado. Y el resto, 30% es para alimento humano directo (eso voy a explicarlo más adelante). Por eso casi todo el aceite de soja que consumimos es de producción nacional. En cambio, en el caso de la torta (la demanda de torta para el ganado es muy fuerte), importamos más del 40%. Quiero explicar un poquito sobre la industria de alimentos de soja para consumo humano directo. En el caso de Japón, de más o menos cuatro millones

de toneladas de soja, el 75% está destinado para procesar como aceite o torta; y 0,9 millones de toneladas es para lo que llamamos “consumo directo”. Hay algunas maneras de prepararla. Una es sancochar [tipo guiso]. Otra es sancochar y fermentar para preparar pasta de soja, el famoso miso; el miso es para nosotros como la pasta de tomate para los italianos, es nuestro soul food, alimento del corazón, digamos. Otra se llama “natto”, es fermentado, huele mal pero a algunas personas les gusta mucho. Otro preparado es la leche de soja, y eso tomamos, se llama “tonyu”; también aprovechamos la nata de la leche de soja, la yuba y también de eso preparamos queso, el tofu (y de ahí hay varios derivados). Y otro producto es tostado o “irimame”; de eso preparamos polvo de soja, se llama “kinako” y lo usamos para dulce, por ejemplo.

Pero ese millón de toneladas, o un poquito menos, no puede ser de cualquier soja. Cuando empresas japonesas piden soja, generalmente ellas piden soja IOM. IOM es por Indiana, Ohio y Michigan (Estados Unidos) y por supuesto no es soja genéticamente modificada, que además llega a Japón en una distribución separada de la soja normal. Y otros productos, por ejemplo, natto fermentado; hay empresas grandes de natto que, para asegurar su abastecimiento, tienen un contrato especial y piden una variedad específica para elaborar su producto. Generalmente tienen producción por contrato y deciden una variedad específicamente destinada para el natto.

Para ver los precios: generalmente, digamos, en Chicago el precio de la soja es de 45 céntimos de dólar por kilo. En Japón, generalmente importamos a 68 o 70 céntimos, un 50% más caro que el mercado internacional; y, para la compraventa de soja dentro de Japón, el precio es más de 130 yenes (más de un dólar), entre el doble y el triple del precio del mercado internacional.

Por eso esas empresas de alimentos que usan soja como materia prima necesitan una soja distinta de la que se distribuye en el mercado internacional.

Ahora vamos a pasar un poquito los cambios en población y dieta. Aquí yo muestro tres pirámides de población de 90, 2010 y 2030. Más o menos ahora estamos en 2010, un poquito más cerca de 2030, pero digamos que en 2010. La población de Japón tocó pico en 2010 con 128 millones. De eso no vamos a aumentar más; más bien, para 2030, está estimado bajar hasta 116 millones. ¿Qué va a cambiar entonces? Va a cambiar la estructura de esa pirámide. En cada pirámide, la sección estaría con mayor volumen de población está en amarillo; en 1990, esta sección abarcaba a las personas de entre 20 y 50 años. Ahora, en 2010, abarca a las personas de entre 37 y 66 años, más o menos; y para 2030, el lapso etario de la población nacional con mayor cantidad de personas estará comprendido entre los 50 y los 80 años. Yo en 2030 voy a tener 62 años, justamente en el medio de esa parte; y en Japón, una vez que se supera los 65 años se considera parte de la población de ancianos. Y lo más impresionante es el cambio la forma de la pirámide de más de 65 años, entre 2010 y 2030. En la pirámide de 2010, la población de +65 va reduciéndose a medida que aumenta la edad; se ve como un triángulo. Pero en 2030, esa parte, al menos hasta el nivel de los 85 años, no decrece y parece más bien un cilindro. Esa parte

será un mercado muy importante dentro de quince o veinte años en Japón. Y cuando cambia la estructura de población, cambia también la nutrición y las preferencias de consumo. Voy a explicar eso un poquito más.

Datos de la FAO sobre consumo de alimentos, discriminados por tipos de alimentos, y sintetizados en forma de promedio de kilo por año per cápita, nos permiten ver cómo se compone la nutrición de un país y cómo cambió en el último medio siglo. Por ejemplo, por volumen (promedio de kilos de alimentos por persona), el pico de consumo japonés se verificó en 1990 (con unos 690 kilos por persona), punto máximo de un crecimiento que empezó en 1960, y que coincide con la época de crecimiento de nuestra economía. Los japoneses antes tenían mucha hambre, querían comer más y cada vez podían comer más. Pero cuando llega el 90, ya estamos muy satisfechos, queremos otras cosas. Queremos cambiar. No tengo los datos precisos, pero si consideramos el consumo en términos de calorías consumidas, las tendencias son similares: en los 90 se da el pico y, partir de ahí, ya no necesitamos tantas calorías. En cambio, el pico de consumo de proteína y grasa es la década del 2000. Pero ya no tanto, no necesitamos más proteína, los ancianos no necesitamos más proteína ni grasa. Los japoneses llegamos a una época en que no queremos más cantidad pero sí más calidad. Pero no más calidad en el sentido de proteína y grasa, otra calidad. ¿Qué calidad queremos nosotros entonces?

Les pongo ejemplos de consumos: los cereales están disminuyendo cada día más. Consumíamos 120 kilos anuales de arroz; ahora, un poquito menos de 60. Y también consumimos menos tubérculos; y el consumo de mariscos y bebidas alcohólicas había aumentado hacia el 90, pero eso también empezó a caer. La única cosa que está aumentando es la carne. La carne sigue siendo nuestro favorito. Pero, como les decía, ya no es cantidad sino calidad. Y no calidad en términos de caloría, proteína o grasa, sino otra calidad. ¿Y qué calidad?

En este gráfico se muestra la externalización de la cocina. La internalización de la cocina es el ama de casa, o puede ser un hombre, que compra verduras y carnes y cocina en la casa. Pero, como sabemos todos nosotros, cuando las mujeres participan más en el mercado laboral dejan un poquito de cocinar. En el caso de Japón, la mano de obra es muy cara, no podemos contratar empleados en casa. En lugar, salimos a comer afuera. Primero, en la época del 70 al 90, la gente empezó a comer afuera. Ha sido nuestro lujo comer afuera, pero aumentó. Si en 1975, el porcentaje de comer afuera llegaba al 28%, desde los 90 se estabilizó en más del 35%. Pero después surgió otra forma de externalización de la cocina, y eso es la comida preparada. Comida preparada llamamos a intermedia, son productos preparados listos para comer. Compramos en supermercado o vamos a cadena de comidas, restaurantes; cosas como un *lunch box* o bento. Ese tipo de comida preparada está tomando más mercado. A partir del 90 se estabiliza el porcentaje de comer afuera pero ya empezó a crecer. Actualmente (2011-2012), de cada 100 dólares que gastamos en alimentos, 35 dólares los gastamos afuera y más de 10 dólares en comida preparada.

Y esa tendencia también se puede confirmar con las cifras de venta de la industria,

de venta de los servicios de alimentos. Es un poquito difícil de ver pero dentro del rango hay aquí cuatro tipos de servicios de comidas: instituciones, bares y cafeterías, comidas preparadas, y restaurantes y hoteles. Actualmente, restaurantes y hoteles tienen más o menos 1.500 millones de dólares de mercado y otros servicios como comidas de instituciones (hospitales, escuelas, empresas) también tienen alrededor de 400.000 millones de dólares. Y después viene el rubro bares y cafeterías un poquito más de 700 millones de dólares. Pero lo curioso es que esos tres rubros (instituciones, bares & cafeterías y restaurantes y hoteles) tocaron su pico en la década del 90. Coincide con lo que hemos visto de nutrición. Y de ahí empezó a disminuir, porque la economía de Japón lamentablemente a partir de mitad de la década del 90 no viene siendo tan buena. Pero el único rubro de alimentos que está aumentando es la comida preparada. Empezó a crecer hacia fines de los 80 y después aceleró a finales de los 90. La gente no puede salir tanto a comer, pero sí hay más mujeres trabajando y entonces –para poder preparar la comida para la familia– tiene que comprar comida preparada; o en muchos casos son jóvenes o solteros que en lugar de salir a comer todos los días compran y comen en la casa.

Esos son los cambios de población y su dieta. El crecimiento de la industria de comida preparada es también mientras la población envejece: ellos quieren más sano y más conveniente. No quieren cantidad pero sí calidad, quieren comida estilo casero pero preparada afuera.

Aquí yo quiero mostrar, si se puede, una página Web de *Seven Eleven*, una cadena de comidas, la más importante. Lo siento, está todo en japonés, pero voy a explicar. Ahí dice: “Aquí hemos empezado un servicio de entrega de comida a casa”. Entrega de comida a domicilio no es nada nuevo, pero lo que me llama la atención es una propaganda que está empresa tiene; por favor, chequeen con atención a quién está dirigido. Son treinta segundos nada más. Está dirigido a oficinas, mamás con bebés y niños, personas mayores; todo preparado con quince variedades de ingredientes y platos principales, platos secundarios.

Antes, las comidas delivery estaban destinadas sobre todo a la población de jóvenes. Para jóvenes que quieren pedir, típico es pizza. Justamente ahora se está destinando más a la población mayor de 65 o más. Ancianos, cuyos hijos ya se fueron de casa y, tal vez, esposos y esposas no quieren preparar solamente para dos, o tres. Ellos, en lugar de preparar compran, esas comidas preparadas. En muchos casos, esos ancianos no pueden salir a comprar. Piden delivery no solamente de estos alimentos sino también de otros que hemos visto: pan, verduras. Y aunque no estén dentro de región montañosa, vienen estos servicios de reparto. Y esos servicios especialmente destinados a ancianos serán un gran negocio que Japón tendrá en los próximos años.

Entonces ya hemos visto el cambio de mercado. Ahora yo quiero pasar un poquito a la parte de la cadena productiva, la integración. Y para eso me gustaría utilizar el ejemplo del pollo, que es un producto que producimos pero que también importamos, y eso tiene que ver mucho con la cadena productiva.

Primero: producción japonesa de pollo tocó pico en 1988 y ya no aumenta más. ¿Por qué? Porque ya no hay zonas disponibles para un nuevo desarrollo de avicultura, porque huele mal y choca contra la urbanización; y también por una limitación de fuerzas laborales: los productores de pollo ya llegan a edades de entre 65 y 70 años, y los jóvenes no quieren dedicarse a ese negocio. Entonces ya no se puede expandir más, y por eso importamos. En cuanto a la importación, hubo modificaciones radicales desde el 2000: hasta el siglo pasado, importábamos mucho de China y bastante de Brasil, Tailandia y Estados Unidos. Pero, como recordarán, a principio del 2000 hubo un problema grave de influenza avícola en Asia. Y eso afectó mucho a Tailandia y China, y el Ministerio de Agricultura de Japón decidió prohibir importación de carne no cocida de esos dos países. ¿Y qué pasó? Ellos dejaron de exportar carne de pollo; y ese lugar fue ocupado por Brasil, que aprovechó justamente la expansión de su industria de exportación de pollo. Ahora, diría que más de un 90% de la carne de pollo viene de Brasil.

Pero China y Tailandia no desaparecieron de la escena de la carne de pollo en Japón. Ya antes de que ocurriera la influenza avícola, Tailandia desarrolló su industria de procesamiento de pollo. Ellos prepararon brochette, que necesita mucha mano de obra, y los chinos los siguieron. Entonces, aunque ninguno de los dos países puede exportar carne de pollo, empezó a aumentar exportación de productos basados en la carne de pollo. De modo que la importación de carne de pollo y productos procesados desde Estados Unidos ya casi está desapareciendo; y, de los tres países principales, Brasil por supuesto exporta pollo congelado, mientras que Tailandia y China lograron cambiar su estrategia de exportar carne de pollo a exportar productos procesados. (Debo comentar que ellos –chinos y tailandeses– ya tenían una industria de estas preparadas. Y también hubo empresas japonesas importadoras que, para asegurar abastecimiento de carne de pollo, hicieron mucho trabajo para tener partes de alianza para abastecerse de productos basados en carne de pollo.)

Y esto es más o menos la estructura de distribución de la carne de pollo en Japón. Hay dos fuentes importantes, uno es producción nacional de, mayormente, pollo fresco. El pollo fresco entero cuando sale de empresas avícolas sale empacado listo para el supermercado. Llega al supermercado y luego al consumo doméstico. En los supermercados de Japón, casi todas las carnes que podemos encontrar, son frescas y en trozos. Muy de vez en cuando –cuando hay oferta–, hay descongelado, pero descongelado es considerado no tan rico como fresco. Y hay tres tipos de pollo: pollo común, pollo de marca y pollo nativo. Pollo común es cualquier pollo (también se puede encontrar aquí), es pollo de raza tipo Cobb o Ross, una raza comercial muy eficiente. Ellos comen poco y crecen rápido. Muy eficiente para los productores, pero supuestamente no es tan rico como los otros. El otro, el pollo de marca, no usan razas Cobb y Ross, sino razas anteriores, pero mejoradas. Y cuando crían esos pollos es como si volaran en business, mientras que el pollo común vuela en clase *economy*. Eso significa menos densidad: en el caso de pollo común, más o menos 15 ó 16 pollos por metro cuadrado; el pollo de marca, menos de 10. Y el período de crianza, en el caso del pollo común puede ser de 42 ó 45 días, mientras que el pollo de marca crece más lentamente, y tarda unos 80 días. Y por eso allá en el

supermercado, ponen el pollo de marca con precio premium. Pero además hay otro, que se llama pollo nativo, con grasa nativa; pero esa carne no se encuentra en supermercados. Para eso tienen que ir al restaurante especial y conocer allí el sabor de esos pollos nativos.

Y la otra parte del suministro de pollo es la importación de pollo congelado, mayormente muslo, porque a veces ponen precio más caro al muslo que al pecho. Y también productos de pollo a Tailandia y China. Esos pollos generalmente no van al supermercado sino a la industria de procesamiento japonesa, para preparación, para comida preparada o a restaurantes para comer afuera.

Y ahora un poquito para relacionar esto que ya expliqué con la integración, me gustaría trazar un esquema del agro en Argentina desde el punto de vista de los japoneses o, bueno, desde mi punto de vista.

Sabemos de su exportación, Argentina es un país muy importante en la exportación de granos, cereales y productos derivados. Y su estilo de negocio es *commodity* y *flex crop*. *Commodity* es un producto que cotiza en la Bolsa de Valores tipo Chicago y también *flex crop*, es decir, de destino flexible: puede ser para alimentos, materia prima o energía, dependiendo del precio del mercado, lo que es muy buena estrategia para manejar riesgo. En cuanto a los destinos asiáticos, exportan soja a China, torta de soja a Indonesia y Vietnam y, en el caso de Japón, no soja sino cereales como maíz y sorgo.

Para nosotros, Argentina es una fuente de cereales, pero el principal es Estados Unidos. Cuando no podemos asegurar el abastecimiento de Estados Unidos, buscamos otro y uno de esos otros es Argentina. Pero como todos los expositores han dicho, hay dos caminos. Uno es el camino de *commodity*, que –como hemos visto– eso Argentina puede fortalecerlo: gran volumen a bajo precio pero siempre hay mercado. Y esos tipos de producto se realizan contra venta a través de un mercado abierto, al contado u *open and spot market*. Entonces, si uno prepara, siempre puede vender.

Pero hay otro camino: el camino de la integración de las cadenas de valor, donde siempre habrá valor agregado. El volumen es pequeño pero el precio es relativamente alto, aunque no hay mercado como para el *commodity*; entonces hay que buscar, abrir mercados, encontrar esa demanda. Pero ese tipo de producto no se puede vender mercados internacionales, sino que hay que distribuirlo a través de canales cerrados y coordinados; es decir, hay que encontrar algún socio o abrir una terminal propia.

El primer camino ustedes ya lo conocen muy bien. Nuestra inversión en alimentos en Sudamérica –como el Embajador comentó– no es muy agresiva, pero sí están haciendo algunos esfuerzos empresas grandes como Marubeni, Mitsui, Toyota Tsusho, Sojitsu, Mitsubishi (la mayoría en comercios de granos). Y había un intento de invertir en producción de granos en Argentina, pero entiendo que por el ambiente no tan favorable para inversores extranjeros, ya se discontinuó, lamentablemente. Solamente hay alguna empresa chiquita que

invierte en producción y produce tofu basado en soja.

Pero yo quiero explicar un poquito más la integración de la cadena productiva usando los ejemplos de América Latina. Mi estudio es más de esta época, de estos temas.

Países como México o Chile (o incluso Perú actualmente), son tres países productores agrícolas, no tan favorecidos como Argentina o Brasil. Por eso tienen que hacer muchos esfuerzos, no solamente en producción sino también para abrir mercados. Les doy estos tres ejemplos. Dos de carne de cerdo de México y Chile, y un tercer ejemplo de salmón chileno procesado en Tailandia.

El primero es el caso de cerdo de México. En Japón importamos más o menos la mitad de la carne de cerdo que consumimos. Exportadores principales a Japón son Estados Unidos (menos de 40%) y, después, Canadá (20%), Dinamarca (15%) y México (poco menos de 10%). Pero, un momento, es un poquito raro: Estados Unidos y Canadá producen granos baratos, y su carne de cerdo tiene competitividad en precio. En el caso de México, en cambio, tienen que importar de Estados Unidos, entonces ¿cómo puede ser exportar a Japón? Cuando empezó la integración económica de NAFTA o TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), la industria del cerdo mexicana recibió mucha presión; pequeños y medianos productores quebraron por el cerdo relativamente barato que venía del Norte. Algunas empresas mexicanas más o menos grandes escogieron una estrategia de exportar su cerdo afuera, específicamente a Japón. Ahora, el 80% de exportación de cerdo de México va hacia Japón. ¿Cómo hicieron esto? Una cosa que ellos hicieron fue asociarse, crear una *Mexican Pork Exporters Association* y, con las realmente grandes empresas del Norte, ellos siempre participan en la feria de alimentos más grande de Japón (*Foodex*, en marzo) y hacen mucha propaganda. Y no solamente eso; también buscan –a través de esas empresas de *trading*– la contraparte japonesa, que puede ser una empresa de alimentos procesados o una cadena de restaurantes.

Un ejemplo que yo conozco es una cadena de restaurantes de Tonkatsu, que es filete de cerdo rebozado; cuando esta cadena de restaurantes quiere expandirse, necesita abastecimiento estable de carne de cerdo, buscaron y coincidieron con el interés de empresas mexicanas. Entonces, las empresas mexicanas preguntaron qué cosa podían hacer y las empresas japonesas (la cadena junto con empresa de *trading*) mandaron su especialista a la fábrica en México para capacitar sobre qué tipo de carne de cerdo querían. De modo que los filetes tienen que ser de 150 gramos (+/- 3 gramos), justo con un 20% de grasa, de forma perfecta, muy uniforme. ¿Por qué? Porque si llegan a Japón y un cliente come un Tonkatsu y otro cliente come uno más grande o más chiquito, alguno no estará contento, por eso deben ser exactamente iguales.

Con esas especificaciones, a través de la alianza, las empresas mexicanas lograron asegurar su mercado en Japón. Antes esas cadenas ponían la propaganda: “Usamos un cerdo mexicano muy sano”, pero lamentablemente después de gripe porcina la retiraron. (O sea, yo no puedo mostrar eso, pero sí yo sé que

ellos usan esa carne de cerdo cortada lista para rebozar en restaurantes japoneses.) Y esas empresas exportan carne de cerdo con precio alto afuera, mientras compiten en el mercado nacional con carne de cerdo relativamente barata, contra importación de carne de cerdo de Estados Unidos.

Una cosa que me olvidé es que México fue el segundo país en firmar con Japón un tratado de libre comercio o *economic partnership agreement*, por el cual ellos negociaron tener preferencia en cerdo; y la industria mexicana logró tener una preferencia en mercado japonés.

En caso de Chile, hicieron algo similar, pero además ellos desarrollaron marca, que aclara “cerdo andino de altura”. Y para nosotros palabra “andino” es algo como sagrado y parece muy rico, muy sano; aunque para una persona que conozca la zona andina de Chile le resulta un poquito raro y además ellos no producen allí, y donde sí producen no tienen tanta altura como en Bolivia o Ecuador. Pero de todas maneras, tienen muy buena estrategia para promocionar. En este caso, la empresa cárnica japonesa *Nippon Ham* encontró su contraparte chilena en Agrosuper, el productor de carne de chanco y pollo más importante del país; y, a través de esa alianza, Agrosuper reservó una parte exclusiva dentro de su fábrica para *Nippon Ham* (más bien yo escuché que *Nippon Ham* mandó a su especialista cuando diseñaron esas líneas). Y procesan productos según estándares, porciones que muchas empresas de servicios de alimentos en Japón usan: chuleta, aguja, panceta y lomos. Y eso tiene la misma explicación: son cortes exactos para que sean preferidos por el servicio de alimentos en Japón. Y eso llega a Japón y es distribuido y vendido por una empresa del grupo *Nippon Ham*. Claro que Chile también firmó un Tratado de Libre Comercio, que entró en vigencia en 2007, y la carne de cerdo es uno de los productos que recibió un trato preferencial en el mercado japonés.

El último ejemplo es la importación de salmón chileno procesado en Tailandia. Actualmente, el exportador más importante de salmón es Noruega, pero Chile llegó a ser –creo– el segundo, logro al que Japón también contribuyó a partir de la década del 70 y durante veinte años, a través de la cooperación internacional de Japón para desarrollar acuicultura de salmón en sur de Chile; no solamente el sector público sino también el sector privado hizo inversión y también capital nacional chileno invirtió y ahora en el sur de Chile se ve toda una red de acuicultura de salmón.

El caso es que Nissui –una de las mayores empresas en Japón– tiene sus inversiones en el sur de Chile, Salmones Antártica. Importamos directamente de Chile. Sin embargo, para productos un poquito más procesados, Chile no tiene mano de obra tan barata como ciertos países de Asia o, tal vez, no tiene el conocimiento o recursos humanos tan capacitados como países con más experiencia, como Tailandia. Entonces Nissui manda el producto a la fábrica en Tailandia, Nissui Tailandia. Allí elaboran algunos productos sashimi para el mercado de Singapur y otro producto *sashimi* para Japón. Así se construye no solamente países productores y país consumidores, sino también un país procesador.

Esos fueron los ejemplos que quería mostrarles hoy. Por último, quiero poner mi idea, solamente idea, tal vez no es muy factible, pero es lo que yo pienso sobre este camino de integración de valor agregado.

Yo hablé de la industria del pollo porque es una industria en la que tengo mucho interés, y que he estudiado, pero –como expliqué– cada día es más difícil producir carne de pollo en Japón por problema de no asegurar tal vez este alimento pero más problema es la mano de obra. Cada día hay menos mano de obra dedicada a esta industria. Y también otro problema: yo pertenezco a un grupo de cooperativas de consumidores y allá compro carne de pollo nacional, pero los pollos japoneses comen solamente alimentos de cereales no modificados genéticamente, pero según boletín de esa cooperativa cada vez es difícil hacer durar en mercado de Estados Unidos para esos alimentos. ¿Por qué? Porque les cuesta mucho, no solamente cuesta para producirlos sino también cuesta hacerlos llegar a Japón con una distribución separada en que no se mezclen GM y no GM.

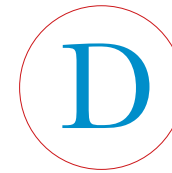
Entonces tal vez una cosa que puede hacer Argentina. Primero, Argentina no puede competir con Brasil como exportador de carne *commodity*, ya que en Brasil ya se ha desarrollado una industria de gran escala. Sin embargo creo que tal vez sí hay posibilidad para el tipo pollo de marca, que hasta ahora solamente productores nacionales abastecen.

Entonces, en lugar de hacer distribución de cereales *identity and provenance* (sic) o separados no GM y GM puede hacer localmente producción de cereales genéticamente no modificados e introduciendo esas razas no comerciales como Cobb o Ross sino también un poquito más nativos cruzados con mejoras. Porque aquí tienen experiencia de avicultura, y eso no es nada difícil para la industria argentina. Y con alimentos genéticamente modificados, aprovechando esa extensión de terreno entonces no tiene que ser un corral tan chiquito como en Japón sino que hay espacio para pollos. Esos tipos de pollos de marca tal vez puedan aprovechar. Y si quieren procesar más, se puede mandar a otros países como China o Tailandia.

Eso es una solamente idea. Hay muchas cosas que se pueden hacer (o no), pero creo que es importante hacer algo nuevo, distinto de lo que Argentina ha hecho en los últimos años.

Y, para finalizar, quiero añadir antes de terminar que ayer yo escuché con mucho entusiasmo hablar a argentinos sobre Asia y el mercado de China. Sí, China es un mercado emergente, pero no tienen que olvidar que ellos son buenos clientes pero también pueden ser competidores muy importantes en el caso del pollo que yo expliqué. Y también ellos pueden ser junto con Tailandia buenos profesores, especialmente en la integración de la cadena productiva de Asia, mercado japonés.

————— *Muchas gracias por su atención.* —————



Ingeniero agrónomo egresado de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, de donde fue docente (Manejo y Conservación de Suelos) entre 1984 y 1990. Estudió los sistemas de producción europeos y la agricultura en Iowa (Estados Unidos). Presidente del Grupo Los Grobo y miembro del directorio de Bioceres S.A., en 2004 recibió el Premio Domingo Faustino Sarmiento por sus aportes a la comunidad e instituciones, otorgado por el Senado de la Nación Argentina. En 2008, la revista América Economía le otorgó el Premio a la Excelencia como empresario destacado de la región.

### Gustavo Grobocopatel

Buen día, un gran gusto estar aquí y compartir algunas ideas con ustedes. Cuando Ricardo Hara y Fernando Vilella me dijeron el tema en que estaban interesados (la experiencia de hacer negocios con otras culturas), inconscientemente dije que sí, porque es lo que me viene ocupando los últimos diez años de mi vida. Pero dije “inconscientemente” porque no soy un experto en el tema, y solo puedo hablar de experiencias e ideas, y desde ahí estoy hablando: desde la experiencia de hacer negocios con gente de otras culturas. Esto arrancó hace más de diez años en la compañía, cuando decidimos hacer negocios en Uruguay, y después en Paraguay, y después en Brasil. Hacernos socios; no solamente hacer negocios en esos lugares sino tener socios de esos lugares: no era que la Compañía fuera a desembarcar en un lugar, sino que nos íbamos a asociar con gente del lugar. Entonces nos asociamos con la corporación Mitsubishi en Brasil y tuvimos varios años de compartir directorios, de pensar juntos estrategias y, antes, por supuesto, todo el proceso previo al cierre del negocio: la negociación. Además de tuvimos otras experiencias vinculadas con intentar hacer negocios o hacer negocios con chinos, con los amigos indios y también con europeos.

La realidad es que este tema de la cultura de los negocios cada vez ocupa más la agenda de los que hacemos la gestión de las empresas. Y eso es así porque cada vez hay mayores flujos de negocios y de intercambios de todo tipo, de conocimientos y de bienes. Y porque hay un proceso creciente de desintermediación de esas relaciones. Antes las relaciones estaban intermediadas muchísimo más por *traders*, por *brokers*, distintos actores. Hoy, a partir de que la comunicación es más abierta y está más disponible, hay una tendencia a desintermediar esas relaciones; entonces, quienes nos ocupábamos de la producción o de los negocios en un lugar estamos cada vez más involucrados, o las empresas nos vemos más involucradas en tener ese tipo de relaciones. Entonces diría yo que el tema de la gestión de la cultura ocupa un lugar cada vez mayor. Antes, podría haber sido la gestión financiera o la gestión de los recursos humanos o la gestión de los recursos naturales. Hoy la gestión de la cultura en el *senior management* de las empresas empieza a ocupar un lugar preponderante.

Algunas cuestiones. ¿Qué queremos decir cuando hablamos de cultura? Estamos hablando de las creencias acerca del mejor modo de organizar las cosas y lograr que se hagan. Esa es una definición de lo que es cultura empresarial. La cultura es el modo en que hacemos las cosas. Y a veces es más importante para la competitividad de una empresa saber cómo hacer que saber qué hacer. Es decir, el éxito o el fracaso cada vez están más relacionados, no a qué se hace, sino a cómo se hace. Hay excelentes negocios mal hechos que no son sustentables y hay negocios que no son tan buenos pero que están muy bien hechos y que son mucho más sustentables. La cultura apunta a eso.

Y el otro punto es cuál es el modo correcto de tratar a la gente y de comportarse según cada creencia. La realidad es que esto no es un problema solamente entre culturas diferentes por distintas geografías o distintos motivos históricos o lo que sea, sino también hay un problema cultural intergeneracional. A veces uno

está más conectado con una persona de 50 años de Japón que con una persona de 25 años de Argentina. En las compañías tenemos problemas de gestión de cultura incluso sin tener gente de otros países. Es decir, la generación Y funciona diferente a la generación X. Entonces diría que, aunque seamos una empresa exclusivamente argentina y no tengamos relaciones con el resto del mundo, el problema de la gestión de la cultura también aparece en la agenda como algo fundamental.

Nosotros empezamos a estudiar el tema de la cultura porque empezamos a generar empresas en distintos países. El sueño que teníamos era crear una empresa justamente intercultural, con jugadores locales que piensen globales y que se comporten como equipos multiculturales y piensan eso. Entonces hicimos una serie de trabajos, ayudados por académicos, que promovían que tratáramos de conocer al otro y cómo enfocar desde el punto de vista conceptual el vínculo cultural con las otras poblaciones.

Entonces entendimos que hay artefactos culturales que son símbolos. Un artefacto cultural: usualmente, cuando uno va a una empresa, traspone la puerta de la entrada y mira el lugar de trabajo, la forma en que la gente trabaja, la disposición de la empresa, si hay paredes, si no hay paredes, si está todo abierto. Bueno, eso es un artefacto cultural. Uno percibe la cultura de la empresa sin que nadie le explique nada. Teniendo un poco de conocimiento y sensibilidad sobre el tema, rápidamente se da cuenta cómo funciona la empresa y eso es mucho más poderoso que cualquier presentación que hagan sobre la cultura. Esos son los artefactos culturales.

Por supuesto, los modelos de gestión. Hay modelos de gestión más planos, más jerárquicos, más redárquicos, y no están ni bien ni mal, pero esos modelos de gestión implican de alguna manera también un funcionamiento de la cultura en la organización.

También están los valores laborales: el trabajo, la puntualidad, la disciplina, el entusiasmo, la apertura, la generosidad para compartir.

Y están las presunciones básicas, que para mí son bastante importantes. Hay empresas que tienen creencias determinadas sobre el mundo, sobre los negocios, sobre lo que pasa. Hay empresas que tienen una posición sobre la globalización diferente de otras, o sobre el tema tecnológico o sobre el tema de competitividad. Es una serie de cuestiones que tiene un impacto muy grande. El tema de las presunciones básicas también determina de qué cultura estamos hablando. Con lo cual: artefacto, modelo de gestión, valores laborales y presunciones básicas ayudan a entender la cultura que tenemos enfrente.

Por otra parte, hay distintas estrategias de vinculación con otras culturas. Hay una que se llama “tierra arrasada”, consistente en imponerle a la otra cultura el punto de vista propio y la propia cultura. Es decir: “Mirá, todo lo que estaba ahí no sirve nada. Vengo yo, me instalo y hacemos las cosas a la forma nuestra”. Esto en el agronegocios y, en general en el mundo ahora, es una estrategia que

destruye valor. Salvo que el interlocutor ya tenga el valor destruido, entonces hay que ayudarlo a destruirlo totalmente. Pero en general, cuando uno se asocia, se asocia con algo que agrega valor. Por algo se asocia, porque piensa que la otra parte tiene algo que dar. Entonces estas estrategias de “tierra arrasada”, que han sido y son todavía bastante comunes en un porcentaje significativo, en general destruyen valor y eso después cuesta levantarlo. Hay bastantes ejemplos. En general uno compra o se asocia con una empresa e impone su gestión, su estilo de gestión, sus formas, sus *managers* por supuesto y demás.

Por otro lado, esta la estrategia de convivencia; y hay dos tipos de convivencia: la asimilación y la integración. La asimilación es una convivencia, pero te voy como colonizando, una especie de colonización. Esta estrategia también es muy común: se manda a un grupo de *managers* a la otra empresa a que trabajen durante un año y a tratar de inocular la cultura propia. El otro tipo de convivencia es la integración, que se basa, básicamente, en el respeto por la otra cultura y que se trata de: “Reconstruyamos juntos la mejor forma de trabajar”. O sea, aparece una nueva cultura que es fruto de las dos partes que le dieron origen. En general son estructuras de mayor valor, de crecimiento, de fertilización cruzada, pero son muy complejas de gestionar: se generan muchísimas tensiones. En general lleva muchísimo más tiempo estas estrategias de integración y a veces los tiempos de la compañía, de los *stakeholders*, de los accionistas o del mercado, lo que sea, dan tiempo para hacer y otras veces no dan tiempo para hacer.

Lo cierto es que este tema de la cultura es bastante estudiado en los libros de texto del sector académico. También está el tema de los desafíos. Uno es ya lo dije: las diferencias entre culturas, según país, compañía o generación. Otro desafío importante es la integridad entre la teoría expuesta y la teoría en uso. Es decir, muchas veces se dicen determinadas cosas que en la práctica no existen, o no funcionan; cosas como “nosotros somos muy abiertos, compartimos todo, somos muy democráticos”, pero cuando vas a la situación no es tan así. Entonces en la cultura hay también problemas de integridad, y no por mala fe, sino por desconocimiento, por falta de autoconocimiento.

Y está la cuestión de “construir el nosotros”, que es muy desafiante, porque es un desafío volver a pensar qué es uno y reconstruirse. Y eso implica un gran esfuerzo, construir un nuevo nosotros. Es volver a aprender y tener la actitud de aprender por sobre todas las cosas.

Cuando brasileños, argentinos, uruguayos y paraguayos nos juntamos, recuerdo que hubo un ejercicio que hicimos: cómo nos veían los otros y cómo veíamos a los otros. Hicimos todo un ejercicio, del que traje un ejemplo, no para examinarlo pero sirve: es cómo nos ven los demás a los argentinos, “son muy buenos para” y “no tan buenos para”. El hecho de empezar a mirar desde la mirada del otro, desde el punto de vista del otro, es una forma de acercarse y entender más cómo funcionan las otras culturas. Hay novedades, por ejemplo hay cosas que nosotros no pensamos de nosotros mismos, pero que los demás sí piensan y, más allá de qué pensemos nosotros, la percepción juega mucho.

Y hay también toda una serie de esfuerzos, llamémoslo así, académicos para conceptualizar este tema de la gestión de la cultura y demás, que no viene al caso, pero lo que sí quiero decir es que la gestión de la cultura es un tema que está cada día más presente.

Los últimos comentarios son simplemente para contar la experiencia con Mitsubishi. Esta es la filosofía de Mitsubishi: esforzarse para enriquecer a la sociedad material como espiritualmente, la integridad, transparencia, apertura, entendimiento global a través de los negocios. Los negocios generan vínculos profundos de paz. Su filosofía fue lo primero que –cuando estábamos a punto de hacer el negocio– me mostraron y me preguntaron y discutimos mucho sobre si estábamos de acuerdo en estos principios. Es decir, si teníamos esa misma visión.

La primera cuestión es el valor del tiempo. La cultura japonesa, desde mi punto de vista –y mi punto de vista es, como decía un amigo, “la vista en un punto”–, la cultura japonesa tiene otra dimensión del tiempo diferente de la nuestra. Es decir, un funcionario o alguien que está dirigiendo una compañía como Mitsubishi (aunque supongo que también en Mitsui, Marubeni o cualquier otra) tienen otra concepción. Son parte de un sistema mucho más amplio, es decir, el sistema no empieza y termina en ellos mismos, sino que son parte de un camino que trasciende la vida de cada uno. Con lo cual los tiempos corren a una velocidad distinta que el que tenemos nosotros. Nosotros queremos hacer todo, tenemos esta cosa de la velocidad, de cerrar el negocio ahora porque el año que viene no sabemos dónde vamos a estar y todo así. En eso es absolutamente distinto. Ellos piensan: “Las cosas ocurren cuando estamos todos contentos; si los competidores trabajan nosotros también, pero nosotros tenemos un cierto control del tiempo porque vamos a estar de acá a 20, 30, 150 años, independientemente de que yo viva o que yo no viva”. En cambio, a nosotros nos parece que la cuestión de la empresa se va con nuestra vida y con nuestro tiempo. Para ellos no, la cuestión de la empresa y de la organización los trasciende como personas. Entonces eso es un punto importante. A veces parece que no quisieran hacer un negocio, de acuerdo con nuestro punto de vista no te terminan de cerrar nunca nada. Lo que pasa es que los tiempos suyos... a lo mejor retoman una conversación dentro de dos años y eso es algo a lo que nosotros no estamos acostumbrados. Lo que comentaba hoy: sentirse parte de un colectivo, impacto en la estrategia y las negociaciones.

El segundo punto es los símbolos. Cuando viajé a Japón, junto con Ricardo y otro grupo de amigos, me llamaba la atención que había dos cosas que debían quedar en claro para los niños de la escuela primaria, cosas que había que hacer: estar limpio y bien aseado, y llegar a tiempo, ser puntual. Uno puede decir son dos cosas banales pero son mucho más que eso. Está vinculado con el respeto por el otro, a las formas, tratar de hacerlo sentir bien al otro. Es decir que hay cuestiones que parecerían banales pero no lo son.

Entonces, es muy importante estudiar el símbolo. También en otras culturas, obviamente en la India o en China o demás, esta cuestión de los símbolos hay que estudiarla, hay que conocerla y hay que entenderla.

Otro rasgo de la cultura japonesa es el valor de la confianza. Esto yo creo que también para nosotros es importante. Es difícil construir confianza si uno no conoce a la otra parte. Y creo yo que hay un desconocimiento sobre las culturas orientales mucho mayor que de las culturas occidentales. Es más fácil construir confianza a lo mejor con un italiano, con un español –por más que a lo mejor no sean sujetos de confianza–, porque hablamos en el mismo idioma, tenemos los mismos gestos. La construcción de la confianza con Oriente es más complicada. El otro día estábamos con un amigo armando un negocio con China y yo criticaba que los chinos a veces firman un contrato y después te dan vuelta el contrato; entonces me dice: “Claro, pero todavía no aprendiste que para un chino la negociación comienza cuando firmás el contrato”. O siempre recuerdo que, en la India, un amigo común que tenemos con el ex embajador, decía: “Cuando un indiano te dice que sí puede significar varias cosas”. La primera cuestión es que dice “sí” moviendo la cabeza así. Entonces uno se pregunta: “¿Me dijo sí o no?”. Además, “sí” puede significar que entendió, que sí, que entendió. “Sí” puede querer decir que está de acuerdo, “sí” puede decir que lo va a ver más adelante. O sea, el valor del “sí” es bastante diferente.

Otro rasgo: el valor de la información. Un japonés pregunta veinte veces la misma cosa, no sé por qué, pero bueno, quiere estar seguro de que la información que tiene es la correcta. Te lo pregunta en español, en inglés, en japonés y en esperanto, pero el valor de la información es muy alto. Y hay otra cuestión: nosotros tenemos cierta vergüenza por pedir información, es decir, por lo menos los occidentales nos cuesta pedir dos veces información sobre lo mismo porque nos parece que es rebajarnos. Es como un reflejo de “¿cómo no entendiste?”. Es algo que nos afecta. Un japonés te puede preguntar veinte veces la misma cosa sin ponerse colorado. Vuelve a preguntar, quiere chequear permanentemente si entendió bien, si le decís lo mismo y demás. Porque van sobre seguro, no dejan cosas en el aire. Quieren estar absolutamente seguros de que cada paso es un paso.

Para nosotros copiarnos de algo es un síntoma de traición para el que es copiado, digamos: “Mirá, este tipo me afaná una idea. ¡Pero, che!”; es una mala señal, digamos, es una traición. Para un japonés copiar una idea es símbolo de admiración. Te copia porque te admira.

Y de estas cuestiones hay varias, muchas que todavía no descifré, pero algún día habremos de llamar a un japonés para que nos explique todo eso. Tenemos un japonés como Ricardo, pero no es japonés. No es reconocido por los japoneses. Parece japonés, cualquiera diría “este tipo es japonés”, pero no es japonés.

Finalmente, les digo un rasgo más: la estructuración y la disciplina. El otro día un tipo me decía: “Mirá, los japoneses son formales y son estructurados y disciplinados. A diferencia con los chinos, que son estructurados y formales, pero son indisciplinados”. En Japón la disciplina es impresionante, la experiencia que nosotros tuvimos con la gente de Mitsubishi fue extraordinaria. Volvimos a aprender a trabajar muchísimo y, de alguna manera, uno rescata y empieza a valorar lo que significa la disciplina en términos de respeto, en términos de



Licenciado en Comercio Internacional, master en Dirección de Empresas del CEMA, master en Administración de Negocios en HEC (París). Es coordinador ejecutivo de PROARGEX (PROSAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca), director del Centro para el Desarrollo Agropecuario de la Universidad Nacional de San Martín y fue director ejecutivo de la Fundación ExportAr.

eficiencia, en términos de comunicación y en términos de construcción de confianza.

Bueno, eso. Las experiencias no se transmiten, hay que vivirlas. Les recomiendo solamente vivir alguna experiencia de estas, transculturales, fundamentalmente porque uno aprende mucho y cada vez pienso más que uno viene a la vida para aprender.

Muchas gracias.

### Juan Usandivaras

Buenos días a todos. Ante todo quiero agradecer a Fernando por la invitación y al equipo del PROARGEX, que construyó esta presentación que voy a hacer.

Para empezar, simplemente quiero contarles qué es el PROARGEX. Es el Proyecto de Promoción de las Exportaciones de Agroalimentos Argentinos, del Ministerio de Agricultura. En ese sentido tiene una construcción y una ejecución absolutamente clásicas, que combinan asistencia técnica, información de mercados y promoción institucional y comercial. ¿Por qué diferenciamos promoción institucional de promoción comercial? Porque cuando acompañamos a las empresas a ferias, a rondas de negocios, misiones comerciales, obviamente lo hacemos para que minimicen su riesgo comercial y para que disminuyan el costo del esfuerzo en generar nuevos negocios. Pero al mismo tiempo también tratamos de hacer promoción de nuestras cadenas de valor, dando a conocer –como representantes del sector público– la competitividad de nuestras cadenas de valor agropecuarias y que nuestro país es un exportador confiable. Simplemente para que sepan, estas son algunas de las ferias asiáticas en las que intervenimos: *International High-end Health Edible Oil & Olive Oil Expo* (China), *Seoul Food & Hotel* (Corea del Sur), *Seafood Expo Asia*, *Food & Hotel Thailand* (Tailandia), *China Fisheries & Seafood Expo*, *Prowine China*. Básicamente, siempre trabajamos en ferias monográficas o específicas, y hemos promovido –sobre todo en Asia– los alimentos gourmet, el vino y el pescado, que es una parte muy grande de la cartera argentina allí.

Bueno, la idea de la charla de hoy es reflexionar sobre algunos índices, no sé si relevantes, pero que nos dan algunos indicios sobre hacia dónde deberían ir las exportaciones agroalimentarias argentinas.

Quiero empezar contándoles que la participación de los alimentos en el comercio mundial es menor. Uno podría decir: no es significativa en términos globales, es menos del 10% de todo el comercio de bienes en el mundo. Y no solo es un pequeño porcentaje sino que además tiene una característica muy particular: del total de alimentos comercializados en el mundo, solo el 25% participa del comercio exterior. Uno podría decir que hay excedentes que se comercializan,

se exportan, del orden del 25%, cuando el mercado de bienes industriales internacional –en este sentido– supera el 50%. Creo que es interesante ver la diferencia. Y hay otra cuestión que es muy interesante: que dentro del comercio internacional de alimentos, hay solo un tercio que corresponde a commodities y dos tercios son productos con el valor agregado.

Europa sigue siendo nuestro principal mercado y es, de hecho, el principal mercado mundial de alimentos, con una participación superior al 35%, mientras que Asia y América del Norte tienen una participación en torno al 15% cada uno. Claro que Asia viene creciendo, pero todavía no se acerca al volumen de comercio europeo de alimentos (que por otro lado viene declinando).

Vamos a pasar un poco al comercio internacional de alimentos comparado con el comercio en Asia. Como siempre tuve el don de la ubicuidad, les voy a contar que estas estadísticas que les estoy mostrando acá excluyen a Japón. Simplemente porque usamos datos de UNCTAD y UNCTAD considera Este y Sudeste de Asia sin Japón. De todos modos, Japón son 660 millones de dólares de exportaciones para Argentina, de los cuales más o menos 500 son por pescados y cereales.

El comercio internacional de alimentos mueve magnitudes de miles de millones de dólares, pero los alimentos y bebidas significan hoy (al igual que hace diez años) más o menos un 6% del comercio internacional. En cambio, para el Sudeste asiático o Asia en general, este porcentaje es el 3,5%. Lo que quiere decir que, en términos relativos de autosuficiencia de alimentos, Asia está mejor que el promedio mundial. Sin embargo, la participación relativa de importaciones de alimentos de Asia va creciendo en el comercio mundial: en los últimos diez años pasó del 10 al 15%. Por ende, lo que surge de aquí es que –a pesar de que todavía es menor su participación en importaciones– es un mercado cuya demanda de alimentos del resto del mundo está en franco crecimiento.

En cuanto a la participación relativa por regiones, Europa es y sigue siendo el mercado más importante. Sin embargo, aquí hay alguna disquisición metodológica para hacer, porque existe obviamente el comercio intrazona. Entonces cuando hablamos de que Europa es aproximadamente 40% de las importaciones mundiales de alimentos, eso representa más o menos 420.000 millones de dólares, pero 308.000 son comerciados dentro de Europa, entre socios europeos. Por ende, la exposición extrazona de Europa es en realidad de un 10% solamente. Si hiciéramos la misma disquisición para Asia, veríamos que hay 180.000 millones de dólares de comercio total y que 97.000 millones se intercambian entre asiáticos; por ende, esto hay que tomarlo con pinzas, pero me parece importante porque se puede ver el tamaño de los mercados. Vamos a pasar ahora al rol de la Argentina en este mercado. Algo que me parece bastante significativo: Argentina es relevante o participa de manera importante solamente en el mercado sudamericano de alimentos, que recibe el 30% de nuestras exportaciones, versus el 16,7% que va con rumbo a Asia y el 23,1% que va a Europa. Y cuando hacemos el análisis excluyendo alimentos para animales (pellets de soja y subproductos) sucede algo muy interesante: hacia



América Latina, el porcentaje de nuestras exportaciones aumenta significativamente: pasa al 40%. (Es decir el 40% de nuestras exportaciones de alimentos para humanos se destina a América del Sur.) Mientras que aquel 16,7 de Asia disminuye al 8,8%. ¿Por qué? Porque hay soja y subproductos que hacen crecer ese porcentaje del 8,8 al 16,7 cuando se toman los alimentos para animales.

Un detalle extremadamente relevante: la participación de Asia como destino para nuestras semillas y frutos oleaginosos y para nuestros aceites vegetales; que el 70% de las exportaciones de un país (53% para los aceites) vayan a un solo destino obviamente nos posiciona como un jugador importante, pero también tiene un riesgo claro de falta de diversificación. (Estas estadísticas se hacen con datos de la UNCTAD que toma estadísticas de destino.)

¿Y qué pasa con la Argentina en el comercio global de alimentos? Como verán la Argentina –no me gusta usar la palabra pero– es un actor relativamente insignificante en el mercado internacional de bienes y servicios. Cuando nos fijamos en nuestra posición sobre todos los productos de la economía, nuestra participación no llega al 0,5. Sin embargo cuando hablamos de alimentos y bebidas, tenemos una posición mucho más importante, casi del 3%, y hemos ido mejorando. En los últimos diez años ganamos casi 1%. Muy bien. Y creo que también es muy interesante ver nuestra posición en aceites y grasas vegetales: andamos por el 10%, porque si bien el dato para 2012 es 6,76%, les puedo mostrar que su curva sigue siendo muy importante.

Lo que creo que es interesante de ver aquí es que cuando otra vez excluimos de los alimentos y bebidas los alimentos para animales, los cereales y las oleaginosas, bajamos a 1% de participación en el mercado internacional de bienes. Y lo que significa esto es que tenemos 1% del tercio de comercio de alimentos que es el de no commodities, mientras que ese 2% donde tenemos realmente ventajas comparativas está anclado en el tercio del comercio que es de commodities.

¿Qué significa esto como tendencia para nuestras exportaciones de alimentos? Básicamente que los destinos de nuestras exportaciones son cada vez más América Latina, va disminuyendo años tras año la Unión Europea, y hemos tenido una pequeña mejora en Asia. Se pueden ver las tendencias y me parece que es interesante verlo y preguntarse por qué estas tendencias. Yo creo que aquí hay múltiples factores. Uno seguramente es la performance de nuestra diplomacia comercial comparada con la de otros países u otros bloques; la aparición de nuevas alianzas –Alianza del Pacífico– que hacen que el sistema comercial de alimentos sea cada vez más competitivo. Hay cuestiones de competitividad evidentemente pero las hay también culturales, que tienen que ver con aprender a hacer negocios en otros destinos, en destinos más exóticos para los argentinos. Y también tiene que ver con la necesidad de hacer una inversión muy grande, o mayor para las empresas en, términos de –justamente– esa penetración de mercados no tradicionales. Y también la adaptación a esos mercados, la adaptación de nuestros productos a esos mercados.

Un poco para ver también cuál es la naturaleza de los alimentos que exporta

la Argentina, me parece interesante plantearnos nuevamente la agregación de valor. Lo que va creciendo más significativamente en la exportación de alimentos argentinos son los insumos para la industria. Y después tenemos bebidas y alimentos procesados, y alimentos y bebidas para consumo final. ¿Cuál es la diferencia? Que en alimentos y bebidas para consumo final, por ejemplo, tenemos las frutas frescas, productos que –si bien tienen valor agregado– no tienen transformación. Y me parece interesante verlo desde este punto de vista, porque a veces tendemos a pensar que cuanto más cerca del consumo final estemos más valor agregado se queda en casa.

Ahora vamos a ver qué pasa con Asia. Cuando miramos los productos en general, notamos que nuestra participación allí está en el promedio de participación en el mercado mundial. Es decir, estamos más o menos en un 3%: participamos en el mercado mundial de alimentos con un 2,97% y con un 3,35% participamos en el mercado asiático. Y, nuevamente: ¿qué pasa cuando le sacamos el rubro alimentos para animales? Bajamos al un punto porcentual, 1,28% para ser más preciso. Entonces ahí hay un desafío de diversificación de mercado y también un desafío para mejorar en otros rubros. También es muy interesante ver qué pasa con el sector oleaginoso. Como podrán ver somos un actor relevante con casi un 8% del mercado.

En cuanto a aceites y grasas, que bajamos de un 16,5% en 2007 a un 7,5 en 2012, estimo que eso responde a una necesidad de los asiáticos, y muy especialmente de los chinos, de hacer la transformación de los granos en destino, y por ende nosotros perdemos porcentaje de mercado en aceites y en cuestiones con más valor agregado.

Voy a terminar con un pequeño ejercicio que realizamos en el PROARGEX, que me parece interesante para reflexionar y sobre todo para actuar.

Se nos ocurrió hacer un análisis de las importaciones de China de alimentos con valor agregado, alimentos no commodities, cuyas importaciones superaran los diez millones de dólares anuales. Entonces les puedo contar que, en 2012, China importó por este tipo de productos más de 20.000 millones de dólares. Y no solo eso: la importación de ese tipo de productos aumentó un 50% en dos años, del 2010 al 2012. Entonces nos preguntamos: este es un mercado de altísimo crecimiento con alto valor agregado, es muy interesante, ¿cómo participa el hemisferio Sur? Porque finalmente uno tiene que compararse con lo que es comparable, entonces nosotros deberíamos poder competir con productores que tienen una oferta o un portafolio de productos similar y en épocas similares. Y vemos que, de esos 20.000 millones, el hemisferio Sur hoy poco menos de 30% de participación, que se ha mantenido estable en este pequeño período analizado (2010- 2012). ¿Y qué pasa con la Argentina? En 2010 tenía 2,1% de participación en valor agregado de ese mercado y en 2012 tenía 0,9%. Eso nos hace plantearnos que quizá nos está faltando una estrategia de penetración, por lo menos del mercado chino, en lo que refiere a valor agregado.

Y eso me permite terminar con esta pequeña reflexión. En el mercado del este

asiático, un punto porcentual de participación, representa 1.800 millones de dólares. Por ende hay una oportunidad gigantesca, y muchos desafíos. Uno de los desafíos es nuestro, es nuestro digo desde el punto de vista de la promoción de exportaciones. Tenemos que ofrecer promoción de exportaciones de segunda generación. ¿Qué quiere decir esto? Empezar a trabajar más sobre asistencia técnica que sobre la promoción comercial. Todos los países subsidian la participación en ferias de las empresas, todos subsidian o hacen rondas de negocios, todos hacen misiones comerciales y eso es un *commodity*. Y finalmente todo ese esfuerzo de todos los países básicamente se anula. (Yo no digo que haya que dejar de hacerlo, no, evidentemente hay que mantenerlo. Pero me parece que hay que segmentarlo, que deberíamos apoyar más a las empresas que quieren ir más lejos, que quieren ir a mercados diferentes.) Entonces, repito: hoy nuestro desafío es empezar a trabajar sobre la asistencia técnica, encontrar mecanismos para apoyar a las empresas directamente *in house*, para que puedan desarrollar capacidades exportadoras a través del aporte de recursos humanos calificados que trabajen dentro de las empresas. Tenemos que encontrar formas de estar presentes en los mercados y de ayudar constantemente a las operaciones de las empresas en los mercados.

Creo que ayer Pepe Bekinschtein dio una charla, supongo que les habrá hablado de todas estas herramientas de segunda generación y de lo que han hecho también otros países competidores. Porque quizás lo que no les conté es que, después de haber hecho este trabajo, nos preguntamos: ¿por qué sucede esto? Y tratamos de hacer un *benchmarking* sobre nuestros competidores y de ahí salieron las conclusiones que les expuso ayer Pepe Bekinschtein.

Bueno quiero agradecerles mucho por su tiempo y espero continúe este evento tan exitoso.

*Muchas gracias.*

### Catalina Lonac

Buenos días a todos. Gracias, Fernando y Ricardo, por invitarme. Yo soy de Tucumán y a veces, cuando me presentan como vicepresidenta de la compañía energética La Florida, yo comento que en realidad esa compañía forma parte de algo más global: la Compañía Azucarera (y alcoholera) Los Balcanes S. A., que es una de las cosas por las que estoy acá parada hablándoles a ustedes en el tema precisamente de alimentos. Porque vaya si los hay: el azúcar es un alimento por excelencia, aunque hoy en día tenga demasiada mala prensa, aunque yo haya recibido un mail hace dos días en el que se equiparaba lo que produce el azúcar en el cerebro con lo que produce la cocaína y mil tonteras espantosas y mentirosas que se dicen por cuestiones netamente de mercado. No he venido acá a convencerlos de que utilicen azúcar, pero bueno, bien podrían, ¿no? Si ustedes ven, los únicos que utilizan edulcorante son los gordos, por algo será.

Además, como yo contesté en ese mail (que ni siquiera sé quién me lo ha mandado), lo único que reconstituye las neuronas es el azúcar, y cuando alguien se nos lastima en la casa obviamente lo primero que hacemos es ponerle azúcar en la herida. O sea, el azúcar sirve para todo.

Bueno, dicho lo dicho, voy a intentar empezar con esto, que es una presentación o, como bien decía Gustavo Grobo, simplemente el relato de una experiencia que tiene mucho que ver con el tema de los alimentos en el mundo y cuál es mi visión –nuestra visión– empresarial al respecto.

Nuestra empresa base es, como les decía, la Compañía Azucarera, que al comienzo fue solamente un ingenio. Yo no sé si todos ustedes conocen lo que significa un ingenio azucarero, y perdonen que les pregunte esto, pero lo que pasa es que una vez un ministro de Agricultura de la Nación fue a Tucumán y cuando lo invitamos a visitar el ingenio, me dijo: “Uy! ¿Esto es un ingenio? Yo pensé que el azúcar se hacía en el fondo de las casas”. Bueno, un ingenio es una industria pesada, es la primera industria pesada que tuvo la Argentina. La única que sobrevivió a todas las crisis, incluso el dinero caro, y seguimos sobreviviendo no obstante. Pero ha ido mutando, la industria azucarera se ha ido convirtiendo en industrias energéticas y eso es inevitable. Inevitable por muchas cuestiones: por cuestiones económicas, por cuestiones de necesidades energéticas del mundo y de los distintos países, y también por distintas circunstancias que vive la industria. Todo se transforma. Hoy la industria azucarera produce alcohol y produce también energía eléctrica que vuelca a la red.

Como ustedes saben, en Argentina hay una ley que pretende que se haga en los combustibles un corte del 25% con alcohol, con etanol. Solamente llegamos al 12%, porque aún la producción no ha podido llegar a los niveles óptimos. Ahora bien, se habla del azúcar y se habla de muchos productos –yo escucho atentamente– como *commodities*, y la verdad es que a mí no me gusta, no acepto que muchos de nuestros productos sean mal llamados “materias primas”, denostados como materias primas, porque eso significa “países pobres”. Y sobre todo el azúcar, que es un producto terminado, no una materia prima; porque si tuviésemos que hablar de materias primas, nosotros estaríamos exportando la planta, exportando la caña de azúcar. Pero en realidad lo que exportamos es un producto terminado, con el que obviamente se pueden hacer otras cosas, como caramelos, etc. Ahora bien, el verdadero valor agregado de nuestro país está precisamente en la tierra (y no voy a ser yo, como abogada, quien le enseñe a este auditorio, que tiene seguro un gran porcentaje de ingenieros agrónomos –no en vano estamos en esta Universidad–, por qué el valor agregado está en la tierra). Y también se ha puesto de manifiesto acá el tema de los transgénicos y me ha gustado muchísimo (le decía recién a Ricardo Hara) la exposición del señor de Japón. Y veo que hay –incluso en el mundo, y eso me sorprendió– una cierta resistencia a los productos transgénicos. Y en realidad yo soy una defensora de la transgenia. Creo que el mundo no va a poder comer sin productos transgénicos. Y con respecto al azúcar, brevemente les quiero contar en qué estamos.



Abogada y procuradora de la Universidad Nacional de Tucumán, con un posgrado en Negociación de la Universidad de Berkeley. Es presidenta de la Fundación para el Desarrollo, de la Universidad de San Pablo (Tucumán), vicepresidenta de la Compañía Azucarera Los Balcanes y socia gerenta de Covemat S.R.L.

Ustedes saben que el azúcar no es importante en cuando a las exportaciones, por eso no les he puesto gráficos, porque además los detesto: me pierdo con los gráficos, soy muy mala alumna con esta tecnología.

Les decía, el tema de la transgenia. Hoy hay en Argentina, aproximadamente, un poco más de 500.000 hectáreas plantadas con caña de azúcar. La caña de azúcar en el mundo aún no es transgénica, no ha sido liberada la transgenia salvo en Indonesia, que ha liberado el gen resistente a la sequía. En Argentina estamos a punto de liberar el gen del glifosato. Hay mucha resistencia con eso, incluso dentro de la industria azucarera están los que quieren la caña transgénica y los que no quieren la caña transgénica porque prefieren que el mercado del azúcar sea muy acotado. ¿Por qué? Porque el azúcar se fabrica para el mercado interno, por eso no tiene demasiada importancia en el tema de las exportaciones. De hecho, exportamos al mercado estadounidense a través de la cuota estadounidense y también al mercado mundial, pero yo no les podría mostrar un gráfico y mucho menos poner el grado de importancia, porque –como dijo recién Juan Usandivaras– debería usar la palabra “insignificante” y tampoco me gusta. Ahora bien, los azucareros que sí estamos a favor de la transgenia lo estamos porque hemos entendido que el azúcar va a pasar a ser un subproducto de la caña de azúcar y, en realidad, vamos a pasar a ser fabricantes de energía; y eso sí que tiene mucha importancia.

Nosotros tenemos un proyecto para que en la República Argentina, en vez de 500.000 hectáreas de caña de azúcar plantada, haya 1,2 millones; y para que eso sea posible es absolutamente necesaria la transgenia, porque además la del azúcar es una fabricación que solamente trabaja cinco meses al año, que son los meses de zafra. Los otros meses solamente hay unos cuantos obreros que trabajan en la fábrica, pero nada más. Con el tema de la transgenia y la fabricación de alcohol y energía eléctrica, las fábricas trabajarían todo el año y la cantidad de mano de obra aumentaría considerablemente.

Ese es un panorama más o menos global, súper acotado, quizá una pésima síntesis de mi parte, pero si no tendría que utilizar dos horas y no veinte minutos. En realidad a lo que quiero llegar es a otra cosa. A una visión del tema alimentos en el mundo, que para eso estamos acá, pero no podía descontextualizarlo.

Nuestro grupo empresarial considera que cuando a uno le va bien, en algún punto tiene que devolver a ese lugar de alguna manera. Bueno, nosotros hemos decidido que debíamos devolver a través de la educación en la Argentina y nuestro grupo empresarial ha fundado la Universidad de San Pablo Tucumán, que es la primera universidad privada y laica que tiene el norte de la República Argentina. A partir de la creación de esa universidad, nos propusimos tener una visión de las distintas cuestiones en el mundo de una manera holística, porque estamos absolutamente convencidos de que venimos de una época en que las especializaciones han hecho estragos. Las especializaciones son absolutamente necesarias, pero no las podemos sacar de un contexto. Todo en la vida, todo en el universo es un sistema. Si partimos de una partícula subatómica hasta el universo completo todo es un sistema. Las partículas son las mismas y no

sabemos por qué esto es de vidrio, esto es carne humana y esto es un saco. Entonces es necesario tener en nuestras cabezas la idea holística de la realidad y de esa forma debemos entender los alimentos. Y eso es lo que deben hacer los científicos y las universidades, para lograr que el mundo entero pueda solucionar esta cuestión. Porque podremos, científicamente, en nuestra cabeza, qué sé yo... capaz que lleguemos a trasladarnos sin necesidad de un avión (después de todas estas cosas que vemos con internet y ya puedo imaginarme cualquier historia), lo que no puedo imaginarme es una persona que deje de comer. Eso no va a cambiar; por suerte, porque comer es muy agradable.

Ahora bien, para volver al tema alimentos: cuando hablo de una visión holística, hablo de una visión interdisciplinaria, que es lo que tienen que hacer las universidades, desde el Derecho hasta la ciencia más dura. ¿Y por qué digo desde el Derecho? También desde la política, porque esto trasciende a los gobiernos. Hay cosas que los gobiernos, olvidense, no lo van a solucionar. Han quedado obsoletos, todos, no quiero diferenciar. Yo creo que todos los gobiernos, todos los sistemas de gobierno han quedado obsoletos y es el gran momento de los privados. Los privados tenemos una enorme responsabilidad en todo lo que pase en el mundo a partir de ahora.

¿Y por qué hablo de lo jurídico? ¿Qué tiene que ver lo jurídico con los alimentos? Muchísimo, porque los países que empezamos a tener relevancia hoy porque tenemos mucha tierra, porque tenemos agua dulce, porque tenemos mano de obra barata, porque tenemos las famosas materias primas, somos siempre los pobres. Y porque los países que nos pueden comprar y los que tienen industria son siempre los ricos. Esa brecha no puede seguir así, porque acá es necesario, señores, hacer negocios para todos y que se termine la suma cero. Y eso también es una responsabilidad de los privados. Y también es una responsabilidad de las universidades: pensar, pensar y no cansarnos de hacer foros y decir la idea por más idiota que nos parezca. Porque va a ser la única forma en que vamos a llegar a soluciones. Yo creo, por ejemplo volviendo a esto de países pobres y países ricos, que los países que tenemos las materias primas siempre negociamos en desventaja. Recién escuchaba atentamente lo de Gustavo Grobo, esta cosa de que tenemos que saber con quién negociamos. Y cuando yo estudiaba Negociación en *Berkeley*, un día me dieron para hacer un ejercicio en mi casa, y tenía que volver al día siguiente a la universidad con cien preguntas contestadas. Así nos explicaban cuáles eran las características de las distintas nacionalidades. Y creo que sufrí una de las broncas más grandes de mi vida cuando vi que en la hoja de los argentinos, como número 1 de nuestras características, decía “estar dispuestos a hacer regalos cuando se negocia con un argentino”. Mi primera tendencia fue ir al día siguiente y matarlo al profesor que era Michael Gibbs, que tuve el placer de tener porque aprendí muchísimo. ¿Cómo nos iban a decir esto a los argentinos? Y saben qué. No ganaba nada ni con la bronca, ni con el planteo, porque era verdad. Y cuando yo leía recién en esta transparencia (creo que de Gustavo, también) cómo se nos ve a los argentinos, y decía “gritones” –no sé si ustedes han leído, pero decía “gritones”–, maleducados, y sí, así nos ven, y así figuramos en las hojas de posgrados de Negociación de las universidades de todo el mundo.

Eso habrá que revertirlo parándonos en ese lugar, no defendiéndonos. Parándonos en ese lugar y a partir de ahí empezar a trabajar y ser un país serio. Y un país serio se conforma con empresarios serios y con universidades de avanzada.

Ahora bien. Cuando creamos la universidad dijimos: “Queremos ser distintos”. A tal punto que en la Universidad de San Pablo (y se llama San Pablo –es laica– por el lugar en que está enclavada, nada más, que no lo pudimos cambiar) dijimos “tenemos que ser diferentes”, pero ¿qué es ser diferentes? ¿Cuál tiene que ser nuestro aporte al mundo de este lugar perdido en la Argentina y la Argentina perdida en el mundo? La provincia más pequeña, pero queríamos trascender. Entonces dijimos “hay que crear carreras nuevas, no dejar las tradicionales. A las tradicionales hay que aggiornarlas”.

Me hace gracia, porque un chico que se inscribió en Derecho me dijo: “Doctora ¿usted quiere decir que no vamos a estudiar los códigos?”. De ningún modo, vamos a estudiar los códigos, los vamos a aplicar de manera diferente. Porque no se puede seguir enseñando como hace cien años lo mismo que hace cien años. Porque entonces estamos estafando a nuestros estudiantes. Hay que crear carreras nuevas y hay que aggiornar las viejas. Y cuando ese chico de Derecho me preguntó “¿no vamos a estudiar los códigos?”, le respondí: “Sí. Pero yo no te voy a enseñar a ir a Tribunales. Yo te voy a enseñar que hay un montón de resoluciones alternativas de conflictos que ya se usan en el mundo. Porque en Tribunales hoy te lleva 50 años un juicio y no te va a servir para resolver un problema”.

Trasladen eso a todas las demás carreras. Yo vengo de la industria azucarera, y no teníamos gerentes, nos costaba conseguir recursos humanos altamente calificados, y cuando encontrábamos uno, los dieciséis ingenios nos lo quitábamos. Pues entonces había que crear una carrera que sea Gestión de Empresas Agroindustriales, como grado. Lo hicimos. Y hoy nuestros alumnos, todos, tienen trabajo. Y las multinacionales nos los quitan de las manos. Y también creamos la licenciatura en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, porque hay que crear alimentos nuevos, el mundo necesita alimentos nuevos. Pero también teníamos que plantearnos qué quiere comer el mundo, porque no me voy a olvidar nunca cuando vino alguien de la FAO a Tucumán, a San Pablo, que era un pueblo muy chiquito, y quiso que la gente comiera y criara cabritos. La gente nunca había visto un cabrito. Eso se llama invasión cultural, también un poco habló Gustavo de eso. No podemos invadir culturalmente y mucho menos con la alimentación, que es una cuestión tan básica. Tenemos que saber qué les gusta, qué quieren comer y a qué están acostumbrados. Escuchaba atentamente al señor de Japón cuando decía “cuando tuvimos mucha hambre queríamos soja. Cuando calmamos el hambre, quisimos otras cosas. Y ahora queremos calidad”. Entonces, señores, si Argentina decididamente va a ser un país exportador de agroalimentos, tendremos que saber qué le gusta comer a Japón, qué le gusta comer a China, qué le gusta comer a India.

Y no me quiero extender demasiado pero tengo una idea muy loca pero que la quiero largar acá. Cuando hablo de la juridicidad y de la política –que en

definitiva es lo que hace posible las transacciones entre privados y entre distintos países–, estoy absolutamente convencida de que tenemos que crear un nuevo orden mundial que haga posible la negociación entre países pobres (y poco creíbles) y entre países ricos, que muchas veces tampoco cumplen con todo lo que dice la letra chica. Porque se aprovechan de los países pobres. ¿Qué pasa? Nos dicen a nosotros “ustedes no tienen seguridad jurídica”. Y es verdad, es verdad. Tenemos que crear algún tipo de Tribunal Internacional que se ocupe de las cuestiones alimentarias y que haga posible, factible, una negociación que no resulte de suma cero entre países que aún tenemos muchos desequilibrios. Esos desequilibrios no pueden existir más, porque si siguen existiendo el mundo no va a comer bien. Esa tiene que ser también tarea de las universidades. Los abogados también son científicos. Bienvenidos.

Vuelvo a decir. No es casual que hoy estemos discutiendo estas cosas en una universidad y, la verdad, Fernando, yo quiero felicitarte. Yo a Fernando lo conozco desde hace mucho tiempo y siempre ha sido una persona socialmente preocupada, lo mismo que Ricardo Hara. Venimos haciendo foros desde hace tiempo, planteándonos estas cuestiones. ¿Y por qué no puede ser Argentina quien proponga estas cosas? ¿Por qué en vez de hacer revoluciones no creamos pensamientos disruptivos? Yo no creo más en las revoluciones, están viejas, se terminan. Creo en las disrupciones y me parece que el tema principal tiene que ser el alimenticio.

*Nada más*



**Director técnico de la Organización Internacional Agropecuaria, entidad dedicada a la certificación de agroalimentos. También es consultor independiente en Gestión de Calidad Agroalimentaria, y auditor líder en ISO 9001. Socio fundador y presidente honorario del Movimiento Argentino para la Producción Orgánica, también es socio fundador de la National Cattlemen s Beef Association y miembro de la National Milk Producers Federation (ambas de Estados Unidos).**

### Pedro Landa

Buenos días a todos. Quizá faltó en la presentación que soy productor agropecuario, productor orgánico que no usa transgénicos. Y eso es lo más importante de la invitación de Fernando. Agradezco mucho entonces al ingeniero Vilella, al ingeniero Hara por generar espacios de pensamiento donde entendamos que hay distintas opciones. Que las opciones no siempre están enfrentadas como alguna gente las quiere mostrar para su beneficio propio. Podemos estar de acuerdo, podemos no estar de acuerdo, pero si no discutimos, si no pensamos, si no generamos espacios que vayan más allá de la coyuntura de nuestra propia existencia, que es tan cortita, de nuestras propias empresas e intereses, estamos totalmente equivocados.

Lo transgénico –y lo voy a decir porque yo fui presidente del Movimiento orgánico hasta 2013, y soy vicepresidente de la Cámara de Certificadoras– es una maravilla de la ciencia, pero como todas las maravillas lo importante es cómo se aplican. Nada más que eso. No es ni bueno ni malo. ¿Qué pasa con lo orgánico? El consumidor opta y elige que no lo quiere. ¿La razón? Habrá que preguntarles a los millones de consumidores que hay en el mundo que dicen que no lo quieren. Pero lo importante es generar espacios de pensamiento. Y,

en este espacio de pensamiento, yo voy a hablar de producción orgánica, pero en realidad la producción orgánica refleja una necesidad de la que se habló acá. Y por supuesto que no voy a hablar de China ni de Japón. Ya todos sabemos la necesidad de China, todos sabemos el potencial argentino; el potencial energético que tenemos en caña de azúcar es tremendo, el que tenemos en maíz. Realmente el potencial nuestro es tan grande que la pregunta es por qué nosotros no logramos expresar un poquito de ese potencial en la realidad. Y siempre le echamos la culpa a las políticas, pero resulta ser que se supone que los políticos son argentinos, no vienen de Marte, no vienen de otro país. Son argentinos, por lo tanto hay que buscar la raíz adentro nuestro y adentro nuestro no es solo en Argentina. El mundo tiene un camino equivocado y en ese camino equivocado estamos cada uno defendiendo nuestra idea, nuestro proyecto, sin pensar un poquito más allá de nosotros, de nuestra empresa, de nuestra familia. Y así estamos siguiendo el camino que siguieron otros antes y que la historia nos demostró cómo colapsaron. Por lo tanto, el colapso es nuestro futuro seguro; y en el medio de ese camino estamos construyendo realidades inmediatas para subsistir en el mundo en que estamos. Así que “producción sustentable en un planeta en crisis” es el título. Este es el temario: desafíos y riesgos en la producción y distribución de alimentos; factores que afectan la demanda y la oferta de alimentos; agricultura conservacionista; modelos de producción; desafíos globales; América Latina como abastecedor de alimentos. El temario da para mucho; pero, como decía la doctora Catalina Lonac recién, si uno se pone a hablar del tema que tiene que hablar, nos podemos quedar horas charlando, pero hay que hablar solo veinte minutos y, sobre todo, hay que tratar de concretar ideas, cosa que no es tan sencilla.

El desafío es de la producción y el abastecimiento de alimentos para una población en crecimiento. Y hay un gran punto acá: porque nosotros estamos siempre pensando en la producción, y escuché muy poco hablar de la pérdida de alimentos ya producidos, que en países como India llegan al 50% desde el campo hasta el puerto. Y se estima que, en el mundo, de lo que son productos perecederos se pierde el 40% de lo producido, un 40% que no llega al consumidor. Entonces tenemos, también, un desafío de abastecimiento.

Entonces, cuando pensamos en alimentar al mundo solo pensamos en producir. Ayer vi una transparencia muy interesante que decía que en 2030 podremos alimentar a 615 millones de personas desde Argentina; eso me lleva a una utopía que yo discutía exactamente igual en una universidad de Estados Unidos con un profesor de Economía. Yo era muy joven, muy entusiasta, por no decir enloquecido en lo que decía y con idea de querer cambiar las cosas, y él me decía: “La gente a la que vos estás hablando no puede pagar el flete, no puede pagar el transporte”. Me refiero a experiencias en las que tuve la oportunidad de participar, en África, donde trabajaba con productores que tenían 70 metros lineales, o sea, un lineo de 70 metros de cultivo de algodón para sobrevivir en una cooperativa de 10.000 productores. Todos desplazados del conflicto de Sudán. Aunque les regalemos el alimento, no pueden pagar el flete.

Entonces el modelo que queremos aplicar es válido para cierta gente que puede

pagar el flete, y es válido que Argentina lo haga y tiene que aceptar el desafío y producir y exportar el alimento. Pero esa no es la solución al problema global. Es una aspirina para un problema que es mucho más profundo. ¿Los riesgos? La inseguridad alimentaria. El problema que vimos acá en diciembre de 2013, con esa especie de toma de supermercados que hubo, podemos encontrar raíces políticas en todo, siempre hay algo detrás. Pero cuando pensamos que el conflicto de 2008 hizo que cerráramos las fronteras al problema mundial de alimentos, hizo que cerráramos las fronteras del trigo, que frenáramos la salida de la producción argentina hacia afuera, yo decía “quizás estamos equivocados”. Tengo que ser muy político cómo digo las cosas: “quizás estamos equivocados, no es el modelo que yo querría”. Sin embargo, cuando veo que Rusia cerró sus fronteras y no exportó trigo, cuando veo que Vietnam frenó el arroz; varios países trataron de proteger su mercado interno en una forma equivocada quizás, entiendo que hay cosas que escapan a las posibilidades, incluso de los gobiernos, de entender lo que se viene y de estar preparados. Están con otra agenda, muchachos, los políticos del mundo son un grupo que entre ellos tienen una agenda distinta de los que estamos acá; y cuando sube alguien se olvida. Martín Fierro decía que algún día gobernará un gaucho en estas pampas, pero cuando sube se olvida la bombacha. Y se olvida de todo. Entonces tienen un grupo de pensamiento como queremos tener nosotros para producir alimentos, pero ellos lo tienen para pensar cómo se salvan ellos, sus hijos, las generaciones futuras. O sea la sustentabilidad es unidireccional a sus amigos y sus familias. Es mundial, por lo tanto esas políticas que afectan al mundo generan reacciones en todos lados. Porque en Egipto hubo problemas sociales serios por el miedo a la falta de alimentos y en muchos lugares vemos que cada vez es más fuerte y son golpes de gente que está asustada por su futuro.

¿Consecuencias? Uno: los precios de los alimentos aumentan (eso está claro). Dos: limitación de acceso, que ya no tiene que ver con que podamos alimentar 600 o 6.000 millones, porque si no les llega la comida es lo mismo que no exista; la terminamos tirando nosotros, como pasa a veces en el Alto Valle o en distintos lugares de la Argentina con producciones regionales que no llegan al consumidor por distintas razones. Tres: la inestabilidad social y política es un tema serio que tenemos que enfrentar y del cual somos víctimas y responsables también, por lo que decía la doctora del rol del sector privado. Tenemos que asumir un rol desde el sector privado, y lo que se ha hecho organizando este encuentro es seguir asumiendo el rol –que se viene asumiendo desde hace rato desde agronegocios y desde la Facultad de Agronomía– de ser un eje de cambio y un lugar de pensamiento para un futuro distinto. Estos son los factores que afectan la demanda.

En este sentido: se ha discutido el crecimiento de la producción mundial, se discutió el aumento del poder adquisitivo, todos estos puntos se discutieron; pero no se discutió tanto el tema de la erosión, o el tema de la restricción de agua para riego. Ayer un economista me sorprendió cuando hablaba de Lester Brown y ¿Quién alimentará a China?, un libro de 1992, y yo decía: “Qué visión: es un economista, no es un ingeniero agrónomo; qué interesante”, porque en realidad esa visión marca ya en ese momento el problema del agua. En ese

momento, en ese libro se hablaba de que en Beijing, de tres cosechas que tenían bajo riego, habían pasado a una de secano. Conclusión: ya no les alcanzaban los alimentos, 1992.

De cambio climático ya se habló algo. Los efectos que estamos viendo en los maíces son tremendos. Los maíces de primera que tuvieron agua no van a rendir bien por los golpes de calor, porque pero a 104 Fahrenheit (40° Celsius) el maíz deja de polinizar. Y de 27,5° Celsius para arriba, empieza a perder 7% por grado.

Por lo tanto, los problemas no son solo de abastecimiento de agua y nutrientes para la planta, como eran antes, cuando el objetivo era incrementar los rendimientos; ahora tenemos otros desafíos más fuertes. No sé si vieron hoy el rayo que cayó en Aeroparque en un avión. Interesantes las tormentas eléctricas que tenemos. Cayó en el avión, está la imagen de cómo entra por la cola y sale por la trompa del avión. No teníamos esas tormentas antes, o sea hay un cambio climático serio en el cual tenemos que pensar e incorporar como factor de riesgo para nuestra producción.

Y el otro factor que afecta la oferta de alimentos se lo comentaba recién: la pérdida de alimentos por falta de conservación, que es muy grande en India, y también se pierde en Castelli, Chaco, cuya producción hortícola se pierde por falta de infraestructura, por malos caminos cuando cargan los camiones. Cuando el camión llega a destino, los zapallos, todo, la cantidad que hay arruinada es impresionante. Entonces, la verdad, tenemos un montón de cosas que mejorar: no es solo aumentar la productividad, sino mantener esa producción, que llegue. Hay otro libro de Lester Brown, titulado Planeta lleno, platos vacíos.

Otro tema importante es qué porcentaje de ingresos cada uno está usando en alimentos. Y cuando pensamos en alimentos orgánicos y vemos que en Argentina –según la última publicación que vi yo– en promedio el 36% de los ingresos se usa para comprar alimentos, entendemos que es difícil que se pague un 20% más, aunque tengan cualidades muy superiores, para el que los consume y para el planeta. Porque no lo pueden pagar, no pueden optar, los alimentos entran por el precio. El valor del alimento en 2002-2004 según Naciones Unidas era de 100; en 2012, es 200. Y –los que tenemos más años– pensemos cuánto costaba la soja en la década del 90. Hoy tenemos tres valores de soja: uno para el Gobierno completo, un tercio para el Gobierno, uno para el productor y uno para el dueño de la tierra, y ya no alcanza. Pero en realidad, los términos de intercambio han cambiado totalmente para los países del sur. Totalmente. Y quizás entonces algunos dicen que no se puede, pero uno va a Nueva Zelanda y cada vez es más eficiente produciendo *commodities*, algunos con valor agregado alto, otros con no tanto valor agregado, y les va re bien. Evidentemente el modelo de desarrollo que eligieron ellos parece ser correcto.

Otro problema son los factores de crecimiento. Ya sabemos cómo crece la población mundial. Miremos las consecuencias: deforestación, sobrepesca, sobreutilización de acuíferos, sobrepastoreo, sobrelaboreo de suelos. Si miramos

con detenimiento, vemos que tenemos parcelas de ensayo en todo el planeta, países con crisis tremendas que podemos mirar como parcelas de ensayo; por ejemplo, países que han deforestado todo, que han destruido sus recursos, en los cuales también hay factores políticos muy serios, como el caso de Haití. Haití está tratando de mejorar su producción hoy con distintos tipos de fertilización para horticultura, para alimentar a la gente, con algunos resultados buenos. Pero podemos ir a la historia. En la casa del ingeniero Molina, que nos marcó a muchos de nosotros, el ingeniero Molina nos hablaba en la década del 70 justamente de los problemas que estaba causando todo el proceso de agriculturización de lugares en los que no se podía hacer agricultura porque la resiliencia del sistema, la capacidad de volver al original, no alcanzaba. Lo sacaban de su punto de equilibrio y no encontraba un nuevo punto de equilibrio, se desbarrancaba el sistema. Pensemos entonces en la capacidad del planeta y de nosotros todos. Y Molina nos llevaba a pasear por la historia. Y cuando pensamos en ejemplos de fracasos por aumento en la productividad, por mejora en el riego, podemos pensar en los sumerios, en los aztecas, podemos ir atrás en la historia y ver qué les pasó. El que tuvo la oportunidad de ver la zona del Éufrates y el Tigris hoy, no puede creer que hayan sido valles. Por lo tanto, tenemos que tener cuidado hacia dónde vamos y cómo vamos.

Quizás el aumento de la población, que ya era fuerte y que nos va a llevar en 2030 –que es el objetivo a pensar en este momento– a 8.400 millones, no sea el problema más serio. El problema más serio es la movilidad de las clases sociales, que va a pasar en China y que es característico muchos lugares, en que hay una movilidad hacia arriba. Alguna clase media sube a clase alta en lugares como Europa (en detrimento de la clase media que desaparece un poquito, porque en algunos se caen a la clase baja), y esa clase que sube a alta y sobre todo la otra, que sube a media, generan la nueva demanda la proteína animal y la sofisticación en los alimentos. O sea: la fuerte demanda de valor agregado. Dejemos un poquito de lado cómo nos educaron en esta casa de estudios para alimentar al mundo. Tenemos que ver cómo llegamos al africano, ya que los dos lugares de mayor crecimiento de la población serán África subsahariana e India. ¿Cómo les vamos a dar de comer? India está trabajando muy fuerte y muy bien en eso. Tiene una revolución lechera con pequeños productores. África no tiene nada. Alguien le va a tener que dar de comer; si no, todos vamos a pagar el precio ambiental, social.

Y si pensamos en Argentina como productor de especialidades –donde entra todo a lo que podamos agregarle valor y apropiarnos del valor ese–, sin duda tenemos una clase media creciendo en el mundo a pasos agigantados y una clase alta también, porque la clase alta china es muy grande y la europea crece cada vez más.

El tema del grano utilizado. Es todo un debate este, el del grano utilizado para la producción de etanol es todo un debate. No es para dar el debate acá, es un componente que tenemos que poner en el pensamiento próximo. Algunos autores dicen que estamos viendo el final de la era fósil, tanto de los acuíferos como del petróleo. Porque estamos terminando con todo, por lo tanto quizás el

pensamiento –no para dentro de quince años sino para dentro de 50 ó 60– sea una economía totalmente distinta, con bases de un pensamiento distinto, ya que lo que rige a la agricultura y la alimentación en el mundo es la economía. Y como la doctora decía, los políticos fallaron y ellos dirigen la economía. No nos la dejan dirigir a nosotros, nos marcan la cancha, nos dicen lo que tenemos que hacer, cómo tenemos que hacer. Y aunque muchas veces el sector privado lidera de una forma que sorprende los cambios que puede realizar, no nos dejan, porque los elegimos para que nos gobiernen y parece que les damos un cheque en blanco. En el mundo, no es en Argentina, cuidado: el otro día estaba en Brasil y en una declaración que me sorprendió General Motors decía que era más seguro invertir en Argentina que en Brasil, porque en el mediano plazo veía más sólido el futuro de Argentina. Yo lo leí dos veces por las dudas, porque uno tiene una visión desde adentro y la visión desde adentro es que uno dice “no, Brasil anda re bien”. Brasil tiene una olla a presión que cuando se destape es delicada.

Y otros factores, el punto central: la erosión creciente y el agua de riego. Son dos factores que la agricultura conservacionista, no solo la orgánica sino los modelos de producción conservacionista, ataca muy bien. Tanto el agua como el suelo tienen una tasa de generación, que es lo que nosotros estamos superando: destruimos más rápido que lo que produce la naturaleza. Y entonces hemos utilizado muy buenas herramientas en los últimos años para disminuir la tasa de destrucción, pero no hemos nivelado. Entonces, cuando uno va a algunos lugares a ver gente entusiasmada con hacer agricultura, y ve qué hacen, a veces pasa que se les comió un suelo desnudo o cometen un error, si alquilaron se van. Y eso no solo pasa en Argentina, pasa en África, pasa en Brasil, pasa en el mundo; pero en Argentina nos tiene que preocupar a nosotros. Brasil que se preocupe por Brasil y nosotros por Argentina.

El otro punto es el umbral máximo de rendimiento, un tema bastante interesante. El IRRI [*International Rice Research Institute*] está tratando en Asia de hacer crecer el rendimiento del arroz, y líderes en la materia como Japón y Corea no pueden crecer. Están como en un máximo entre ambiente y potencial de la planta: dándole todo lo que necesita la planta, en riego y en fertilizantes, han llegado como –ellos dicen– a un cielo raso de cristal, un punto máximo. O sea que hay interesantes desafíos tecnológicos por delante. Ante el umbral máximo de rendimiento y el cambio climático, que son dos nuevos factores, y también ante los otros dos factores que afectan la oferta, que son los que hicieron caer las civilizaciones: la erosión y el agua de riego. Y antes las civilizaciones estaban marcadas territorialmente. Hoy la civilización es todo. Cuando ayer decían “alimentos externos”, yo pensaba: “¿Externos de dónde? ¿Van a venir de Marte?”. Porque el efecto mariposa lo tenemos. Lo que pasa en un lado nos afecta en otro, por lo tanto ya no hay nada externo. Todo lo que hacemos impacta.

Entonces, por todo esto, debemos tener en claro lo que es la agricultura conservacionista. Básicamente: retención del residuo en la superficie (nada de quema), movimiento mínimo del suelo y rotación de cultivos. Sin duda esto está vigente. Molina hizo las primeras experiencias que yo recuerdo en la

década del 60 y del 70 con agricultura conservacionista y con siembra directa. También es interesante que Molina fue a Formosa creo que en la década del 50, y el lugar adonde él fue esta casi igual que ahora. Ingeniero Juárez, para quien conoce Formosa –yo estuve trabajando allá, en la zona–, está casi igual que cuando lo vio Molina. Uno lee el libro de Molina, mira y dice “no cambió nada”. Entonces falló el modelo de desarrollo argentino.

Con “lo orgánico” hablamos de modelo de producción. Lo orgánico, convencional y transgénico. Pero lo orgánico, más que un modelo de producción, es un modelo de desarrollo, porque nos lleva a un desafío, a pensar distinto. Actualmente, estamos hablando de 1,9 millones de productores y 37,5 millones de hectáreas. Eso es cultivado, no entra recolección silvestre ahí, que son otras 30 millones de hectáreas. Presente en 164 países, con un mercado de 63.800 millones de dólares. Es un número, ¿no? Tenemos lugar y lo que tiene de bueno lo orgánico –y, nuevamente, en detrimento de nada– es que Argentina tiene que producir lo que le demanda el mercado de la mejor manera posible. Esto no es un debate de orgánico o convencional. Cada uno tiene sus ideas y debemos buscar la convergencia de las ideas, como dice Fernando, “convergencia de intereses”. Tenemos 63.800 millones de mercado. Tenemos lugar, lo dijo ayer el señor de COSCO, Zhao Teng, dijo “tienen que producir orgánico”; porque tenemos un sistema argentino espectacular liderado por el SENASA y tenemos una credibilidad internacional total en eso. Ahí no es despreciativo si dicen “son argentinos”; nos dicen “es argentino, mandámelo que es bueno”, porque ya se han quemado con otros orígenes, con contaminaciones y problemas. El crecimiento del mercado es muy importante y, la verdad, lo que produzcamos se lo llevan. Lo que sea. Este es el crecimiento del mercado: en el 2000 fue de 17.800 millones. ¿Y qué se consume? Todo. Porque por ejemplo en Argentina el azúcar no se exporta mucho. Y se produce azúcar orgánico, que todo lo que se produce se exporta (si se lo dejan exportar, por supuesto). Todo está vendido, todo lo que produzca está vendido.

O sea que nuevamente tenemos el lugar para vender valor agregado y para la apropiación de ese valor. Porque esto no es una certificación de GlobalGAP u otras, que son para que te dejen entrar a jugar en la mesa. No, no. Esto te lo piden y te pagan. Te reconocen las internalidades y externalidades del sistema. Entonces te pagan 20% más, 30% más, a veces 50, a veces 70, a veces 10. Estos son los desafíos globales. Realmente ayer cuando mostraban los canales que se van a hacer entre el río Amarillo y el Yangtsé... es porque no tienen agua. Pero eso no es solo en China. El río Colorado en Estados Unidos no tiene agua. Hay muchos ríos en el mundo que no desembocan. Y ni hablemos de los desastres que hay en Australia. Eso es un cheque a pagar por las generaciones futuras que van a destrozar la oferta de alimentos. Y eso es lo que tenemos que evaluar de Argentina. Cuidar nuestros recursos y hacerlos valer, porque cuando exportamos soja exportamos agua, exportamos recursos naturales, exportamos tecnología, exportamos inteligencia. Entonces eso tenemos que hacerlo valer. Cada vez más.

América Latina realmente aporta al mundo, puse solo estos tres productos pero

lo que aporta es muchísimo y lo que va a aportar es más todavía. (Soja, 42%; carne, 44%; azúcar, 45%.)

Y para terminar el tema es cómo subimos el desafío. Cómo nos ponemos a pensar juntos sin creer que somos Boca o River. Sin falta de respeto entre unos y otros; y me refiero el chico por el grande, el de derecha por izquierda, el OGM con el no OGM. Argentina tiene lugar para todos. Cada uno defienda sus ideas afuera; adentro tenemos que unificar criterios y trabajar juntos, porque la preservación de la especie empieza por el individuo, sigue por la familia del individuo, sigue por el grupo. Por lo tanto, nuestro grupo más grande es Argentina. Entonces nosotros tenemos que conservar nuestro país, nuestros empresarios, nuestros estudiantes, nuestros profesionales, nuestros docentes, antes que darles de comer a los demás y favorecer al afuera de Argentina. Esa oportunidad que tenemos solo se va a lograr con inversión de tecnología, con mucha participación privada. O sea, que nos den el marco político, pero dentro de ese marco político que nos den margen de maniobra. Y realmente si nos equivocamos en esta transición de la era fósil, a la siguiente lo que va a pasar es lo que le pasó a los sumerios, a los aztecas, lo que le pasó a muchas civilizaciones que terminaron desapareciendo. Ellas desaparecieron por agotamiento de recursos suelo y agua. Algunas se movilizaron y fueron cambiando de lugar, por eso hay tantas ciudades abandonadas. Y tenían tecnología, canales de riego que uno se sorprende cómo los pudieron hacer sin los elementos actuales. Sin embargo, la tecnología no fue suficiente para mantenerse dentro de la tasa de desarrollo del sistema y generaron una tasa de destrucción mayor que la propia resiliencia del sistema. Pensemos que es nuestra responsabilidad encontrar el punto de resiliencia para la transición a la nueva era.

---

*Muchas gracias.*

---





## Panel especial

Día: 08

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

● China

● India

● Japón

● Corea del Sur

● Vietnam

● Tailandia

● Argentina



A.

**Félix Peña**

B.

**Ricardo Hara**



Abogado (Universidad Nacional del Litoral), licenciado en Derecho Europeo por la Universidad Católica de Lovaina (donde también cursó estudios en economía) y doctor en Derecho (Universidad de Madrid). Actualmente, dirige el Instituto de Comercio Internacional de la Fundación ICBC y la maestría en Relaciones Comerciales Internacionales de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Se desempeñó en INTAL-BID, Cancillería y su último cargo público fue como subsecretario de Comercio Exterior en el Ministerio de Economía entre 1998 y 1999.

**Félix Peña**

Gracias, gracias por la invitación, Fernando. He gozado esta mañana, muy útil, muy rico todo lo que se ha escuchado aquí. Espero que ahora con Ricardo Hara podamos terminar esta jornada a tiempo para que puedan almorzar, así que voy a tratar de ser muy breve.

La idea sería abordar el tema del nuevo mapa de las negociaciones comerciales internacionales, particularmente visto desde el Asia y en el Asia. Y lo que voy a señalar, creo, es casi una serie de apuntes para una reflexión sobre el tema, porque es un tema que daría para mucho más de lo que es recomendable a esta hora. Y me gustaría colocar estos apuntes en algo que podría ser una especie de telón de fondo para nuestro análisis.

En primer lugar, quiero recomendar un libro que suelo citarles a mis colegas y estudiantes, porque a mí me ayudó mucho y lo que hay que hacer es orientar a aquellos que también están tratando de entender lo que está pasando. *Every Nation for Itself: Winners and Losers in a G-Zero World* es un libro de un estadounidense que estuvo hace poco en Buenos Aires, Ian Bremmer, y el libro es muy rico. Está en inglés, todavía no está traducido al español, que yo sepa, pero tiene la ventaja que con solo leer el título uno tiene un excelente diagnóstico de este contexto internacional en el cual se insertan hoy las negociaciones comerciales (y no solamente las comerciales). Y el título tiene tres elementos. El primero es G-zero, grado cero. Es decir, no hay posibilidad alguna de colocar un número a la letra G en el mundo que tenemos por delante y que por mucho tiempo vamos a tener por delante. Hemos entrado en una transición en la que no hay un país ni grupo de países que puedan definir, sentándose en la mesa, las reglas del juego con que van a incidir en la competencia y en las relaciones de poder y económicas internacionales del futuro. Y estamos en una transición que puede ser muy prolongada.

Otra parte del título es consecuencia de la anterior y es una que te hace pensar: “cada uno por las suyas”. Como todo el mundo va a estar tan preocupado (los viejos grandes en preservar lo que están empezando a perder y los nuevos grandes en no fracasar en su intento de ser potencias relevantes), nadie se va a ocupar de nadie. Es decir, de alguna manera, cada uno tiene que saber qué es lo que quiere y cómo lo puede lograr.

Y la tercera parte del título siempre la he considerado la más dura, la más políticamente incorrecta. Pero hace falta hablar a veces un poco así, con claridad. Es “ganadores y perdedores”.

En una palabra: en un mundo G-cero si no sabés lo que querés tenés muchas posibilidades de ser perdedor. Pero no solo tenés que saber lo que querés sino también lo que podés. Porque una cosa es ser voluntarista, y otra cosa es poder traducir eso en realidad.

Esto es válido para las negociaciones comerciales internacionales en un mundo que claramente se ha vuelto muy dinámico, muy complejo y muy diverso. Muy diverso, porque –actualmente– una de las cosas más importantes que hay que tener para negociar en el frente internacional es un cierto enamoramiento de la diversidad. Un poco en la línea de lo que planteaba Gustavo antes. No solamente entender la diversidad, sino gozar la diversidad, tener pasión por la diversidad. Porque eso es lo que te va a facilitar navegar, negociar, articular, en el orden internacional.

Dicho esto, yo diría que los tres puntos requerirían un poco de reflexión, pero –como señalé antes– solamente los voy a apuntar, porque no daría el tiempo para analizarlos detenidamente; además, de esa manera, Fernando me invita alguna vez para dar no una charla corta sino cinco, seis días de clase, o alguna cosa así, prolongada.

Yo diría que hay tres elementos en el contexto de las negociaciones comerciales internacionales que están cobrando cada vez más importancia. El primer elemento, es lo que señalaba –entre otros– Pascal Lamy cuando era director de la OMC en una frase muy, muy buena. Decía “la geopolítica ha vuelto a la mesa de las negociaciones comerciales”. Para ponerlo en un lenguaje mucho más claro, más simple, más directo: “Hermano, si no entendés lo político y el juego del poder, no entendés nada. Si querés entenderlo solamente desde el ángulo de lo económico, corrés el riesgo de no entender nada”. Y en este momento que estamos empezando a navegar en situaciones confusas, complicadas –el tema de Ucrania, Crimea, por ejemplo; en que de alguna manera aparecen elementos de tsunamis pasionales, emocionales e ideológicos–, la geopolítica empieza a adquirir una importancia cada vez mayor y nos va a acompañar por mucho tiempo.

El segundo elemento del contexto –aquí se lo ha mencionado– es el crecimiento de la población. Y el crecimiento de la población mundial va a continuar. Alguno de ustedes, muy pocos, tienen mi edad o están cerca; cuando nosotros

empezábamos a tener la edad de buena parte de los que están aquí, los jóvenes, más o menos por 1950 (no voy a revelar mi edad pero más o menos se puede identificar), había 2.600 millones de personas en el mundo. En el 2000 ya éramos 6.000. Y acá se ha dicho vamos a un mundo con 8.400 millones en 2030. Pero ese no es el dato importante; lo es por cierto, el crecimiento de la clase media urbana medida por ingreso económico fundamentalmente. Pero el dato más importante es el hecho de que a partir de la caída del Muro de Berlín, de los cambios radicales que se produjeron en el enfoque económico y político de China (toda la época de Deng Xiaoping en adelante), dos o tres mil millones de personas se han incorporado a la competencia económica global. Como alguna vez señalaba algún analista empresarial estadounidense, nunca hemos tenido un desafío de competitividad tan grande. Es un movimiento en pinza: nos agarran con mano de obra barata, nos agarran por otro lado con cada vez más capacidad de innovación. Y esto lo decía hace diez años. Hoy lo diría con mucha más firmeza. Entonces, este es un dato fundamental: retorno a la geopolítica, crecimiento de la población y cambio cualitativo de la población mundial. (Acá se han señalado algunos otros elementos de la pirámide demográfica, etc.)

Y el tercer elemento es el debilitamiento fuerte –“debilitamiento” para ser bien educado, tipo *light* dirían en inglés– del sistema global multilateral (de la OMC fundamentalmente) en el campo del comercio internacional y el surgimiento cada vez mayor de los acuerdos comerciales preferenciales, que muchas veces se los señala con elegancia, con generosidad quizás excesiva, como acuerdos de libre comercio; y nunca se los señala como lo que son, porque son acuerdos discriminatorios: “Si estás dentro del club tenés beneficios; si estás fuera del club “lo siento, hermano, no has entrado en el club”. Y el dato que vale la pena retener es que hacia principios del año pasado –no tengo los datos ahora, pero más o menos recuerdo el orden de magnitud– había 550 clubes privados de comercio internacional. (“Clubes privados” no en el sentido de “sector privado”, sino en el sentido de “limitado a un grupo de países”.) Y eso va a continuar y va a crecer cada vez más.

El cuarto punto sobre el cual quiero hacer algunos apuntes se refiere al surgimiento de nuevos mapas de acuerdos comerciales internacionales. En el caso de América Latina en relación al Asia, tenemos con esos países un mapa común, un elemento común en el mapa, que es el sistema global. Sistema global que está relativamente debilitado en este momento pero que sigue vigente. Y es el sistema global por el cual tenemos reglas de juego comunes con todos los países de Asia y con todos los países que son miembro de la OMC, esto es, 160 países que son los principales en la competencia económica global. Y yo me acuerdo que esas reglas tienen mucha incidencia en el comercio exterior argentino y tienen mucha incidencia en el comercio exterior del Mercosur, Brasil incluido. Por ejemplo, uno de los elementos de este sistema global con mucha incidencia en nuestro comercio internacional es el Protocolo de Adhesión de China al sistema de la OMC, por el cual se establece que sí o sí (y está escrito de tal manera que es difícil imaginar alguna válvula de escape), sí o sí el reconocimiento de economía de mercado tiene que estar consumado

en 2016, es decir, prácticamente ya. Y todo eso genera un cambio muy, muy significativo en las políticas de defensa comercial y demás. Es un ejemplo de cómo estamos vinculados por reglas de juego del sistema global multilateral. Y por otro lado está la red de acuerdos bilaterales que países asiáticos tienen con países latinoamericanos, particularmente con los de la zona del Pacífico. Casi todos ellos tienen acuerdos de libre comercio con los principales países asiáticos. Y en el caso del Mercosur tenemos en agenda (no sé en qué lugar de la agenda pero está en agenda) la propuesta de 2012 del primer ministro chino, cuando señaló que sería conveniente explorar la idea, estudiar la factibilidad, de un eventual acuerdo de libre comercio entre China y el Mercosur. Me pareció una idea muy atractiva. Y me puse a pensar en los plazos, cuánto puede llevar todo esto. Entonces analicé la experiencia de la negociación de libre comercio entre China y Corea, porque ese mismo planteo se hizo diez años atrás y a partir de ahí se hicieron dos estudios de factibilidad que eran privados, luego se entregaron otros estudios de factibilidad que eran privados; finalmente habían pasado diez años y la idea seguía dando vueltas y no se había terminado de concretar. Pero bueno, ahora por lo menos se ha incluido formalmente la idea en la agenda de relacionamiento comercial de nuestros países con un país significativo de Asia. Y esto es muy importante, porque uno a veces tiene negociaciones medio complicadas, por ejemplo con la Unión Europea o las intenciones de negociar particularmente con un sector empresarial brasileño con los Estados Unidos; y así se hace más compleja nuestra agenda de negociaciones comerciales internacionales.

Finalmente, en este nuevo mapa debemos mencionar los megaacuerdos intraasiáticos. El más importante, el único fuerte –del cual se habla muy poco, quizá porque todo el fuego mediático está concentrado en lo que voy a mencionar después–, es el *Regional Comprehensive Economic Partnership*. Son dieciséis países. Involucra a China, India, Japón y Corea, otros países del sudeste asiático (miembros de ASEAN) y también a Australia y Nueva Zelanda. Sumados significan el 40% del comercio mundial y, aparentemente, debería estar concluido el año que viene. Y además están los megaacuerdos que de alguna manera van a tener una incidencia en nuestro relacionamiento comercial con el Asia. Por un lado, el acuerdo que se estaría por concluir en algún momento entre Estados Unidos y la Unión Europea y, particularmente, el *Trans-Pacific Partnership* entre un grupo de países asiáticos y países de la costa del Pacífico de América Latina, Estados Unidos, México y Canadá.

Entonces, de alguna manera, todo esto hay que seguirlo de cerca, porque va a tener algún tipo de incidencia en nuestro comercio exterior de alimentos. Se mencionó el ejemplo (creo que en la experiencia que nos contaba nuestro colega de Jetro) de cómo el tratamiento arancelario, paraarancelario y demás puede tener incidencia en la forma en que te insertás en cadenas de valor de países que ya han firmado entre sí acuerdos comerciales preferenciales, mientras que nuestro país no es parte de esos acuerdos.

Y eso me lleva entonces –y ya para concluir– a lo que en mi opinión son los requerimientos que le plantea a nuestro país esta evolución de la competencia

económica global, del sistema comercial y político internacional, en las negociaciones comerciales internacionales, particularmente teniendo en cuenta los datos de población que aquí se han mencionado, y que los datos sobre nuestros recursos y demás indican que tenemos un potencial enorme.

Es decir, tenemos un potencial enorme de ser un país que pueda llegar a las góndolas con productos diferenciados, inteligentes, en el resto del mundo. Pero hay un tema del cual poco se habla: llegar con esos productos mucho más cerca que a Asia y otras regiones, llegar a la propia América del Sur. América del Sur, donde también se está produciendo un cambio más que significativo de surgimiento de lo que los brasileños llaman clase C, es decir los que antes eran sectores campesinos que ahora son sectores urbanos con ingreso económico propio de clase media. Es América del Sur, que está muy próxima, con la cual estamos vinculados con acuerdos ya negociados. Que se trata de potenciarlos, de utilizarlos, de aprovecharlos. Esa América del Sur, solamente América del Sur, va a tener los próximos diez, quince años, cincuenta ciudades con más de un millón de habitantes. De las cuales varias con más de cinco millones de habitantes. Y esto por lo menos abre la necesidad de revisar un concepto que muchas veces está instalado en el debate popular sobre la primarización de la economía sudamericana como consecuencia del comercio de *commodities* con países como China y demás. Yo creo que –de alguna manera sucede también en la vida cotidiana– el futuro está al lado nuestro y no lo vemos. América del Sur tiene para nosotros un potencial espectacular en productos alimenticios diferenciados con valor agregado y con diversificación de todo tipo.

Entonces, los tres requisitos que considero más importantes; los menciono solamente y termino. Por un lado, poner mucho énfasis, pero muchísimo énfasis en la capacidad de diagnóstico de lo que está pasando en el mundo. Tuve el gusto de conocer hace varios años, de trabajar algo con él, un gran argentino. El ingeniero Jorge Sabato. Y Jorge Sabato instaló la idea del triángulo, en que el sector público, sector privado y sector académico tienen que trabajar juntos para proyectar al mundo lo que el país sabe hacer. El tenía alguna experiencia, en el sector nuclear fundamentalmente. Y me da la impresión que ese triángulo, en el nivel nacional, en el nivel provincial, en el nivel local, con universidades como la San Pablo de Tucumán para el sector azúcar en Tucumán, es absolutamente fundamental. Ese triángulo debe brindarles a quienes producen y tienen posibilidad de exportar, y a quienes formulan políticas públicas o estrategias negociadoras, un diagnóstico casi online sobre lo que está pasando en el mundo y sobre qué significa eso, no para el mundo sino para ese sector concreto de producción de la provincia o del lugar concreto sobre el cual estamos eventualmente concentrados. La capacidad de diagnóstico es hoy una variable fundamental en la capacidad de un país para proyectarse al mundo en el nuevo marco de las negociaciones comerciales internacionales. Capacidad de diagnóstico significa poder seguir de cerca lo que está pasando en las negociaciones comerciales internacionales y cómo te puede incidir, qué efecto de desplazamiento de ventaja competitiva puede tener. Capacidad de diagnóstico significa asimilar las consecuencias de alguna de las tantas obsolescencias que están produciendo en el mundo moderno, que es la obsolescencia en la

distinción entre corto, mediano y largo plazo; la obsolescencia en la distinción entre comercio, inversiones, tecnología; la obsolescencia en la distinción entre comercio de productos agrícolas y tecnología. Como decía un amigo chileno, no hay mayor tecnología incorporada que la exportación de fruta fresca, con una inteligencia incorporada que permite a una fruta fresca estar en las góndolas de Shanghai o de Hamburgo antes de que deje de ser fresca. Mucha inteligencia, más inteligencia muchas veces que la producción bajo patentes extranjeras de algún producto industrial.

En segundo lugar, la capacidad de asociatividad que aquí se ha mencionado. Es decir, de alguna manera, la idea de proyectar al mundo lo que sabemos hacer implica articular esfuerzos dentro y entre países con los cuales podemos trabajar. Es la experiencia que transmitió Gustavo, que la está practicando en varios países. Es interesante el punto de vista de la importancia de la asociatividad o, como él lo planteaba, de la cultura de la asociatividad.

Y finalmente, la capacidad de negociar. La capacidad de negociar significa dejar de lado algo que muchas veces uno ha escuchado. Y he estado en el frente negociador del gobierno argentino en distintos momentos. Lo que muchas veces uno ha escuchado desde el sector empresario: “Ah, no, el tema de las negociaciones es un tema del Ministerio de Relaciones Exteriores, es un tema de los diplomáticos”. Error grueso. Las negociaciones se nutren de la demanda de las bases y si las bases no saben qué es lo que quieren el negociador, se va a terminar negociando solamente en función de aquellos sí que saben lo que quieren. Y tenemos que grabarlo. Actualmente, negociar es definir ganadores y perdedores. Es: “Si te quedás al margen y no sabés lo que querés, hermano –para ponerlo en un lenguaje bien directo, si Fernando me autoriza–, sos boleta”.

*Muchas gracias.*

### Ricardo Hara

Bien, estamos terminando la jornada de Japón. Nada más complicado que tratar de resumir en diez, quince minutos tal diversidad de exposiciones y tal riqueza de conceptos que ha habido esta mañana.

Yo intenté resumir las exposiciones en diez palabras. Cada palabra con su explicación.

La primera palabra clave, tomada de la presentación de Tatsuya Shimizu, es “integración”. Me parece que es sumamente interesante e importante empezar a entender la importancia de integrar cadenas de valor, intereses, objetivos, en este mundo cada vez más global y más complejo. Y las segundas palabras también surgen de la presentación del doctor Shimizu, que habló de la importancia del “conocimiento y aprendizaje”. Conocimiento y aprendizaje, sobre todo porque él

ha presentado algunos ejemplos no para que los tomemos al pie de la letra, sino para que pensemos cómo podemos aplicar esos ejemplos en nuestras vidas, en nuestros negocios. Él planteó por ejemplo el cambio de la pirámide poblacional en Japón, que es una pirámide en la que cada vez vamos a tener gente de mayor edad, hablo de los que tienen más de 65 años, con salud y con buenos ingresos económicos. Eso genera una enorme oportunidad para generar negocios y, por ejemplo, a partir de eso surge no un simple pollo sino un pollo *economy* o el *pollo business*. Todas cosas que surgen a partir del conocimiento y el aprendizaje. Así que a mí me pareció sumamente interesante retomar eso, vuelvo a decir, no para tomar al pie de la letra, no para que salgamos mañana a tratar de vender pollos business, pero por lo menos sí para entender este concepto en el mundo cambiante: los segmentos, las demandas cada vez más diferenciables.

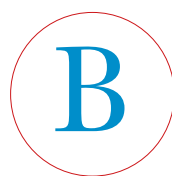
El cuarto concepto, después de integración, conocimiento y aprendizaje lo tomo de Gustavo. En realidad, la charla de Gustavo prácticamente tendría que repetirla íntegra, por la cantidad de conceptos ricos que tuvo, pero rescato especialmente el concepto de la “gestión”. En estos momentos estamos en un mundo hiper comunicado, donde prácticamente toda la información está disponible simplemente googleando. Lo importante es de qué manera se gestiona esa información y, sobre todo, cómo los decisores –los que tienen que estar al frente de las decisiones en las empresas– utilizan toda esa información valiosa para llegar a un objetivo certero.

La quinta palabra también la tomo de la charla de Gustavo y es “confianza”. Confianza –que a veces se cree que es un concepto medio abstracto, no tan corporal– es la clave de todo. La generación de confianza entre empresas, entre países, dentro del país, entre la sociedad política, la sociedad civil, la sociedad empresarial, es absolutamente clave en todo, porque lo que permite la confianza es hacer más cosas en menos tiempo y con menos costo. Si Argentina no es capaz de regenerar la confianza como el ethos que une a la sociedad, la verdad que estamos complicados.

Stefano Zamagni, un filósofo, un pensador italiano, ya diagnosticó hace varios años, más de diez, que el cuello de botella que impide el progreso en la Argentina es la falta de confianza en la sociedad. Así que me pareció sumamente importante retomar e concepto de la confianza como clave.

El sexto punto lo tomo de la presentación de Juan Usandivaras y es la “articulación público-privada”. Sobre todo si estamos pensando cómo desde la Argentina –o cómo desde un conjunto de países como Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay– tenemos que conquistar nuevos mercados, ese trabajo tiene que ser fruto de un esfuerzo mancomunado entre el sector público y el privado. Ustedes saben que el sector privado es el que genera modelos virtuosos, el que tiene la sintonía fina, pero finalmente la escala, el acceso, se realiza a través del Estado y de los gobiernos. Por eso es tan importante en cualquier actividad promover fuertemente la articulación entre lo público y lo privado.

Después se produjo no sé si un ping-pong, pero algo así, entre Caty, que planteó la importancia de los productos genéticamente modificados, y Pedro, que planteó la



Ingeniero Agrónomo, Universidad de Buenos Aires. Pro-secretario de la Cámara Japonesa de Comercio e Industria en Argentina.

importancia de los productos orgánicos. Pero en realidad lo han planteado muy bien desde este punto de vista: no tenemos que seguir pensando en blanco-negro, River-Boca, sino que tenemos que pensar de qué manera lograr convergencias. Así que la séptima palabra elegida en mi cierre es la palabra “convergencia”. Me parece que es sumamente importante hacer converger intereses y saber entender que las diferentes ideas no solo no invalidan estar sentados en una misma mesa de trabajo sino, por el contrario, las distintas ideas enriquecen el producto final. Entonces, en esta sociedad actual en que estamos tan como unos u otros, como amigos-enemigos, me parece que pensar en convergencias es sumamente importante.

La octava palabra es “diversidad”. Y justamente, me parece, la gran riqueza de este simposio es haber podido presentar puntos de vista diversos, países diversos, necesidades diversas y potencialidades diversas. Me parece que la diversidad tiene que formar parte de la solución siempre.

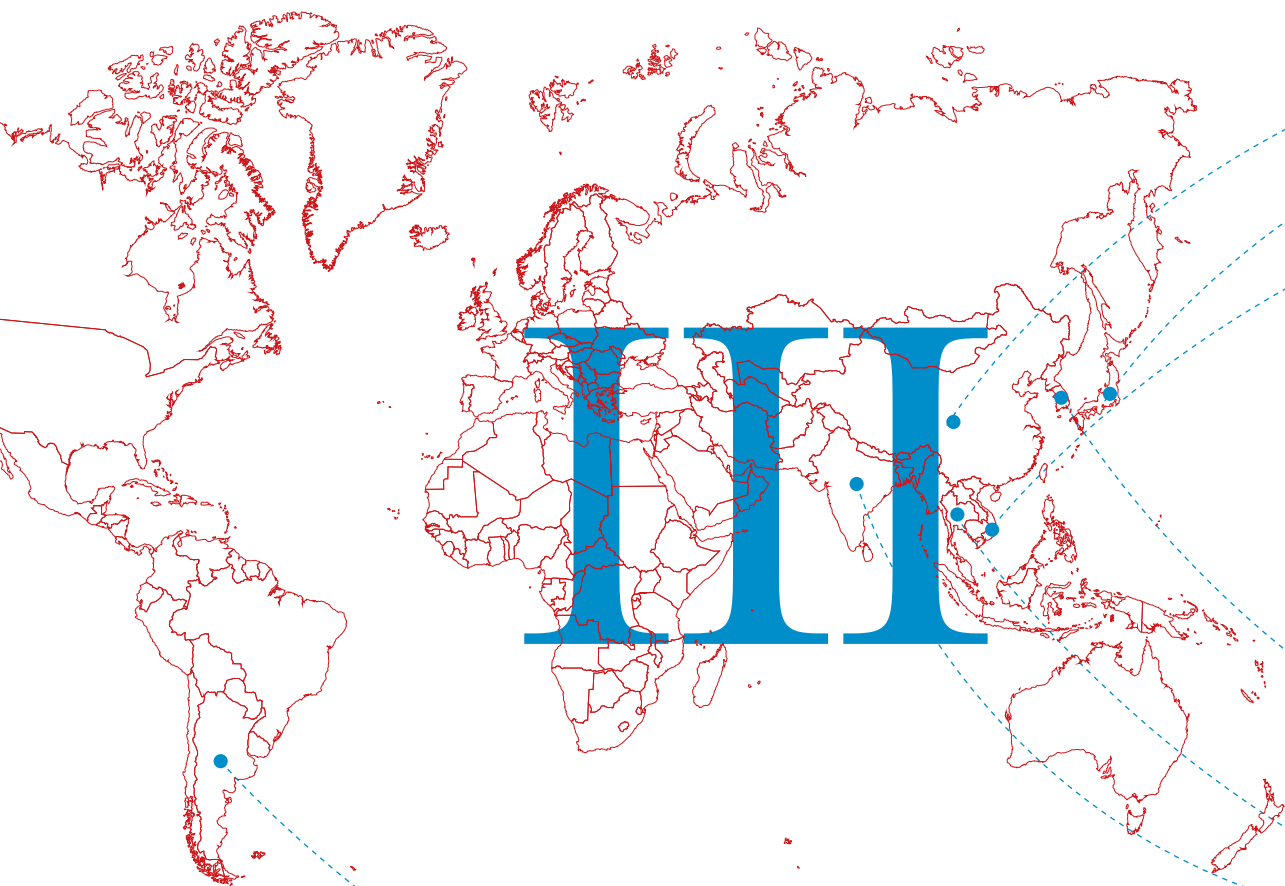
Para la palabra número nueve, tomo un concepto de un filósofo colombiano que ha estado el año pasado en la Argentina y que realmente ha impactado mucho, que es Bernardo Toro, quien plantea un nuevo paradigma mundial: el paradigma del cuidado. No pretendo entrar en detalles; ustedes pueden consultarlo en *YouTube*, busquen Bernardo Toro y van a encontrar qué significa ese paradigma del “cuidado”. Pero básicamente dice que tenemos que entrar a una etapa en que no solo cuidemos nuestros intereses y los intereses de los cercanos (la familia, los amigos, la empresa); sino también tenemos que cuidar a los desconocidos, a los que no conocemos. Y en esto tan importante que es la seguridad alimentaria, de qué manera alimentar cada vez mejor a un mundo que necesita de alimentos en cantidad y calidad, me parece que el concepto del cuidado es sumamente importante. Argentina tiene que ser un jugador importante, un protagonista central en la generación de alimentos de calidad, justamente porque una de las misiones que tenemos como país es garantizar o ayudar a garantizar que todos los 7.200 millones de personas que viven en este planeta se alimenten bien.

Y la última palabra es “visión”. Me parece que este simposio está planteando cómo trabajar de aquí al 2030, y lo que está promoviendo es, justamente, que tengamos visión. Así que culmino con una simple frase diciendo “el futuro ya llegó”.

---

*Muchas gracias.*

---



## Panel Corea del Sur

Día: 08

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Byung-Kil Han**

Embajador de Corea del Sur en la República Argentina

B.

**Héctor Rosatto**

**Sun Woo Choi**

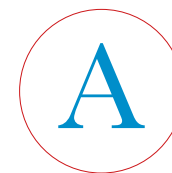
**Jong Jin Kim**

Investigadores del Korea Rural Economic Institute

C.

**César Belloso**

Ingeniero agrónomo y presidente honorario de AAPRESID



Embajador de Corea del Sur en la República Argentina.

**Byung-Kil Han**

Muy buenas tardes. Soy el embajador de Corea y hace exactamente dos años y un mes llegué aquí como Embajador, pero he tenido muchas impresiones sobre la República Argentina y los argentinos, especialmente lo que para mí es el número uno en Argentina: agronomía. Inmenso territorio. Alta tecnología de agronomía. Y productividad de industria agronómica. También me parece que agricultura y ganadería, e industrias relacionadas agropecuarias, serán como órdenes de riqueza de la Argentina.

Sobre todo quisiera agradecer al Comité Organizador de este Simposio, el doctor Fernando Vilella, que me visitó en mi oficina año pasado. También agradezco mucho la presencia, a pesar de la distancia muy larga de Europa, de dos especialistas coreanos que el fin de semana llegaron aquí (a mí todavía me pesa el regreso a Buenos Aires después de terminar la conferencia anual de los jefes de misiones, tengo un sentido jet lag, o algo así).

Como ustedes saben bien, este simposio ha sido organizado para que los importadores y exportadores de productos agropecuarios intercambien sus opiniones y también compartan la visión y estrategia de la agronomía. En ese sentido a mí me parece que este simposio es muy adecuado especialmente para nosotros, Corea.

Corea, como sabrán, ahora importa casi 30.000 millones de dólares anualmente en productos agrícolas. Pero a mí me parece que la cantidad importada de productos agrícolas irá aumentando mucho, y a largo plazo la cantidad de importación drásticamente aumentará, después de la reunificación de la península coreana.

Y también quiero resaltar una cosa muy importante entre Corea y Argentina en el sector agronomía. En 2015 nosotros podremos celebrar el 50° aniversario

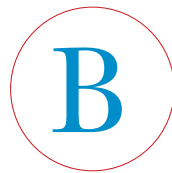


de los inmigrantes coreanos al territorio argentino. Los primeros inmigrantes coreanos eran agricultores. Ese es un sentido muy importante. Todavía algunas familias llevan su vida en el campo, en lugares como Lamarque (provincia de Río Negro) y Luján. Y también a fines de 1970 nuestro gobierno compró una hacienda, una finca muy grande en la provincia de Santiago del Estero, que se llama Llajta Mauca. Nosotros aún estamos estudiando cómo cultivar, desarrollar ese montón de territorio en la provincia de Santiago del Estero.

Y finalmente quiero presentar como orador a nuestro experto en este simposio, el señor doctor Jong-Jin Kim, del Instituto de Economía Rural en Corea, quien va a presentar su opinión sobre la situación actual, la demanda de productos agrícolas y del futuro. Y al señor Jae Hoon Lee, presidente de la Cámara Argentina de Comercio, Industria y Agropecuaria Coreanas, quien va a presentar su opinión sobre las actividades actuales de las asociaciones coreanas. Y finalmente el señor Sun Woo Choi, quien va a presentar su opinión, que concierne a las actividades sector agricultores coreanos.

Quiero decirles que tengo una gran convicción de que este simposio va a contribuir a fortalecer vínculos, lazos, en el sector de agronomía, entre Argentina y Corea.

*Muchas gracias.*



Ingeniero agrónomo de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, magíster en Manejo Integrado de Cuencas Hídricas de la Universidad Nacional de La Plata. Actualmente es profesor asociado en el departamento de Ingeniería Agrícola de la Facultad de Agronomía, con amplia experiencia en docencia, gestión universitaria y trabajo profesional. Es investigador del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Es codirector de la carrera de Planificación y Diseño del Paisaje.

### Héctor Rosatto

Buenas tardes a todos. Debido a que se han incorporado dos oradores más y en aras de ser corto voy a dejar mi exposición para que escuchen a los expertos.

*Gracias.*

### Jong Jin Kim

El objetivo principal del Instituto de Economía Rural de Corea es promover una política agrícola apuntada al desarrollo equilibrado de las zonas urbanas y rurales en Corea. Nuestra investigación cubre casi todos los temas relacionados con la política agrícola y rural (el desarrollo de la sociedad rural, entre otros). En esta presentación quisiera mostrarles el mercado granario de Corea en un trabajo publicado este año. Pero antes, voy a explicar brevemente el estado actual de la agricultura y de la industria agrícola en el marco de la economía coreana actual.

Hasta 1960, la agricultura era la industria principal de Corea. En la década del 60, la proporción de nuestra producción agrícola en el PBI estaba en el 36,8%. Desde la década del 60 Corea comenzó a industrializarse rápidamente. Especialmente en los 70 y los 80, la economía comenzó a crecer a un 10%. Sin embargo, la producción agrícola creció lentamente y la contribución de la industria agrícola al PBI disminuyó. Bajó a un 29% en la década del 70, a un 16% en la década

**Jong Jin Kim:** investigador del Instituto Económico Rural de Corea. Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Estatal de Carolina del Norte (Estados Unidos).

del 80 y ahora la agricultura coreana produce unos 26.000 millones de dólares y la participación del PBI es de solamente 2,6%.

**Sun Woo Choi:** investigador del Instituto Económico Rural de Corea, con una maestría en Economía de la Universidad de Gyeongsang, y BA en Economía por la misma universidad

La producción total agrícola es de 39.000 millones de dólares. La producción de ganado fue de 14.300 millones de dólares y la producción total de cultivos fue de 25.000 millones (granos, 8.700 millones, de los cuales 7.200 fueron de arroz). Como podrán ver el arroz es el principal cultivo.

Corea es un país pequeño y la mayor parte del territorio coreano está cubierto por zonas montañosas. Por lo tanto, el campo cultivable es limitado. Corea del Sur tiene unos 100.000 kilómetros cuadrados. La zona total de cultivo es 1.736.000 hectáreas. Es decir, la zona de cultivo per cápita da un valor muy bajo. Corea tiene 50 millones de habitantes, por lo tanto la zona de cultivo per cápita es menos de 346 metros cuadrados por persona.

Ahora, en este capítulo quisiera explicar cuánto produce y cuánto consume Corea en términos de granos. Acá vemos los gráficos y la producción granaria coreana. En 2012-2013, Corea produjo aproximadamente cuatro millones de toneladas de arroz; como vemos, hubo ciertas fluctuaciones pero en general la producción de arroz bajó (en 2005-2006 fueron casi cinco millones de toneladas). Esta tendencia se debe a los problemas de superficie que se observaron en Corea en el mismo período. Podemos ver acá la tendencia y las cifras en el cuadro. En 2012-2013 la producción es de 57.000 toneladas de cebada, soja (123.000 toneladas) y maíz (83.000). El arroz es el principal cultivo. ¿Y cuántos granos consumen los coreanos? Tenemos el maíz en primer lugar, nueve millones de toneladas se consumen todos los años. La mayor parte del maíz se consume como alimento, luego tenemos el arroz (5,2 millones de toneladas) y los diferentes cereales (cebada, 404.000 toneladas; soja, 1,48 millones). Y tenemos el caso del trigo, que creció mucho, con casi seis millones de toneladas, por encima del arroz.

La tendencia histórica de la tasa de autoabastecimiento (la cantidad consumida dividida por la producción local) es decreciente desde década del 70, a excepción de la tasa de autoabastecimiento del arroz, que osciló alrededor del 100%, si bien con alguna merma a partir de 2009, ya que recientemente hubo una menor producción debido a distintos problemas climáticos como tifones y sequías (sin embargo, el número sigue oscilando cerca del ciento por ciento). La tasa de autoabastecimiento de los otros cultivos es muy baja. La tasa de autoabastecimiento de soja, bajó mucho en la década del 70 y del 80 y ahora oscila en el 10%. Trigo y maíz tienen tasas aún peores, menores al 1% desde la década del 90. El consumo de arroz per cápita es de 70 kilos para el período 2012-2013, pero la cantidad era de 110 kilos hasta la década del 80. A medida que Corea se industrializó y los ingresos subieron, la contribución del arroz a la dieta bajó, ya que los coreanos comenzamos a comer más carne y pan y menos arroz. Es por esto que el consumo per cápita del arroz tiene una tendencia decreciente. El consumo de otros cereales: el coreano promedio consume 34 kilos de trigo y 4 de maíz por año. Estas cantidades per cápita se mantienen estables a partir del año 2000.

Ahora quisiera explicar cuántos cereales importa Corea y cuáles son los países

de origen. Este mapa describe la oferta y demanda. Estados Unidos, Brasil, Argentina, Ucrania, Australia son importantes proveedores de cereales. China, Japón, Corea y Egipto son principales importadores de cereales. Especialmente, tres países asiáticos cubren el 30% de las importaciones de cereales del mundo. En el caso de Corea, importamos 14,4 millones de toneladas de cereales en todo el mundo: 5,9 millones de Norteamérica (40,8% del total), 3,3 millones de América del Sur y 1,7 millones de Australia. En cuanto a los aranceles para las importaciones de cereales, podemos decir que no hay barreras arancelarias en las importaciones coreanas (3% para el maíz y la soja). Sin embargo, en el caso del arroz, importamos solamente arroz MMA en virtud de los acuerdos de libre comercio. Esto representa un 10% del arroz utilizado el año pasado.

En esta diapositiva vemos datos históricos para la importación de trigo y el precio del trigo en el mismo período. La cantidad de trigo importada fue de 2,2 millones y esta cantidad se ha mantenido estable durante las últimas dos décadas. Sin embargo, las importaciones de trigo varían en algunos años. En algunos casos hay trigos cuyo precio aumenta mucho; y el grano para pienso tiene un precio más bajo. Acá vemos las importaciones de trigo para alimento, provenientes sobre todo de Estados Unidos, Australia y Canadá, y esa la tendencia no cambió a lo largo de varias décadas porque a los coreanos les gusta el trigo que de estos países. De hecho, las empresas que procesan el trigo en Corea mezclan distintas clases para encontrar el sabor que les gusta a los coreanos. Por otra parte las importaciones también están diversificadas, van cambiando años tras año. Esto se debe a que el precio es el factor más importante que tenemos en cuenta al importar trigo.

Acá tenemos las importaciones de maíz; los valores para 2013 fueron 8,7 millones de toneladas. La cantidad importada para alimento se mantuvo estable año tras año (alrededor de dos millones de toneladas), pero en cuanto a la importación pienso es un poco más volátil. Brasil y Estados Unidos son los principales proveedores de maíz para alimento y, pienso, son Estados Unidos, Brasil y Australia (estas importaciones aumentaron en los últimos diez años).

La cantidad total de soja importada aumentó desde la década del 90. Esto se debe a que en el mismo período aumentó el consumo de soja. Acá tenemos los países de los que importamos soja, los principales son Estados Unidos y China. Brasil y Argentina son países de los que importamos harina de soja y la participación de estos dos países aumentó en los últimos diez años. Estados Unidos y Brasil son los principales países de los que importamos soja para pienso.

Y ahora quiero hablar acerca del mercado granario coreano y acerca del modelo KREI-KASMO, que es el que utilizamos para desarrollar esta perspectiva del mercado granario. KREI-KASMO es el modelo coreano de simulación de la agricultura. Es un modelo de gran escala y consta de cinco sectores que simultáneamente interactúan entre sí. Utiliza más de 3.000 ecuaciones y fórmulas y 312 variables exógenas. Tenemos el precio de los insumos, indicadores agrícolas; cubre el 97% del sector agrícola total y se basa en los valores de producción totales para el año 2010. Acá tenemos la perspectiva para la oferta y uso de arroz. En

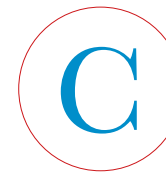
cada gráfico, a la izquierda de la barra, vemos las curvas que representan datos históricos reales, y todo lo que está a la derecha de la barra son las proyecciones de nuestro modelo. Debido a la situación coreana, la producción de arroz se estima que tendrá una tendencia decreciente. El consumo de arroz se estima que se reducirá con una tasa de disminución lenta.

Este gráfico nos muestra datos más detallados con respecto al arroz. Creo que se entienden fácilmente los números y las tablas.

Esta diapositiva se refiere al mercado del trigo en Corea, cuyas importaciones seguirán una curva decreciente (producto de una menor demanda) y la producción permanecerá estable en el período considerado. Podemos ver aquí el uso de maíz para alimento humano y para pienso, cuya importación calculamos que crecerá. La oferta y demanda de soja también se estima que subirán, particularmente en el caso de la soja para alimento animal.

A modo de conclusión: el arroz es el único cultivo en el que Corea es autosuficiente y hay otros cultivos –como trigo, maíz, soja– que importamos y seguiremos importando. Esto es todo lo que preparé.

*Gracias.*



Ingeniero agrónomo y presidente honorario de AAPRESID.

### César Belloso

Buenas tardes. Primero agradecer a la Facultad de Agronomía, al Programa de Agronegocios y Alimentos, la invitación a AAPRESID a participar de este seminario. Es realmente un honor hacerlo: a título personal, por ser un egresado de esta Facultad (y hacía rato que no venía); y para AAPRESID, como organización de productores, en un panel con una serie de países que son muy importantes para la demanda de nuestros alimentos, poder transmitir cuál es la visión, nuestra visión, acerca de la producción sustentable de alimentos, fibras y energía, que es lo que voy a compartir con ustedes, es muy importante.

Esto va arrancar desde el campo, vamos a ir a lo global y voy a terminar nuevamente en el campo, en esta pequeña gira para sintetizar la visión, la experiencia de una organización que este año cumple sus primeros 25 años, pero que ha transitado una experiencia de desarrollo no sólo de la producción sustentable, que fue su origen, sino ya también de lo que están proponiendo hoy a través de este seminario que es expandir las fronteras (las primeras en expandir son las mentales) para ir hacia –como productores– la búsqueda de desarrollos de mercados y de otras actividades.

Siempre que podemos iniciamos presentando nuestra misión, es nuestra manera de presentarnos y de alguna manera es impulsar el sistema de siembra directa. No la siembra directa como una alternativa de labranza sino el sistema de producción de siembra directa para alcanzar una actividad agropecuaria sustentable en sus tres ejes: económico, ambiental y social. Basado en la innovación tecnológica (otro aspecto característico que siempre ha marcado nuestro punto de vista, desde el comienzo) pero también en lo organizacional e institucional. Y asumiendo el compromiso de interactuar con las organizaciones públicas y privadas, porque para nosotros la interacción en red es una constante, es algo que permanentemente estamos tratando de crear y recrear para generar puentes; en este caso, estamos generando puentes con otras organizaciones públicas de países como Corea del Sur –ya que tengo la posibilidad de participar en este panel– pero también con productores.

A nosotros nos gusta vernos por lo que hacemos como productores, que es –simplificando– gerenciar la fotosíntesis, es decir, capturar dióxido de carbono y el agua que recibimos de la naturaleza a través de las plantas. Esto es muy importante, porque obviamente permite generar oxígeno y una molécula compleja, que no es ni más ni menos que producir alimentos, fibras y energía. Esa sería la primera parte de esta responsabilidad que tenemos como productores, que además es hoy una demanda creciente en todo el mundo. Lo estamos viendo en estos paneles: la necesidad y la responsabilidad como productores de aumentar la provisión en cantidad y calidad de alimentos, fibras y energía. Pero a su vez hay una demanda en los tres elementos básicos que los productores debemos cuidar principalmente: el suelo, el agua y el aire. Y, desde ese punto de vista, un sistema de producción basado en la siembra directa es un sistema sustentable en la producción de cantidad y calidad, pero además en el cuidado de los recursos naturales. Por eso un sistema de producción agrícola sustentable para nosotros consta de tres pilares básicos. 1) La no remoción del suelo y la cobertura vegetal. 2) Las buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas de manejo: la rotación de cultivos, la intensidad y diversidad de esos cultivos, la nutrición al suelo, el manejo integral de plagas, la tecnología –la biotecnología– como una herramienta de tener cada vez mejores plantas para realizar ese gerenciamiento de la fotosíntesis. Y, no menos importante, 3) la continuidad en el tiempo, o sea, esto hacerlo a través del tiempo (desde AAPRESID, hay testimonios hoy de campos con más de 25, 30 años en siembra directa, aplicando a las buenas prácticas). Y eso es lo que nosotros proponemos e impulsamos, trabajamos para un sistema de producción sustentable de biomasa.

Y esto es importante compartirlo porque si la manzana representa la superficie total de la Tierra [se refiere a una imagen proyectada] y el punto verde es la superficie agrícola, el puntito azul –que no está en escala porque si no se perdería– son las 125 millones de hectáreas de agricultura de conservación que hay hoy en el mundo, que son sistemas que básicamente buscan tener una mínima remoción del suelo, máxima cobertura rastrojo con la aplicación de las buenas prácticas. En muchos casos, no hay continuidad a través del tiempo, por lo tanto esa cifra todavía es más chica para lo que nosotros estamos proponiendo y para las posibilidades que hay. Y esto es todo un mensaje, que nos señala todo

lo que hay para crecer –no solo en los ámbitos local y regional, sino en todo el mundo–, todo lo que hay para generar sistemas sustentables de producción. Eso es lo que de alguna manera articulamos por intermedio de nuestra asociación, con nuestros programas de “agricultura certificada”, que es un proceso verdadero de certificación de las prácticas agrícolas por una compañía certificadora, que no solo permite ser un productor de siembra directa sino también parecerlo, demostrarlo a la sociedad. El Sistema Chacras consiste en aprender produciendo a través de un sistema académico científico basado en sistemas de producción con siembra directa. También constituimos redes, como con nuestro grupo de Regionales. Y está la Red de Conocimiento de Malezas Resistentes, y el Área Prospectiva, que nos da esa visión de largo plazo.

Y para dar testimonio de este trabajo en red, simplemente con una síntesis muy apretada por el tiempo que hay, esto es uno de los productos de esa interacción público-privada junto con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación, el CONICET y otras instituciones académicas. AAPRESID y dos empresas privadas constituyeron un proyecto de tres años que se llamó BIOSPAS (Biología del Suelo y Producción Agraria Sustentable), en el que trabajaron doce unidades de investigación de distintos centros académicos del país para generar información en biología del suelo para una agricultura sustentable.

Y esta es la brevísimas síntesis de todo un trabajo que ya dejó doce líneas nuevas de investigación en sistemas de producción de siembra directa. Y llegó para cambiar la visión que había de los tres sistemas, aquellos de los ambientes naturales, los de buenas prácticas y los de prácticas agrícolas no sustentables. Antes había una visión de compartir más o menos características similares y era difícil discriminarlos. Hoy mucha de la información permite ver cuán cercanas están las buenas prácticas agrícolas de los ambientes naturales fundamentando todo lo que se viene planteando desde hace muchos años y eso es parte de la información que es necesario generar.

Además, ya desde el punto de vista de la interacción, pero pensando más en el desarrollo más allá de las tranqueras como productores, digamos que 23 socios de AAPRESID fueron los socios fundadores de BIOCERES. BIOCERES (una de las compañías que está auspiciando este simposio) trabajó en el tema semillas y generó junto con el CONICET una plataforma de investigación biotecnológica que derivó en el Instituto de Agrobiotecnología de Rosario, y desarrolló distintas unidades de negocios para trabajar desde el punto de vista de los productores dentro de una sociedad que hoy tiene más de 250 accionistas para la producción de genética, pero también para la generación de una plataforma biotecnológica.

Y esto es muy importante, y por aquí empiezo a pasar a lo regional. Esta información posiblemente la hayan visto. Está preparada por el Grupo de Países Productores del Sur, que fue un trabajo liderado por el CARI para la *Chatham House* que derivó en un trabajo sobre seguridad alimentaria y el impacto sobre los recursos naturales. En estos gráficos están representadas las tendencias

de los últimos años (1965-2010) en cuanto a superávit y déficit respecto de la producción de alimentos en cada una de las regiones del mundo, donde se ve que Sudamérica fue claramente uno de los lugares con mayor crecimiento, tendencia que se proyecta –según el trabajo– para los próximos años (2012-2021). Estos cuatro países (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) tienen un clarísimo potencial de crecimiento respecto del potencial de crecimiento del resto del mundo.

Si esto lo llevamos a los sistemas de gobernanza, en los sistemas económicos normalmente hay una visión de pensar que se generan políticas públicas para llegar a la legislación que permita esa actividad; y la ética y la biología quedan afuera o en suspenso. De la ética y de la biología algo habló Ricardo Hara cuando hizo la síntesis sobre Japón y su paradigma del cuidado, que es esa visión ética que tenemos que tener los habitantes de la Tierra –y ya salgo de la visión del productor y paso a un plano de un habitante de una comunidad urbana o rural– hacia un sistema donde la biología sea el motor. Y eso es lo que proponemos: que la biología genere –tanto para la vida de la producción como para la vida de las comunidades– la ética basada en este paradigma del cuidado, para generar a su vez la legislación que lleve, junto a políticas públicas, a ordenar el sistema económico. Y esto es un enorme desafío que ya excede ampliamente por supuesto a AAPRESID y a los productores y va al plano de la economía mundial. Pero por eso es importante plantearlo, plantear esta manera de ver lo que es hoy el sistema económico de producción, y la necesidad de generar sistemas de gobernanza a nivel global que permitan aplicar el paradigma del cuidado. Esa es la revisión de la ética que estamos teniendo en la producción de bienes y servicios. Como planteó Carlos March en el congreso nuestro el año pasado, debemos pasar de ecuaciones ganar-ganar a pensar en el ganar-ganar. O sea el ganar-ganar puede ser en la interacción privada-privada, pública-privada, pero acá cada vez más hay que considerar a la comunidad local, regional o global en su conjunto. Y finalmente considerar que la empresa construye riqueza cuando genera y agrega calidad en la institucionalidad.

Estos son aspectos muy importantes que desde AAPRESID también trabajamos, con esta visión de organización de productores que va más allá de lo que es estrictamente la producción agrícola. Y esto es importante porque, desde el punto de vista global –como ya les manifesté–, por un lado hay una demanda creciente de alimentos en cantidad (la seguridad alimentaria que tanto se habla) y la calidad del alimento seguro, pero además hay una demanda creciente del cuidado de los recursos naturales y del ambiente.

Entonces, si consideramos las cinco etapas de la actividad económica (extracción, producción, distribución, consumo, desecho) normalmente se le exige a la extracción que tenga el deber de desarrollar esa producción de un modo sustentable. Pero, como planteaba en el análisis anterior de gobernanza global, esto debe ser enfocado en todas las etapas del sistema de producción porque es una responsabilidad no solo de la extracción, como menciona Annie Leonard en su trabajo (La historia de las cosas), sino de la producción primaria, la industrialización, la distribución, el consumo y el desecho.

Finalmente y a modo de síntesis, esta evolución desde un sistema de labranza hacia un sistema de siembra directa basado en esos tres pilares (la no remoción de suelo y las buenas prácticas agrícolas a través del tiempo) es una visión que no queda circunscripta simplemente a grandes productores. No es una cuestión de escala. Es aplicable porque son principios de la naturaleza, que aplican no importa la región del mundo en que se esté ni la escala de producción que se tenga. Y de alguna manera esto puede ser adaptado a la agricultura extensiva o a la familiar con el mismo sistema, pero adaptándola a ese ambiente, tanto productivo como cultural y social. Y la importancia de la interacción privada-privada y público-privada que tanto en el plano local como en todas las posibilidades que puedan darse en el nivel internacional, como la Alianza Mundial por el Suelo promovida por la FAO, donde estamos participando activamente llevando esta visión que otros países ajenos al área sudamericana no implementan masivamente.

Pero todo esto –y termino en lo local– el tema de la gobernanza local también es muy importante, porque muchos de estos planteos, incluso la seguridad alimentaria siendo un país que produce para diez veces su población, requiere de reglas de juego que permitan establecer todos estos planteos de producción. Por eso es muy importante el rol del Estado, en nuestro caso en Argentina, para generar políticas públicas que impulsen ese desarrollo sustentable. Políticas que permitan cultivos de rotación, las gramíneas, inversión en infraestructura orientada al desarrollo local, ordenamiento territorial, la lista puede ser más amplia pero a modo de ejemplo creo que se entiende claramente.

Por último, y terminando como llegué, como un productor agradecido en nombre de AAPRESID por estar invitado en este panel, dejo esta reflexión del arquitecto Antoni Gaudí, el catalán que diseñó la Sagrada Familia. Él dijo a principios del siglo pasado: “La arquitectura del futuro construirá imitando a la naturaleza, porque es el método más racional, duradero y económico”. Y creo que como agricultores esto lo tenemos claro y lo que estamos proponiendo es que crezca no solo desde la Argentina sino también a través de un desarrollo regional y global.

---

*Muchas gracias.*

---



## Panel especial 2

Día: 08

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

---

**Dante Sica**


---



Licenciado en Economía, experto internacional en Desarrollo, Política Industrial y Negociaciones Internacionales. Fue Secretario de Industria, Comercio y Minería de la Nación. Consultor internacional en temas relacionados con gestión y políticas públicas. Ha desarrollado experiencias para organismos como ONUDI, Banco Mundial, BID. Actualmente es director de *Abeceb.com*.

---

**Dante Sica**


---

Buenas tardes y muchas gracias a la Facultad y al Programa de Agronegocios y Alimentos por la invitación. Va a ser menos divertido que el *K-pop* de recién así que no se aburran. Seguramente gran parte de lo que voy a mostrar habrá estado en agenda en estos dos días, pero un poco la idea era tratar de condensarlo para ver cómo podíamos mostrarlo.

Lo primero que intentaré hacer es mirar cuál es la irrupción de oportunidades que está generando el mundo a partir de los países de Asia, y dentro de ellos –dentro de los países de Asia– está el tema de Corea. Después, trataré de ver cómo es el desafío que tiene la economía argentina y cómo está preparada para enfrentar este desafío y las oportunidades que genera. Y en la última parte haré un breve repaso –me parece– de todos los temas que tenemos como materia pendiente desde el punto de vista de la economía argentina para aprovechar un poco esta oportunidad. Así que esa es la idea de la presentación y sobre eso voy a ir trabajando. Insisto: creo que es probable, por lo que ha sido el programa, que gran parte de esto –todos ustedes son expertos– lo conocen, pero la idea es ponerlo en términos de una mayor sistematización.

Bueno, lo primero. Cuando uno mira todas las estadísticas y proyecciones a futuro, la sensación, la idea, es que vamos a seguir en un mundo en crecimiento, cuyo patrón de crecimiento –estuvimos observando en los últimos años– seguramente se seguirá potenciando. Esto es: habrá cada vez más participación del mundo emergente y en especial de los países asiáticos, tanto en participación del PBI como en el aporte a la tasa de expansión. Se estima que, para los próximos –por lo menos– veinte años, vamos a tener una tasa de expansión promedio alrededor del 6,6%, ya muy alejado de lo que fueron las tasas anteriores a la crisis de 2009 pero con una mayor participación del bloque de países emergentes respecto de

los países desarrollados. Este tema no es menor, porque es claro que se ha dado –a partir del año 2000– un círculo virtuoso de crecimiento entre lo que es el patrón de crecimiento del continente asiático y, en especial, su vinculación con América Latina. Cuando uno mira esas tendencias, gran parte están apoyadas en el crecimiento poblacional.

Entonces, de la estimación del crecimiento de la clase media mundial, gran parte será por clase media radicada en Asia. Se estima que casi dos tercios de toda la clase media en el mundo, entre el 2025 y el 2030, van a ser aportados por Asia, y de ese aporte va a ser gran parte por China. La masiva transformación de población rural en población urbana que está produciendo China y, complementariamente, el crecimiento de los salarios que se está viendo en casi toda Asia indica que, de a poco, allí los salarios están convergiendo con los salarios de países desarrollados. Por eso también se está viendo que hay una transformación al interior del aparato industrial de estos países, que en los próximos quince, veinte años van a ser países que no dependerán tanto de series industriales de producción larga a partir de una competitividad de salarios bajos, sino básicamente una industria mucho más sofisticada de mucha mayor calidad y de mucha mayor productividad y mayor nivel salarial en su estructura de costos. Pero es claro que hay un fuerte avance de la clase media. Hablar de la clase media implica de mayor demanda de alimentos, de mucha mayor calificación en la demanda, desde el punto de vista social mucho más calificada.

Cuando uno compara 2009 con 2030, nota que es muy fuerte el crecimiento del gasto de estos sectores de clase media, y el mayor crecimiento en términos de gasto va estar dado por los países del Asia Pacífico; es claro que este será el mercado que más crecerá, más potenciará y donde la región tiene la mirada puesta. Si bien es cierto que también se extenderá la clase media en los países centrales, su tasa de expansión será mucho menor, digamos, el aporte marginal es menor respecto de lo que será el crecimiento del Asia Pacífico.

En América Latina y Centroamérica, casi se duplicará la clase media, pero sigue siendo un mercado muy chico como para sostener el proceso de expansión del sector industrial.

Una mayor clase media con mayor capacidad de gasto también empieza a consumir productos cada vez más diversificados. Podemos entonces analizar en especial la proyección de algunos productos en estimaciones para 2020. Y es claro que todo lo que sea desde carne hasta harinas vegetales, como así también aquellos elementos combustibles que son insumos del proceso de expansión, también van a tener un fuerte impulso. De modo que las principales tendencias indican un fuerte proceso de expansión en la demanda de estos importantes productos.

Y cuando uno mira el Asia emergente, ve que también se está dando un cambio en su proceso de expansión, ya que cada vez su tasa de expansión se explica más por el dinamismo de su propio mercado interno y no tanto por su nivel de exportaciones. Esto también está generando un cambio porque está

disminuyendo el superávit que tenían en cuenta corriente y empiezan a volcarse hacia una economía mucho más dependiente del consumo interno que de las exportaciones. Esto implica también expansión en su nivel de importaciones y una mayor demanda dirigida a los países del resto del mundo.

Si uno mira la foto de hoy es claro que estamos ante una gran oportunidad. Estamos mirando una región que básicamente es deficitaria en el rubro de alimentos, en contraste con los países que más potencialidad de crecimiento van a tener en la materia: es claro que América del Norte, pero en especial todo lo que falta expandir de América del Sur, que puede ser una fuerte proveedora de alimentos para los próximos años.

Hay algunas “sombas” o algunas dudas respecto de lo que puede pasar con el precio de los alimentos. Uno de los temas que va a afectar la tasa de expansión de los precios está básicamente referido al cambio de la política monetaria de Estados Unidos en los próximos años. Es claro que esto va a quitar parte de lo que ha sido la expansión de los precios, básicamente asociado al tema financiero. Pero si uno mira lo fundamental del crecimiento de la demanda y hacia de dónde dependerá la demanda, es claro que vamos a seguir en un período de precios internacionales en niveles históricamente altos, pero quizás en un nivel mucho más aplanado del punto de vista de su tasa de expansión. O sea: el gran salto que vivimos en los primeros años de esta década quizás sea muy difícil repetirlo, pero es claro que los términos de intercambio van a seguir siendo muy favorables para la región y, digamos, van a estar por encima de los niveles históricos en términos de suspensión. Quizá lo que es claro es que el período de expansión de las exportaciones vinculada al tema precios ya ha quedado un poco más relativizado, pero vamos a seguir manteniendo términos de referencia históricamente altos para lo que es la región. Me parece que estamos ante un escenario altamente favorable y este escenario altamente favorable impacta fuertemente sobre nuestra economía.

Y un poco lo que vamos a ver ahora es cómo este cambio en el patrón de consumo, que está asociado a la expansión de los países asiáticos, repercute sobre la región, en especial sobre Argentina. Un tema adicional que no está nombrado en la filmina pero que es claro: esta ventana de oportunidades es, para la Argentina y para la región, de mediano plazo, porque hay que tener en cuenta el bono demográfico de los países del Asia (en especial de China, pero pasa en casi todos los países del Asia). Es que allí se está dando un doble fenómeno. Por un lado, esa fuerte urbanización de población rural, lo cual mejora básicamente su nivel de ingresos y su demanda de alimentos; y, por el otro, esa urbanización está acompañada por el bono demográfico. Digo: hablamos de economías cuyas poblaciones son demográficamente jóvenes, por lo tanto tienen por delante un gran nivel de expansión. La pirámide poblacional de los países del Asia se estima que recién se invierte a partir de 2040. Entonces vamos a tener por delante un mundo que está cambiando, pasando de economías más pobres a economías de clase media y, a su vez, con un aumento demográfico todavía considerable, con poblaciones jóvenes y de alta capacidad de crecimiento. Entonces me parece que estamos ante una situación –bono mediante– altamente favorable para Argentina.

Analícemos ahora la cadena de agroalimentos en Argentina. Yo creo que Argentina tiene los tres grandes sectores que van a demandarse para el futuro. Vamos a hacer un poco más de hincapié en el tema de alimentos. La región y en especial Argentina tienen la plataforma mineral no explotada más allá de un 10 o 12% de su potencialidad, tiene una potencialidad fortísima en materia de energía (no solo por Vaca Muerta, sino por los combustibles convencionales) y a su vez todavía tenemos un grado de expansión enorme desde el punto de vista del sector agroalimentos.

Miremos la cadena agroindustrial en Argentina, que debe de representar más o menos un 16% del PBI, sumando todos los encadenamientos del sector. De ese total, la agroindustria representa aproximadamente un 35% y el sector primario agropecuario, un 65%. Sobre esta foto, también hay desafíos, porque hay sectores que han ido perdiendo peso en el transcurso de los años (no por un problema de productividad sino por un problema de gestión de política pública) y hay sectores que, de alguna manera, se han podido renovar. Son sectores importantes desde el punto de vista del aporte al fisco, desde el punto de vista del aporte al empleo –en especial la cadena agroindustrial– y siguen teniendo un perfil muy alto desde el punto de vista de las exportaciones: casi el 55% de los que exportamos surge a partir de este complejo. Es claro que es un sector que moviliza mucho más de lo que muestran las estadísticas, porque tiene fuertes derrames hacia el interior del sector industrial, en especial a todo lo que hace a la metalmecánica (maquinaria agrícola, fundamentalmente) y a todos los servicios conexos que de alguna manera son traccionados por el crecimiento del sector agroindustrial.

En un nivel general, es claro que Argentina es uno de los principales proveedores de agroalimentos, y eso que todavía tenemos un bajo aprovechamiento de nuestro potencial. Estamos en tercer lugar. Los principales proveedores netos son Brasil y Holanda. Y es claro que si sumamos Brasil y Argentina, somos los principales proveedores internacionales de alimentos y esto –yo creo– plantea también un desafío. Es imposible seguir pensando una política de expansión en nuestra frontera agroindustrial sin pensar cómo congeniamos con Brasil. Si uno piensa que, sumados, Argentina y Brasil son los principales productores y exportadores de soja y pueden transformarse en los principales proveedores de alimentos en general, no tener una industria mucho más complementada y más articulada con Brasil nos va a limitar las posibilidades de expansión. Entonces es importante ver esto porque somos casi dominantes en el rubro agroindustrial. Por otro lado están los países que son básicamente importadores netos y fíjense que el Asia sigue estando en los principales lugares, desde ese punto de vista.

Argentina tiene fuerte participación en casi todo lo que son los productos primarios que están creciendo, los principales commodities. Somos primeros en biodiesel, primeros en harina de soja, primeros en aceite de soja, terceros en maíz. Un dato particular: cuando uno mira este gráfico (después en su casa más tranquilos se van a dar cuenta), ve que no está la carne. Antes, hasta 2013, éramos el sexto exportador mundial de carnes. Hoy caímos al decimosegundo lugar. Es claro entonces que tenemos que aprovechar la potencialidad, pero

también tenemos desafíos de recuperar posiciones y tenemos productos nuevos que hasta hace no mucho tiempo no tenían participación y ahora, de alguna manera, están ganando en entradas.

Mirando hacia adelante, es claro que el sector va a crecer más de la mano de la inversión tecnológica que de la expansión de la frontera agropecuaria. Todavía tenemos mucho territorio para incorporar, mucho más por afuera de la Zona Núcleo, pero esa incorporación de territorio, como se ve en el gráfico, depende mucho más de las inversiones que hagamos en tecnología, desarrollo de semillas genéticamente modificadas, mayor paquete tecnológico para la parte de producción. Entonces es claro que todavía hay mucho para avanzar, si bien se ha avanzado mucho en los últimos años. Fíjense lo que es el avance de la superficie cubierta es claro, pero todavía tenemos una frontera para explorar que puede aumentar fuertemente la capacidad de producción, casi un 50% más que la cosecha de 2014. El tema de semillas quizá sea uno de los temas donde el paquete tecnológico más tiene que invertir. Argentina ha desarrollado empresas de capital nacional que hoy son exportadoras; es el caso por ejemplo de Don Mario, que acaba de inaugurar el año pasado una planta en Brasil que es mucho más grande que la que tiene en Argentina. O sea, en este sentido, Argentina tiene mucho para avanzar; lo que necesita son reglas un poquito más claras, pero básicamente la incorporación de tecnología es un tema principal en esta materia.

Otro tema es la producción láctea. Acá me parece que el mercado externo es el que puede brindar las mayores condiciones de expansión; pensemos en la potencialidad del mercado chino, que seguirá en proceso de expansión. En este rubro, algunas industrias locales han aprovechado ese nicho y están exportando mucho (como es el caso de Sancor y su leche maternizada), y la expansión no solamente se da por aumento del consumo per cápita, sino que cuanto más avanza el grado de urbanización de estos países, cada vez es más fuerte la demanda y por ende el crecimiento de las exportaciones. Me parece que este es otro sector importante, que de alguna manera también ha tenido inconvenientes en términos de política pública.

El otro sector en el cual Argentina no tiene ya que crecer, sino más bien tiene que recuperar lo que perdió, es el sector de carnes; en el cual el stock ganadero se ha mantenido más o menos estancado y hemos perdido exportaciones, no sólo para el aprovechamiento de la Cuota Hilton sino también de los procesos de expansión más fuertes que se registran en el mercado asiático. Y acá me parece que es un tema que está muy ligado lo que han sido las políticas públicas en los últimos años, en especial, en el sector que está vinculado con lo que se denominaba “la mesa de los argentinos”.

Hay otros sectores en los que todavía tenemos por delante un fuerte proceso de expansión. Estamos pasando de ser importadores netos en carnes porcinas, a ser exportadores (también de carne avícola). Creo que ahí es donde hay un mayor tema de expansión. En cuanto al sector avícola, Asia está dejando de consumir sus productos por temas de pandemia y ahí se abre un gran mercado



para traccionar, que Brasil ha aprovechado mucho más que Argentina en los últimos diez años. Y en el tema de carnes porcinas, todo es a partir de lo que es transformar las proteínas vegetales en proteínas animales.

También nos preguntamos cómo pueden aumentar la producción y las exportaciones en los próximos años y cuáles serían los sectores que más tasa de expansión tienen. Creo que quizás en carnes y lácteos, mirando hacia 2020, vamos a tener la mayor tasa de expansión. En granos oleaginosos y los subproductos quizá tengamos las menores tasas de expansión. Pero es claro que hay una frontera muy amplia y todavía mucha potencialidad para llevar adelante.

En ese marco, ¿cuáles son los desafíos que estamos enfrentando? Uno podría mirar una agenda de corto y de largo plazo, y yo creo que en especial tiene que ver con la calidad de la política pública y un tema no menor que es la inversión en infraestructura. Si queremos transformarnos y aumentar nuestra capacidad exportadora, esto no va suceder solo por la fuerte competitividad ganada, por lo que es la naturaleza, sino que tenemos que acompañarlo con muchas mejoras, con inversiones en productividad. Creo que hay que tener políticas más claras con respecto a qué sectores vamos a trabajar, qué sectores se van a potenciar, cuál es el margen para crecer; ya que crecer por precios bajos no es un margen que acompañe a la industria, ya no se puede pensar que solo el precio es lo que va a traccionar el nivel de exportaciones; y yo creo que el tema de infraestructura va a ser clave como para poder sostener el proceso exportador a futuro.

En los últimos años, en los sectores tradicionales perdimos participación. Ganamos un poco con algunos nuevos productos, si bien es cierto que a veces las tasas de expansión son mentirosas porque parten de niveles muy bajos. Pero es cierto que han aparecido algunos productos nuevos, que pueden estar dando la idea de cuál va a ser el liderazgo a futuro en materia de exportaciones. Hay nichos que debemos tomar como ejemplos. Hay más para desarrollar, creo que es un tema para trabajar fuerte. Es claro que cuanto más elaborado y mayor procesamiento, mayor es el grado de expansión potencial. Vamos a un mundo de clase media y de más hogares de solos y solas, y los solos y solas cocinan menos que las familias, así que es un mercado fuerte para explotar, incluso porque los solos y solas tienen más mascotas. Y el nicho para exportar ese tipo de alimento también puede ser fuerte.

Yo creo que la política agropecuaria tiene que ser muy clara a futuro, es un tema no menor. Fijense lo que pasó con los problemas de distorsiones que se generaron en los últimos años en especial sobre dos sectores como carne y trigo. Todas las políticas de intervención regulatorias lo único que hicieron es que cayera la producción, y no que aumente la producción. No hubo incentivo y tampoco cayó el precio local para los consumidores, al contrario: se mantuvo más bien estable. Entonces esa idea del desacople... me parece que son materias que van a tener que revertirse a futuro.

Otro de los temas que conspira contra la idea de exportar es que la mirada

sobre los desequilibrios macro a través de políticas sectoriales micro siempre atentan contra la productividad del sector, en especial contra la productividad del sector exportador. Entonces todas las medidas que toma el Gobierno para cerrar la brecha fiscal, para cerrar la brecha cambiaria, o para incentivar parte del consumo interno, son medidas intervencionistas en los mercados micro que terminan generando perjuicios y que tampoco solucionan los problemas macro. Los problemas macro hay que solucionarlos desde la macro. Y tener políticas sectoriales claras, transparentes y con fuertes incentivos para mejorar la producción y las exportaciones. Entonces, si queremos ser una economía exportadora, no podemos ser una economía cerrada. Tenemos que tratar de congeniar esas políticas a mediano plazo para poder tener un impacto.

Otro de los temas es: se acabó el ciclo de crecimiento de precios altos. Las exportaciones agropecuarias y agroalimentarias en el último período crecieron un 50% por precio, 50% por cantidad. A futuro va a ser solo por cantidad; los precios van a ser altos pero estables. Por lo tanto, creo que ahí hay un tema no menor desde el punto de vista de la inversión y la tecnología para nuevos paquetes que soporten la expansión, como para sostener un incremento en cantidad todos los años.

El otro tema: hemos crecido en mercados a los cuales no vendíamos hace diez años, y el problema no es que les vendamos commodities, sino que solo les vendemos commodities. Entonces es claro que debemos tener una estrategia de crecimiento para el sector, sobre todo para mayor diversificación de nuestras exportaciones. Y ahí la idea de transformar localmente las proteínas vegetales en proteínas animales; eso nos tendría que dar un proceso de expansión mucho más fuerte. Entonces hay mercados, en los que estamos, pero tenemos que diversificar y mejorar mucho la producción para que eso nos haga un poquito menos dependientes de los *commodities*.

¿Cuál es el principal desafío? Mejorar la infraestructura. Cuando uno mira las encuestas que hace el *World Economic Forum* estamos muy bajos en infraestructura. Dentro de América Latina, somos uno de los peores países en materia de evolución del nivel de infraestructura. Esto me parece que son datos a tener en cuenta. Tenemos que mejorar mucho, tanto en rutas como en ferrocarriles, como en puertos, como en transporte aéreo. Tenemos las peores calificaciones cuando uno hace una comparación internacional. Podemos discutir la encuesta, pero la encuesta tiene un error promedio para todos. Por lo tanto la ubicación de la encuesta no cambiaría mucho si mejoramos un poco la tecnología de la encuesta que estamos haciendo.

Hay unos datos interesantes para ver. Por ejemplo, casi no hubo inversión en la red vial que tiene que ver con la parte productiva. Fijense que en los últimos años la red vial creció un 2% y el parque automotor un 34%. En cualquier momento van a transportar los autos en camiones, pero cuando uno va por la ruta vemos que se duplicó la capacidad productiva del agro y seguimos teniendo las principales vías, la tres, la cinco, la siete, la nueve, que siguen siendo, salvo la nueve, pero la 3, la 5 y la 7 siguen siendo casi de una vía. Entonces hay un

fuerte problema de aglomeración. Tenemos problemas en los puertos. Vamos a bajar, en términos de calidad, el nivel de Mercosur. Porque cada vez los puertos están recibiendo barcos de mayor tamaño, mientras que los puertos del Mercosur están quedando desactualizados. Esto va a implicar quiebre de cargas, mayores costos. Hoy es más barato mandar un contenedor de Buenos Aires a China, que mandar un contenedor de Córdoba a Buenos Aires. Sale más del doble de lo que cuesta mandarlo a China. Y fíjense en el tema de ferrocarriles. Si bien es cierto que el Gobierno en los últimos tres años empezó un fuerte período de inversión, venimos con un atraso de inversión de más de veinte años, durante los cuales casi no se ha expandido la red férrea, en especial todo lo que hace al transporte público. Transportamos mucho más en camión y el costo de camión es mucho más caro. Recuerden que internacionalmente es más importante el costo logístico que la estructura de aranceles; es decir, la clave para entrar en un nuevo mercado hoy pasa más por el costo de logística que por que los aranceles o las barreras que pueda poner un país.

Argentina viene muy rezagada en materia de inversión de infraestructura. En un trabajo que hizo el Banco Mundial en 2002-2003, dice que para poder mantener una tasa de expansión del 3 al 4%, necesitamos invertir entre el 5 y el 7% del PBI en materia de infraestructura productiva. Y en los últimos años esa inversión ha sido muy baja. No es solo es un problema de Argentina. Es un problema de América Latina, pero Argentina ha estado por debajo del promedio de América Latina y si uno compara con los países del Asia, vemos que allá están entre el 6 al 10%. Esto genera pérdida de competitividad por más que tengamos los mejores campos, y no hay tipo de cambio que solucione estos problemas. Digo: estos son los problemas de base y los que mejoran la competitividad a mediano plazo.

El otro tema tiene que ver también con lo que uno llama “clima de negocios”. Los controles. Toda la burocracia asociada a la formulación de negocios, a las trabas del comercio exterior es muy fuerte. Hay que ver cómo está Argentina en términos de cantidad de documentos necesarios tanto para exportar como para importar. Seguramente tenemos más para importar que para exportar ahora (por el control de cambios), pero cuanto más queramos tener una salida exportadora, más ágiles tenemos que ser. Por ejemplo, nosotros siempre ponemos un dato: la importación de autos en Chile. Los autos se nacionalizan en el agua y están dos días en el puerto. En Argentina un auto está –promedio– en el puerto treinta y cinco días antes de ser despachado a una concesionaria. Ese costo lo termina pagando el usuario. Al revés se da también por el tema de exportación, y cuando uno mira las trabas en un mismo circuito, la cantidad de viajes que uno podría hacer... esa menor cantidad de viajes implica mayores costos logísticos. Y también están las trabas burocráticas, aduanas que atienden nada más que pocas horas por día, que cierran a la noche, etc.

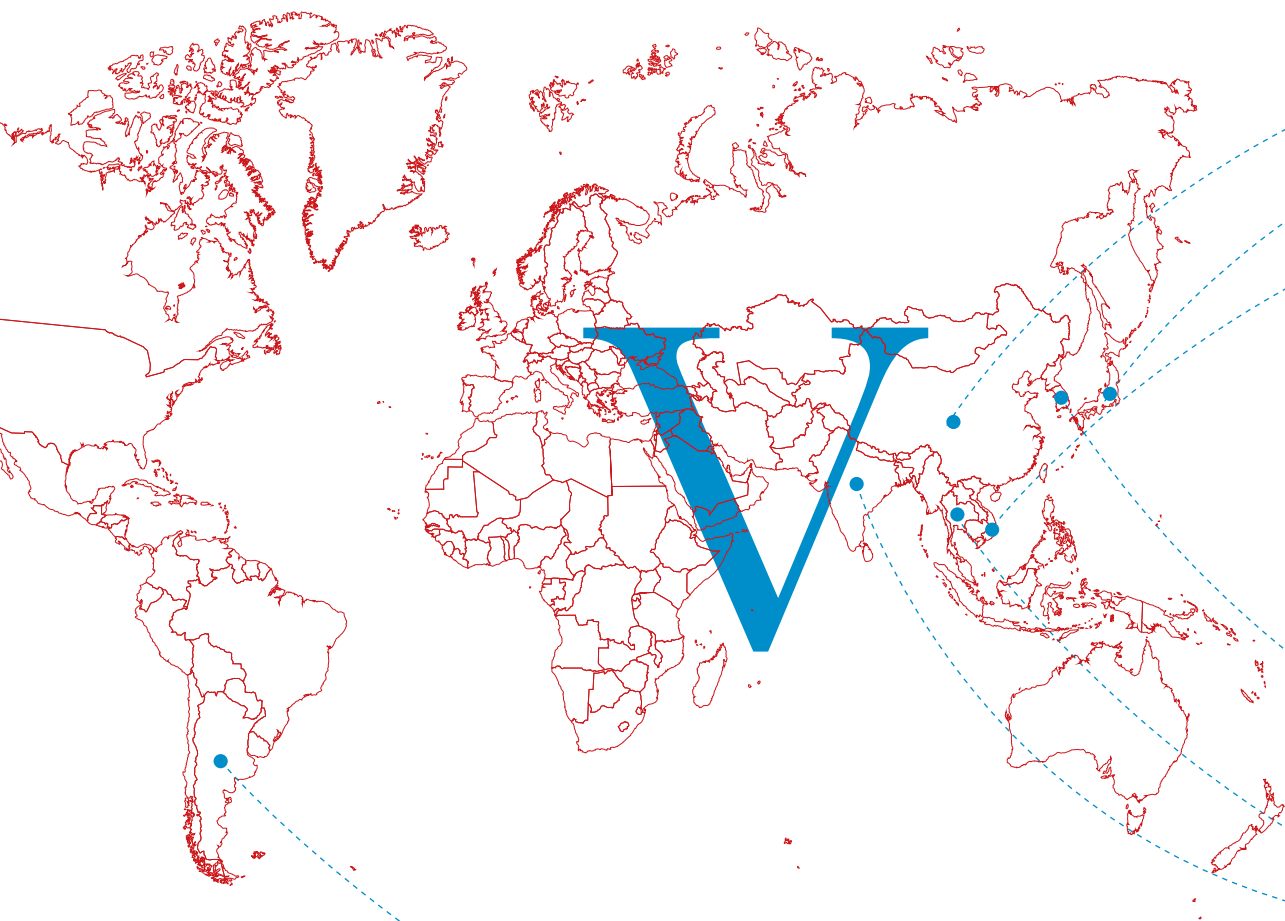
Es claro que el mundo nos está dando en los próximos veinte años una fuerte oportunidad en materia de crecimiento. Es claro que Argentina tiene una fuerte potencialidad, tanto Argentina como la región, para aprovechar el crecimiento del Asia y los países que conforman ese núcleo. Pero es muy claro también que

si solo nos quedamos con que tenemos la tierra, tenemos las vacas, y tenemos el trigo no nos va a alcanzar. Creo que tenemos que hacer una gran inversión. Inversiones en tecnología, nuevos paquetes para aumentar la productividad y la frontera de producción, y necesitamos fuertes niveles de inversión en infraestructura para agilizar. En eso también Asia nos puede ayudar. Porque fíjense que en los últimos años Asia está invirtiendo mucho más en América Latina, pero está invirtiendo nada más que para asegurarse la provisión de sus recursos naturales. Entonces tenemos que trabajar para capturar parte del financiamiento y la tecnología que tienen estos países como para potenciar nuestras inversiones en infraestructura. Muchísimas gracias.

---

*Y gracias por la invitación.*

---



## Panel Tailandia

Día: 08

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Osvaldo Schvartzter**

Coordinador

B.

**Medha Promthep**

Embajador de Tailandia

C.

**Tanaboon Sajjanantakul**

Decano Facultad Agroindustria –  
Universidad de Kasetsart

D.

**Rodolfo Caffaro Kramer**

Presidente de la Cámara de Comercio  
Mercosur-Asean



Licenciado en Economía Política (UBA). Además, es economista, consultor y titular del Estudio Schvartzter y Asociados. Se ha desempeñado como consultor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Participó en la elaboración de proyectos para el Banco Interamericano de Desarrollo y para el Banco Mundial. Jefe de Gabinete de Asesores en la Secretaría de Vivienda del Ministerio de Desarrollo Social, año 1983-1989. Vicedecano de la Facultad de Ingeniería (UBA). Profesor adjunto en la Facultad de Ciencias Económicas (UBA). Integró el Consejo Directivo de varias organizaciones profesionales. Realizó y dirigió diversos proyectos agroeconómicos para zonas áridas y semiáridas en la República Argentina. Coordinó e implementó varios proyectos de inversión en el sector público y privado.

**Osvaldo Schvartzter**

Buenas tardes, gracias por el recibimiento. Muchas gracias a la Escuela de Agrobnegocios por invitarme a coordinar el panel de este interesante y pujante país, y gracias a Fernando Vilella por tomarnos en cuenta.

Tailandia es oficialmente el Reino de Tailandia, un país al sureste de Asia, limítrofe con Laos y Camboya al Este, con el Golfo de Tailandia y Malasia por el Sur, y con el mar de Andamán y Birmania hacia el Oeste. El país era conocido previamente (cuando éramos muy jóvenes) como Siam, pero hoy después de la Segunda Guerra Mundial, su nombre es Tailandia, que viene de la palabra inglesa *Thailand* y esta a su vez de *Prathet Thai*, que puede traducirse como “país de gente libre”.

El país es una monarquía constitucional regida por el rey Rama IX. A su vez tiene un primer ministro parlamentario. Tailandia es el país número 51 en términos de superficie territorial, con un área aproximada de 513.000 km<sup>2</sup> y el número 29 por población, con cerca de 64 millones de personas.

La capital y la ciudad más grande es Bangkok, que es el centro de la actividad política, comercial e industrial.

Tailandia experimentó un rápido crecimiento económico entre 1985 y 1996 y actualmente es un país recientemente industrializado y gran exportador.

Como ustedes bien saben y han leído, es el primer país exportador de arroz en el mundo. El turismo es muy importante y significativo en ese país. Recién ha dicho el señor embajador Medha Promthep que en el último año lo han visitado más de 26 millones de turistas, que lo distinguen por sus cálidas playas y por su recepción.

Para terminar con los datos de Tailandia, voy a señalar que está en el puesto 23 entre los mayores PBI mundiales, con aproximadamente con 519.050 millones, según cifras de 2008. Tiene una renta anual por cápita de 3.136 dólares y su moneda es el baht tailandés.

Dejo aquí, para que ustedes disfruten con la disertación del señor profesor Tanaboon Sajjaanantakul a los efectos de conocer el potencial económico de Tailandia.

*Muchas gracias.*

B

Embajador de Tailandia.

### Medha Promthep

Buenas tardes. Para mí es un honor y un placer estar hoy aquí, en una reunión de participantes tan distinguidos, estudiosos y expertos en agronomía y otros campos afines. En primer lugar quisiera agradecer a la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires por organizar este seminario y por invitar a Tailandia a participar. Como ustedes saben, Tailandia y Argentina están muy distantes, geográficamente hablando. Y a pesar de este obstáculo, eso no ha impedido nuestros esfuerzos continuos para promover lazos de cooperación más estrechos entre los dos países. Nuestras relaciones bilaterales se remontan a 59 años, cuando Argentina se convirtió en el primer país latinoamericano en establecer relaciones diplomáticas con Tailandia. Desde entonces, nuestra amistad se ha fortalecido continuamente a través de los intercambios en los niveles más altos, de visitas de funcionarios de alto nivel y también a través de nuestras relaciones diplomáticas. Para expandir y ampliar nuestras relaciones en áreas de interés mutuo, Tailandia y Argentina han avanzado en pos de una mayor colaboración en diversas áreas, que van del comercio a las inversiones, cooperación tecnológica, cooperación en agricultura, ganadería, deportes, energía, ciencia y tecnología, cultura y turismo. Tenemos varios acuerdos bilaterales y memorándums firmados por ambos países, incluso acuerdos sobre cooperación científica y tecnológica, sobre cooperación económica y comercial. Un memorándum de entendimiento sobre colaboración en el área agrícola. En el área económica, Argentina es el segundo socio comercial más importante que tiene Tailandia en América del Sur. Por lo tanto Argentina es un mercado importante para Tailandia. En el año 2013 el comercio total entre ambos países fue de 2.127 millones de dólares. Esto es un aumento de 23% respecto del año anterior. Fue el primer año que los valores de importación y de exportación superaron los 1.000 millones de dólares. Esto es un muy buen avance, de hecho. Los principales productos que compramos en Argentina son: harina de soja, carne y productos de origen animal, así como productos y mariscos frescos y congelados. Los principales productos de la agroindustria que vende Tailandia al mundo son: mariscos enlatados y procesados, mandioca, fruta fresca y procesada, bebidas, forraje, pienso, carne, aceite y grasas de origen vegetal y animal, condimentos, vegetales enlatados, carne y productos cárnicos. A pesar de que ambos países son exportadores de productos agrícolas y alimentos, quisiera decirles que creo que debemos desarrollar un marco de cooperación para promover la exportación de alimentos y productos de

la agroindustria de modo que se complemente lo que hacemos en ambos países.

Quisiera agregar que la comida tailandesa es una de las cinco principales comidas del mundo, de las más reconocidas o por lo menos una de las más sabrosas en el mundo. Muchas personas dicen que la comida tailandesa sola, con su equilibrio de elementos dulces y salados, fríos y calientes, es un incentivo suficiente para visitar ese país. La comida de Tailandia utiliza sabores y hierbas frescas. Jugo de lima, lemongrass y coriandro. Nosotros nos promocionamos como la cocina del mundo. Espero que alguno de ustedes haya podido probar durante el *coffee break* ese postre de origen tailandés hecho con yema, que preparamos para que ustedes pudieran probar.

También quisiera señalar que hay oportunidades de cooperación entre ambos países. En 2013, 26 millones de turistas visitaron Tailandia. Esto incluyó 21.000 turistas de Argentina. La industria turística de Tailandia está creciendo significativamente año tras año. Y yo creo que podemos encontrar una forma de trabajar juntos para aprovechar toda una serie de oportunidades. Las industrias de la alimentación y del turismo son solamente dos ejemplos. Quizás ustedes puedan imaginar de qué modo la carne y los vinos de la Argentina pueden encontrar un nuevo mercado para el sector de turismo de alto nivel en Tailandia. En mi opinión, creo que la carne de Argentina serviría para preparar muy buenos platos tailandeses, y el vino de Argentina acompañaría muy bien la comida tailandesa.

Hoy es un honor para mí, y un placer, tener aquí al profesor Tanaboon Sajjaanantakul, que hablará sobre la agroindustria en Tailandia. El doctor Tanaboon es el decano de la Facultad de Agroindustria del Departamento de Ciencias y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Kasetsart, en Bangkok. Tiene un amplio conocimiento y ha publicado muchos trabajos en este campo. Es una de las personas mejor preparadas para hablar sobre el tema de la agroindustria en Tailandia.

Espero que todo esto contribuya a una exitosa conferencia; les deseo todo lo mejor y que tengan una buena tarde.

*Muchas gracias.*

C

Decano de la Facultad de Agroindustria de la Universidad de Kasetsart (Bangkok). Doctor en Ciencia de los Alimentos (Universidad de Cornell), con una maestría en la misma materia, (Universidad de California, Davis).

### Tanaboon Sajjaanantakul

Muchas gracias por su amable invitación y también al embajador de Tailandia por la presentación. Yo sé que es tarde pero quisiera empezar y si hay algo que no entienden por favor pregunten.

Esta es Tailandia. Un 12% de nuestro PBI se compone de comercio de alimentos. Si consideran nuestra superficie, tenemos un quinto del tamaño de Argentina pero la población es 50% superior a la Argentina. Somos un país pequeño en comparación con Argentina. La pregunta es: ¿cómo nos convertimos en un

exportador de alimentos del mundo? Bueno, queremos compartir con ustedes la experiencia y ver qué podemos aprender juntos.

En primer lugar quisiéramos decir que, en Tailandia, cuando hablamos de agroindustria, no nos referimos solamente a agricultura (productos agrícolas como maíz, trigo, arroz). Hemos avanzado mucho desde hace 30 años. Pensamos que no podemos sobrevivir solo con productos agrícolas. Entonces, en Tailandia, cuando hablamos de agroindustria incluimos ciencia y tecnología de los alimentos, hablamos de desarrollo de productos, innovación de productos, biotecnología (que es un tema tan fuerte en Argentina en este momento) y también incluimos alimento balanceado para animales. Pero esto no es todo. Lo importante para la industria de los alimentos es la tecnología del *packaging* y los materiales del *packaging*. También hablamos de la creación de valor en alimentos, y así es como nos convertimos en exportadores de alimentos. Para la creación de valor de alimentos, tenemos que manejar bien la cadena de abastecimiento. Y, finalmente, en Tailandia también incluimos aquí el diseño de modas y el diseño textil.

La producción de alimentos en Tailandia. Del total de empresas, las grandes representan solo el 3% y las pequeñas empresas representan casi el 90%, pero esto no nos ha impedido convertirnos en exportadores de alimentos. Veamos qué ha pasado.

Si consideramos los valores de exportación de alimentos en 2013, ocupamos el puesto número 12 (este año quizás estemos en el 13 ó 14, no es tan importante). Las principales cuatro exportaciones de Tailandia: arroz, azúcar, camarones y atún en lata. Pueden ver que no exportamos solamente un cultivo que represente el 70%, sino que tratamos de diversificar las *commodities* que exportamos para poder cambiar en momentos difíciles.

Tenemos una proyección de crecimiento de 6,2% en las exportaciones de alimentos para 2014. Las exportaciones de arroz no subirán tanto (tenemos una competencia importante en Taiwán), pero crecerán las de camarones y las de atún en lata. Esto es una predicción.

Entonces, somos un país pequeño y como somos un país pequeño tenemos que pensar a lo grande. No podemos circunscribirnos solamente a Tailandia. Si uno quiere producir alimentos y vender alimentos solamente para Tailandia, nos quedamos pequeños; tenemos que pensar en grande, en Asia, en la región. Y después, más allá de la región: los mercados mundiales.

¿Qué pensamos cuando hablamos de industria alimentaria? Que no podemos quedarnos solo en los productos agrícolas, sino que debemos producir valor agregado y agregar valor en toda la cadena de producción de alimentos. Por ejemplo, les comento algo que siempre sorprende a mis amigos de otros países: Tailandia tiene una importante costa marítima en el golfo de Tailandia, pero no tenemos atún; y entonces ¿cómo es que Tailandia es el principal exportador mundial de atún enlatado? Porque somos el principal país procesador de atún

en el mundo. TUF es una empresa de productos congelados de Tailandia que representa el 19% de la producción mundial de atún enlatado, pero, si no hay atún en nuestro mar, ¿cómo llegamos a esto? Tenemos los principales procesadores de productos marítimos congelados, tenemos plantas no solamente en Tailandia sino también en California, en Sudáfrica, en Indonesia. Así es como pensamos en el negocio de los alimentos, no solamente producimos y manufacturamos en nuestro país. Tenemos flotas pesqueras en todo el mundo que traen el atún a nuestras fábricas. Fíjense que John West es una empresa de propiedad de TUF y casi diez marcas son de propiedad de Thai Union Frozen Company.

Esta es la información sobre Tailandia. Pensemos que Tailandia no puede estar sola, así que miramos a nuestro alrededor. Esto es lo que llamamos el AEC: Comunidad Económica de ASEAN; ASEAN es la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, compuesta por Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar y Camboya. De este grupo de países de ASEAN, Tailandia exporta alrededor de 13,2 % de ese total. La población de la zona de ASEAN llega a los 590 millones de personas y tiene un importante porcentaje del PBI mundial. Pero ASEAN termina en estos países; ahora conformamos ASEAN + 3, que incluye a China, Japón y Corea. El grupo de ASEAN + 3 representa el 31% de la población mundial (cuya mayor contribución viene de China, por supuesto). Y ahora todos representamos juntos el 18% del PBI del mundo. Y tampoco somos solamente ASEAN + 3, sino que estamos queriendo crecer a ASEAN + 6, que incluirá a India (mañana nuestros amigos de India van a hablar aquí), Australia y Nueva Zelanda. Y con ASEAN + 6, representamos el 50% de la población mundial, y el 22% del PBI del mundo. Bueno, por eso hablamos de ASEAN + 6, que es comparable al mercado de la Unión Europea o al de Estados Unidos, si bien es cierto que estos dos tienen menos población y son más eficientes. Pero fíjense el porcentaje de su contribución al PBI mundial: ASEAN + 6, 22%; 26% la Unión Europea y Estados Unidos 24%.

Por otra parte, el promedio del crecimiento del PBI de la zona de ASEAN está por encima del crecimiento del PBI mundial. Por eso Fernando pensó que era bueno hablar de Argentina y ASEAN, porque nuestro crecimiento es superior al crecimiento promedio del PBI mundial.

Veamos cómo encaramos el mundo. Hablando del valor del mercado de alimentos y bebidas. La cadena de valor representa veinte billones de dólares y esto es del año 2011. La palabra clave que buscamos para el negocio de los alimentos en Tailandia es “sustentabilidad”, desde allí encaramos el círculo de la producción de alimentos. Porque cuando hablamos de sustentabilidad, después aparecen salud & bienestar. Y salud & bienestar sabemos que son importantes dentro de la globalización actual que, además, demanda inocuidad de los alimentos. Entonces, estos aspectos de la calidad es lo que debemos tener presentes siempre. Pensemos en China: China es un país muy grande, y en comparación con lo que ellos producen, nosotros somos muy pequeños y no podríamos competir solo en términos de cantidad. Por eso nos centramos en inocuidad, calidad de los alimentos, sustentabilidad, y ahora estamos yendo directamente al área de salud & bienestar, como mencionaron los oradores de Japón.

Ya se dijo que en el futuro vamos a tener una población más anciana que va a prestar mayor atención a su salud y bienestar. Entonces, las palabras clave son “inocuidad”, “sustentabilidad”, “salud y bienestar”. Por eso nuestros productos agrícolas deben tener en cuenta todo esto, como así también el importante negocio de packaging y la necesidad de mejorar los alimentos. Así es cómo encaramos el mercado mundial para seguir siendo competitivos y esas son las tendencias principales.

Si consideramos el mercado de ASEAN + 6 o de ASEAN solo, tenemos que enfrentar un mercado muy sensible a los precios. Nosotros no contamos con una población tan rica como los Estados Unidos y Europa. Tenemos un mercado que es muy sensible a los precios, pero creo que hay ahora una oportunidad con los alimentos étnicos. En el sur de Asia tenemos Indonesia, Dubai, Malasia, los Emiratos, que son países donde se come alimentos halal. En estas personas hay que pensar. Alimentos étnicos por lo que paga un mayor valor.

Y como no podemos estar solos, entonces hablamos del crecimiento de la inversión extranjera directa, ya que están llegando muchas inversiones externas en nuestro país de Japón y también se está dando la expansión, como se dijo en la presentación anterior, de la logística. La logística es muy importante para nosotros. Para trabajar con ASEAN o con Argentina, siempre hablamos de la importancia de los sistemas logísticos. Y acá tenemos dos expresiones: “cadena de alimentos” y “gestión de la cadena de alimentos”. Si no podemos mejorar en la logística, no vamos a poder mejorar en las otras dos áreas.

Las fuerzas que le dan forma a nuestro mercado de alimentos y bebidas: en primer lugar, ASEAN; incluimos también ASEAN + 3 (en este momento China tiene un acuerdo de libre comercio con las comunidades de ASEAN) y también estamos hablando con los coreanos. Estamos pensando una zona de libre comercio de ASEAN junto con China, Corea y también estamos hablando de tener una alianza económica con Japón. Además, tenemos un acuerdo de libre comercio con India.

Entonces hay que calcular el impacto para Tailandia. Tailandia tiene que adaptarse a esto. En primer lugar, nos ampliamos, nos expandimos y hablamos de la emergencia de los mercados vírgenes. Mercados nuevos para la comida tailandesa. Argentina también es un mercado virgen para los alimentos tailandeses. Aquí hablé con mis amigos, no hay muchos restaurantes tailandeses en Buenos Aires, no encontré muchos. Quizás uno. Pero en Estados Unidos, en el Reino Unido hay restaurantes tailandeses por todas partes. En el futuro, quizás hablemos con Argentina, ahora estamos hablando sobre este tema con Asia.

En segundo lugar aquí tenemos la libre realización de los mercados existentes. En el pasado, no podíamos enviar alimentos a Malasia, Indonesia, ni siquiera a China; pero ahora estamos hablando de todos estos mercados existentes. Por lo menos dentro de la comunidad económica de ASEAN y en el futuro esperamos llegar también a la Unión Europea, Estados Unidos.

En tercer lugar, tenemos la armonización de normas. Con asociaciones de alimentos, tenemos que armonizar las normas. No de una reglamentación, no con la autoridad, sino que estamos hablando del nivel comercial con la gente de negocios para armonizar las normas. Y los jugadores locales, que son el cuarto punto, son importantes: estamos hablando acerca de cómo escalar la industria para llevarla de mediana a grande. Recuerden que en el rubro tenemos un 3% de participación de la gran empresa, pero si podemos llevar la industria de la mediana escala a la gran escala, podremos ganar velocidad.

Y el quinto elemento: el aumento de la diversidad y de la étnica de los sabores. Nuestro embajador habló de la comida tailandesa. Las especias, las hierbas y la mezcla del equilibrio de los alimentos. Y la comida tailandesa es muy aceptada en los países de ASEAN, en la Unión Europea, en Estados Unidos y espero que en el futuro en América Latina también acepten estas comidas étnicas.

El número seis, muy importante para la industria de los alimentos, es la racionalización en la manufactura. La manufactura de los alimentos no puede permanecer en Tailandia y llegar a todo el mundo. Dentro de unos minutos voy a mostrarles cómo los alimentos tailandeses se esparcen por todo el continente asiático, aumentando la demanda y la inversión extranjera directa.

Ahora, el impacto de Tailandia en la Comunidad Económica de ASEAN, se debe a que constituimos un “nodo regional”. Además, tenemos bases de producción únicas y podemos producir en Laos, en Vietnam, en Tailandia, y luego distribuirlo según cuál es el mercado que estamos considerando en la región de ASEAN. Es muy importante aquí la gestión de la cadena de alimentos y este es un papel importante que tenemos que hablar. También estamos implementando el camino para llegar a una mayor consolidación de la participación del mercado de las corporaciones multinacionales. No estamos trabajando solos, no podemos sobrevivir en este mundo competitivo solos, por lo tanto trabajamos en cooperación con empresas de alimentos japonesas y también con otras. (Por supuesto, en última instancia, será importante también hablar sobre el negocio de los alimentos en conjunto, entre Argentina y Tailandia.) En cuanto a la Comunidad Económica de ASEAN, la proyección indica que para 2015 finalizaremos con este trabajo de integración, aunque probablemente nos extendamos más allá de este año.

Las fortalezas de nuestra industria de alimentos: a) lo que no se puede encontrar en forma local se encuentra en la zona y a bajo precio; b) contamos con una mano de obra muy trabajadora y calificada; y c) la búsqueda de calidad e inocuidad. Esperamos que esto siga siendo así, porque es lo que nos va a permitir llegar al mundo competitivo.

El plan de inversión estratégico para los agronegocios: a) alianzas de negocios entre los países de ASEAN; b) Tener un modelo de negocios sostenible, que se resume en valor agregado, normas de seguridad y, finalmente, nuestra propia marca. ¿Recuerdan lo que les dije respecto al atún? Bueno, todavía no tenemos nuestra propia marca, pero es algo que ya vendrá, de lo contrario la gente no sabrá que ese producto proviene de Tailandia. Por el momento, si ustedes van

a los países de Asia, podrán por ejemplo ver la marca CPF, que es una marca tailandesa que ya fue lanzada; c) desarrollar una gestión de materias primas en todo el mundo, la compra global de materias primas. Esto ocurre en todo el mundo, por ejemplo, hay empresas que ya establecieron sus bases en Bangkok y que están buscando materias primas en los países de ASEAN, y luego llevan estas materias primas a Australia, a Estados Unidos, para producir alimentos ahí. Recordarán que esta mañana nuestro colega japonés mencionó también que Chile envía salmón crudo para ser procesado en Tailandia; y una vez procesado se envía a Japón, que es un cliente importante. Así es como se alinea el negocio sustentable, que implica manejar la cadena de abastecimiento; y d) la creación de capacidades humanas.

Cuando hablamos de inversiones tailandesas en ASEAN, tenemos un 29% en alimentos y azúcar, un 27% en papel e impresiones, 18% en dispositivos eléctricos y otras sustancias químicas, según datos de 2012.

Si analizamos cómo se movieron las exportaciones de Tailandia a los mercados de Estados Unidos desde 2007 hasta 2012, vemos una reducción del 31 al 22% de participación, porque en el pasado no teníamos la Comunidad de ASEAN, por lo tanto teníamos que exportar a la Unión Europea y a Estados Unidos, lo cual implica una larga distancia y no es bueno para nosotros. Pero cuando ampliamos y expandimos el mercado, aumentamos las exportaciones a ASEAN + 6 y, desde 2007 hasta 2012, pasamos de un 42% a un 52%, por lo tanto cambiamos la dinámica de comercialización, la logística del negocio de exportación de alimentos. Con un nuevo mercado, tuvimos que aprovechar la oportunidad de comercialización. También estamos enfocados en lograr un sistema eficiente, reducir los costos de logística, aumentar la eficiencia y la productividad. (Dentro de algunas diapositivas les voy a mostrar cómo logramos esto.)

En cuanto a las cadenas de valor, les mostraré cómo integramos la cadena de valor de los alimentos. Nosotros no somos un productor principal de maíz, pero tenemos una producción y nos dedicamos al negocio del alimento balanceado para animales. Entonces, comenzamos con la distribución del alimento balanceado y luego continuamos con el mejoramiento genético, con la cría. Luego ampliamos el negocio a los establecimientos avícolas, la cría de pollos y, una vez que se consolidaron estos tres factores en Tailandia y en la región, pasamos al procesamiento de alimentos. En primer lugar, el procesamiento de carne de pollo y luego dijimos “no podemos quedarnos ahí”, por lo tanto continuamos agregando valor. Y desarrollamos productos de pollo, productos de carne y luego pasamos a tener una marca y a la comercialización. Este es nuestro negocio de la cadena de valor de los alimentos; todo esto se hace en Tailandia y a partir de ahí nos expandimos.

Ahora vamos a hablar acerca del negocio de las semillas. Recuerden que empezamos con la semilla y pasamos de la semilla al alimento para animales y de ahí a los establecimientos. Establecimos el negocio del maíz en Myanmar, Laos, en Vietnam, en Camboya, en Indonesia; los híbridos de las semillas de maíz, de arroz y otros productos hortícolas. Una vez consolidado esto, pasamos al

mejoramiento genético, la cría. Hacemos la gestión de un sistema cerrado, con enfriamiento evaporativo y un control con sistemas informáticos.

En segundo lugar, tenemos los establecimientos porcinos, donde también utilizamos sistemas de enfriamiento evaporativo, pero además producimos el biogás; al oeste del establecimiento porcino hay una planta de producción en la que se utilizan los residuos para producir biogás. Entonces no solo tenemos el establecimiento porcino sino que también utilizamos los residuos. Esto se está haciendo en Tailandia. También tenemos gestión del sistema cerrado en nuestros establecimientos probióticos y mejoramos la tasa de crecimiento de camarones a través de la acuicultura.

Las palabras clave de todos estos desarrollos: crear un estándar (una norma), la trazabilidad (de todos estos productos: porcinos, avícolas, frutos de mar) y la seguridad para los consumidores.

Entonces, así como pasamos desde la semilla, al alimento animal y al establecimiento, también así expandimos los agronegocios en los países de ASEAN. Tenemos una planta de procesamiento de alimento balanceado en Laos, en Indonesia tenemos también una. Tenemos en Malasia un negocio avícola, establecimientos avícolas en Vietnam. Y también hay una gran producción de huevos. Así es como nos expandimos. Con un modelo para Tailandia, dijimos: “No podemos quedarnos ahí, debemos expandirnos a otros países”. Empezamos con la semilla, el alimento balanceado, y así nos expandimos.

Veamos ejemplos de productos de valor agregado. Cuando hablamos de “productos de valor agregado” no nos referimos solamente a lo que encontramos en el supermercado, sino también en las tiendas de conveniencia [abiertas las 24 horas]; creo que Argentina va a llegar a ese punto también. ¿Qué es un estilo de conveniencia? Algo que se puede poner en el microondas. Existe una gran variedad de productos listos para ser cocinados (con descongelamiento o no) en el microondas, como el arroz, los fideos, el jamón y el queso. Y esto es a lo que nos referimos con valor agregado. Practicidad para el consumidor. No es solamente pollo frito que uno lleva a su casa y luego tiene que poner aceite en la sartén y freírlo nuevamente. Eso pasaba antes, es el pasado. Actualmente no: viene frito, se pone en el microondas y ya está listo para ser consumido.

En esta filmina [se refiere a la imagen proyectada], productos de TUF, la empresa del atún, que ya no produce solamente enlatado (ya no alcanza solo con el atún enlatado). Estos son los productos que se hacen a partir de atún y esto es lo que hace TUF. Y este producto, una vez más, está congelado, listo para ser consumido o para ser cocinado en el microondas. Tenemos tempura, tenemos satay. Empleamos a muchos chefs en estas empresas. En las empresas no tenemos solamente a los ingenieros, a los licenciados en ciencia y tecnología de los alimentos sino que también contratamos a chefs para desarrollar estos productos.

En el final, vamos a hablar acerca de Tailandia y Argentina. Tal como ya señaló nuestro embajador, el valor del comercio bilateral fue, en 2013, 2.127 millones de dólares. Hay un déficit para Tailandia: perdimos unos 28 millones, pero no nos



importa porque está lo que necesitamos de Argentina. Necesitamos una buena relación comercial con Argentina, por eso el valor del intercambio subió un 33% respecto de 2012; y las exportaciones de Argentina aumentaron casi un 67%. El déficit de Tailandia es de 28 millones de dólares, pero debido a lo que Argentina lleva a Tailandia, no nos importa. Porque el poroto de soja es importante para nosotros, y la harina de soja o la torta de soja –como algunos llaman– también es muy importante, porque la utilizamos para nuestro alimento balanceado. (Vamos a referirnos a este tema después.) También hay otros productos cárnicos, frutos de mar. Y las importaciones de Argentina desde Tailandia son autopartes, dispositivos eléctricos, maquinarias.

Dentro de los rubros de negocios importantes para Tailandia, si vemos los inversores en el rubro alimentos, encuentro lo que para mí fue una sorpresa: porque sí esperaba encontrarme con Estados Unidos, Brasil o India como inversores de consideración, pero aquí también aparece Argentina. (Estos no son datos de nuestra universidad sino del sector privado.) Argentina por lo tanto desempeña un papel importante como inversor en la industria de los alimentos. Me gustaría que la inversión fuera más fuerte; estábamos hablando con nuestro embajador hace unos días, y concluimos en que no tenemos un inversor tailandés importante en Argentina, todavía. No tenemos un negocio importante entre ambos países, lo cual significa que hay mucho espacio para trabajar en forma conjunta.

Usos del poroto de soja o ¿por qué importamos poroto de soja? Tailandia es un país pequeño, la población es de sesenta y tantos millones de personas, y no comemos tanta soja; entonces ¿qué hacemos con la soja que importamos de Argentina o con la harina de soja? El 90% de soja la importamos de Brasil, Estados Unidos o Argentina. Un gran porcentaje importamos de la Argentina. Y si bien la utilizamos para fines comestibles, también le damos otros usos. Recordarán que ayer se habló de la biotecnología para darles al poroto de soja y a sus subproductos aplicaciones industriales. Bueno, esto ya comenzó en Tailandia; no es todavía un negocio muy importante pero es algo que ya comenzó: aplicaciones industriales y, desde la base del aceite, llegamos a aplicaciones cosméticas. Interesante. También recubrimientos, *packaging*, aplicaciones de impresión. No estamos hablando de alimentos solamente. Recuerden que en Tailandia hablamos de alimento humano, alimento balanceado para animales y de *packaging*.

Volvamos ahora a la parte comestible. Un 30% de la soja lo utilizamos para producir una base proteica. En segundo lugar utilizamos la soja para productos de panadería, de golosinas, de *snacks*, a partir de la extrusión de productos. Proteínas texturizadas que se hacen a partir de la harina de soja. Y ya tenemos una máquina muy grande en Tailandia que trabaja con productos de extrusión. Y también tenemos bebidas, leche y otros productos sustitutos (*Vitamilk*) y la mayor parte proviene de bebidas a base de soja. También tenemos condimentos, tofu. El restante 70% (el 30% va a la parte proteica) es la parte del aceite. Cuando hablamos de aceite hablamos también de aditivos alimenticios, emulsionantes (lecitina, por ejemplo), que utilizamos en la industria de procesamiento de alimentos. Tenemos el aceite comestible también y los condimentos para ensalada, y también de otro tipo de condimentos que se utilizan en productos de panadería.

Esto lo trabajamos con empresas tailandesas y una alianza japonesa; y una vez que saturamos el área de los alimentos pasaremos a otras aplicaciones industriales. Este es el mundo del que estamos hablando, es una cadena de valor. Importamos poroto de soja y, a partir de eso, tenemos que hablar de la cadena de valor. Ayer sus colegas de Argentina hablaron acerca de la biotecnología de la soja. Esto es importante. Tenemos muchas empresas que pueden crear este negocio. Ustedes tienen un portal desde el que pueden trabajar en Latinoamérica para llegar a Estados Unidos y otros mercados.

El 30% de la soja es producción local, el 70% lo importamos de Brasil, Argentina e India. También se utiliza para alimento balanceado y, cuando hablamos de alimento balanceado para animales, hablamos también de acuicultura, no solamente ganado, no solamente pollos. Acá tenemos la marca CPF, que es nuestra propia marca y luego tenemos Betagro. Betagro se especializa en producción avícola, porcina y ahora están pasando también a producción ganadera.

En nuestro sistema de alimento balanceado, utilizamos un 24% de soja (el 60% es maíz, salvado y mandioca). Fijense que es crítico y recuerden la cadena de valor: empezamos con la semilla, importamos la soja (la harina de soja o la torta de soja), y el 24% de esto se utiliza en estos sistemas de alimento balanceado.

Ahora Fernando me dijo que tenemos que predecir hasta el año 2030, si no, no podía salir de aquí. Bueno, de esto estuvimos hablando, pero por supuesto que para el caso de los alimentos balanceados producidos en Tailandia. En serio, esto no es solamente para Tailandia sino para la región, el crecimiento continuo va a seguir. Hay otros países como Camboya, Myanmar o Vietnam que están creciendo y están haciendo crecer su PBI, y será mucho mayor su contribución al crecimiento del PBI mundial que la de Tailandia. Mañana seguramente uno de los oradores hablará de un crecimiento del 10% del PBI en su país. En el caso de alimentos balanceados, este mercado seguirá creciendo y necesitamos la soja y la harina de soja de Argentina. Hablando de soja, hubo un crecimiento de 15,4% por año, aunque este es un dato hasta el año 2010. Pero nos dijeron que teníamos que llegar a 2030, si no Fernando no va a estar contento. Por eso llegamos a 2030. Habrá un crecimiento continuo. Esto es lo que predecimos con mis colegas. Vamos a seguir necesitando muchas millones de toneladas de soja. Ahí ven una pequeña sección amarilla en cada columna anual; esa es la producción local de soja en Tailandia. Parecido a lo que pasa con el atún. No hay atún en Tailandia. Nosotros tenemos una pequeña producción de soja pero importamos muchísimo. Importamos las materias primas. Fijense que la producción de soja de Tailandia, soja que no es genéticamente modificada. Y si ustedes pueden producir soja no GMO, Tailandia va a ser un importador importante para ustedes. Pero es la política de ustedes. No sabemos qué política van a seguir. Si van a trabajar con organismos genéticamente modificados o no. La soja seguirá siendo importante para nosotros. Vamos a seguir importando de Argentina seguramente y hasta el año 2030 seguiremos necesitando la soja de la Argentina.

Estamos llegando a las últimas diapositivas, cuando empiezo a hablar sobre ideas

generales. En primer lugar: limitaciones y políticas. Esto se aplica a Tailandia, no sé qué pasa en la Argentina, pero tienen que tener cuidado con esto: las políticas y las tarifas en el caso de la soja y la harina de soja. Para eso tenemos barreras comerciales. Si hablamos de aumentar los aranceles o poner una cuota para cada país, esto implica que el precio puede subir o bajar. Y esto es clave, es clave que los gobiernos se sienten y discutan sus políticas. No tenemos soja en Tailandia, así que dependemos de Argentina y Brasil.

Otro punto. Aquí hablamos de la competitividad, las ventajas del costo, el precio más la logística para llevar los productos a Tailandia. En este momento, lo que me sorprende puestos a evaluar el precio y la logística de Argentina y de Estados Unidos, preferimos Argentina, porque si consideramos el precio del producto más el precio de la logística nos sale más barato comprar en la Argentina. Pronto vamos a reducir las importaciones de Estados Unidos y vamos a aumentar las importaciones de Argentina y Brasil. (No sé, ustedes tienen que competir con Brasil que son vecinos de ustedes. Ustedes son amigos, arréglense entre ustedes.)

En el tercer punto, tenemos el acuerdo comercial de agroalimentos entre Tailandia y Argentina. Seguramente el próximo orador hablará sobre la relación de ASEAN y el Mercosur. Si ustedes piensan en el núcleo de ASEAN, no sé qué pensarán; pero entre Argentina y Brasil, yo preferiría que Argentina sea el centro concentrador que nuclea al Mercosur. Y hablamos de regiones, negociar entre regiones. Argentina y Tailandia tienen que participar de los *hubs*, de los centros concentradores.

Y hago un resumen de mis ideas, de mis opiniones, sobre Tailandia y Argentina. Hay varios puntos, cuatro. El primero tiene que ver con la agricultura y los productos alimenticios. Hablamos de soja, harina de soja –que seguirán siendo muy importantes– y el potencial de productos cárnicos de calidad. En este momento importamos calidad de Australia, de Japón; pero como ustedes saben, Argentina y Brasil tienen carne de muy buena calidad, así que habría que ver el tema de la calidad y los costos logísticos para que podamos importar productos cárnicos desde Sudamérica. Creo que la carne de calidad tiene un papel que desempeñar en el futuro. Yo sé que la producción de carne está bajando, porque algunos productores pasaron a la cosecha de soja, pero hay que tener un equilibrio. Ustedes tienen muchos competidores en el mercado de la soja, pero no tantos competidores en el área de la carne de calidad. Así que mantengan un equilibrio. Hay que tener en cuenta la calidad. Buscamos carne de calidad, como dijo esta mañana el orador de Japón. En Japón no buscan producción masiva, buscan calidad. “Calidad” sigue siendo la palabra clave en el área de los alimentos.

El segundo punto importante: el desarrollo comercial, los *joint venture* en las empresas de agroalimentos. Ustedes tienen un buen apoyo financiero, un buen sistema bancario en la Argentina y las empresas de tecnología o biotecnología también son sólidas. En Tailandia tenemos el *ASEAN Hub*. Entonces, si Argentina invierte en Tailandia, *joint venture* con una empresa tailandesa que ya está establecida en el mercado asiático, nos puede utilizar a nosotros en Tailandia como

*hub* para ir al resto de la región y después pueden ver qué hacer en el área de los agroalimentos, qué pueden hacer en todo el mundo. Si tenemos un fabricante de Argentina que quiere trabajar en un *joint venture* con Tailandia, podemos traer una empresa de Tailandia a que hable con ustedes. No vamos a desarrollar una nueva fábrica pero sí utilizar la fábrica que ya existe en la Argentina por ejemplo, con nuestra tecnología, nuestra experiencia podemos crear un *joint venture*. Por ejemplo, la empresa que hablábamos que produce atún, el mes pasado empezó a producir un fideo instantáneo en Tailandia. Hicimos un *joint venture* con una empresa húngara, creamos esta empresa en Hungría que produce fideos instantáneos. De Hungría exportamos a Austria, Checoslovaquia y se hizo un *joint venture* entre una empresa de Tailandia y Hungría. O sea, de esto hablo cuando hablo de *joint venture*. Ustedes pueden trabajar con nosotros en Tailandia y usarlos como nodo para ir a toda Asia o nosotros podemos venir a Argentina y usarlos como nodo para América Latina. Ese es un modelo de negocios, no es cuestión de hacer un *joint venture* y allí se acaba. No, hablamos de valor agregado, de crear una marca, de inocuidad y de que hay que considerar toda la cadena de valor. También hablaba de la sustentabilidad.

Y el tercer punto que quiero mencionar: creo que Tailandia y Argentina pueden trabajar juntos en ciencia y tecnología. El embajador de Tailandia también habló sobre el desarrollo científico y tecnológico. Aunque no es el tema de esta reunión basada en agroalimentos creo que es importante mencionar el tema de la innovación, desarrollo de productos, la colaboración con las áreas científicas y tecnológicas es importante, si no, no vamos a poder desarrollar a pleno las cadenas de valor de los alimentos. Hablamos de ciencia de los alimentos, de agricultura, de tecnología de *packaging* y de biotecnología. La tecnología de *packaging* y las novedades crearán una nueva posibilidad de agregar valor.

Y finalmente, este es mi tercer o cuarto día en Buenos Aires, pero creo que hay algo muy similar entre la población tailandesa y la población de Argentina: nos encanta comer, salir, disfrutamos de comer. Hay muchos restaurantes aquí; si ustedes van a Bangkok y Tailandia en general, también verán muchos restaurantes. Nosotros disfrutamos del placer de comer. Esto es algo muy parecido en ambas culturas pero no hay muchos restaurantes tailandeses aquí (nosotros tenemos una capacitación para cocineros en Tailandia). Así como la comida de Argentina todavía no es famosa y conocida en Tailandia, y ustedes tienen la oportunidad de llevar allí la comida y el vino. A la gente en Tailandia le encanta comer bien y tomar vino, creo que somos los consumidores número dos en cuanto al consumo per cápita de alcohol después de Alemania. Creo que el primero es Alemania, después viene Tailandia y después Japón en cuanto a consumo per cápita de alcohol.

Y el cuarto punto son las personas, la gente. El primero es la calidad en la producción agrícola, el segundo es cadena de valor, sustentabilidad de los modelos de negocios; en tercer lugar hablamos de la colaboración de la ciencia y la tecnología en cuanto a la innovación de productos y finalmente hablamos de la cultura de los alimentos, las personas, el intercambio cultural. Esta es mi opinión personal, no es la opinión de mi universidad. Yo creo per-

sonalmente que ustedes tienen un enorme potencial en la producción mundial de alimentos. Su potencial es más alto que el de Tailandia. Considerando esta zona, ustedes tienen un país cinco veces más grande que Tailandia, la población es menor, o sea que tiene mucha tierra disponible para crecer y para cultivar alimentos para el mundo. Además tienen muchos recursos, tierras fértiles, costas marítimas en la zona templada. En Tailandia hace muchísimo calor. Allí las temperaturas son de casi 37° centígrados. Hace muchísimo calor. Aquí en Argentina sin embargo tienen una buena temperatura, buenas tierras, buen mar. Además tienen productos agrícolas, buenos alimentos, adelantos biotecnológicos. Ayer me impresionó ver los expertos en biotecnología que hay en Argentina y ustedes tienen lugar, espacio para crecer, para agregar valor, para desarrollar productos innovadores. Lo pueden hacer acá o pueden hacer *joint venture* con empresas de Tailandia para que puedan aprender unos de otros. Y creo que esto se aplica a la Argentina, ustedes deberían ver toda la cadena de valor de los alimentos y después podrán hablar de la gestión de la cadena de valor. Primero cadena de valor y después gestión de la cadena de valor. Y creo que con esto podrán liberar todo el potencial de la Argentina y aprovecharlo. Tailandia diría que quizás sea más chica que Argentina en el futuro pero la idea es que ambos crezcamos.

Y finalmente, esto es la política de Tailandia: convertirnos en la cocina del mundo. Buscamos calidad de los alimentos y creo que en Argentina buscamos calidad de los alimentos y Tailandia puede ser un nodo para expandir los alimentos de Argentina en Asia y la idea es crear *joint ventures* entre Argentina y Tailandia.

Muchas gracias.



### Rodolfo Caffaro Kramer

Presidente de la Cámara de Comercio Mercosur-Asean. Asesor legal de la Embajada de la República de Indonesia. Miembro de la misión oficial y comercial a Vietnam e Indonesia 2013. Tiene un posgrado en Arbitraje Internacional en la Universidad de Colonia, Alemania. Se graduó como abogado en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Buenas tardes. Quiero agradecer en primer lugar al Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía, a su incansable director Fernando Vilella y a su prestigioso grupo académico. Y agradecerles también a ellos por haber planteado esta reflexión y este desafío de cómo vamos a resolver la provisión de alimentos en una región cada vez más creciente, calculando una población de aproximadamente 1.000 millones de personas para el 2030. Nosotros, la Cámara Mercosur-Asean, recién nacida, tres meses y medio pensamos que para cumplir con este desafío en forma real y eficiente solo es posible hacerlo con una mirada regional, junto con nuestros socios regionales, tal como lo dijo ayer el doctor Martín Piñeiro en su disertación. La Cámara Mercosur-Asean nace con esa intención y con esa filosofía de la bi-regionalidad del Mercosur y del Asean. Luego de un largo trabajo en forma conjunta con los embajadores del Asean y del Mercosur, y empresarios, lanzamos en diciembre en la Embajada del Uruguay la primera cámara bi-regional en el mundo.

La Cámara tiene su sede principal en Montevideo, República Oriental del

Uruguay, para estar muy cerca de la Secretaría del Mercosur. Y ya tiene oficinas funcionando e instaladas en Buenos Aires, Porto Alegre, Caracas, Hanoi y Manila. Estamos coordinando las próximas aperturas de oficinas en Asunción, Río de Janeiro, San Pablo, Bangkok, Singapur y Yakarta.

En solo tres meses de vida, la Cámara ya está interviniendo en varios proyectos que puedo brevemente mencionar.

Primero: estamos colaborando con una importante operación de compraventa de soja, con contratos de uno y dos años entre Indonesia y Paraguay.

Segundo: estamos interviniendo en un proyecto de turismo con Brasil, Argentina y Vietnam.

Tercero: estamos llevando adelante un ambicioso proyecto de *housing* en Indonesia con una empresa argentina miembro de esta Cámara.

Cuarto: estamos interviniendo en dos proyectos deportivos entre países del Mercosur y del Asean.

Por su lado, le estamos dando apoyo a empresas vietnamitas en materia de venta de sus productos en los mercados latinoamericanos y estamos coordinando operaciones comerciales en temas de telecomunicaciones junto con el gobierno de Paraguay.

Dentro de la asociación del sudeste asiático, la Asean constituye el proyecto más ambicioso y dinámico de integración en una región caracterizada por la diversidad cultural, religiosa, económica y política. La potencialidad de este emprendimiento representa sin duda una oportunidad para los países integrantes del Mercosur. La Cámara Mercosur-Asean apuesta a la potencialidad y a la complementariedad entre estas dos regiones. Y también apuesta a una nueva forma de hacer negocios, que integre la mirada de la bi-regionalidad con el concepto de *know-how*, como bien señala el ingeniero Fernando Vilella cuando habla del suelo y de su productividad diciendo que lo importante es la incorporación de conocimiento por metro cuadrado y por hora.

Pues bien, es impresionante el *know-how* cruzado que tenemos entre los distintos países de estas dos regiones y todos estos elementos van a aportar más estabilidad y duración a la relación comercial y, en definitiva, la van a hacer mucho más previsible.

Los objetivos de la Cámara son, entre otros: familiarizar a los países de un bloque con la cultura, los usos y las costumbres de los países del otro bloque. No se puede hacer negocios si no se conoce la cultura, no se puede hacer negocios si no sabemos cómo piensan los otros. En este sentido, ya estamos llevando adelante un programa que comenzará en agosto de 2014 con la Universidad de La Plata, donde se dictarán cursos de cómo negociar en Asean y en el Mercosur. Queremos promover las relaciones comerciales, la inversión, el

turismo y el deporte entre ambas regiones, brindar información acerca de las oportunidades de negocios en los países miembros del bloque, colaborar con las pequeñas y medianas empresas para que puedan realizar negocios con su contraparte en la otra región. Esto es muy importante, le queremos dar una preeminencia al tema de las pymes porque son las que más necesitan la ayuda y la colaboración para desarrollarse. Por supuesto, también queremos facilitar la resolución de conflictos comerciales, y que la Cámara Mercosur-Asean también sea un foro donde se puedan resolver conflictos comerciales entre empresas del Asean y del Mercosur. Y también colaborar estrechamente con las embajadas en la organización, la asistencia y la ejecución de las misiones comerciales. Además, deseamos trabajar para mejorar la logística, la conectividad entre las dos regiones, los estándares de calidad y sanidad de los alimentos, las barreras no arancelarias que afectan al comercio internacional, entre otros.

Con esta mirada bi-regional y esta nueva filosofía de hacer negocios, la Cámara Mercosur-Asean apuesta al crecimiento de la relación sur-sur entre ambas regiones o bloques con la convicción de que se abre un gran camino de intercambio para los próximos años, y tenemos el deseo de ser parte en ese desarrollo. Y a todos ustedes también los invitamos a que nos acompañen y sean parte de este proyecto. Les deseamos desde la Cámara Mercosur-Asean a todos mucho éxito en este simposio y les agradecemos nuevamente al Programa de Agronegocios de la Facultad de Agronomía que nos haya permitido estar hoy con todos ustedes.

---

*Muchas gracias.*

---



### Panel especial 3

Día: 08

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Osvaldo Schvartzer**

Coordinador

B.

**Marcelo Elizondo**

Abogado de la Universidad de Buenos Aires



Licenciado en Economía Política (UBA). Además, es economista, consultor y titular del Estudio Schvartzer y Asociados. Se ha desempeñado como consultor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Participó en la elaboración de proyectos para el Banco Interamericano de Desarrollo y para el Banco Mundial. Jefe de Gabinete de Asesores en la Secretaría de Vivienda del Ministerio de Desarrollo Social, año 1983-1989. Vicedecano de la Facultad de Ingeniería (UBA). Profesor adjunto en la Facultad de Ciencias Económicas (UBA). Integró el Consejo Directivo de varias organizaciones profesionales. Realizó y dirigió diversos proyectos agroeconómicos para zonas áridas y semiáridas en la República Argentina. Coordinó e implementó varios proyectos de inversión en el sector público y privado.

**Osvaldo Schvartzer**

¿Quién dijo que los últimos serán los primeros? En este caso creo que dado lo avanzado de la hora puedo decirles que preparé el temario especial para esta disertación de este importante seminario, pero tengo que dejar un resto para el día de mañana. Y si yo me prolongo creo que mañana vamos a ser pocos. Todos los oradores en estos paneles especiales han explicado y explicitado cada uno de los conceptos que necesitamos desarrollar para esta estrategia agroexportadora, agroindustrial y para este nuevo concepto de comercialización hacia el 2030. Jorge Castro, Félix Peña, Dante Sica y el colega amigo Marcelo Elizondo explicaron la temática de cómo se debe desarrollar cada uno de estos conceptos; y los expositores con gran habilidad –sobre todo los expositores internacionales– nos han dado una muestra en algunos casos de las cosas que tenemos que corregir. Se ha disertado sobre la posible estrategia de implementación de los agronegocios para un mundo que está en desarrollo y para un mundo que está en crecimiento. Nos debemos insertar en ese mundo y no debemos perder ni tiempo ni espacio. Alguien esta mañana me robó un concepto que yo vengo diciendo desde hace casi veinte años. El futuro es hoy. Ese fue el profesor Hara, pero se lo voy a perdonar dado su alta intelectualidad. En esto, como se dijo, que el futuro es hoy, no detendremos la búsqueda de nuevos caminos y nuevos emprendimientos. Fue muy claro Marcelo Elizondo en algunos aspectos que debemos encontrar y fue muy claro hoy también Dante Sica con los errores que se vienen cometiendo o con las faltas que necesitamos enmendar para poder desarrollar. Como ustedes saben, yo no soy ingeniero agrónomo, soy economista y desde hace más de veinte años que me dedico a proyectos de inversión. Por lo tanto sé los momentos que se están viviendo y cómo nos estamos atrasando por la falta de inversión, por la falta de un concepto de política genuina y una política activa. Varias veces lo hemos conversado con el colega Marcelo Elizondo, que de alguna manera tiene un aspecto y un concepto moderno de hacia dónde se debe dirigir la economía.

Por último, quiero felicitar al profesor Tanaboon, que nos ha explicado cómo hay que hacer en los negocios modernos. A pesar de mi edad (en pocas semanas más cumplo 70), el año pasado hice un curso en una universidad sobre el concepto de *management*. Durante ocho meses estuve estudiando con todos compañeros jóvenes (de la edad de ustedes promedio), pero me sentí muy cómodo y pude aprender muchos conceptos modernos para actualizarme. Y uno de ellos es el concepto moderno que está realizando un país como Tailandia. Por lo tanto felicitaciones, porque ha hablado del concepto de la asociación, ha fundamentado en forma muy puntual el desarrollo de ASEAN (o ASEAN + 6, como lo están desarrollando ahora). También ha hablado del *joint venture*; respecto de los desarrollos con *joint venture*, yo los apruebo y los concibo sobre todo para la diversificación de los productos de exportación. Dio Tanaboon una explicación moderna y dinámica, y por lo tanto agradezco su presentación y el esfuerzo que hizo de venir desde un país tan lejano. También quiero decirle que soy adicto a la comida tailandesa y que la he probado en Nueva York y también la he probado en Londres. Creo que acá en la Argentina falta todavía una cadena de productos alimenticios tailandeses, que son muy ricos, con sus especias y hierbas; así que gracias por proponer, a pesar de que va a tener que competir con el rico asado argentino... y con el tango. Creo que una de las cosas que no se habló en estos dos días es que nosotros tenemos un producto de exportación que se llama tango, también lo tenemos a Messi y alguna otra cosa más. Cuando yo era chiquito me hablaban de Juan Manuel Fangio; ahora cuando recorro el mundo me hablan de Messi o me hablan del tango. El tango es un buen valor agregado que debemos comercializar, así como Tailandia promociona la comida.

Para cerrar todo esto, sinceramente, queridos amigos, colegas y participantes, quiero pedir un fuerte aplauso al director de este curso que es el ingeniero Fernando Vilella, que ha hecho todo un esfuerzo que nos permite ya dos días de maratón y mañana la vamos a continuar. Así que muchas gracias Fernando por educarnos. Un aplauso para el profesor Tanaboon y muchas gracias al señor embajador de Tailandia, que nos brindó su paciencia, nos abrió las puertas y nos mostró una Tailandia moderna, creciente y efectiva. Gracias a todos y, por supuesto, hasta mañana.

*Muchas gracias.*

B

Abogado de la Universidad de Buenos Aires. Master en Administración de Empresas de la Universidad Politécnica de Madrid. Efectuó estudios de posgrado en Leyes en la Universidad de Harvard y en Planificación

### Marcelo Elizondo

Muy buenas tardes a todos. En primer lugar quiero agradecer especialmente al Programa de Agronegocios y Alimentos de esta casa por la convocatoria a ser parte de estas jornadas, en las que ustedes están teniendo la oportunidad de compartir –con destacadísimos expositores– la mezcla que surge de la información, de la interpretación de la información y de la opinión calificada de esos expositores. Por eso quiero agradecer que me hayan concedido el honor de sumarme a esa lista y en particular agradecer a mi amigo Fernando Vilella

Estratégica de Negocios en la Universidad de Chile. Es director de la Escuela de Negocios de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Integró entre 2002 y 2009 la Agencia de Promoción de Exportaciones de la República Argentina, dirige desde inicios de 2010 la organización DNI (Desarrollo de Negocios Internacionales) y fue director ejecutivo de la Fundación ExportAr. Es actualmente miembro del IATTO International Association of Trade Training Organisations. Se ha desempeñado como consultor de empresas y organismos internacionales y ha publicado varios trabajos académicos y ha participado como conferencista en diversos congresos nacionales e internacionales.

porque además se esmeró con mucho tiempo, con mucha antelación como para que todos pudiéramos estar acá compartiendo con ustedes lo que nos parece es extraordinariamente relevante para la Argentina en esta temática. Además, les agradezco también a ustedes por la presencia.

Yo quiero compartir una exposición que trataré que sea esquemática y no muy extensa. Como basamento probablemente aborde algo que ustedes ya conocen o sobre lo cual han escuchado, que es la enorme posibilidad que para la Argentina implica el incremento de la demanda de alimentos en Asia Pacífico, incremento que ya viene ocurriendo y que seguirá, por lo que vamos a hablar de lo que el futuro nos depara.

Y a partir de abordar esa temática, sobre la cual asumo que muchos de ustedes ya han oído bastante pero que me parece de utilidad destacar como punto de partida, abordaremos qué significa la Argentina en ese escenario: qué es lo que Argentina tiene, qué es lo que puede lograr y qué es lo que tiene que hacer para aprovechar esas grandes oportunidades que el mundo nos concede. Es decir, debemos pasar de lo que hoy la demanda nos está generando a lo que la Argentina puede generar en materia de oferta.

Dicho esto, entonces, lo primero que hay que destacar es la demanda, o sea, la enorme oportunidad que la Argentina tiene hoy en el mundo. En particular en Asia Pacífico o en el gran continente asiático. Ustedes saben que por primera vez en la historia de la Argentina, desde el año 2010 Asia nos compra más productos que Europa. De toda nuestra historia, desde el “granero del mundo”, Europa ha sido el destino más relevante para nuestras ventas. Algo que cambió con el inicio de la segunda década de este nuevo siglo XXI. Asia pasa a ser el lugar estratégico para la Argentina, el principal destino para nuestras exportaciones después de nuestro propio vecindario, nuestro continente americano. Y eso tiene que ver con muchos factores, algunos meramente cuantitativos, como el incremento de la población en el mundo y en particular en esa región.

El incremento en términos absolutos desde una población en 1950 de apenas 2.500 millones de habitantes, hacia lo que se espera para 2050, cien años después, que son alrededor de 9.150 millones de habitantes. Sin embargo, este crecimiento de la población es menos relevante que la aceleración de la curva desde el 1900 aproximadamente. A partir de ahí, el incremento notorio, no ya como un proceso histórico repetido sino como una cosa nueva. Por lo tanto, por primera vez estamos ante el desafío de mejorar no solo en cantidad sino en productividad, en logística, en calidad. El equilibrio entre la demanda de alimentos, la geopolítica y la economía se ha modificado por la aceleración de la curva de crecimiento.

Este proceso de incremento en la población después, obviamente, generará un incremento en la demanda de alimentos, como veremos inmediatamente. Esto está aparejado con una reducción de la capacidad de las tierras cultivables en el mundo, en la medida en que ocurre el incremento de la población en los países desarrollados y sobre todo en la población de los países subdesarrollados o emergentes, donde está produciéndose la mayor demanda incremental. Entonces hay

una cantidad decreciente de tierra cultivable para atender esa demanda creciente. Lo cual nos lleva no ya a repetir o a multiplicar lo que veníamos haciendo, sino a cambiar sustancialmente los procesos de producción para abastecer esa demanda creciente. Se trata más de nuevos procesos, nuevos mecanismos, nuevas tecnologías productivas, no solamente más de lo mismo.

Este proceso, que es cuantitativo (más población en el mundo, menos tierras disponibles), también está acompañado por un fenómeno cualitativo: la gente se muda del campo a la ciudad. Si miramos la curva de la población rural y la curva de la población urbana en todo el mundo, vemos que el cruce se da en 2008-2009, cuando por primera vez en la historia la gente que vive en las ciudades es más que la que vive en el campo. Esto es un aspecto cualitativo del proceso, porque al migrar del campo a la ciudad la gente abandona la agricultura de autosubsistencia, pasa a ser parte de procesos productivos sofisticados y se transforma no ya en un consumidor de alimentos sino en un consumidor de alimentos domésticos, lo cual conduce a una industrialización inevitable de la oferta de alimentos.

Según las proyecciones demográficas por región hasta el año 2020, la población esperada en Asia es mucho más alta que las que vienen después, que son las africanas, luego las europeas, luego las de Latinoamérica, tanto en población rural como en urbana. (En 2020, en Asia habrá más población urbana y más población rural que en todo el resto del mundo sumado.) Repetimos, lo destacable es: más incremento de la población en el mundo, mayores necesidades de productividad, más población urbana que rural. Y en Asia está ocurriendo el mayor proceso de incremento de la demanda de alimentos, que exhibe allí mayor dinamismo que en otros lugares del mundo.

Lo cual nos lleva a proyectar dónde se esperan que en el año 2050 estén las grandes megaciudades del mundo; y ese simulacro también indica que será allí en Asia donde estarán ubicadas la mayor cantidad de megaciudades (más de 10 millones de habitantes). Por lo tanto, será allí donde se verá con mayor exacerbación este fenómeno de incremento de la demanda de alimentos, y no de cualquier alimentos, sino alimentos domésticos, manufacturados, es decir, elaborados, fraccionados y distribuibles para la población.

Por ende, esa alza previsible de la demanda de alimentos es mucho más que una mera predicción de demanda de alimentos incremental. Es más alimento urbano, más para ciudades, más concentrado a una zona geográfica y con más requisitos en materia de productividad, de calidad, de logística, y distribución y de competitividad.

A esto debemos sumarle que en este momento, y en particular después de la crisis internacional ocurrida a partir de 2008 con la caída de Lehman Brothers, son los países emergentes los que más crecen, más que los desarrollados. Entonces tenemos una economía mundial traccionada mucho más por el crecimiento de los países emergentes que por el de los desarrollados. Y de acuerdo a lo que prevé el Banco Mundial para el año 2014, son los países asiáticos los que más van a crecer en comparación con cualquier otra región. Con esto quiero decirles que

estamos hablando de un fenómeno que ya ocurre hoy (de hecho viene ocurriendo hace algunos años) y que se potenciará hacia adelante.

Da la sensación de que la información con la que contamos nos indica que hay enormes oportunidades en muchos lugares en general, pero en uno en particular; y son oportunidades específicamente referidas a aquellos países que más capacidad tienen de abastecer esa demanda. Esa demanda incremental a la vez está apoyada en que esa zona que vimos, que es la zona que más crece en relación al resto de mundo en términos de PBI, que es la zona que más crece en relación al comercio internacional, que es la zona en la cual más megaciudades habrá, que es la zona en la cual más crecimiento poblacional se espera; en esa zona es donde se prevé que habrá mayor transformación en la dieta alimenticia, porque allí todavía no hay en la dieta humana un porcentaje de proteínas animales tan alto como en los países desarrollados. Esos países asiáticos tienen una dieta alimentaria que se amplía por la globalización de culturas, que va modificando costumbres en esa población urbana creciente.

Por lo cual, como digo, no es solamente un proceso cuantitativo (mayor volumen) sino también cualitativo, que nos está marcando enormes modificaciones en los flujos de oferta y demanda de alimentos en todo el mundo y en particular en Asia. Y es un proceso que ya empezó a ocurrir: hoy los flujos de proteínas entre las regiones están mostrando que es hacia Asia adonde se dirige el crecimiento de los fenómenos de inversión: alianzas estratégicas y comercio vinculadas con la producción de alimentos y es esto lo que se va a incrementar mucho en los próximos años.

Veamos un gráfico de la tierra de labranza utilizada en color anaranjado hasta el fin del siglo XX e inicios del siglo XXI y la tierra idónea para cultivos que todavía no está aprovechada (ya me introduzco en la segunda parte de la presentación), es decir: quién puede abastecer esa demanda creciente, dónde hay más potencial de oferta, dónde hay más capacidad de crecimiento de producción para abastecer esa demanda cuantitativa y cualitativamente modificada o modificable que veíamos recién. Y claramente se ve que América Latina y el Caribe, y luego África subsahariana, son las regiones del mundo que todos consideran con mayor capacidad para abastecer esa demanda creciente. Allí donde más potencial hay para el desarrollo, tanto porque la naturaleza concede esas oportunidades como también porque los procesos económicos están indicando que en estas zonas del mundo, y en particular en América Latina, es donde más hay por hacer para abastecer esa demanda.

Lo cual me lleva entonces a plantear qué rol tiene la Argentina hoy, cuál es la oferta que la Argentina puede hacer a ese mundo de crecimiento cuantitativo y cualitativo. Lo primero que hay que decir es lo que la Argentina es hoy. Hoy la Argentina tiene en la cadena agroalimentaria su sector más competitivo, más productivo, más transable internacionalmente en el mundo. La cadena agroalimentaria argentina genera el 35% del empleo total, el 60% de las exportaciones, el 40% de la recaudación tributaria. Pese a lo que por confusión o por error muchas veces se dice, la cadena agroalimentaria argentina es de enorme significación en



la economía de nuestro país y, de hecho, es por lejos la más relevante en términos de nuestro comercio exterior. En 2013 la Argentina exportó 83.000 millones de dólares y el 60% de esas exportaciones fueron bienes que integran esta cadena. Esta cadena es la que más inversión extranjera directa recibió en la Argentina en los últimos veinte años. Es en esta cadena en la única en la cual hay oferta exportable que llega a todos los continentes en todo el mundo. (Las exportaciones argentinas en otros rubros están demasiado concentradas en algunos pocos países de la región.) En esta cadena se llega a África, a Asia, a los países desarrollados.

Durante los últimos años (y para hablar de lo que la Argentina es hoy, no de ciencia ficción, del piso sobre el cual puede partir), la Argentina ha logrado ocupar en materia de abastecimiento de productos de origen agropecuario lugares de enorme relevancia en el mundo. La Argentina ha llegado a ser el tercer productor mundial de porotos de soja, el cuarto de girasol, el quinto de maíz, el sexto de sorgo. Pero además ha llegado a ser el primer exportador mundial de aceite de soja, de harina de soja, de aceite de girasol, de aceite de maní. El segundo exportador mundial de girasol y harina de girasol, y de porotos de soja. También de maíz. El quinto de trigo. Esto últimamente puede haber ido cambiando en algunos rubros en los cuales, por políticas equivocadas (el caso del trigo, el caso de los lácteos, el caso de la carne), la Argentina ha perdido posiciones. Pero lo que me interesa decir es que esto ha ocurrido y ha ocurrido recientemente, no estamos hablando de 1910. Estamos hablando de algo que existe o a lo cual uno puede volver rápidamente.

De modo que lo que vimos al principio, un mundo que demanda cada vez más y más concentradamente en un lugar, es algo a lo cual Argentina puede satisfacer de manera significativa. Y este sector de los agroalimentos es también donde la Argentina tiene mayor capacidad de abastecer su demanda doméstica. Hay una contradicción aparente, equivocada, en la Argentina, que lleva a que muchos crean –algunos asesores de políticas públicas pero también algunos analistas– que los agroalimentos son buenos para las exportaciones pero que en realidad la Argentina necesita desarrollar la industria, los servicios, solucionar sus problemas con la energía. Y hay una división, un divorcio entre el sector agroexportador y el sector doméstico industrial o de servicios. Y la verdad es que esto es una flagrante mentira.

Vean ustedes las exportaciones y las importaciones de la Argentina, divididas por capítulos de nomenclador arancelario. Allí está también el saldo comercial de cada una de las cadenas. ¿Cuáles generan superávit comercial y cuáles generan déficit? ¿Quién genera dólares para la Argentina en la actualidad? Para no entrar en el detalle por ítem, traté de resumirlo en un gráfico que muestra los saldos comerciales externos del año pasado de los cuatro grandes sectores de la economía argentina. Y allí se ve que la agroindustria en 2013 generó un superávit comercial de 43.000 millones para Argentina, un saldo neto favorable de 43.000 millones de dólares. La Argentina en 2013 tuvo serios problemas cambiarios, como ustedes saben. Tuvimos corridas y una sustancial pérdida de reservas. ¿Por qué ocurre eso? Porque los demás sectores de la economía argentina se llevan los dólares que el sector agroalimentario trae. Tan el sector de minerales como la industria

convencional y los servicios generaron un déficit comercial intrasector de aproximadamente 34.000 millones de dólares. Por eso el superávit comercial de Argentina fue de 9.000 millones, porque los 43.000 que trajo el sector agropecuario después se “netean” con los 34.000 millones de déficit de los demás. Por eso perdimos reservas, porque, si a estos 34.000 sumamos los flujos de divisas que se enviaron afuera por remesas de utilidades o por ahorro o por pago de servicios de deuda para los que pudieron hacerlo y escapar a las restricciones gubernamentales, entendemos que nos llevaron a un escenario de tensión cambiaria.

Claramente, además de la relevancia que el sector agroalimentario tiene para la Argentina en términos productivos y porque nos da de comer, y además de la importancia internacional que tiene por ser el sector más transable (60% de las exportaciones), es el sector que genera dólares para la Argentina y que puede calmar esas tensiones que sufrimos en 2013. Por lo cual, estratégicamente, lo que debería hacer nuestro país es poner más énfasis en la atención de las mínimas necesidades que este sector tiene para desarrollarse y producir todavía mucho más que lo que produce.

De modo que –y para entrar en la última parte de mi presentación– si el mundo demanda cada vez más alimentos, pero no solo cuantitativa sino cualitativamente cada vez más sofisticados; si hay una concentración en Asia de ese crecimiento en la demanda alimenticia por las mutaciones culturales, sociológicas y económicas que ocurren en esa región del mundo; si la Argentina es hoy un espacio desde el cual la producción agroalimentaria es enormemente relevante, no solamente desde el punto de vista productivo sino por sus externalidades y además todo el mundo conoce eso; entonces ¿qué es lo que tendríamos que hacer para exportar mucho más, para recibir más inversiones en esta cadena para abastecer esas oportunidades que el mundo nos genera? Y yo he listado acá rápidamente diez desafíos que entiendo que nuestro país debería superar para aprovechar lo que se nos plantea como oportunidad. Claramente creo que es muy aprovechable para nosotros, claramente veo que hay un destino de enorme potencial para nuestro país. Pero el destino hay que enfrentarlo. Siempre recuerdo a Chesterton, que decía que no existe un destino inevitable actuemos como actuemos, pero sí existe un destino inevitable a menos que actuemos. Y allí hay en el mundo una oportunidad y nosotros estamos resolviendo si vamos a aprovechar esa oportunidad o no. Y para eso creo que hay diez desafíos que Argentina debe superar para aprovechar esa oportunidad que, desde Asia y en particular desde el sudeste asiático, en materia de agroalimentos se nos presenta como gran chance para convertirnos en actores mundiales desde el punto de vista económico, mucho más relevantes que lo que somos hoy.

Si sumamos a lo que yo he dicho un montón de otras cosas que no mencioné para no hacer esta intervención mucho más larga (como la mejora en los términos del intercambio, es decir, que los productos de origen agropecuario que nosotros exportamos valgan cada vez más mientras los productos tecnológicos valen cada vez menos o muchos otros procesos que estamos viviendo), esto que estoy mencionando es todavía mucho más favorable para nuestro país. Pero tenemos que ponernos a trabajar.

Diez desafíos en el listado. Primer desafío. Nosotros tenemos que enfocar nuestra oferta exportable hacia los países asiáticos. Todavía tenemos un mapa de destino de nuestras exportaciones propio del siglo XX. No nos hemos enterado de que apareció el siglo XXI. Los principales destinos para las exportaciones argentinas en 2013 fueron Brasil (17.681 millones de dólares), China (6.234), Estados Unidos (4.390) y Chile (4.006); después, con 2.300 millones o menos, vienen Venezuela, Países Bajos, Alemania, Uruguay, Canadá, España, Colombia, Argelia. Yo les digo una conclusión que extraigo de esto: de los diez principales destinos para las exportaciones argentinas al mundo, solo hay un país asiático: China. Nos estamos perdiendo desarrollar negocios en esos mercados en los cuales más oportunidades hay para los productos que nosotros vendemos. Entonces, el primer desafío: hay que reenfocar nuestra política de promoción internacional mirando países como Tailandia, como Filipinas, como Indonesia, como Malasia, como Taiwán, que claramente son destinos con los cuales podríamos hacer muchos más negocios. Todavía estamos muy dependientes de países muy tradicionales para nuestras exportaciones. Un mapa propio del siglo XX.

Segundo desafío. Necesitamos más empresas que sean grandes exportadoras. La verdad, si uno analiza la cantidad de empresas exportadoras que hay en la Argentina en comparación con el total de empresas, estamos bien. Aproximadamente exportan en la Argentina el 1,5% del total de empresas que hay; en Brasil exporta 0,5%. En la mayoría de los países latinoamericanos, la participación de los exportadores en el total de empresas es menor que en nuestro país. Sin embargo, un problema que tenemos es que hay muy pocas empresas que exporten mucho. O sea, que tengan la escala y la dimensión, las espaldas como para transformarse en actores globales que puedan abastecer oportunidades como las que se presentan en los países asiáticos. Ustedes saben que abastecer países asiáticos implica volumen, escala, competitividad, logística, financiamiento, complejidad para entender culturas diferentes, marcos normativos y regulatorios distintos. Se necesita crecer. De unas 15.000 empresas inscriptas como exportadoras, solo 7.000 exportan efectivamente. El año pasado exportaron alrededor de 6.500. Pero de esas 6.500 que exportan hay solo 100 que exportan más de 90 ó 100 millones de dólares. Para redondear: solo 100 empresas exportan más de 100 millones de dólares. Les digo más: solo 20 empresas exportan más de 1.000 millones de dólares. La Argentina tiene concentradas sus exportaciones en unas pocas y está muy bien que haya unas que exportan mucho, lo que está mal es que no haya más. Por lo cual, segundo desafío: hay que generar políticas que permitan a la Argentina tener más empresas de enorme dimensión, con espaldas suficientes, con volumen de negocios adecuado para abastecer esta demanda que además de creciente es compleja.

Tercer desafío. Lograr más internacionalidad. Somos una economía cerrada. Es difícil ganar mercados complejos si exportamos poco. Si analizamos la participación de las exportaciones en el PBI de la Argentina, estamos en el lote de los países cuyo porcentaje es más bajo. Apenas el 16% del PBI de 2013 se explica por exportaciones. Más de la mitad de los países latinoamericanos tiene una incidencia en las exportaciones mayor en su PBI.

Cuarto desafío. En el mundo hoy no hay solo comercio. Hay negocios internacionales. Y esos negocios internacionales están desarrollados por un encadenamiento de inversión, alianzas internacionales y comercio. Por lo cual, si queremos exportar más y generar negocios en Asia Pacífico —o en Asia en general—, en particular referidos a los alimentos, lo que necesitamos es recibir más inversión. En todo el mundo hay más negocios cuando hay más inversión que empuja a mayor comercio y nosotros somos un país en el cual la inversión extranjera casi ha desaparecido. En 2013, en la Argentina cayeron las inversiones extranjeras un 13%, mientras que en el resto del mundo crecieron en un 11%. Nosotros somos un país que apenas recibió el año pasado 10.000 millones de dólares de inversión extranjera directa, si consideramos la reinversión de utilidades de las empresas extranjeras que estuvieron forzadas a reinvertir. Porque si no, no hubiéramos superado los 3.000 millones. Chile nomás recibe 20.000 millones de inversión extranjera directa. Reciben más inversión extranjera que nosotros Perú, Colombia, además de Brasil o México. No habrá más comercio si no hay más inversión extranjera. Ese es otro desafío que hay que superar.

Quinto desafío. Tenemos que normalizar importaciones. Es muy difícil exportar más si importamos menos. Si vemos las importaciones argentinas de 2013, notamos que el 80% de lo que importamos son bienes que utiliza la industria para producir. El 80% de lo que la Argentina importa son bienes de capital, bienes intermedios o insumos, piezas y partes, energía. Si prohibimos importaciones, no tendremos capacidad de generar oferta exportable. Y, a la vez, si limitamos importaciones, lo que haremos es ofender a muchos mercados que después como retaliación se nos cierran. (Hoy somos un país denunciado ante la OMC por cuarenta países.) Dicho sea de paso: los orígenes de las importaciones argentinas; tenemos una enorme concentración. Digamos: la mitad de nuestras importaciones vienen de apenas cuatro mercados: Brasil, China, Estados Unidos y Alemania, lo cual también habla de que si queremos abrir mercados en Asia, tendremos que abrirlos para la ida y la vuelta, no solamente para vender.

Para ir entrando en el final de la presentación, sexto desafío: generar un ambiente apropiado para los actores económicos internacionales. Nadie piensa en negocios internacionales a corto plazo. El que se plantea como exportador, el que desarrolla una inversión con una alianza entre actores de distintos países, piensa a mediano y largo plazo. Y no hay negocios a mediano y largo plazo (los negocios internacionales son a mediano y largo plazo) si no se concede a los actores económicos estos cuatro factores que yo creo que son claves para que la economía trabaje con inserción internacional: estabilidad en el marco de referencia, simplicidad (la complejidad afecta la proyección y acorta el horizonte de los negocios), baja aleatoriedad y buena capacidad de acceso a recursos. Estos son los cuatro factores centrales del ambiente de negocios. Ustedes escucharon hablar del clima de negocios, el ambiente de los negocios. Bueno, claramente lo que tenemos que lograr es estabilidad, simplicidad o baja complejidad, baja aleatoriedad y mayor disponibilidad de recursos. Nosotros tenemos buenos recursos naturales, no tan buenos recursos humanos. Hay que trabajar más en la formación de las personas que se incorporan a los procesos de producción. Muy mal acceso a recursos importados necesarios para la producción, como mencionaba antes.

Séptimo desafío: implementar políticas exteriores adecuadas. Hay que reformular toda nuestra política de relaciones económicas internacionales. Primero hay que eliminar todos los conflictos que tenemos abiertos que nos hacen difícil ingresar en mercados que se nos cierran. Pero también empezar a generar alianzas bilaterales país-país con mercados –sobre todo en el sudeste asiático– donde hay oportunidades para nuestros negocios. También utilizar mejor el Mercosur como puente de relacionamiento. Que el Mercosur deje de ser una usina de discusiones domésticas por algún déficit puntual entre dos socios y pase a ser un gran escenario de acceso a los mercados asiáticos. Trabajar en la inserción en procesos mundiales de integración. Creo que hay que mirar lo que está ocurriendo en la América andina, la Alianza del Pacífico y su inserción en los mercados asiáticos para sumarnos a ese proceso y aprovechar esa fuerza que sale desde América Latina hacia el continente asiático con mejores instrumentos, mejores políticas y negociaciones internacionales.

Y creo que hay que completar la política exterior tradicional de acuerdos entre países con un nuevo medio que se está utilizando: los acuerdos entre países y grandes firmas internacionales que tienen ya una relevancia económica mayor que muchos países. Siempre pongo como ejemplo el principal vendedor de alimentos al público en el mundo, que es Walmart. En realidad Walmart es el principal vendedor de bienes de consumo al público en el mundo. Walmart vende 450.000 millones de dólares en el mundo, es decir, lo mismo que el PBI argentino. Si nosotros pudiéramos lograr la inserción al global resources de Walmart con muchos de nuestros productos, tendríamos un beneficio con esos contratos para muchas cadenas productivas equivalente a la alianza con otro país con un PBI equivalente al de Argentina. La política económica exterior ya no es país-país sino también Estado-firmas internacionales, una manera de poner en práctica la diplomacia corporativa. Y finalmente, debemos generar procesos de inserción internacional, abandonar la mera promoción. Viaje de negocios, un avión con muchos empresarios, pongo un stand, muestro, vuelvo y no sé qué pasó. La promoción... dice el diccionario que promover es poner delante de alguien algo. Debe ser sucedida por la inserción. El conocimiento, la gestación de alianzas, el establecimiento de vínculos permanentes, la generación de acuerdos constantes, sistemáticos, repetitivos entre empresas argentinas y empresas de esos países asiáticos en los cuales tenemos oportunidades. Trabajar en el mediano y largo plazo.

Finalmente los últimos tres desafíos que creo que la Argentina tiene que enfrentar para aprovechar esas oportunidades en Asia. Contar con más multinacionales. Tener más empresas que sean no solamente grandes exportadoras sino también grandes inversoras afuera. Uno no entra en mercados en los cuales no invierte. Nosotros somos un país que no ha desarrollado empresas multinacionales. Si analizamos las multinacionales de origen latinoamericano, las multilaterales, vemos que Brasil tiene 25; México tiene 13; Chile tiene 12. La Argentina figura con 4. Entre las principales multinacionales latinoamericanas, nosotros tenemos un lugar poco relevante y será difícil abastecer mercados como los asiáticos si además del comercio no pensamos en invertir allí para desarrollar luego procesos de inserción y no de mera promoción del comercio en esos países.

Dos últimos desafíos que quiero compartir con ustedes. Primero, poner en marcha programas de desarrollo de atributos competitivos. Creo que nuestro país debería tener políticas de alianzas entre universidades y empresas, una agencia que desarrolle atributos competitivos, acciones que –en vez de dispersión de esfuerzos repartiendo plata para viajar más barato– lleven a nuestro país a trabajar con todas las cadenas y sus empresas. En particular las Pymes, de modo que ellas puedan desarrollar atributos competitivos, valores, virtudes que les permitan sostenerse en los mercados complejos que tenemos en el mundo hoy, como los lejanos mercados orientales asiáticos. Yo he puesto acá un decálogo de atributos competitivos; entre ellos, innovación, conocimiento incorporado a los procesos de producción, mejores estrategias de marketing, arquitecturas de vínculos estables y sistemáticas con clientes, desarrollo de estrategias acertadas. Hay que trabajar con las empresas para que compitan por atributos y por valores, y no solamente porque sea más barato viajar o porque se les genere un listado de contactos de importadores potenciales.

Si hacemos todo esto, luego podemos llegar al último desafío que se nos plantea y, si lo sobrellevamos, podremos ser un gran actor internacional: es multiplicar nuestros negocios internacionales en términos generales. Tengo una previsión hacia el año 2025 que marca que la Argentina tranquilamente podría duplicar sus exportaciones de bienes. Más que duplicar sus exportaciones de servicios. Tiene que incrementar sostenidamente sus importaciones, porque no hay ida si no hay vuelta, y también una mejora en los flujos de inversión emisiva y receptiva.

De modo que, concluyendo, lo que trato de plantear es: hay una enorme oportunidad en todo el mundo por el incremento poblacional que genera modificaciones cualitativas que arrastran a una mayor demanda de alimentos, y que no es solo más cantidad sino que requiere cambios en los procesos de producción y comercialización. Esta oportunidad tiene en la Argentina un potencial actor para ocupar un lugar de enorme relevancia por sus capacidades, pero solo podrá aprovechar esas capacidades en la medida que cumpla con determinados desafíos que no son tan difíciles de ser cumplidos (muchos de nuestros países vecinos, latinoamericanos, ya los están cumpliendo). Si hacemos todo eso, si logramos ese mecanismo de alianzas con los países asiáticos de manera virtuosa, lograremos además que se modifique sustancialmente la calidad de vida de todos los argentinos. En definitiva, llevaríamos a Asia lo mejor que la Argentina puede ofrecer que es el trabajo de los argentinos.

---

*Muchas gracias.*

---



# CAP·03

---

**Día:** 09

---

**Mes:** Abril

---

**Año:** 2014

---

**Simposio “Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo”**

---

**Buenos Aires, Argentina.**

---



## Panel India

Día: 09

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

● China

● India

● Japón

● Corea del Sur

● Vietnam

● Tailandia

● Argentina



**A.**  
**Fernando Vilella**  
 Coordinador

**B.**  
**Rengaraj Viswanathan**  
 Ex Embajador en Argentina

**C.**  
**Alberto Porcel**  
 Director de la Acamedia *India Society*

**D.**  
**Horacio Sánchez Caballero**  
 Grupo de Productores del Sur GPS

**E.**  
**Jorge Neme**  
 UCAR Unidad para el Cambio Rural y  
 PROSAP Programa de Servicios Agrícolas  
 Provinciales

**F.**  
**Héctor Huergo**  
 Clarín Rural *Newspaper*

**G.**  
**Jorge Latuf**  
 AACREA

**H.**  
**Carlos Castellani**  
 Apache

**I.**  
**Alfredo Paseyro**  
 Asociación Semilleros Argentinos ASA



Ingeniero agrónomo. Director de este simposio y del Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Es profesor a cargo de la cátedra de Agronegocios. Fue Decano de la Facultad de Agronomía (1998-2006). Entre sus trabajos publicados, aproximadamente diez libros, doce capítulos de libros y sesenta publicaciones internacionales y nacionales con referato. Intervino en 106 comunicaciones científicas en congresos y conferencias y ha sido director de veinte convenios científico-tecnológicos.

**Fernando Vilella**

Buenos días. Continuamos con estas jornadas que creo que están siendo muy provechosas y que están generando material que podremos leer, verlo con cuidado y reflexionar acerca de cuáles son las estrategias más adecuadas para la Argentina, para aprovechar estas oportunidades que estamos escuchando –que son de gran magnitud, que no son circunstanciales, que son estructurales– y que la Argentina le van a permitir (si las aprovecha y hace las cosas bien) generar desarrollo, generar riqueza y de esta manera tener una comunidad más rica y más igualitaria.

Nos dicen que, hasta ayer, había 900 personas de 19 países que nos están siguiendo a través de la web. Los países son Argentina (casi todas las provincias), Uruguay, Colombia, México, Brasil, Perú, Estados Unidos, Bolivia, India, Venezuela, España, Emiratos Árabes, Nicaragua, Cuba, Canadá, Paraguay, Chile, Filipinas, Guatemala. De todos estos países, hay números distintos pero hay interesados en seguir lo que está pasando aquí en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

Hoy vamos a tratar sobre India. India, el segundo país más poblado del mundo, uno de los más dinámicos en muchos aspectos económicos y sociales, y que representa un continente de posibilidades que nos va a estar contando, desde su perspectiva, alguien que conoce mucho Latinoamérica: el ex embajador Rengaraj Viswanathan, al cual le agradecemos la presencia. No va a poder estar con nosotros el embajador actual de India porque está visitando el país el vicedecano de su país, entonces tiene obligaciones fuera de Buenos Aires; pero nos ha enviado al doctor Porcel, que va a hacer la representación de la Embajada. Le agradecemos la presencia.

En el primer bloque, posteriormente, Horacio Sánchez Caballero, representante del Grupo de Países Productores del Sur. Este grupo está compuesto por productores de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que están trabajando en visiones comunes; él nos va a contar de qué se trata y cómo está encarando estas cuestiones este conjunto tan destacado de productores. Y finalmente durante la mañana tendremos a Héctor Huergo –el director de Clarín Rural, una persona con mucha experiencia, con mucha trayectoria en esta temática– también transmitiéndonos cuál es su visión acerca de lo que está ocurriendo en Asia y la dinámica de los acontecimientos en este lugar.

Posteriormente, después del break, Jorge Latuf de AACREA. AACREA es una organización de productores originada en los 60, cuyos grupos de 10 o 15 productores de una determinada región tienen un asesor y se reúnen mensualmente para discutir sus problemáticas y crecer juntos, aprendiendo mutuamente. Posteriormente, Carlos Castellani de Apache, una empresa de maquinarias, que tiene experiencias y relaciones con India a partir de materiales de India que están presentes en el mercado argentino y viceversa. Vamos a ver cómo está esa experiencia. Posteriormente, Alfredo Paseyro, de la Asociación Semilleros Argentinos, con un tema central (las semillas), va a transmitir su mensaje. Y finalmente Jorge Neme, que es el coordinador ejecutivo del PROSAP, de la UCAR (Unidad para el Cambio Rural de Argentina), una de las instituciones y uno de los funcionarios con más permanencia. Hace más de diez años que está trabajando en estos temas y, desde mi punto de vista, es uno de los mejores funcionarios de la Argentina.

Finalmente, cerraremos esta sección de India con Roberto Bisang que es un economista que trabaja los temas agrarios. Trabajó en distintas organizaciones internacionales y hoy dirige un grupo en la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA y en la Universidad de Tres de Febrero.

Y como hay un vuelo que lo está esperando al ex embajador, le pedimos que por favor se acerque para darnos su mensaje.

B

Fue embajador de la India en Argentina (2007-2012), embajador en Venezuela (2000-2003), cónsul general en el estado de San Pablo (1996-2000). Fue también director general para Latinoamérica y el Caribe en el Ministerio de Relaciones Exteriores de la India (2004-2007). Escribe artículos

### Rengaraj Viswanathan

Buenos días, es un gran placer estar aquí en Buenos Aires, donde el tango nació, “la tierra mía querida” como cantó Carlos Gardel. Agradezco al amigo Fernando, por su amable invitación. Para mí regresar a Buenos Aires, respirar un poco del aire de Buenos Aires, escuchar su risa loca, sentir junto a mi boca y emborrachar mi corazón. También beber Malbec y comer bife de chorizo. La vaca indiana es sagrada, pero vaca argentina no. Malbec y bife de chorizo me hacen recordar enero de 2012 cuando yo sufrí un infarto aquí en Buenos Aires. Mis amigos indianos culparon, dijeron esto fue porque yo comí demasiado bife de chorizo; pero mis amigos argentinos dijeron esto fue porque yo no bebí

para medios de comunicación, da conferencias y ha publicado diversos libros sobre la situación de América Latina.

suficiente Malbec. ¿Qué dijo mi esposa? Ella no dijo nada. Se quedó callada, sorprendida, al descubrir que yo tenía un corazón, después de treinta años de casamiento. ¿Qué le dije yo a mi esposa? Yo dije a mi esposa, como Perón a Evita: “Amor, la única verdad es la realidad”.

Quisiera elogiar a los organizadores de esta conferencia por este tema Argentina-Asia 2030. Qué bueno: mis amigos argentinos están pensando en largo plazo. Antes, algunos de mis amigos estaban cantando así: “Déjeme disfrutar ahora. Mañana puede ser tarde. Dame ahora tu amor. Entrégame ahora tu querer”. Qué bueno, entonces, pensando en largo plazo. Nosotros en la India también pensamos en el largo plazo, pero no solamente hasta 2030, pensamos hasta en siete reencarnaciones. Tal vez los indianos piensan mucho, demasiado. Actúan poco. Y deciden poco. Hay un chiste. ¿Cómo hacer a un indiano reír el viernes? Cuenta un chiste el lunes. Él necesita cinco días para pensar, reflexionar, analizar y decidir reír.

Argentina e India tienen complementariedad en el largo plazo. Es una complementariedad alimentaria. Argentina alimenta a los indianos con aceite de soja, girasol, lentejas, y otros alimentos. Y la India alimenta el alma de amigos argentinos con yoga, meditación, filosofía, El Arte de Vivir, fe de *Sai Baba*, *Hare Krishna*. Esta es complementariedad entre República de Soja y República de Yoga. Esta complementariedad es fundamental. Pero la India alimenta no solamente con sabiduría vieja, milenaria. También la India alimenta a los argentinos con conocimiento contemporáneo. Aquí en Argentina tenemos seis empresas informáticas de la India que están empleando 6.000 argentinos en software, informática. Eso no es solamente un empleo o sueldo, es capacitación, es preparación de jóvenes para el nuevo mundo, nueva sociedad de conocimiento.

En la India hemos visto cómo estos jóvenes con informática han cambiado el paradigma del mercado y la mentalidad. Voy a contarles una historia. En los 90, hubo una reunión del presidente de Brasil, el presidente de Rusia y el Primer Ministro de la India con el Dios. Todos estaban juntos con Dios para pedir su ayuda para el desarrollo de sus países. Primero fue el presidente de Brasil, él dijo a Dios: “Señor, cambiamos en Brasil una dictadura por la democracia. Yo quiero ver desarrollar mi país, Brasil, como un país del Primer Mundo durante mi mandato”. Dios respondió “Sí, señor, yo entiendo, pero esto no es posible durante su mandato. Esto va a requerir veinte, treinta años”. Y el presidente Fernando Henrique Cardoso se puso a llorar. Después fue el presidente de Rusia. Él dijo: “Señor Dios, nosotros hicimos un cambio histórico, del comunismo a la democracia. Yo quiero ver a mi Madre Rusia igual a Estados Unidos durante mi mandato”. Dios dijo: “Esto no es posible durante su mandato. Esto va a necesitar para cambiar una generación”. Y el presidente de Rusia empezó a llorar. Después fue el turno de nuestro Primer Ministro Narasimha Rao... pero antes de que abriera la boca, fue Dios el que empezó a llorar. Y después Dios dijo a nuestro Primer Ministro: “Yo sé lo que va a pedir, pero esto no es posible durante mi mandato”.

Esto es en los 90. Ahora, después de la revolución informática, un joven de

*Tata Consultancy Services (TCS)*, una empresa informática de la India, manda por *WhatsApp* un mensaje a Dios: “Dios, yo quería encontrarme con vos”. Dios concedió entrevista y dijo: “Joven, ya guié a su Primer Ministro, ¿cómo puedo ayudarte a vos?”. Este joven dijo a Dios: “Señor Dios, yo no estoy aquí para pedir su ayuda. Estoy aquí para ofrecer mi ayuda a usted. ¿Por qué no terceriza su mandato? Mi empresa puede manejar su mandato con un tercio del costo y más eficiente”.

Este es el nuevo paradigma, es esta nueva generación, es esta nueva revolución informática de la India.

[Deja de hablar en español y comienza a hacerlo en inglés.]

Déjenme hablar de complementariedad en números. En 2013, el intercambio comercial entre la India y Argentina fue de 1.800 millones de dólares. India exportó 695 millones de dólares. (La cifra en 2012 había sido de 573 millones.) Fue la cifra más alta en exportaciones de India a la Argentina. Argentina exportó 1.100 millones de dólares a India, pero las exportaciones de Argentina estuvieron en el rango de 1.000 o 2.000 millones en los últimos tres años. La principal exportación de la Argentina hacia India fue aceite de soja, con casi 1.000 millones de dólares. Después, 100 millones de dólares de aceite de girasol y 48 mil toneladas de lentejas, legumbres. Pero la principal exportación de la Argentina son los aceites vegetales, aceites comestibles. Y yo quisiera garantizarles a mis amigos presentes aquí que hay un enorme potencial para que la Argentina siga aumentando sus exportaciones de aceites vegetales y legumbres a la India en el largo plazo, no sólo hasta 2030 sino hasta que pasen las siete reencarnaciones.

En 1992, India importó un millón de toneladas de aceite vegetal, sólo un millón de toneladas en el 92. Diez años después, en 2002, India importó 4 millones de toneladas. En 2012, India importó 10 millones de toneladas. Uno, cuatro, diez millones toneladas en veinte años. Este año 2014, India importará 11 millones de toneladas. Cuando llegemos a la fecha que estableció Fernando, 2030, India importará no menos de 20 millones de toneladas. Garantizado.

Sin embargo, de las diez millones de toneladas que importamos en 2012, 8 millones eran aceite de palma de Indonesia y Malasia; un millón de toneladas de aceite de soja de origen básicamente argentino; y un millón de toneladas de aceite de girasol de Ucrania.

¿Y por qué importamos tanta aceite de palma? Porque es más barato que el aceite de soja y de girasol. Los consumidores individuales prefieren el aceite de soja y el de girasol, por razones que tienen que ver con la salud. Pero el aceite de palma lo estamos importando para las personas de menores recursos y también para ser utilizado en restaurantes y la industria de procesamiento de alimentos. Pero cuando si sube el precio del aceite de palma y baja el aceite de soja y de girasol, cambiará la proporción de importaciones. En este momento de 2014, el aceite de soja cuesta un poco menos que el aceite de palma, así que importaremos más aceite de soja.

Entonces, como decía: de aceite de soja, Argentina es nuestro principal proveedor. Importamos algunos millones de dólares de aceite de soja de Estados Unidos y de Brasil, pero Argentina será el principal proveedor para India en los próximos años.

Pero lo que me sorprendió fue lo el aceite de girasol; vi en una presentación el otro día que Argentina es el principal exportador de aceite de girasol del mundo. Sin embargo, en los últimos años Ucrania entró en la escena, llegó al mercado de la India y es el principal exportador de aceite de girasol a la India. Esto es algo interesante. Los argentinos deben tenerlo en cuenta para ver cómo pueden competir con Ucrania y aumentar sus exportaciones.

En cuanto a los aceites de palma, de girasol y de soja, hay algo nuevo para India, que empezó a surgir en los últimos treinta años. Antes, sólo el 4% de los consumidores de la India utilizaban aceite de palma, de soja y de girasol; actualmente, más del 60% de la población consume estos tres aceites. Es un cambio enorme y muy rápido.

En India la población es muy tradicionalista. Cada región, cada estado tiene su propio aceite. En mi estado, yo vengo de Tamil Nadu, utilizamos aceite de maní para cocinar. En el estado aledaño, Kerala, utilizan aceite de coco. En Bengala utilizan aceite de mostaza. Cada región utiliza el aceite de los cultivos que se cosechan en esa región, pero en los últimos años, India se globalizó, empezó a adoptar un gusto y una preferencia por cosas que no existen en el país. Eso es interesante. Entonces digamos que India es tradicional, histórica y milenaria, pero también la gente de la India cambia sus gustos y preferencias rápidamente. Y esto es importante para que ustedes lo sepan.

Les voy a hablar un poco sobre el consumo. En 1992, el consumo de aceites vegetales en India era de 6 millones de toneladas. En 2002, ascendió a 10 millones de toneladas. En 2012 el consumo total fue de 17 millones de toneladas. En el año 2030 será superior a 30 millones de toneladas. El consumo crecerá en forma continua. ¿Por qué? Por razones obvias: el crecimiento poblacional, la reducción de la pobreza, el crecimiento económico.

Nosotros tenemos una población, pequeña, de 1.200 millones de personas. 1.200 millones de personas. Tenemos una tasa de crecimiento poblacional muy baja, solamente el 1,4%, lo cual es razonable. Pero 1,4% de 1.200 millones significa una población adicional de casi 17 millones de personas por año. Por lo tanto, cada tres años creamos una nueva Argentina. En el 89, había un chiste, cuando Argentina tenía una inflación como del 3.000%; se decía que lo que nunca se podía predecir con seguridad era la inflación argentina y la población india, porque cuando uno termina de decir el número, ya cambió. Entonces, estas más de 16 millones de personas adicionales por año en India significan agregar 1,3 millones por mes, 40 mil por día. Cuando haya terminado mi presentación, tendremos 1.400 indios más. Y esto sigue creciendo. Y cuando llegemos al año 2030, la población de la India será de 1.450 millones; tendremos entonces 250 millones de personas más en el año 2030. Y en el año



2015 se dice que superaremos a China; y no estamos contentos al respecto, nos gustaría competir y superarlos en otros campos. Pero India va a superar a China como país más poblado del mundo. Pueden hacer los cálculos para saber cuánto consumo habrá.

La reducción de la pobreza con el aumento del crecimiento económico es cada vez mayor. Millones y millones de personas se unen a la clase media. Quieren mejores alimentos, mejores cosas en la vida. El consumo per cápita de aceites vegetales en India es de 14 kilos; pero el promedio mundial es 21 kilos. En China, dicen que el promedio es 22 kilos. De acuerdo con nuestros cálculos, el consumo promedio per cápita aumentará de 14 kilos a 20 kilos en el año 2020. Pueden hacer los cálculos. 20 kilos para 1.200, 1.450 millones, 1.500 millones de personas... La cifra continúa aumentando. Y va a seguir aumentando. Y va a incidir mucho en las exportaciones de aceite comestible de la Argentina a India.

Hablemos acerca de la producción local. En 1992, India producía 5 millones de toneladas de aceite vegetal. Diez años más tarde, en el año 2002, India producía 6 millones de toneladas, un millón más, nada más, después de diez años. En el año 2012 India aumentó un millón más, llegamos a 7 millones de toneladas. Verán la progresión del consumo: 6, 10, 17; y de la producción nacional: 5, 6, 7. ¿Cuánto vamos a producir en el año 2030? Quizás 10 millones de toneladas. Por lo tanto hay una brecha enorme entre la producción nacional y el consumo, de modo que las importaciones continuarán aumentando.

¿Por qué no aumenta más la producción nacional? Tenemos cuestiones relacionadas con el corto plazo y con el largo plazo. Respecto del corto plazo, una de las razones es el foco excesivo en la producción cerealera y se deja de lado al sector de oleaginosas. Se sorprenderían con la producción cerealera. India produce grandes cantidades de cereales: maíz, trigo, arroz. En los últimos años, India exportó 40 millones de toneladas al resto del mundo, principalmente arroz. Pero la producción de oleaginosas es menor porque no hay foco; se utilizan las tierras para arroz y trigo, hay más subsidios para estos cultivos, los productores reciben más ingresos por estos cultivos, por lo tanto producen más.

En India tenemos 27 millones de hectáreas de cultivo de dedicadas a la producción de semillas oleaginosas. ¿Cuánto producimos con estas 27 millones de hectáreas? Producimos solamente 30 millones de toneladas. En Argentina, ustedes, con 30 millones de hectáreas, obtienen 100 millones de toneladas de semillas. Entonces, nuestra productividad es menor.

Tenemos también problemas de largo plazo para aumentar la producción. ¿Cuáles son? En primer lugar, la tierra. A medida que crece la población –1,3 millones por mes–, la superficie agrícola se reduce por la urbanización (se utilizan las tierras para fines industriales, comerciales, residenciales). En las últimas dos décadas, India perdió dos millones de hectáreas de superficie cultivable, que se empezaron a utilizar con otros fines. En India, el 70% de la población vive en zonas rurales y solamente el 30% en zonas urbanas; es lo contrario de lo que ocurre en Argentina y en el resto del mundo en general, a excepción de

China. Pero actualmente hay una tendencia global irreversible que modifica cada vez más esta ecuación y nos acercamos más a la urbanización; y cuando ocurra esto, en el año 2030, perderemos fácilmente otras 5 millones de hectáreas. Entonces, a medida que aumenta la población y aumenta el consumo, la superficie cultivable disminuye en forma irreversible.

Y tenemos el problema del agua. Ustedes tienen suerte porque cuentan con fuentes de agua abundantes; pero en India dependemos de los monzones y utilizamos el agua subterránea para el riego; pero las napas freáticas continúan disminuyendo. En el equivalente de la pampa en India, la napa freática disminuye 30 centímetros por año. Por lo tanto, nos enfrentamos con una enorme crisis de falta de agua.

Y el otro problema es la imposibilidad de aumentar la productividad debido a que tenemos establecimientos muy pequeños. En Argentina, ustedes tienen la bendición de contar con mucho espacio y con productores que tienen miles de hectáreas. En India, el productor promedio tiene una hectárea.

Yo vengo de un pueblo. Mi hermano, que se dedica a la agricultura, es la tercera persona más rica de mi pueblo, donde viven 1.000 personas. ¿Cuál es la superficie que él tiene? 4 hectáreas. La persona más rica de mi pueblo tiene 7 hectáreas; la que le sigue tiene 6 y mi hermano tiene 4. Su capacidad de innovación e inversión es limitada; por lo tanto él cultiva con el dinero que tiene, con el dinero que le prestan los bancos, con el dinero del Gobierno. No puede pensar en largo plazo; él piensa cuánto dinero puede ganar con este cultivo, cuál es el mejor precio. Por lo tanto, no hay una visión de innovación e inversión a largo plazo. Esta es una restricción muy importante en cuanto al aumento de la producción. Entonces, esta es la situación con respecto a los aceites vegetales comestibles.

Ahora quisiera hablar acerca de las legumbres. Como dije, Argentina exporta 48 mil toneladas de lentejas. Esto podría aumentar en el largo plazo. El año pasado, India importó 3,7 millones de toneladas de legumbres; somos el principal importador de legumbres del mundo. En el caso de las oleaginosas, India representa el 14% del comercio mundial, pero en el caso de las legumbres llegamos al 50%. Nosotros importamos de Canadá, Australia y Myanmar. De Canadá importamos casi un millón de toneladas; y casi 700 mil toneladas de Australia y el resto de Myanmar. Esta es una muy buena oportunidad para mis amigos argentinos, para diversificar y reducir su dependencia a la soja. Es una muy buena oportunidad en el largo plazo. Y, una vez más, si analizamos las importaciones, verán que sube mucho, como así también el consumo; pero la producción es peor que en el caso de las oleaginosas. La producción permanece estancada entre 12 y 15 millones de toneladas. Permanece estancada, no aumenta. Se la ignora aun más que a las oleaginosas.

En India hay muchos vegetarianos: el 40 o 50% de la población. Para ellos, las legumbres son la fuente principal de proteínas. Y a medida que más personas salen de la pobreza, necesitarán más legumbres. Una vez más: esta es una

oportunidad rentable en el largo plazo que ustedes deben aprovechar.

Además de estos productos tan importantes, también hay espacio para que la Argentina exporte alimentos procesados. Yo tenía un amigo en Argentina que exportaba pochoclo a la India, para vender en los cines. Hay gente de San Luis que exporta aceite de oliva. Ustedes pueden exportar mucha proteína procesada, proteína de soja, que es una fuente rica de proteínas para los vegetarianos. Y por supuesto, también pueden exportarle vino a la India. El mercado del vino en la India crece a un 20%; es un mercado pequeño. Nuestras importaciones el año pasado fueron de sólo 5 millones de litros. No es nada. Pero lo interesante es que Chile exportó 80 mil litros y Argentina solamente exportó 15 mil litros. Por lo tanto ustedes pueden crecer. El consumo también está creciendo, pero por supuesto el mercado vitivinícola de la India es complicado. Cuando vine a la Argentina por primera vez, mis amigos, como Albert, me dijeron: “Tengan cuidado con Argentina, es complicada”. Y yo le dije: “Che, amigo, la India es más complicada aún, complicadísima”.

Les voy a dar un ejemplo del mercado del alcohol en la India, no solamente del vino. En la India, el precio de las bebidas alcohólicas está regulado por los estados. Hay tantos impuestos, tantas reglamentaciones; es muy complicado. Si uno quiere tomar vino argentino en mi estado, con una población de 70 millones de personas, no puede hacerlo; porque toda la red de venta de bebidas alcohólicas en mi distrito se nacionalizó. El gobierno está a cargo de todo eso y solamente acepta aquellas bebidas que se venden más y a mejor precio. En el estado donde nació Mahatma Gandhi se había introducido una prohibición permanente, entonces el alcohol no está permitido en Guyarat, un estado con una población de 60 millones de personas, pero el consumo de alcohol en Guyarat es mucho más alto que en todos los demás estados. Si algo está prohibido, se vuelve más interesante. Mi amigo, el embajador de la Argentina, me dijo que una vez había invitado a una persona para cenar en su casa y le ofreció: “¿Quiere tomar jugo de fruta?”, porque como había una prohibición en Guyarat tuvo mucho cuidado y le ofreció al invitado tomar jugo de fruta. Y el invitado dijo: “No, no, no” (como explicó el señor Grobocopatel el otro día, nosotros no decimos “no” una vez, sino tres veces “no”, y meneamos la cabeza). El embajador siguió insistiendo (eso es lo que pasa en la cultura india). Después el embajador de la Argentina le dijo al señor de Guyarat: “Señor, ¿quisiera tomar cerveza?”, “No, no, no”. Y después de un tiempo, de un ratito, le preguntó: “Señor, ¿quisiera tomar un poco de vino?”, “No, no, no”. Y finalmente, el embajador de la Argentina juntó coraje y le preguntó: “Señor, ¿quiere tomar whisky con soda?”, “No, soda no, soda no”. Así de complicado y de complejo es el mercado de la India.

Además de éstas oportunidades de exportar a India, también existe el potencial de que la Argentina coopere con capitales de la India en África. En África hay países como Etiopía, Angola, Mozambique, Kenia, donde hay un enorme potencial, una enorme cantidad de tierras vírgenes pero no tienen la expertise ni la tecnología ni la cultura agrícola. En India nosotros tenemos relaciones históricas con África y desde la India hemos estado exportando hacia allí y

conocemos bien el mercado de África. En los últimos años, algunas empresas de la India fueron a ciertos países como Etiopía, adquirieron tierras, el Gobierno les alquiló tierras a un precio de un dólar por hectárea con un contrato de 99 años. Algunas empresas alquilaban 100 mil hectáreas, otras 50 mil. Pero el problema era que las empresas de la India no tienen los conocimientos ni el know how de la agricultura comercial en gran escala; no lo tenemos, porque sólo tenemos establecimientos muy pequeños en la India. Allí es donde las empresas agrícolas argentinas podrían incorporarse, podrían colaborar con el capital indio y los empresarios indios, y producir juntos en África para África. África importa el 50% de sus alimentos y pagan precios mucho más altos que el resto del mundo. Así que no se los estaría explotando para llevarse la comida a otro país, sino que para alimentar a la gente de África y bajar el precio de los alimentos en África. Esta es otra oportunidad entonces.

Ahora, en el largo plazo tenemos esta complementariedad entre Argentina (la República de la Soja) y la India (la República del Yoga). Lo que nosotros no tenemos lo tienen ustedes. Y en India estamos perdiendo tierras, tenemos un problema de tierras; ustedes pueden agregar 10 millones de hectáreas de las tierras agrícolas. Nosotros en la India tenemos problemas de agua, aquí hay una enorme cantidad de agua; y ustedes han invertido mucho en tecnología agrícola, en innovación agrícola, siembra directa, silobolsas. Nosotros no las tenemos en India. Así que ustedes tienen ventajas de este lado y la India está en desventaja, por lo que podrían aprovechar y apalancar para el largo plazo.

Quisiera hacer ahora una sugerencia a mis amigos de la Argentina. En primer lugar, quisiera felicitar a Fernando por hacer participar a la India en este seminario para hablar de estos temas de largo plazo. Pero quizá lo que ustedes necesitan es tener una oficina agrícola de la Argentina en India para ver qué pasa con el consumo de alimentos, con los desarrollos agrícolas, con la demanda, con las importaciones. ¿Saben qué? Los estadounidenses habían creado una oficina en la India para promover el uso de la soja. Tuvieron mucho éxito. Los italianos y los españoles también tienen oficinas en India para promover el uso del aceite de oliva, y tuvieron mucho éxito. Entonces Argentina debería tener una oficina agrícola en la India para hacer el *marketing*, para estudiar el mercado y también actividades de *lobby*, cabildeo.

Por ejemplo, ustedes se quejan del Gobierno pero el nuestro en la India también es muy complejo; sube y baja los aranceles según, bueno, qué empresa o qué industria hace qué cosa. Y los impuestos para los aceites de palma, de soja y de girasol suben y bajan también. Los aranceles cambian por diversos motivos, no por motivos del mercado sino por otras razones. Por eso ustedes necesitan una oficina en India, no solamente para monitorear y promover, sino también para trabajar con los decisores, con los políticos.

En enero de este año me invitaron a una facultad de ingeniería cerca de mi pueblo, en Tamil Nadu, para dar una presentación. Yo fui a esta facultad de ingeniería, en una zona agrícola... Esa tierra agrícola había sido transformada en una universidad. Así que se los dije a los alumnos, les dije: “Muchachos,



Director de la India Argentina  
Friendship Society, en  
representación del embajador  
Amarendra Khatua, como voz de la  
Embajada de India.

estoy muy contento de que esta zona rural haya una facultad para estudiar, pero también soy consciente de que perdimos tierra agrícola”. Les mencioné las estadísticas, les dije que en 1992 habíamos importado un millón de toneladas; en 2002, 4 millones de toneladas; en 2012, 10 millones de toneladas. Es decir, un total de unos 10 mil millones de dólares, y que esto seguía subiendo y subiendo. Y uno de estos jóvenes, que estudiaba informática, se levantó y me dijo: “Señor, estoy de acuerdo con usted, estamos pagando cada vez más para importar aceites comestibles, porque estamos perdiendo tierra cultivable, transformándolas en facultades de ingeniería”; además me dijo: “No se preocupe, nosotros nos vamos a ocupar, mi generación se va a ocupar”. ¿Cómo? Y él me contestó: “En el 92, las exportaciones indias de software representaban solamente 2,5 millones de dólares. En 2002, esta cifra había subido 6.000 millones de dólares. En 2012, la cifra ascendió a 70.000 millones de dólares. En el año 2030, esta cifra superará los 200 mil millones de dólares”. Entonces, este joven especialista en informática, me dijo: “No se preocupe, vamos a importar alimentos de Argentina; les vamos a pagar 20 mil millones de dólares pero nosotros vamos a ganar mucho más, vamos a ganar 200 mil millones. No nos importa. Que ellos utilicen su tierra cultivable para producir soja de manera más eficiente; y nosotros vamos a utilizar la tierra de manera eficiente para producir más jóvenes especializados en informática”.

Entonces, la generación más joven piensa de modo diferente y no les preocupa el déficit comercial ni pagar más por las importaciones de aceite comestible. Así que ustedes pueden estar seguros de que la India en los próximos años será un mercado cada vez más grande y más interesante para ustedes.

Y quisiera terminar expresando mi firme creencia de que la India y la Argentina tienen el potencial de convertirse en socios a largo plazo. Pero en India no nos gusta tanto la palabra “socios”. Nos gusta más la palabra “casamiento”. Un casamiento hindú, con siete reencarnaciones.

Y también quisiera repetir mi esperanza de que Argentina vuelva a recuperar su posición de principios del siglo XX, para ser uno de los 10 países más ricos del mundo. Yo sé lo que ustedes necesitan. Lo que ustedes necesitan es pintarse la cara color esperanza.

Después de esta conferencia me voy a la India, me está esperando un vuelo. Pero estoy saliendo con una sonrisa de esperanza. Y un sollozo de pasión, como dice Carlos Gardel; y con la esperanza de que se gane la Copa del Mundo para Argentina; y de más pasión para Argentina y para América Latina.

No voy a decir adiós para mis amigos aquí. Voy a decir, como Gustavo Cerati de Soda Stereo: “Me verás volver, me verás volver”.

*Thank you.*

### Alberto Porcel

Qué difícil que va a ser hablar después de tan buenas palabras del embajador Viswanathan, que más que un embajador es un gurú. En todos estos años que ha estado en la Argentina, ha cosechado amigos, ha cosechado el entendimiento de lo que significa nuestra idiosincrasia y trata de enseñarnos a los argentinos a hacer negocios en el entendimiento de la cultura india.

Creo yo que más que contar todas las estadísticas que pueden existir entre el comercio de la agricultura –el *agrobusiness*, ¿no?– con la India, lo que quisiera explicar algunas cosas, después de mi experiencia. Yo me desempeño desde hace ya muchos años como presidente de la India Argentina *Friendship Society*, que tiene que ver con esto del hermanamiento, de entrelazar las relaciones de los países. Entonces me parece que sería interesante explicar qué se puede hacer para entender cómo negociar con ellos. Trataré de enumerarles algunos puntos que tenemos en común con ellos, con los indios, y las posibilidades que existen si uno los entiende. De ahí es de donde pueden salir los negocios. Son algo así como diez consejos.

Los indios son abiertos, son amistosos. Siguen las convenciones habituales cuando uno tiene que hacer negocios. Lo importante es el inglés. El inglés es una gran ayuda, porque si bien hay una cantidad de idiomas que ellos manejan (son más de treinta idiomas oficiales, según las regiones), el inglés los pone en común a todos ellos. Hay más de trescientos idiomas menores y catorce idiomas importantes. Los dos más importantes en todo el país, en toda la República de la India, son el hindi –que casi todos hablan– y el inglés.

Es muy importante también –así como sucede en China– la presentación de las tarjetas personales. No pueden no llevar tarjetas personales y si es posible en inglés. Y cuando se entrega la tarjeta, es muy común en el Oriente entregarla de esta forma [con ambas manos: sosteniéndola con los índices y los pulgares, estos hacia arriba] y mirando a la cara. Tendrán en todas las reuniones (y es importante recordarlo, son detalles que hacen al entendimiento rápido entre los empresarios de un país y otro) un orden de importancia; si van tres personas, las tarjetas tienen que ser entregadas en ese orden, las van a poner en el escritorio o en la mesa donde se estén reuniendo, de modo que se hace muy fácil, muy fácil identificarse, ya que aparte ellos van a mirar con quién están hablando. Lo mismo pueden hacer ustedes. Como los nombres de los indios son muy difíciles de pronunciar, lo que recomendamos es decir “mister” y el apellido. Porque si no se van a meter en un lío: es muy difícil pronunciarlos, incluso para los que estamos acostumbrados a reunirnos con ellos. Por ejemplo, el primer nombre del embajador Viswanathan, para mí muy difícil, así que le digo Vis o Viswanathan, o Mister, o Mister Ambassador y así es mucho más sencillo y uno va entendiéndolos rápidamente.

Los indios tienen una particularidad y una cosa en común con nosotros: son los latinos de esa parte del mundo. Tienen en común con nosotros la familia, el amor por la familia, la música. En todos los órdenes de la vida, está la música,

igual que entre nosotros. Y la amistad. La amistad es indispensable para ellos. No hacen un negocio si no conocen al que tienen enfrente. No lo hacen. Van a sentir que los invitan a su casa si se sienten bien. En ese caso, ustedes tienen que decir que sí. Si no pueden, excúsenlos diciendo que por motivos de agenda o que tienen que tomarse un avión, pero no rechacen una invitación porque para el indio es muy importante la familia.

Un dato, no menor sino muy importante, es cómo ellos se saludan. Es un saludo famoso en el mundo que tiene que ver con un origen religioso: “Námaste” [juntando ambas palmas a la altura del pecho], es así y cuando es más formal es “Namaskar”.

Estoy diciéndoles todo esto porque después voy a meterme en temas más específicos, pero si ustedes tienen la posibilidad de ir a la India, lo cual recomiendo, van a entender que sin estas actitudes es muy difícil llegarles a los indios.

Al igual que entre nosotros, las conversaciones de negocios empiezan por temas deportivos, temas muy menores, pero es ahí donde están midiendo la capacidad de esa alma que tienen enfrente. Si se sienten cómodos, van a hacer el negocio; si no, van a seguir hablando de esas cuestiones, van a hablar de críquet, de política, de las reformas económicas, les van a ofrecer algo de tomar (es de pésima educación rechazarlo; preferible no tomarlo, pero no se tiene que decir que no).

Como en todo el Oriente, los indios tardan en aceptar las nuevas ideas o propuestas, pero se trata solamente de una precaución. Están entendiendo la idiosincrasia de quien tienen enfrente, del país que tienen enfrente representado por ese hombre de negocios. Es importante entender que no se puede hacer un negocio como en otros países, como Europa, como Estados Unidos, que muchas veces se concreta por mail o por *Skype* o incluso por *WhatsApp*. Acá lo recomendable para hacer un negocio a largo plazo, estamos hablando de pensamientos hasta 2030, es tratar de saber que el negocio se va a hacer cuando el indio entienda el negocio. Por lo tanto, deben tener tiempo. Uno que vaya a la India debe tomarse no menos de una semana, diez días. Las reuniones pueden empezar pero no terminar ese día; pueden ser citados a los dos días, porque se tomaron el tiempo de analizar qué posibilidades de éxito tenga ese negocio.

Negociar precios para los indios es absolutamente normal, está dentro de su idiosincrasia. No se sabe cuál es el límite, así que es importante entender cuáles son las bases de ese negocio. Hay que ir con la flexibilidad de saber que el mercado que ellos manejan es enorme. Es el segundo mercado más importante del mundo. Entonces la oferta final va a ser cuando ellos se levanten y hagan el *shaking hands*, cuando den la mano. Una vez que dan la mano, es un tema cerrado.

Ellos prefieren, al igual que nosotros, cerrar un negocio en una comida. Nunca sugieran una cena, sugieran un almuerzo, o un desayuno. Es mucho más sencillo por el tiempo que puede tardar. Una cena puede terminar siendo muy larga y sin cerrar el negocio, porque ellos tienen el tema de la familia. Es un dato muy particular: por más rico que sea, pobre o rico, o clase media, el indio vive en

familia, con la madre, con el abuelo, con el tío. Por lo tanto es muy parecido a la cuestión latina. Va a ser mucho más sencillo para el hombre de Argentina, o de esta región, hacer negocios con la India entendiendo que ellos son muy parecidos a nosotros, pero en la otra punta del mundo.

Pasados estos datos que les acabo de dar, me pareció que era interesante contarles algunas de las cosas que son importantes para ellos en el negocio de que estamos hablando.

Ustedes sabrán cuáles son los diez ítems más importantes que se importan de la India. Hoy tenemos, como dijo el ex embajador Viswanathan, en primer lugar el aceite de soja, con casi 1.000 millones de dólares (983 fueron en 2013). Después, aceite de girasol, trigo, legumbres (ese es un punto que ahora voy a tocar). Después vino, té, lana, cuero, mineral de hierro, cosméticos, bombas de agua. Bombas de agua es un dato importante, porque como dijo bien el señor Viswanathan, ellos utilizan la forma de riego por canales y por bombas de extracción, porque no tienen el agua como la tenemos nosotros, como gran recurso actual y del futuro.

Hay un punto para tener en cuenta: la superficie entre los dos países es casi la misma. Es apenas un 10% más la India; pero tienen treinta veces más la población. Es decir 1.200 millones de personas (en realidad, más de 1.200 millones de personas), lo cual hace que la tierra cultivable se vaya achicando. Nosotros tenemos la posibilidad de seguir creciendo, solamente usamos algo más de 35 millones de hectáreas. (Y además Argentina tiene enormes recursos, tenemos tanta agua que nos está mirando el mundo la cantidad de agua que tenemos. Es quizás un problema de muchos años para adelante.)

Los indios esperan hacer muchos negocios con Argentina, pero no solo importar, sino algo que es muy importante, que está sucediendo en estos días con misiones comerciales que vienen permanentemente. Todos los meses llegan empresarios, veinte o treinta empresarios de distintos rubros y todos ellos buscan algo que es muy pero muy importante para tener en cuenta en el lado argentino. Ellos buscan el *joint venture*, la alianza estratégica. ¿Qué tiene el indio? El indio tiene su mercado, su conocimiento del mercado, tiene maquinarias de primer nivel internacional; y el argentino tiene a veces capacidad ociosa y un producto muy interesante, pero no tiene quizás el capital para dar ese salto para poder exportar. Bueno, el gobierno indio está fomentando la creación de *joint ventures* entre empresarios indios y empresarios argentinos, y esto le conviene enormemente al empresario argentino. Cuando digo “el empresario” es “el productor” también, porque tiene la posibilidad cierta de aceptar a una fuerza de trabajo como maquinaria o inyección de capital, para conseguir mercados nuevos para sus productos; o, como dijo recién el embajador Viswanathan, para el procesamiento de ciertos alimentos aquí en la Argentina para ser exportados.

Pero para ser exportados no solo a la India. Hay que sacarse la idea de que la India solamente quiere los productos para la India; no: son los mejores traders de esa región, entonces ustedes se van a encontrar con que el empresario indio



Licenciado en Psicología por la Universidad del Salvador. Cuenta con títulos en Dirección General y Dirección Comercial por la Universidad Católica Argentina. Es psicólogo clínico y docente universitario. Entre 1978 y 1996, se desempeñó en la empresa energética Astra, como parte de su directorio. Desde 1996, se dedica a los agronegocios. En la actualidad, es coordinador del proyecto GPS, Grupo de Países Productores del Sur, para la seguridad alimentaria global y recursos naturales agrícolas.

### Horacio Sánchez Caballero

Buenos días, muchas gracias por la invitación. Un especial saludo a los representantes de países y entidades internacionales. Muchas gracias al ingeniero Vilella por esta brillante idea de traer a la mesa temas de estrategia de largo plazo que tanto necesita nuestro país.

Cuando uno mira el panorama del tema alimentario y cuando entiende cómo se han acelerado los tiempos y achicado los espacios en el mundo de hoy, para tener una idea clara vale la pena pensar en el largo plazo. Porque está mucho más a la vuelta de la esquina de lo que estaba hace cincuenta años.

Cuando uno mira hacia 2050 y piensa que habrá 2.000 millones de habitantes más, resulta entendible que la solución para alimentar en forma sana, con alimentos accesibles y a precios razonables a esa humanidad tenemos que empezar a encararla hoy. Porque los procesos son lentos y requieren la aplicación de importantes acuerdos internacionales, que debemos trabajarlos ya.

Con estas ideas en mente, nosotros hemos constituido un equipo de instituciones privadas de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, con un pensamiento común. Y para eso creamos este GPS como si fuera el navegador que todos usamos. Grupo de Países Productores del Sur.

La exposición mía que desgraciadamente no va a ser tan llamativa y agradable como la del señor Viswanathan tiene los siguientes capítulos: ¿Cuál es el problema alimentario? ¿Quiénes somos estos cuatro países? ¿Qué tenemos? ¿Qué ofrecemos con lo que tenemos? ¿Cuál es el desafío al que nos enfrentamos? Todos estos temas los hemos tratado –trabajando en conjunto con las instituciones que ustedes luego van a ver en la pantalla– y creamos un documento que se llama “Seguridad alimentaria global y recursos naturales agrícolas. Papel y visión de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay”. El sitio Web donde pueden encontrar la publicación de este libro, que está en inglés, en portugués y en español, es [grupogpps.org/documentos/seguridad-alimentaria](http://grupogpps.org/documentos/seguridad-alimentaria).

Partimos entonces del primer punto: ¿Cuál es el problema? Con una advertencia: como diría Mafalda –y aclaro para los representantes del exterior, Mafalda es una niña, un personaje de un cómic, que representa el pensar de los argentinos y cada vez que le van a repetir algo que ya sabe dice “otra vez sopa”– bueno acá viene el capítulo de “otra vez sopa” porque mucho de lo que yo voy a decir ustedes ya lo conocen por las exposiciones anteriores. Pero me van a disculpar por reunir todos estos temas, así podemos entender a qué apuntamos.

1) La cantidad. ¿Hay suficientes alimentos para satisfacer la creciente población mundial? El problema es, como muchas veces se dice, que sobran calorías pero que no alcanza lo que se produce.

2) La calidad: ¿con qué tecnología y estándar se producen los alimentos?

puede comprar esa mercadería, ese producto, ese bien, para después venderlo a países que son vecinos, a países árabes, al sur de África. Es decir: no perdamos la posibilidad de entender que India es un mercado gigante, pero lo que ellos además manejan es el conocimiento de la región del sudeste asiático. Así que un nuevo negocio que se puede analizar es lo que se estuvo explicando recién: los porotos, legumbres, maní, para poder desarrollar junto con ellos nuevas producciones.

El otro punto que están analizando seriamente y con la ayuda de la Embajada argentina, es tierras en alquiler a largo plazo. ¿Qué pasa? Hay familias grandes de agricultores indios con mucha preparación, con buena maquinaria, con el conocimiento del mercado y ya con la producción vendida, que necesitan grandes extensiones de tierra en la Argentina para producir con este grupo familiar –que pueden ser doscientas personas–; pero no están pensando en cinco años, dos años, sino en veinticinco años. Entonces prestar atención a la posibilidad de desarrollar sociedad con ellos, la posibilidad de encontrar un largo entendimiento con un grado de sociedad con ellos. Y esto es muy sencillo: el que tenga ese interés se comunica con la Embajada de la India en Argentina, en Buenos Aires, que tiene todos los datos como para poder establecer ese tipo de relación, a la que le ven enormes, enormes progresos en este punto, porque Argentina tiene todo tipo de tierra, con distintos grados de fertilidad. India necesita hacer en Argentina este tipo de negocios.

Hay datos que son importantes establecer. India consume aceites vegetales en gran cantidad y según el precio que tenga el aceite de palma, comprará o no mayor cantidad de aceite de soja. Por lo tanto, hay que tratar de analizar el mercado de legumbres hacia la India. Ahí hay un potencial gigante y ellos lo necesitan en su dieta alimenticia.

India es un país de contrastes, que nos llama muchísimo la atención. Es un país que más que una república es una civilización, es de las más antiguas de la humanidad. Cuando uno se imagina India piensa que es el país del Taj Mahal. Le debemos cosas muy importantes a la India. El número cero, el número pi (el 3,1416), el sistema decimal, el ajedrez, el cultivo y la confección del algodón, la forma esférica y rotación de la Tierra. Ellos lo descubrieron o lo idearon. El hinduismo, el budismo, el uso del acero, el empleo de las drogas para los enfermos. Nos dio una de las personas más trascendentales de todos los tiempos: Mahatma Gandhi.

Yo quisiera cerrar esta pequeña disertación con una frase de Gandhi. Gandhiji, como le dicen ellos. “Dicen que soy un héroe. Yo, débil, tímido, casi insignificante. Si siendo como soy hice lo que hice, imagínense lo que pueden hacer todos ustedes juntos”. Muchas gracias.

Si ustedes necesitan hacer alguna pregunta, alguna información, estoy a disposición, me voy a quedar; o si quieren ahora y la contesto con todo gusto. Si no, les paso después los datos de la Embajada para cualquier consulta que quieran hacer para interactuar con los empresarios de la India. Buenos días.

Gracias.

3) El uso responsable de los recursos. a) El suelo: ¿lo destruimos, lo restituimos o lo conservamos? ¿Se puede expandir la frontera agrícola? ¿Se puede producir sin tierra con avances tecnológicos? b) El agua: ¿la aprovechamos eficientemente, la preservamos o la contaminamos? c) La energía: ¿somos parte de la solución o parte del problema cuando utilizamos vegetales para la producción de energía? d) Y en el cambio climático: ¿qué nos demanda y cuáles son los otros jugadores? ¿Miramos todos para el mismo lado o para el lado que nos conviene?

4) Los desperdicios: de la cola de la cosechadora al tacho de basura: pérdida, recuperación, transformación. La naturaleza transforma; el hombre ¿deforma o transforma? ¿Hasta dónde se puede con inteligencia y responsabilidad mejorar nuestro comportamiento actual?

5) Las dietas, que abarca un abanico muy grande y que comprende desde la hambruna hasta la obesidad, pasando por la malnutrición y las dietas gourmet. Hay que satisfacer las necesidades en cada uno de sus estratos.

6) La logística: infraestructura, información adecuada, integración de las cadenas, regiones críticas.

7) Y por último el comercio mundial y el desempeño de los mercados.

Ahora: ¿cómo se interrelaciona todo esto? ¿Quiénes son los jugadores? Están los productores, la intermediación y los consumidores. En distintas condiciones los gobiernos y los Estados están ligados a estos tres puntos. Pero en conjunto definen las reglas de juego. Ahora bien, ¿quién las define? ¿Quién las cumple? ¿Y al servicio de quién están? Este es un debate central del cual nosotros no podemos estar ausentes.

Si nosotros encaramos regionalmente este paquete de temas que hemos expuesto, los productores de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, ¿qué papel juegan? ¿Tenemos algo para decir? ¿Lo mostramos? Es decir, si hemos hablado de cuál es el problema, tenemos que pensar si dicho problema puede ser encarado de alguna manera desde la región, porque ninguno de los problemas planteados puede ser solucionado por ninguno de los países en forma individual. Y lo cierto es que –como lo vamos a ver a continuación– estos cuatro países son, desde el punto de vista económico, los principales productores de alimentos básicos del mundo, exportadores netos. Estados Unidos y la Unión Europea exportan más pero importan mucho. En cambio, estos cuatro países importamos muy pocos alimentos y en el neto somos los mayores exportadores. ¿Eso nos da una fuerza especial o no? ¿Nos vale trabajar juntos o no?

Como decía al principio: ¿Quiénes somos? ¿Qué tenemos? ¿Qué ofrecemos? ¿Cuál es el desafío que se nos plantea?

Sobre la base de estas preguntas nos propusimos ahondar el tema y publicamos en noviembre de 2013 el documento “Seguridad alimentaria global y recursos naturales agrícolas. Papel y visión de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay”.

Nos hemos llamado Grupo de Países Productores del Sur y nuestro lema es “contribuyendo a la producción global sustentable de alimentos”.

Estas son las instituciones responsables del diseño e implementación del documento, que como verán son instituciones de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay: CARI, Fundación Getúlio Vargas, Asociación Brasileña de Agronegocio, Desarrollo en Democracia, Unión de Gremios de la Producción, Federación de Industrias del Estado de San Pablo, CURI. Y estas son las otras instituciones adherentes que de los cuatro países están trabajando con nosotros: Aapresid, ACSoja, CREA, Bolsa de Cereales, Maizar, Cámara Mercantil de Productos del País, INBIO, Instituto de Promoción de la Carne Vacuna).

¿Qué tenemos? Si uno mira las regiones del mundo y el superávit y déficit de alimentos del 65 al 2010, Norteamérica y Sudamérica son las dos regiones netamente superavitarias a lo largo del tiempo. En cuanto al crecimiento per cápita de la producción agrícola, el promedio mundial en los años 90 creció al 0,8% y, en la primera década de los 2000, al 1%; mientras que la región de América Latina y el Caribe creció correspondientemente al 1,5 y al 1,8%.

En cuanto a la tierra cultivable adicional que podría utilizarse en el 2050, las regiones que más hectáreas pueden sumar a la producción son el África subsahariana y Latinoamérica. Lo mismo ocurre, como ya se ha mencionado, con la tabla de recursos renovables anuales de agua per cápita, es cuyos primeros lugares están Australia y Nueva Zelanda y luego viene Latinoamérica y el Caribe.

Si eso es lo que tenemos, es decir, capacidad de aumentar nuestra superficie agrícola, capacidad de utilizar los recursos naturales que tenemos en la zona, ¿qué podemos ofrecer?

En cuanto al volumen neto de transacciones comerciales de 2005-2007 y 2015, y las proyecciones hacia 2030 y 2050, también nos muestran como la zona con el mayor crecimiento, por lejos. Entonces, eso que ya se ha recalado varias veces, si lo trabajamos como región, tiene un potencial de crecimiento mucho mayor.

En cuanto a la producción mundial y la de nuestros países en los rubros cereales, oleaginosas, total de granos, harinas proteicas, aceites vegetales, carnes, azúcar y biocombustibles, en todos los casos nuestro crecimiento está por encima del crecimiento de la producción del mundo.

Proyecciones a 2021 en temas del comercio mundial (que son los datos que hay disponibles de la FAO y la OCDE), para los mismos rubros más algodón. En el único punto en el cual nosotros decrecemos es en los cereales, porque gran parte de los cereales va a alimentación animal.

Hasta aquí, los datos económicos. Pero, además de eso, ¿cuáles son las otras cosas que nosotros –los cuatro países– podemos ofrecer? Un modelo de negocios eficiente y sustentable por el tamaño de las explotaciones; por el *management* especializado; por el modelo productivo sustentable (usando la inteligencia que imita

a la naturaleza, inventando tecnología que la adapta a las necesidades, usando de forma responsable los recursos); por la diversificación productiva; por la creación de redes entre productores, proveedores de bienes y servicios, con integración de jugadores de diverso tamaño en un programa común.

Además, está el tema de los pequeños productores, que en general se los trata como si constituyeran un solo elemento, cuando la verdad es que la situación es distinta en distintas regiones del país y en los distintos países. Pero lo cierto es que las tecnologías de siembra directa son aplicables independientemente del tamaño de los terratenientes y también es cierto que en los pools los pequeños productores pueden integrar su tierra sin venderla y usar su maquinaria para trabajar en el conjunto.

Ahora bien, ¿cuál es el desafío que tenemos hacia adelante?

Primero que haya criterios científicos para fundamentar las regulaciones en el uso de la tecnologías y aplicación de investigación y desarrollo. Que en investigación y desarrollo haya más inversión pública y privada. Que haya mejora en la velocidad y en la calidad de la transferencia de los descubrimientos de investigación y desarrollo desde la investigación básica hasta la investigación aplicada y su comercialización. La eliminación de barreras distorsivas comerciales, arancelarias y paraarancelarias, y de subsidios perversos. Mejorar el desempeño de los mercados haciéndolos más transparentes y aumentar la inversión en infraestructura. En el tema de infraestructura, si nosotros queremos llegar a Asia, piensen ustedes la diferencia que hace que cada uno de estos cuatro países piensen en forma independiente o que piense como región. La baja de costos y la eficiencia del sistema se multiplican enormemente.

Y, por último, el tema de los biocombustibles en la región, y es una cosa que en el mundo se critica mucho, el uso de vegetales para los biocombustibles, aun en las de primera generación. Pero hay que ver los casos particulares de estos países, sobre todo el caso de Brasil, donde el uso del bagazo de caña no tendría muchas otras aplicaciones. Así que es un caso particular que no puede medirse con parámetros genéricos.

Ahora bien, más allá de lo que tenemos y de lo que podemos hacer, ¿queremos hacerlo?

El planteo básico de GPS es “trabajemos como región”. Nosotros tenemos que poder llegar a las mesas de negociación internacionales como conjunto, porque el poder geopolítico que tenemos los cuatro países juntos es mucho mayor que el de cualquiera de los cuatro en forma separada. Aunque Brasil sea el 70% más o menos de la región en todo lo que uno pueda pensar, en disponibilidad de tierras, en volumen de producción, etc., a Brasil tampoco le da lo mismo ir solo, porque además eso nos puede traer consecuencias indeseadas para la región (por ejemplo, que en la discusión internacional nos pongan unos contra otros para ganar diferencia los negociadores de afuera respecto de las posibilidades que nosotros tenemos).

El mercado está altamente demandado; nosotros con nuestra producción podemos abastecer al mercado de Asia (como se ha mostrado acá), pero también hay que pensar en otras regiones del mundo. Y no tenemos que llegar tarde a las mesas de discusión, donde muchas veces quienes definen las pautas no nos tienen en cuenta aprovechando nuestra dificultad para llegar a tiempo y para poder poner nuestras ideas en claro en las mesas de negociación. Entonces, cuando llegamos, ya las cosas han sido definidas y tenemos que adaptarnos a lo que los demás dicen. Insisto: la capacidad que tenemos geopolíticamente si actuamos juntos es mucho mayor para poder estar a tiempo en los distintos foros donde se discuten estos temas.

Todo este quiere decir que hace falta definir una visión y misión en un ámbito que tenemos evidentes fortalezas y ventajas. Enfrentar las diferencias que ciertamente tenemos entre los cuatro países, hay que ser creativos en la búsqueda de propuestas superadoras. No miremos para atrás, miremos para adelante. El mundo cambia rápidamente, las pautas son distintas. El mundo necesita lo que tenemos. ¿Se lo vamos a ofrecer pensando en el corto plazo o en el largo plazo?

Teniendo en cuenta todo esto les quiero explicar ahora cuál es el plan de trabajo de GPS. Con una visión de largo plazo, GPS se propone: a) ser un foco de reflexión y propuestas para la consolidación, desarrollo y evolución de la región de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay en el ámbito del agro. b) Desarrollar cantidad y calidad de producción sobre la base de estándares mundialmente aceptados. No vaya a ser que sigamos haciendo buen volumen y que no podamos demostrar la buena calidad de acuerdo a los estándares existentes. Nosotros no vamos a imponer estándares. Los estándares los van a seguir imponiendo Estados Unidos, Europa y China, quizá también la India. Pero adaptémonos para cumplir con esos estándares. c) Definir con claridad los mercados internacionales, objetivos y la estrategia para posicionarnos en ellos. d) Implementar y profundizar una intensificación sustentable en el uso de los recursos con tecnología de punta y el desarrollo de gerenciamiento, con especial cuidado por el medio ambiente y el medio social.

Estos son los objetivos que nos hemos propuesto en GPS y tenemos un plan de acción que desarrollamos para cada año. En el GPS hay representantes de cada uno de los países que definen este plan y básicamente el de este año implica investigaciones para fundamentar mejor nuestra situación en temas académicos como la huella carbono. ¿Cuáles son los mercados objetivos? ¿Cuáles son los problemas que la región tiene que solucionar? ¿Cuáles son los macrotemas económicos de la región?

Esto es todo lo que tenía para decirles y aquí está abajo, si quieren, el contacto con la página web ([info@gpps.org](mailto:info@gpps.org)).

*Muchas gracias.*

E

Licenciado en Sociología (Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad de Buenos Aires, con diploma de honor). Desde 1972 ha ejercido funciones ejecutivas y de asesoramiento en diversas áreas públicas, provinciales y nacionales, así como dependientes de Cancillería. Es Coordinador Ejecutivo del Programa de Servicios Agrícolas Provinciales (PROSAP), del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, desde 2002. Es Coordinador Ejecutivo de la Unidad para el Cambio Rural (UCAR). Fue coordinador del Foro de Políticas Públicas Rurales (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación) en 2006-2007. En 2003 fue consultor de FAO. Publicó trabajos de análisis y ensayos en revistas universitarias y de sector sobre temas relacionados con el desarrollo industrial, el desempleo, cooperativismo y relaciones internacionales, específicamente sobre América Latina y el Mercosur.

### Jorge Neme

Buenos días a todos. Muchas gracias por estar aquí para escuchar. Muchas gracias a Fernando Vilella y realmente felicitaciones por el enorme esfuerzo del Programa de Agronegocios y Alimentos de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Realmente es un gusto estar ante el conjunto de inteligencia y capacidad de gestión tanto internacional como nacional que Fernando ha reunido aquí y, como creo que vienen nuevos tiempos en la política agropecuaria y en las posibilidades que se le ofrecen a la Argentina de ocupar un lugar aun más relevante del que tiene en el mercado mundial de alimentos y en la producción de proteínas de calidad, me parece que la ocasión y la oportunidad de haber realizado y organizado este seminario ha sido más que pertinente.

Creo que estamos en un momento de transición en la Argentina y, en ese sentido, estamos ante la necesidad de reunir insumos de todo tipo (información, visiones y análisis) sobre las perspectivas que se abren para el país en el mundo de hoy. Me parece que es un esfuerzo que tiene que ser sistemático y regular para llegar con las mejores herramientas y los mejores diseños en materia tanto de política pública como de estrategias del sector privado (en cuanto a que este construya las relaciones necesarias con el sector público y con los restantes sectores de la sociedad argentina, con el fin de reconstruir de una manera sustentable el tejido social y productivo que en algún momento supimos tener).

Desde el Ministerio de Agricultura creo que hemos tenido una trayectoria con altibajos, pero después de doce años podemos afirmar que tenemos un Ministerio y que en ese Ministerio hemos reconstruido capacidades de gestión y de formulación de políticas, como así también capacidades para proyectarnos internacionalmente, que hoy tienen sus resultados.

Algunos de esos resultados son los que acaba de describir Paseyro, en términos de la relación que logramos abrir en el mercado chino y que se ofrece con una enorme perspectiva de desarrollo, tanto en el nivel de alianza internacional de la Argentina como también en cuanto a los mercados para el desarrollo de nuestras empresas y nuestras capacidades productivas.

En el Ministerio también hemos logrado construir una herramienta importante de gestión para la inversión pública, de modo que hoy tenemos una cartera de créditos tomados con los bancos multilaterales que asciende a unos 1.500 millones de dólares. Era una cosa que no existía o que tenía una breve manifestación hace poco más de diez años; solo había un par de operaciones con el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Hoy tenemos doce contratos, financiamientos ejecutados a lo largo de estos doce años que superan los 1.500 millones de dólares y tenemos 1.500 millones de dólares firmados para ejecutar en estos años. Es decir: la inversión pública del Ministerio en el sector ha sido relevante, pero no solamente desde el punto de vista de construir obras de infraestructura, mejorar programas de riego en varias provincias, construir caminos rurales y electrificación rural, sino también tiene que ver con un con-

junto de cuestiones que estuvieron profundamente afectadas durante largos años de decadencia de la estructura productiva de la Argentina, fundamentalmente centrada en la decadencia de las economías regionales.

Por ejemplo, en Mendoza, tuvimos la posibilidad de intervenir en prácticamente el 60% de la red de riego de la provincia, y por lo tanto hicimos una enorme contribución a que los planes y estrategias del sector privado formulados en el plan estratégico vitivinícola pudieran tener el éxito que tienen. De hecho, por la emergencia hídrica de tres años que tiene la provincia de Mendoza, si no se hubieran desarrollado estas obras, nos hubiéramos encontrado realmente con la imposibilidad de regar. Hemos mejorado la eficiencia del uso de recursos en el orden de unos 20 puntos porcentuales: hemos pasado del 30, 32% promedio, al 50% de aprovechamiento del agua en toda la provincia, y eso representa un valor importante desde el punto de vista productivo.

Ese es un ejemplo destacado en una provincia que uno podría considerar de desarrollo relativo interesante; pero también tenemos intervenciones en Chubut, en Río Negro, en Neuquén, en San Juan, en Catamarca, en La Rioja, en Salta, en Jujuy, en Tucumán, en Córdoba (en las zonas no pampeanas, en Villa Dolores). Hemos reconstruido sistemas de riego y sistemas productivos en las provincias de menor desarrollo relativo, pensando que la Argentina tiene deformaciones importantes en materia de ocupación territorial y en materia de aprovechamiento de sus recursos naturales, fundamentalmente en el interior del país.

En segundo lugar, pensando en las tres provincias que citó muy bien el ingeniero Castellani (Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires), ellas tienen sus sectores productivos agropecuarios con capacidades propias de cadenas productivas altamente competitivas y altamente globalizadas, donde la intervención del Estado no es tan necesaria salvo en las regulaciones generales (hablemos de ley de semillas, de ley de agroquímicos, de marcos regulatorios sanitarios que siempre son necesarios y que todos los países los tienen y que nosotros además debemos ir ajustando y mejorando la calidad de esos instrumentos). Entonces lo relevante –desde el punto de vista de la inversión pública– tiene que ver con cómo construimos un país más equitativo y cómo logramos que las regiones del interior del país se puedan conectar a ese flujo de inversiones, a ese flujo de tecnologías y a ese flujo de mercado que es lo que marca que un sector económico sea competitivo (o no). Y me parece que por eso, de pronto, tenemos una actuación que yo creo que es importante para muchos lugares, pero que es muy poco visible desde el punto de vista del centro.

No obstante eso, se trabaja. Se han conseguido resultados importantes. E incluso hoy estamos en un proceso de modificación de instrumentos. A lo largo de los primeros años de ejecución de los programas, todo estaba muy limitado a la obra pública. Hablamos de caminos rurales (hemos construido varios miles de kilómetros en varias provincias argentinas), hablamos de electrificación rural (también hemos construido kilómetros de líneas, en el Chaco, en Neuquén, en



Salta), y hemos construido, como les dije, programas de riego (reconstruyendo en realidad sistemas de riego que estaban abandonados desde hace 40 años). En la Argentina, prácticamente desde el año 80, no hay inversión pública en la recuperación y mantenimiento de los sistemas de riego. En estos años, hemos invertido más de 1.000 millones de dólares en todo el país en esas cosas. Una obra significativa es la de Mendoza, pero también lo es la de San Juan. También estamos terminando la reconstrucción de todo el sistema de riego del valle inferior del río Chubut. Hemos desarrollado dos proyectos que son emblemáticos desde el punto de vista del uso de nuevas tecnologías en Tucumán, en Tafi del Valle y en la región de Lules. Hemos reconstruido el sistema de riego de Colonia Santa Rosa en la provincia de Salta, que es una región productora de hortaliza primicia de primera calidad. Es decir, hemos tenido mucha penetración en esas economías no visibles, pero que son muy importantes para los lugares donde la gente habita; porque si bien finalmente es cierto que competimos en un mundo global, la gente vive en el lugar: uno tiene que hacer un juego dialéctico entre lo global y lo local, y articular su capacidad productiva para el mercado global, pero también generar las condiciones de vida, de empleo, de servicios en el lugar donde uno vive para que se pueda realizar como individuo. Y, en ese proceso, creo que nosotros, desde los programas de la Unidad para el Cambio Rural y fundamentalmente con la columna vertebral de esa Unidad (que es el Programa de Servicios Agrícolas Provinciales, que seguramente es el que más conocen), hemos actuado en ese sentido.

Pero no bastaba con la inversión pública, porque con la inversión pública de pronto le llevamos el agua a un productor hasta la tranquera de su finca, pero después tal vez le falta la inversión para incorporar el riego tecnificado, o para nivelar, o le faltan herramientas para un buen aprovechamiento de la energía eléctrica que le llevamos, o le falta el camión o la camioneta o el tractor con acoplado para aprovechar íntegramente el camino. Entonces, a partir de esa previsión, proyectamos una serie de instrumentos de gestión con el sector privado; y así apareció una línea de gestión que discutimos mucho con los bancos, a los que no les gustaba, porque la idea de los bancos era “bueno, financiamos a los productores en pequeña escala”. Pero aquí tiene que haber un aporte, un estímulo directo de aportes de capital. Entonces armamos una línea de aportes no reembolsables hasta el 30% de la inversión en una cantidad de proyectos. Y esa cifra, que empezó como una cifra piloto en un primer contrato con el Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2005 o 2006, termina siendo hoy el 20% del monto que tenemos en cartera en los programas del PROSAP. 40 millones de dólares en el Banco Mundial, 18 millones de dólares en la línea que tenemos actualmente en el BID. Es decir, cambió significativamente, cambió la modalidad de operación. Las líneas están dirigidas a aquellos productores que perciben el impacto, el beneficio de programas de inversión pública que nosotros mismos ejecutamos. Por lo tanto, cuando vamos a una región a ejecutar un programa de riego, vamos con un conjunto de elementos, no solamente de inversión pública sino también de estímulo para que el sector privado realice inversiones complementarias que terminen aprovechando y mejorando la tasa de retorno de esa inversión pública.

Pero además tenemos otro par de instrumentos que hemos desarrollado, relacionados con el fortalecimiento de *clusters*. En determinadas regiones de la Argentina hay un modelo de *cluster*, como el *cluster* semillero. En ciertas zonas se han desarrollado y se han aglomerado conjuntos de empresas que se dedican a un tipo de negocio y que tienen una serie de servicios colaterales que son fundamentales para que ese negocio mejore su competitividad. Entonces, en ese sentido, por un lado identificamos el *cluster* en acuerdo con los productores y con las empresas, desarrollamos un plan estratégico para ese *cluster* y acompañamos unas primeras inversiones para estimular; y que después el *cluster* en sí se autogubierne y pueda entrar en un proceso de incremento de la competitividad de un modo continuo.

También creemos que en estas cosas la Argentina tiene un fuerte sistema científico y de investigación. Sin embargo, es una vieja historia y siempre se escuchan críticas a la universidad argentina como también críticas al CONICET de que hay muy poca articulación entre el sector científico-tecnológico y el sector privado. Ya Jorge Sábato había hablado de la debilidad que tenía la Argentina, que era la falta de articulación entre el sector científico-tecnológico y el sector privado y el Estado. Entonces armamos un componente para financiar, de manera blanda y con aportes no reembolsables, operaciones de transferencia tecnológica, del sector científico-tecnológico al sector privado, que tuvieran interés público, es decir, en la que el Estado siempre tiene una manifestación. Puede ser la manifestación de un gobierno municipal, puede ser la manifestación de interés de un gobierno de provincia o puede ser la manifestación de interés del gobierno nacional. De esa manera estamos en varias provincias mejorando las condiciones del acceso a la tecnología a los productores, y permitiendo además que los investigadores y científicos tengan un contacto mucho más fluido y frecuente con la realidad de los negocios productivos, que es donde una parte de la investigación (no toda porque –como todos sabemos– hay investigación básica) tiene que estar orientada: a mejorar las condiciones de productividad y de competitividad de los sectores que son los que generan empleo y que contribuyen a armar una trama social de mucha mayor densidad y de mucha mejor condición de vida.

Y finalmente también identificamos que hay una problemática que nosotros llamamos “micro región”. En la Argentina hay varias: la línea sur de Río Negro, el Valle Calchaquí, la región del departamento San Pedro en la yunga jujeña, la frontera del Chaco y Santiago del Estero en la zona de Charata, la región noreste de la provincia de Formosa que es una de las pocas regiones libres de heladas o casi libre de heladas de la Argentina, en la Patagonia la zona de Trevelín en la provincia de Chubut, los valles andinos... Es decir, son regiones que tienen un conjunto de condiciones para ser competitivas, tienen núcleos productivos interesantes pero les falta empuje, les falta estrategia y sobre todo les falta inversión en infraestructura y servicios, y asistencia técnica permanente para poder generar, a partir de las producciones locales, una producción que pueda salir primero al mercado nacional y, segundo, articularse con los mercados internacionales más dinámicos. Entonces ahí también diseñamos un instrumento, que lo aplicamos con el Banco Mundial y también con el Banco

Interamericano de Desarrollo, y estamos relevando hoy las regiones que les mostré, con una fuerte presencia en la yunga jujeña alrededor de un problema localizado que es el ingenio La Esperanza; en el Valle Calchaquí, compartiendo una experiencia muy importante de desarrollo productivo con las tribus que componen los antiguos indios Quilmes, las tribus de los pueblos originarios de la zona que son varias. En la región de Chubut, en el valle inferior del río Chubut desarrollando una cuenca láctea y recuperando capacidades productivas que en algunos casos habían sido abandonadas hacía más de 50 años.

Nosotros nos encontramos con un país que ha perdido su esfuerzo fundamental de desarrollo hace ya 40 años. Eugenio Díaz Bonilla hace pocos días publicó en La Nación una explicación de cuáles fueron las curvas de crecimiento y creo que estaba ajustado. Cuando nosotros recorremos el interior nos encontramos en la provincia de Catamarca, en la provincia de La Rioja, en la provincia de Salta, en algunas provincias patagónicas también, regiones que tenían muchos más habitantes en 1970 de los que tienen hoy. Y son regiones que en el año 70 vivían de sus propias actividades productivas. Del nogal y del olivo en Catamarca, lo mismo en La Rioja; la serie de cultivos andinos en el oeste catamarqueño o en la puna jujeña.

Es decir, había un tejido productivo de otra densidad que lo hemos perdido. Lo hemos perdido por falta de política, lo hemos perdido por falta de visión estratégica, lo hemos perdido por falta de inversiones y creo que eso es lo que estamos tratando de recuperar. Creo que nos falta mucho por hacer pero sí creo que hemos constituido la base estructural e institucional de tener una agencia de inversiones en el Ministerio de Agricultura con relaciones abiertas con todos los bancos multilaterales. Tenemos líneas importantes con la CAF, con el Banco Mundial, con el Banco Interamericano de Desarrollo, con el FONPLATA. Estamos abriendo una línea con el fondo soberano saudí, con el fondo soberano de Qatar, tenemos relaciones con el Banco Centroamericano de Integración Económica.

Es decir, tenemos un panorama que nos asegura un flujo de recursos de inversión que, en la medida que avancemos hacia nuevas áreas e identifiquemos nuevos proyectos, nos dará mejores resultados. Pero creo que, de todas las debilidades, una de las principales que nunca se tuvo en cuenta es que uno se encontró con un Estado destruido. Con un Estado sin capacidades técnicas, sin recursos humanos, con un Estado donde las mejores capacidades habían migrado al sector privado o habían emigrado de la Argentina. Recuperamos una buena parte de ese recurso humano. Hoy tenemos una oficina, creo yo, altamente especializada en la formulación, identificación y gestión de los proyectos. Tenemos un récord de 70 proyectos terminados en operación sin una dificultad. Tenemos más de 100 proyectos en este momento en ejecución. Creo que no hemos tenido mayores dificultades en todo este ciclo que lleva un poco más de doce años y creo que, hacia el porvenir, podemos decir que dejaremos condiciones institucionales, condiciones de recursos humanos y estrategias planteadas que serán instrumentos muy importantes para quienes vengan, para continuar un sendero que empezó con muchas dificultades y muchas limitaciones pero que parece que en este momento está caminando por el camino correcto.

Finalmente algunos números, algunas cosas y una pequeña anécdota. Hace pocos días tuve la oportunidad de estar en Petrolina, en Brasil en el nordeste brasileño. En el año 74 un ingeniero veterinario, un veterinario de Petrolina vino a la Argentina y recorrió el valle de Río Negro y la provincia de Mendoza. Diría yo que copió la estructura institucional del sistema de riego de ambas provincias. Fue a Brasil, planteó el tema en el Consejo de Desarrollo del Río San Francisco. Se armó un proyecto, se armó un plan. En el año 84 empezó a operar el sistema. Hoy tienen doscientas mil hectáreas bajo riego, producen uva que exportan directamente desde el aeropuerto de Petrolina. Se generaron sesenta mil puestos de trabajo. La ciudad de Petrolina, que en el año 81 tenía 18.000 habitantes hoy tiene 250.000 con todos los servicios. Y nosotros el Valle de Río Negro lo tenemos un poco peor que hace cuarenta años. Entonces somos todos responsables de eso, no hay uno que tenga la culpa y me parece que somos todos los que podemos construir la política que resuelva esa situación y que nos encuentre a nosotros de vuelta en el sendero del desarrollo. Todas las condiciones las tenemos. Seguramente ustedes han escuchado que hay un mercado ávido de proteínas, hay un mercado demandante de proteínas de calidad. Hay un mercado demandante de todo tipo de productos A, B, C, *Premium*, no *Premium*, *delicatessen*, no *delicatessen*. El mundo requiere alimentos y nosotros estamos en condiciones de proveerlos. La decisión, en todo caso, es nuestra.

Y para terminar, quería leerles un párrafo de un político argentino que dice así: *“El mundo entero se está quedando sin proteínas y sin proteínas el hombre no puede vivir, como no puede vivir sin oxígeno, sin agua o sin tierra. Este es un problema que hay que pensarlo. Solamente las grandes zonas de reserva del mundo tienen todavía en sus manos la posibilidad de sacarle a la tierra la alimentación necesaria para este mundo superpoblado y la materia prima para este mundo súper industrializado. Nosotros constituimos una de estas grandes reservas. Ellos son los ricos del pasado. Si sabemos proceder seremos nosotros los ricos del futuro porque tenemos lo esencial en nuestras reservas. Y mientras ellos han consumido las suyas hasta agotarlas totalmente. Frente a este cuadro, y desarrollados en lo necesario tecnológicamente debemos dedicarnos a la producción de granos y proteínas, que es de lo que más hambriento está el mundo actual. Sería demasiado redundante, quizás, seguir insistiendo en esto, pero lo que ocurre para nosotros como posibles grandes productores es que existe un inmenso mundo de consumidores. Y los productores vamos siendo cada día menos. Aprovechemos este momento para afirmar una grandeza que es notable, porque hace falta con el trabajo honesto de todos los días. En nuestra República, desde que comenzamos a pensar en la necesidad de dejarnos de pelear por pequeñeces y empezamos a pensar que todos tenemos un destino común, como el país también lo tiene, debemos despreciar esas insignificancias para dedicarnos a lo fundamental. Que es engrandecer el país, enriquecerlo y hacer un pueblo digno y feliz”.*

Esto es del General Perón el 25 de septiembre de 1973.

*Muchas gracias.*

F

Ingeniero agrónomo de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Es periodista agropecuario, director y editorialista de la sección *Clarín Rural* desde 1991 (sección que ha fundado). Conduce el programa televisivo *El campo, la industria verde*. Es fundador y actual presidente de la Asociación Argentina de Biocombustibles e Hidrógeno.

### Héctor Huergo

Buenos días, la verdad que es un placer volver a la Facultad. No lo hago con mucha frecuencia, sólo algunas veces. Yo hace más de 40 años que salí de esta casa. Me ha tocado participar en algunos eventos. Le agradezco muchísimo a Fernando Vilella la invitación para decirles unas palabras y también por la oportunidad que le brindó a *Clarín Rural* de contribuir a la difusión de este importantísimo evento.

Hace mucho tiempo que vengo sosteniendo que la alternativa, digamos, la solución para el sector agropecuario argentino tenía que venir de una ruptura paradigmática que felizmente me tocó vivir. Prácticamente en toda mi vida profesional me encontré con un escenario en el que permanentemente el problema era el mercado. Había más vendedores que compradores en lo que habíamos aprendido a producir y esa era una restricción muy severa para el desarrollo de nuestra profesión, para el desarrollo de la producción de alimentos en todos los países competitivos, porque veíamos que no era posible. Sin mercado se daba una situación realmente muy difícil, muy tediosa. Entonces aparecían los paradigmas; me acuerdo en los años 80 que el tema era cómo escaparse de los commodities. A principios de los 90 yo me reincorporo al periodismo conduciendo *Clarín Rural* y me acuerdo de que en ese momento el suplemento se dedicaba a lo que llamábamos las “nuevas alternativas”. Las nuevas alternativas es, en todo caso, hacer lo que hacían otros. Porque me recuerdo que Marcelo Muniagurria, dirigente ruralista muy importante (que fue también vicegobernador de la provincia de Santa Fe), era un productor de frutas un poquito al sur de Rosario. Y él decía: “Antes me decían el frutero y ahora resulta que soy un productor innovador que está incursionando en las nuevas alternativas”. Porque había que hacer kiwi y él no hacía kiwi, hacía otras cosas (duraznos, cítricos). Pero bueno, lo que no había que hacer era trigo, maíz y soja porque parece que de eso había más oferta que demanda. ¿Y por qué había más oferta que demanda? Porque el mundo se había preocupado mucho por la seguridad alimentaria después de la Segunda Guerra Mundial, fundamentalmente Europa. Entonces se vuelcan enormes recursos al desarrollo tecnológico y se les facilita –vía precios– el acceso a esas tecnologías a los productores fundamentalmente europeos. Se va solucionando el problema de la restricción alimentaria y empiezan a generarse excedentes. Esos excedentes se vuelcan al mundo. Empieza la guerra entre los países desarrollados por colocar esos excedentes y afectan fundamentalmente a los países en vías de desarrollo (como la Argentina) y a otros países intermedios (como Australia y Canadá en aquel momento), que tienen también dificultades para colocar su propio excedente. Entonces empiezan las rondas de negocios internacionales como la Ronda Uruguay del GATT que tardó como diez años en llegar a alguna conclusión. Donde el tema era: “Muchachos, restrinjamos de alguna manera este crecimiento exponencial de la producción agrícola a través de la revolución verde, que se opera desde los años 50”. A la Argentina esto le pegó muy duramente como país y como sector agropecuario, porque la Argentina encontraba en el sector de la producción agrícola y ganadera su único segmento competitivo. Es decir: la macroeconomía argentina dependía muchísimo de las

exportaciones agrícolas. Esto no es de ahora, esto viene desde hace muchos años. Entonces, frente a bajos precios y a la no competitividad de otras actividades o de otras industrias para exportar, la cuestión era obtener recursos de donde no se podía y eso mantuvo al campo postergado durante muchos años a través de tipos de cambio diferenciales, derechos de exportación que no son de ahora sino que vienen de hace muchos años. Y que lamentablemente no hemos podido resolver como cuestión estructural salvo en la década de los 90, que tuvo otros atributos negativos para el desarrollo agropecuario.

La cuestión es que el proteccionismo y los subsidios entonces impulsan la producción agrícola, generan los excedentes y afectan particularmente a la Argentina. Y conceptualmente se va amasando en la sociedad esta idea nefasta de lo que hemos denominado el deterioro de los términos de intercambio. ¿Por qué digo que es una idea nefasta? Porque estamos convencidos –nuestra sociedad, nuestros economistas, nuestros políticos– de que hay un deterioro secular de los términos de intercambio entre los productos llamados primarios en una conceptualización antigua (ya vamos a ver por qué creo que hay que remover eso) y los productos industriales. Es decir, lo que nosotros vendemos es cada vez más barato, en esa ideología, y lo que compramos es cada vez más caro. Bueno, no fue así. Fue una etapa de la historia, digamos.

Hoy hay una apreciación muy concreta de los términos de intercambio. ¿Por qué? Porque la tecnología y los productos industriales se van a abaratando; es decir, no podemos comparar un auto modelo 70 y uno modelo 2010, aunque cuesten lo mismo, porque las prestaciones que brindan uno y otro son absolutamente distintas. Hay más tecnología al mismo precio. En cambio, el precio de los insumos básicos alimenticios ha estado en alza. ¿Por qué? Porque de pronto la oferta empieza a retacearse y la demanda empieza a expandirse. Entonces estamos frente a un panorama nuevo. Cuando había más vendedores que compradores, los precios bajaban. Ahora hay más compradores que vendedores y los precios suben. Bueno, estamos en ese ciclo. ¿Hasta cuándo va a durar? No sé, no soy un gurú, pero sé que estamos frente a una onda larga de altos precios agrícolas, que lleva ya siete, ocho años y que a mi juicio va a persistir en función de lo que trataré de explicar.

Yo creo que hay dos nuevos *drivers* que explotan hace relativamente pocos años. Explotan en el siglo XXI. Yo hice cuarenta años de vida profesional en el escenario de los excedentes y del conflicto comercial internacional. Y de pronto nadie habla más de la Ronda Uruguay del GATT. Nadie habla más de las dificultades de acceso a mercados. En general, siempre hay algún mercado proteccionista, algún país que se pone un poco complicado. Pero estamos hoy frente a una demanda explosiva y –pruebas al canto– todos los días tenemos noticias de cómo aparece un nuevo actor metiéndose en nuestro país y en nuestras zonas de producción porque todos quieren tomar posición en un recurso que es estructuralmente escaso. No porque no aumente la producción sino porque la demanda está en una fase expansiva fenomenal. Entonces, decía, esta fase expansiva fenomenal es consecuencia de dos eventos o de dos grandes *drivers*:

1) la transición dietética y 2) el precio de la energía.

Cuando escucho que tenemos que producir más porque somos o estamos llegando a los 7.000 millones de habitantes y vamos a ser 9.000, yo digo: “Señores, ese es uno de los problemas, el problema menor”. Porque vegetativamente la producción va a crecer para eso, pero ¿saben cuál es el problema? Que crece mucho más la población animal que nosotros nos comemos. ¿Por qué? porque hay transición dietética de recursos básicos. Estamos pasando de consumir productos de fotosíntesis primaria a productos derivados de esa fotosíntesis primaria. Y las consecuencias de eso son felizmente pavorosas. Felizmente para los productores de básicos alimenticios, porque ya no es que tenemos que alimentar a la humanidad; tenemos que alimentar previamente a los animalitos que producen las proteínas animales que cada vez más quiere consumir la humanidad a medida que mejora su ingreso per cápita.

Si uno se fija en el consumo de calorías per cápita de origen animal establece una función directa respecto del poder adquisitivo, del producto bruto per cápita. Más plata en el bolsillo significa comer menos féculas, menos arroz y comer más pollo, más cerdo, más carne vacuna, más lácteos. Eso a nosotros los occidentales por ahí nos cuesta entenderlo porque nacimos con las proteínas animales; en Europa, los primeros signos de la cultura, las pinturas rupestres en las Cuevas de Altamira, son representaciones de toros. Venimos con eso. Occidente ha sido carnívoro por historia, por trayectoria, por espacio, por cultura. Oriente no ha podido; pero ahora –en la medida que pueden– van transitando hacia esto. Y eso se ve muy claramente en lo que está ocurriendo en China y en menor medida pero también está ocurriendo en la India. Hoy decíamos que la India consume o importa tres millones de toneladas de lentejas. Me parece fantástico y es una oportunidad extraordinaria para la Argentina, pero lo que tenemos que ver es que en la India se consumen cada vez más lácteos y se están incorporando en la dieta de manera creciente las proteínas animales.

El segundo *driver* es el precio del petróleo. Señores, todos recuerdan, yo recuerdo –soy más viejo que muchos de los que hoy están acá– que el petróleo siempre costó menos de 10 dólares; de pronto se fue a 20, de pronto se fue a 100. Y de 20 a 100 es un tema nuevo, es del siglo XXI. Hace diez, doce años el petróleo no costaba cien dólares. Ahora está estabilizado en torno a los 100 dólares y tuvo un pico de 150 dólares en un momento. La cosa es el horizonte del precio del petróleo. Hay muchos gurúes dicen “va a bajar a 60, va a bajar a 70, el escenario es 75”, pero la realidad es que en los últimos años no lo he visto a menos de 100 dólares. Muy puntualmente, en algún momento del año pasado llegó a ochenta y pico de dólares. Ahora está otra vez en 100. Y un petróleo de 100 dólares significa un maíz de 200 dólares la tonelada. ¿Por qué? Porque frente a un petróleo de 100 dólares se habilita la posibilidad de usar los granos como una fuente de elaboración de un combustible sustituto de la nafta. Y eso es el etanol y el boom del etanol que ha ocurrido en Estados Unidos.

Veamos. Para tener una idea de cuál es la implicancia de esta transición dietética creo que vale la pena hacer un pequeño ejemplo con el pollo, que es

el mejor convertidor. Gracias a la ciencia y a la técnica hemos pasado de tres kilos de alimento por kilo de pollo vivo a menos de dos kilos de materia seca alimenticia por kilo de pollo vivo. Es muy bueno esto. Esta transición significa que estamos ahora con un 2 a 1 y, en el futuro, quizás podamos mejorar un poquito. Pero quiero mostrarles con un ejemplo cuáles son las implicancias reales de este proceso.

[Huelgo saca una serie de elementos, como para cocinar.]

Esta es una cacerola, una cuchara, agua caliente (más caliente que para el mate, pero algo se debe haber enfriado). Más o menos un litro de agua. Y esto es un paquete de polenta, maíz molido; no es más que eso, tiene un pequeño proceso industrial. Esto es 750 gramos. Fina lluvia [tira la polenta en la cacerola con agua], y en un minuto... (este espacio está auspiciado por...). Bueno, perdón por la chanchada, le faltó agua. Ustedes pueden ver cómo, con algo más de medio kilo de polenta, llené media olla (díganme cuántos comen de una olla como esta). Alrededor de cuatro, cuatro o cinco. Muy bien. Pero no me gusta la polenta, aunque le ponga la salsita de tomate. Le podemos poner un poco de salsa de tomate pero no queremos. Yo quiero pollo, en casa se come pollo. ¿Por qué? Porque podemos, porque tenemos plata. Bueno, vayamos al gráfico: dos kilos de alimento para producir un kilo de pollo. Un pollo de 2,2 kilos vivo (procesado es un pollo de 1,7 kilos), son unos 4,5 kilos de maíz. Díganme las señoras: con un pollo de 1,7 kilos si comen cuatro. Puede ser... que se arreglan los cuatro. Fenómeno. Esto es un pollo. En maíz, en polenta, representa más o menos seis cacerolas de estas.

Entonces, pasar de la polenta al pollo es pasar de una hectárea a seis hectáreas. ¿Se entiende? Es pasar de un millón de toneladas de alimento que se pueden consumir en forma directa (asimilemos polenta a arroz o cualquier otra fécula) a una necesidad seis veces superior. Entonces el dilema malthusiano de que la población crece en progresión geométrica mientras la producción de alimentos crece en progresión aritmética no es lo que importa. El nuevo malthusianismo es de los animales. ¿Se dan cuenta? Porque estamos pasando, por efecto bolsillo, de consumir productos de fotosíntesis primaria a productos derivados de esa fotosíntesis primaria. Cualquier proceso de transformación de la energía tiene pérdida y estos procesos son “muy ineficientes”. Además está la cuestión de los desperdicios, porque tengamos en cuenta que del pollo no comemos la cabeza, no comemos nosotros las garras, en China sí se comen las garras, nosotros tiramos los menudos en general, pero sobre todo no comemos las plumas ni los huesos. Entonces el desperdicio es fenomenal. Bueno, son buenas noticias, señores, para los productores de básicos que son necesarios para producir esto que hoy la humanidad puede pagar.

¿Se acuerdan de este episodio? Plaza de Tiananmén, 1989. Ahí estaba cambiando China. Con el diario de hoy es más fácil ver los cambios pero fíjense qué curiosidad. El lugar donde se reunían los jóvenes revoltosos de la Plaza de Tiananmén era un *Kentucky Fried Chicken*. El primero que se instala en China. ¿Qué es *Kentucky Fried Chicken*? Es comida occidental.

Kentucky un nombre estadounidense, con su bandera flameando ahí, en inglés –que no era para nada el idioma oficial de China– *fried* es “frito”, es aceite y *chicken* es “pollo”. ¿Qué es el pollo? Maíz y soja con patas. Nada más que eso. Señores, hoy se abre un *Kentucky Fried Chicken* por día en China. Algo más: la compañía gastronómica más grande del mundo hoy, empatando con *McDonald's* es Yum!, que es una compañía china que tiene la franquicia de *Kentucky Fried Chicken* y *Pizza Hut*. Eso es transición dietética, es también ir al *food service* y fuera de la casa lo que se come es pollo. Y los chicos, que son ya tercera generación de hijos únicos, es decir que estos chicos no tienen hermanos pero tampoco tienen tíos porque sus padres tampoco tuvieron hermanos. Entonces la familia se compone de los cuatro abuelos, los dos padres y ellos. ¿Quién manda? Mandan ellos. Esta transición dietética no vuelve atrás. Estos chicos tienen el plato de arroz pero lo que se comieron es lo que había arriba del plato de arroz, que es el pedacito de cerdo, el pedacito de pollo y todo lo que es proteínas animales o algún pescadito. Y no son solo los chicos. Les encantan las proteínas animales y cuando pueden comerlas las incorporan. Y de eso no se vuelve. Los cerdos del mundo, señores, están en China y la región. Fijense, esta es parte de la película. Hace un tiempo, a fines de 2013, una compañía china compra la principal compañía de cerdos de Estados Unidos, que es *Smithfield*. Entonces no solo se compran el maíz y la soja sino que se compran los chanchitos hechos, terminados.

*Goldman Sachs*, en el medio de la crisis de 2008, anunció que se iban a comprar unas granjas de cerdos en China (lo que aconsejaban como inversión); y ellos invierten de 200 a 300 millones de dólares en comprar una docena de *pigs farms* en dos provincias chinas. ¿Saben qué pasó? Los chinos se compraron los cerdos en Estados Unidos.

Recuerdo que cuando yo me iniciaba en el periodismo agropecuario, en ese momento, recibíamos las noticias por teletipo, entonces se sentía a la máquina trabajando y había personal del diario que cortaba los cables, los imprimía y nos daba a cada sección el material que estaba llegando. Y a mí me aturdí con el tema de la crisis de la anchoveta peruana. Yo era agrónomo recién recibido, no tenía la menor idea del problema que podía implicar la crisis de la anchoveta peruana en la agricultura mundial. Y señores, era un tema clave, porque era la única fuente de proteína necesaria para producir alimentos balanceados. No existía la harina de soja, salvo en Estados Unidos. Bueno, gracias a la crisis de la anchoveta peruana, que fue estructural, porque se acabó, nunca más creció la producción de harina de pescado. ¿Por qué? Porque los caladeros están colapsados y en Perú –con El Niño, Niña y todo eso– también fluctúa la oferta de harina de pescado. Entonces, aquel mundo, respecto de las proteínas vegetales o animales (lo que sea para producir las distintas especies de carnes y lácteos que vamos a consumir), dependía de un recurso que se terminaba. Bueno, eso le abrió el camino a la soja. Miren lo que pasó con la soja a nivel mundial, con la harina de soja y lo que pasó con la harina de pescado. Ese fenómeno de la anchoveta peruana (si se hubiera podido multiplicar los peces sería otra historia, pero el mar no puede dar más de lo que está dando) abrió el camino a esto.

China en el año 97-98 se autoabastecía de soja. La soja es oriunda de China.

Yo fui a China en el 98 –me acuerdo, un viaje que hicimos con el doctor Jorge Castro, en ese momento secretario de Estrategia del Gobierno– para ver si era cierto que China iba a ser un gran comprador de soja. En la Argentina, en el año 96, se había liberado al mercado la soja RR y todos sabíamos que se venía una revolución y un crecimiento exponencial de la producción. Ya lo veíamos, lo teníamos clarísimo: entraba la siembra directa a toda velocidad, se facilitaba la limpieza de campos infestados de malezas perennes imposibles de combatir con sistemas convencionales. Los sistemas que se usaban eran absolutamente erosivos, había que dejar por ahí todo el verano el campo en barbecho, quemando materia orgánica. En fin, esas eran las recomendaciones agronómicas de los años 90. Bueno, la soja cambia la historia; y sabíamos que venía un aluvión y la preocupación era a quién le vamos a vender esto. Por otro lado, había un bombardeo creciente, también una amenaza que se venía con el movimiento ecologista que hacía lobby en el resto del mundo para que no le compren a la Argentina la soja transgénica, entonces la preocupación era muy grande. Y fuimos a China a ver qué pasaba, que era la esperanza. Y, la verdad, de ese viaje volvimos que derrotados porque allá nos dijeron: “No señores, nosotros no vamos a comprar soja, nos vamos a seguir autoabasteciendo”. “Pero –les dijimos– en los últimos dos años ustedes compraron, en el 97-98.” “Sí, tuvimos malas cosechas, importamos algo, pero ahí se acaba.” No sé con quién hablamos, me parece que con Moreno [risas].

Fijense lo que pasó después. Esta es la evolución de las importaciones de soja en China, de dos o tres millones de toneladas en esa época, en 2014 van a importar 70 millones de toneladas. Señores, nos pasaron por arriba: la Argentina produce 55 millones; tendríamos que estar produciendo 65, 70. Este año si no hubiera sido por estas lluvias estábamos en las 60. Pero China nos ganó.

No estuvimos mal, igual. Fijense lo que hizo Argentina: pasamos de producir 45 millones de toneladas (suma total de todos los granos) a producir 100. Nos estabilizamos ahí, tendríamos que estar en 120, 125. Pero estamos en 100. De todo esto, ahora la mitad es soja. Aumentó un 50% la superficie. Pasamos de 20 a más de 30 millones de hectáreas, pero la producción se duplicó. Eso es cambio tecnológico. Pero lo más interesante de todo es que, si contrastamos nuestra producción y la demanda mundial, hemos acompañado –por una vez en la historia– la tendencia de la demanda internacional de algo. Nos alineamos. Por supuesto hubo un plan estratégico para hacer todo esto en la Argentina. Lo hicieron los productores, lo tenían en la cabeza. “...Y sigamos produciendo porque esto se vende”; y entonces venían las compañías de trading internacionales y decían: “Che... la Argentina está interesante, está creciendo y va a seguir creciendo. Bueno, pongamos fábricas”. Y pusieron las fábricas y fueron expandiendo la capacidad instalada. Y entonces empezamos a exportar cada vez más harina en lugar del poroto, cada vez más harina y aceite. Y después de eso seguimos agregando valor. Esto es fundamentalmente lo que hicimos en materia de canasta en productos. Es cierto: la soja creció fenomenalmente y más que todo lo demás, pero lo demás no ha caído. Salvo en los últimos dos años el caso del trigo, que fue patético y consecuencia de errores de política. Pero la producción de maíz y de trigo en condiciones normales hubiera seguido

creciendo o por lo menos se hubiera mantenido estable mientras creciera la soja.

Fijense lo que está pasando hoy (y ya desde hace unos años) con el principal producto de la economía argentina. No exagero para nada cuando digo esto. Son 15.000 millones de dólares de harina de soja. Hoy [abril de 2014] cuesta unos 440, 450 dólares por tonelada corta; es decir: 500 dólares la tonelada de harina de soja, aquel sustituto de la harina de pescado de hace cuarenta años. Están los precios más altos de la historia ¿Qué refleja esto? Que la demanda de un insumo básico para la producción de proteínas animales (porque la harina de soja no tiene otro destino) está fuertísima. Porque el mundo está expandiendo su consumo de proteínas animales. Y eso es harina de soja y maíz. Eso es lo que produce Argentina; son los dos productos más dinámicos de la agricultura argentina. Maíz y soja. Con todo en contra: con soja pagando 35% por ciento de retenciones, maíz 20%... Incluso, al maíz le pesa mucho más porque tiene costos más altos y le pesa más el flete al estar más lejos de los puertos; además al valer la mitad por tonelada, entonces la incidencia del flete es el doble.

¿Y qué hicimos acá en Argentina? Hicimos lo que yo llamo la “segunda revolución de las pampas”, que es la de la conquista tecnológica. La primera fue la ocupación del territorio; la segunda es la tecnológica (SD, biotecnología, silobolsa, biocombustibles). Hay una revolución tecnológica fenomenal y que se va a tener que profundizar en los próximos años, porque estamos frente a nuevos desafíos. El modelo de la soja RR con el herbicida glifosato se está perdiendo. ¿Por qué? Porque la naturaleza se rebela y nos opone nuevos enemigos. Hay malezas tolerantes o resistentes, y hay que cambiar el cóctel de productos o el sistema de producción. Y eso puede tener enormes implicancias, porque no es fácil volver a una agricultura sin siembra directa, de laboreo convencional; porque tiene mayores costos y es mucho más erosiva, menos sustentable. Entonces –me parece– para los agrónomos hay nueva vida, porque los desafíos se presentan a diario.

Repasando. Los animales no hacen fotosíntesis; son productos que le agregan valor a lo que hacemos en el reino vegetal; los animales son los proveedores de proteínas animales. Nosotros tenemos en esto una visión muchas veces invertida: creemos que es más valioso un producto agrícola que un novillo. Tenemos una visión bucólica de nuestra producción de carne, cuando en realidad un novillo es maíz y soja con valor agregado. Lo hagamos sobre pasto o no, porque en esa pastura lo que puede haber es un maíz que hoy da 12, 13 o 15 toneladas de grano por hectárea; entonces, hay un costo de oportunidad o un lucro cesante, y si hay alguien que pague un mayor precio de un vacuno, diferenciado porque es de pasto, fantástico: se puede asumir el lucro cesante de producir menos toneladas de materia seca por hectárea. Pero si no, necesaria y naturalmente, la intensificación de la producción de proteínas animales se va a basar en la revolución agrícola que hemos atravesado todos estos años.

Unas breves palabras sobre la cuestión del precio del petróleo y su incidencia en los agronegocios en general. En Estados Unidos, la respuesta que se dio frente al petróleo de 100 dólares fue desarrollar refinerías de maíz, plantas de

etanol. Están situadas todas ellas en Corn Belt, el polo maicero más importante del mundo. Las plantas son de enorme escala y son más de doscientas. Y están funcionando a full.

Bueno, noticia argentina: desde hace un año, año y medio, está operando sin una falla una planta hecha con tecnología argentina pero fabricada en China que produce etanol en Río Cuarto. Esta empresa es propiedad de un grupo de treinta inversores. El 80% de ellos productores agropecuarios de la región. Con lo cual se está agregando valor al maíz de esa zona. El que aparece en la foto es Manuel Ron, ingeniero agrónomo, ex asesor CREA, hoy presidente de Bio4. Y con el casco puesto, porque fue a la guerra, pero además está conduciendo un emprendimiento industrial (y eso que su formación es agronómica, de esta casa).

En Estados Unidos, la demanda de maíz para etanol es la que explica cómo se han podido absorber las grandes cosechas de los últimos años. La revolución tecnológica también llegó a Estados Unidos; los rindes han ido en aumento pero no hubo colchón, digamos, todo se consumió porque apareció el etanol.

¿Qué tiene que ver el etanol con el maíz? La relación se ve cuando uno compara las evoluciones de los precios. Cualquier observador diría: “Me parece que van juntos”. Ahora ¿cuál de los dos precios manda? Ninguno: mandan mutuamente. Por supuesto que el negocio del petróleo es mucho más importante, más masivo. El etanol concurre en el mercado de la energía, tiene que competir con la nafta. La nafta tiene su precio ajustado con el precio del petróleo y, en consecuencia, yo puedo decir que si el petróleo sube el maíz va a subir porque el etanol va a estar gobernando esa ecuación. Y es lo que en general pasa: cuando sube el petróleo sube el maíz; y cuando baja el petróleo baja el maíz.

Hace más o menos seis años elaboré una pequeña... un teorema digamos. Un barril de petróleo a 100 dólares es maíz a 200. Es decir, dos barriles de petróleo por tonelada de maíz. Y dos toneladas de maíz son cuatro de soja. Es decir que el petróleo a 100 dólares es soja a 400 y maíz a 200. Miren por favor Chicago hoy [abril de 2014]. Maíz a 200, petróleo a 100 y soja arriba de 400. Y el petróleo está hace tiempo en 100 dólares, por lo tanto creo que en la medida en que tengamos un petróleo a 100 dólares vamos a tener estos precios en estos niveles. Entonces no son malas noticias para nosotros. Son malas noticias en general para los compradores de estos insumos, porque no pueden tomar revancha de los altos precios de la energía pensando en bajos precios de los alimentos, porque hoy van juntos. Y los que sufren esto, que han generado todo el lobby en oposición a los biocombustibles, son los que estaban antes en una situación de confort en el mercado.

¿Y quiénes son los que estaban antes? Los que usaban maíz, los que producen pollos, cerdos, feed-lot en Estados Unidos. ¿Por qué? Fijense la relación que hay entre el precio del maíz y el precio del novillo que compran, lo que sería el novillo de invernada o el ternero de invernada para meter en un feed-lot. Si el maíz sube mucho cae la demanda de terneros, porque la rentabilidad es baja. Y siempre es así, digamos: el precio del animal de invernada está en relación

inversa con el precio del insumo básico para producirlo. Entonces los feedloteros protestan porque les han sacado el maíz para hacer otras cosas; y protesta Coca-Cola porque la Coca-Cola usa jarabe de fructosa, que se elabora a partir del maíz; y protestan todos los que están vinculados a la industria alimenticia. ¿Por qué? Porque ahora resulta que el insumo básico de la industria alimenticia tiene nueva demanda por parte de la industria de la energía. La industria de la energía dice: “Pucha, ahora tenemos gas barato, tenemos petróleo accesible, hagamos esto...”, y el mundo dice: “Pará, no podemos depender de un recurso que se va a terminar, y que además genera impacto ambiental”. Entonces estamos en ese debate e instalando la cuestión de alimentos versus energía.

Un parrafito más sobre esto porque me parece que es clave también para tenerlo en cuenta, por lo que puede ocurrir en los próximos años. Alimentos versus energía. Alimento [muestra una botella]. ¿Qué alimento tiene la Coca-Cola? Jarabe de fructosa, es la única sustancia alimenticia. ¿Qué nos dicen los médicos? Descocalicemos, somos obesos, estamos consumiendo demasiada azúcar, demasiada fructosa. ¿Qué más hacemos con el maíz o con los granos? Alimentos [muestra una lata de cerveza]. ¿Alguien puede negar que esta cerveza es un alimento? Esto es cebada, señores. Es grano, o podría ser maíz o trigo. Estamos haciendo una bebida que nos gusta y que podemos pagar. No es una cuestión ética; esto figura en la canasta alimenticia y las empresas que hacen estas cosas son empresas de alimentos. Como también la que hace esto [muestra una botella de fernet]. Esto es maíz, digamos la planta más importante de la Argentina es 1882, de la firma Porta, que es socia de Bio4. Eso es estar en los dos negocios, porque fermentar maíz para producir fernet es lo mismo que fermentar maíz para hacer nafta. Lo único que falta es un proceso de destilación que es diferente en un caso o en otro. Pero la materia prima es la misma y el destino es el mismo. En un caso lo quemamos adentro nuestro y en el otro caso lo quemamos adentro de un motor para llevar a los chicos al colegio o para irnos de vacaciones. ¿Por qué? Y, porque podemos, porque tenemos auto, tenemos moto, tenemos todo eso. Más industria alimenticia [muestra una botella de aceite]. Todo esto es lo que se “opone” al uso de granos para la producción de energía. Es un debate un poquito cínico... Incluso el del pollo, porque les he demostrado que un pollo se come cinco o seis almuerzos de una familia.

Entonces estemos tranquilos que lo que producimos tiene demanda, que la cuestión ética no es la que domina sino que es el efecto del crecimiento de la población y, como les decía hoy uno de los disertantes, el efecto de mayor poder adquisitivo de la gente que va saliendo de la pobreza tiene un impacto exponencial en la demanda a futuro de nuestros productos básicos. Que son los productos de mayor valor agregado de toda la economía argentina. Y con eso voy cerrando. Valor agregado que está muy en boga y que se nos está diciendo, tenemos que salirnos del *commodity* y agregarle valor y ser la góndola del mundo. Me parece fantástico, pero partamos de la base de que ninguno de estos procesos de transformación de los productos básicos agrícolas va a tener más valor agregado interno que la propia producción de los básicos. ¿Por qué? Porque el salto tecnológico de los últimos años ha permitido duplicar o triplicar los rendimientos de algunos productos, como el caso del maíz. En los

años 90, cuando estuve a cargo del INTA, me acuerdo que el gran desafío era llevar el rinde del maíz de los 35 quintales promedio nacional al nivel de Estados Unidos, que estaba llegando a los 90. Teníamos que triplicar eso, porque la Pampa húmeda es como el Corn Belt. Bueno, señores: hoy estamos en un promedio nacional de 85 y tenemos muchas zonas arriba de los 100 quintales. Hemos acortado, hemos cerrado esa brecha. Eso es valor agregado. El valor agregado interno a través del salto tecnológico. Y además lo hicimos bajando la dotación de insumos, bajando la dotación de equipos –porque donde necesitábamos tres tractores ahora con siembra directa nos arreglamos con uno–, bajando el consumo de combustible. Y triplicamos los rendimientos. Eso es eficiencia, eso es valor agregado. Entonces lo primero que tenemos que meternos en la cabeza es que si queremos competir en el mundo, lo vamos a hacer a través de la continuidad de esta generación de valor agregado interno en lo que sabemos hacer. Que es producir estos granos. Después convirtámoslos en todas estas cosas que también podemos y sabemos producir y vender. Y sobre todo pensando que tenemos una demanda que hoy quiere los básicos, pero que está yendo también por los cerdos, por los pollos y por todos los productos de valor agregado que se pueden generar a través de esta cascada infinita que nos proporciona lo que produce la Argentina.

*Muchas gracias.*



Ingeniero agrónomo de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, es coordinador general de la Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (Aacrea). Es asesor de grupos, e instructor a aspirantes a asesores de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola.

### Jorge Latuf

Buenos días, veo que afortunadamente me toca después del café. La emoción del primer bloque fue muy buena y realmente vamos a ver cómo podemos instalar un tema que se inserta en una visión más local. Las estrategias para Argentina-Asia suponen que las hay conjuntas, pero el enfoque que le pienso dar a esta presentación es el de una experiencia, la experiencia CREA, más de cincuenta años gestionando conocimiento. Entendemos que a partir de ahí aparece una posibilidad estratégica y parte de lo que manifestaron los disertantes que me antecedieron, creo que va a permitir darles más peso a los conceptos que intentaré presentar aquí.

El movimiento CREA significa Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola. La sigla implica “consorcio” (que es un grupo), “regionales” (una ocupación territorial), y “experimentación agrícola” porque –en su momento– el objetivo de su conformación fue desarrollar tecnología que no existía. Un grupo CREA está compuesto por diez o doce empresarios agropecuarios que se reúnen mensualmente para compartir experiencias y colaborar mutuamente en la toma de decisiones. Cada grupo tiene un presidente (uno de los empresarios asume ese cargo voluntario) y un técnico contratado, rentado. Su rutina de trabajo incluye una reunión mensual, un plan anual de trabajo grupal y la recorrida mensual del asesor. En esa reunión mensual se generan y comparten todos los conocimientos.

Los grupos CREA nacen con la necesidad de generar tecnología agropecuaria que no existía en el país, ya que en diciembre del 56 se firma el decreto ley de creación del INTA –del cual Héctor [Huergo] fue director, como dijo hace un rato–, y en marzo del 57 se conforma el primer grupo CREA. Es decir: los grupos CREA nacen como una necesidad de generar conocimiento y tecnología para aplicarlos a la producción agropecuaria, copiando un modelo que existía en Francia a fines de la Segunda Guerra. Posteriormente, se agrupan en la Asociación, conforman una entidad. Básicamente, desde el momento de fundación el objetivo es crecer, evolucionar, siempre con las características del movimiento: con una política de tranqueras abiertas, de transferencia al medio socioproductivo, de compartir lo que se va generando, ya que los conocimientos allí generados no significaban en ese momento un diferencial estratégico. (Y creo que hoy tampoco; personalmente, creo que en el nivel de la producción tenemos, compartir conocimientos es lo que suma, mientras que retener esos conocimientos para uno solo no agrega valor.) Entonces este es el enfoque que pretendo compartirles: el modelo CREA; no como un juicio de valor sino como un ejemplo, como una manera de trabajar que –entendemos– nos generara una posición estratégicamente mejor como sociedad a los argentinos, si entendemos esto de que colaborando y compartiendo conocimientos todos podemos beneficiarnos, sin necesidad de que alguien sea perjudicado.

Lo más importante de nuestra tarea consiste en elaborar, desarrollar tecnologías y experiencias para compartirlas. Y esto tiene que ver con un ámbito de generosidad, pero también con un ámbito de virtualidades, porque cuando nosotros compartimos conocimientos y recibimos conocimientos de otros nos vemos beneficiados. No es una posición altruista, es una posición –si quieren– de beneficio mutuo, de mejora de las condiciones generales. Porque lo que nosotros buscamos es que nuestras empresas, y por ende los productores, sean más competitivos. La nuestra es una organización sin fines de lucro, como organización, pero quienes la componen son empresarios. Y todo el objeto del trabajo del movimiento CREA y de los grupos CREA tiende a hacer empresas más rentables.

Cuando en el año 57 nace el primer grupo CREA, se buscaba una respuesta a la necesidad de controlar la erosión eólica de los suelos del oeste de la provincia de Buenos Aires; entendiendo que de a uno era muy lento el trabajo y, si se juntaban diez o doce empresarios y compartían la información, podían generar más rápidamente la respuesta a la necesidad de la sostenibilidad ecológica. En los 90, las crisis económicas nos centraron en buscar también la sostenibilidad económica, ya que no podíamos tener empresas que cuidaran los recursos pero que no tuvieran los resultados económicos viables. Y, a partir del 2000, aparece la necesidad de cuidar también la sostenibilidad social. De modo que hoy esta es nuestra agenda: los temas que nos competen directamente son los que hacen a la sostenibilidad ambiental, a la sostenibilidad social y a la sostenibilidad económica, en un plano de equilibrio. Estamos desarrollando indicadores del eje social, que es el más difícil, porque de los otros dos ejes hay indicadores ya generados. De modo que la idea es encontrar un espacio central de equilibrio sustentable, donde podamos preservar los recursos sociales y ambientales para desarrollarnos a lo largo del tiempo generando riquezas.

Lo que sigue lo tomé de una presentación que Ernesto Viglizzo hizo en una jornada Aacrea, cuando mostró cómo han sido las ondas de acumulación de conocimientos tecnológicos en el sector agropecuario. Entonces, hubo una primera onda allá por los 40-50, cuando la tecnología de los insumos (semillas, plaguicidas, fertilizantes) era la que marcaba la diferencia y permitía el desarrollo. Posteriormente, en los 60-70, apareció la tecnología de procesos (manejo de los suelos, la hacienda y los cultivos). Luego, con el advenimiento de las computadoras, avanzó muy rápidamente la tecnología de la información, para la gestión financiera, comercial y de costos. Y, últimamente, lo que surgió fue la tecnología de la organización. Les comento esto para que nos demos idea de la complejidad de la agenda de temas que un empresario agropecuario tiene que manejar cotidianamente, aunque no sea consciente de eso.

Por supuesto, estas ondas de conocimiento no se reemplazan sino que cada una se suma a las anteriores. La agenda de cualquier empresario agropecuario hoy contempla todos estos temas, en alguna u otra medida, que requieren de sus decisiones. Y cualquiera de esas decisiones, si yerra, puede complicar el resultado general. Estamos viendo –todavía no lo tenemos definido– una quinta ola, que tiene que ver con el eje ambiental y de responsabilidad social empresarial, y todas las tecnologías que son necesarias para la validación social de nuestro trabajo. Hoy estamos viviendo momentos muy complejos en que la validación social –por cuestiones ambientales o por otras cuestiones– empieza a constituir una dificultad para la sostenibilidad de nuestras empresas. Entonces tenemos que generar la tecnología que nos permita dar respuestas a todas esas demandas. Y acá que quiero compartir con ustedes un esquema, para que entendamos dónde está la diferencia estratégica en cómo manejamos la información y la tecnología. Pensemos en un eje de coordenadas, cuya X representa la complejidad y el conocimiento existente (mayor complejidad entraña menor conocimiento) y cuyo eje vertical representa la importancia de los valores, es decir, no solamente con lo práctico sino también con los valores que las personas ponen en su quehacer. Cuando hay muy bajo impacto de los valores y hay muy baja incertidumbre en el sistema (mucho conocimiento), la solución es fácil. Uno va y le pregunta al que sabe y el que sabe le dice cuál es la respuesta, es decir, ante una determinada pregunta –independientemente de quién la haga–, hay una respuesta.

Cuando los sistemas se complejizan, cuando aparecen algunos valores con algún grado de influencia y mayor incertidumbre por desconocimiento, la solución ya tiene que ser a medida; cada caso debe ser analizado en forma particular y la respuesta es particular, para ese caso y cada situación, porque ante una situación similar, otra empresa u otro empresario podrían tener una respuesta diferente. Esto es una consultoría.

Esta agenda que ha ido complejizándose, y nosotros ahora estamos trabajando en un sector agropecuario donde los valores ya influyen en la toma de decisiones, por cuestiones de validación social, por cuestiones de organización interna. Hay mucha incertidumbre en el sistema, hay mucho desconocimiento de un montón de factores. Entonces, la solución ahora proviene del aprendizaje de quienes



toman las decisiones, la solución nace de los que gerencian y administran los problemas. Esto es lo que se define ciencia posnormal.

Volviendo al principio, si uno busca la solución para un potrero, la encontrará con una dosis de herbicida, una dosis de un fertilizante, cuyos indicadores o índices uno simplemente los conoce y hasta puede protocolizarlos para automatizar la respuesta. Pero cuando ya se requiere la intervención de las personas, la respuesta es a medida, porque es mucho más difícil de protocolizar, y entonces tiene que ser ajustada con algo de artesanía, con algo de arte, con el experto viendo al interlocutor. Finalmente, para los problemas más complejos, es necesaria la interacción de muchas personas para que la solución aparezca; porque el problema que tenemos siempre es que nuestra capacidad de visión está restringida por nuestros mapas mentales, de modo que nuestra capacidad de percepción de la totalidad de la realidad es limitada. Esto lo compensamos cuando trabajamos en equipo, cuando nos juntamos varios e intercambiamos ideas y opiniones en un ámbito de confianza; sólo así podemos encontrar entre los participantes las soluciones del problema más complejo.

Entonces, formalmente, Aacrea es hoy una asociación civil sin fines de lucro, que está integrada, dirigida y financiada por los productores agropecuarios. Es una entidad que se financia con los socios (no tiene financiamiento externo) y cuya idea desde 1960 es aportar soluciones y cambios para la rentabilidad y la sustentabilidad de las empresas agropecuarias.

El movimiento CREA hoy son 220 grupos, en 18 regiones, 2.033 empresas asociadas, unos 300 técnicos. Lamentablemente, todavía no tenemos participación o presencia en la zona de la Patagonia, pero sí en casi todo el resto del país, con distintos niveles de injerencia en la producción nacional.

Lo más importante es que describimos nuestra misión hace varias décadas, que se ha revalidado hace unos cinco años con algún ajuste semántico, pero básicamente no cambió. Nos definimos como “una asociación de empresarios agropecuarios que trabajamos en grupo y compartimos nuestras experiencias y conocimientos para aumentar la rentabilidad y lograr el crecimiento económico sustentable de nuestras empresas. Procuramos transferir nuestra experiencia al medio, colaborando así en el desarrollo del sector agroalimentario y del país”. Esta misión es la que todos los miembros de CREA sostienen y esto que es lo que definimos como una filosofía, como nuestro ADN, sustentados un trabajo con los valores. Estos valores compartidos por todos es necesario mencionarlos ahora por lo que voy a decir a continuación. Para nosotros, son seis valores los que rigen nuestro funcionamiento: integridad, compromiso, respeto, trabajo en equipo, solidaridad (y generosidad) y búsqueda de la excelencia. Y es para cumplir con estos valores que nuestro sistema requiere de confianza, para potenciar las ideas y construir una Argentina posible. Esos diez o doce productores requieren para interactuar de en un ámbito de máxima confianza, que la información que reciben sea cierta, que las recomendaciones no tengan segundas intenciones. La integridad está allí: ser coherente entre lo que pienso, digo y hago, con ser previsible, transparente. Y esto habilita y amerita que haya una franca

exposición de cualquiera de las empresas ante sus pares, con total libertad; y es lo que permite que después –con el compromiso, el respeto, el trabajo en grupo, la solidaridad y generosidad y la búsqueda de la excelencia– se logren los mejores resultados, sembrando confianza, potenciando ideas.

Entonces, desde el punto de vista de este contexto (el Simposio Argentina-Asia sobre estrategias de agronegocios), ¿qué tiene que ver lo que les comento? Nosotros hemos definido esa Argentina posible, básicamente, como un lugar donde cada uno pueda desarrollar su sueño. Esto lo definimos nosotros hace unos años pero sin embargo Pablo Hary, el fundador del Movimiento CREA en los años 70, para una de sus tantas alocuciones o discursos, escribió esta frase que es nuestra guía: “La misión de nuestro Movimiento es servir a nuestras empresas, pero también servir a esa gran empresa que se llama Argentina. Esto último se logra por dos vías. Una más inmediata: el aumento de la producción que el país necesita; la otra, más fundamental: la introducción de un cambio de mentalidad en la comunidad”. Es decir que Pablo Hary nos ha dejado la responsabilidad de aumentar la producción sensiblemente, y transmitir al resto de la comunidad la necesidad de tener una mentalidad pro activa y de cambio, y de estar dispuestos a ir por ella. Porque “No podemos esperar que un conjunto de empresas ineficientes dé lugar a una nación próspera, ni que nuestras familias y empresas puedan prosperar y desarrollarse en una nación colectivamente ineficiente”.

Desde ahí nos hemos planteado este desafío de generar empresas eficientes –de generar conocimiento para que las empresas del país puedan usufructuarlo y ser eficientes–, para colectivamente mejorar la nación, porque el contexto de eficiencia nos es necesario para que nuestras empresas puedan desarrollarse. Un sueño. Creo nada mejor que este contexto para presentarlo. Este sueño, la Argentina como un gran proveedor de alimentos, fue planteado hace unos diez, quince años, cuando todavía las tendencias de los últimos años del incremento de la demanda no se veían tan notablemente como ahora. Nos consideramos a nosotros mismos como integrantes de un país colectivamente agroindustrial, desde distintos lugares, pero básicamente todos aportando a un país productor de alimentos. Un país productor de alimentos con 42 millones de habitantes y que hoy produce para más de 400 millones. Y que además, como si esto fuera poco, podemos producir más; porque si analizamos la distribución de tierra en Argentina, vemos que tenemos todavía un potencial desarrollo sobre tierras que nos permitiría expandir el área. Y todavía no hablamos de lo que planteó Héctor hace un rato: salir de los 3.500 hace unas décadas y pasar a los 9.000 kilos de maíz por hectárea. Todavía tenemos margen para incrementar nuestra productividad; tenemos estudios que indican que si logramos que la media estadística se desplace hacia el cuartil superior, podemos incrementar en más de un 30% todas las producciones. Y la tecnología está.

Lo más importante de este trabajo que presenté de GPS recién tenía que ver también con la siguiente información. Hablamos de 35 millones de hectáreas bajo cultivo, según los estudios que hemos hecho para el CARI y para el trabajo que presenté hace un rato Sánchez Caballero. Potencialmente tenemos hasta,

casí, 60 millones de hectáreas, en las cuales podemos generar más productos alimenticios. Esto en números groseros significa alimentar a más de seiscientos millones de habitantes.

Entonces nuestro desafío hoy tiene que ver con –lo voy a decir de una manera un tanto cruda– cuánto tiempo el contexto mundial nos va a dejar la libertad de decidir si podemos darnos el lujo de no producir nuestro potencial. Esa expansión que mostraba el GPS del África subsahariana y América Latina tiene que ver con esto. Son los únicos lugares donde se puede expandir la producción de alimentos y si el mundo tiene necesidad de alimentos no sé cuánto tiempo más nos van a dejar seguir trabajando tranquilos antes de que vengan a ponernos alguna condición. Esto lo digo a título personal: los que producen petróleo ya han vivido esta experiencia. Entonces, me parece que poner todos nuestros recursos en función de nuestro potencial es una cuestión estratégica.

Nosotros pretendemos compartir nuestro método de trabajo, brindar información, trabajar y compartir los valores de mínima con que podamos actuar y concretar una red de conocimiento, de la que queremos formar parte, queremos tener, al decir de Ikujiro Nonaka: “La capacidad de crear conocimiento y diseminarlo entre los miembros de una asociación y de materializarlo en productos, servicios y sistemas”. La gestión del conocimiento tiene una visión pragmática total, el conocimiento sirve para dar resultados y dar respuestas a estas necesidades.

En este sentido es que CREA se vislumbra a sí mismo, se ve, como parte de una red. Nuestro desafío es potenciar la efectividad de esta red. Necesitamos que esa red funcione y que nos incluya, y que todos los que la conformen también cumplan con su parte del compromiso, básicamente para llegar adonde no podíamos llegar solos, para poder ver más, para recibir más y para ampliar el horizonte comercial y tecnológico de nuestras empresas.

¿Qué hace falta para potenciar una red? (Y vamos ya con esto concluyendo.) Es sencillo decirlo, difícil hacerlo o materializarlo. Se necesita actitud: los actores de la red tienen que estar dispuestos a actuar. Eso es actitud. También, tecnología e innovación, alcanzar los recursos. Sin embargo, con la actitud y los recursos no alcanza, si no están las competencias, las capacidades para administrarlos. Entonces hay que equilibrar el desarrollo y la actitud de los actores, tener la tecnología disponible (hoy por hoy, el aspecto menos limitante) y estar seguros de que tenemos las competencias necesarias para articular todo para lograr el mejor resultado.

Esta es una historia, no empieza hoy. Venimos con 57 años de Movimiento CREA en la mochila, que nos impulsa y nos obliga a seguir adelante, en la búsqueda de mejora continua, con el desafío de ir por más y de encontrar la solución a todos los problemas, o por lo menos intentarlo. Hoy plantearon un par de temas que están en la agenda; por ejemplo, el tema de la ruptura de resistencia al glifosato ya ocurrió hace unos años, y hace más de cinco años que tenemos identificados y monitoreados casos de malezas resistentes, con lo cual se pone en juego ya no el producto químico sino –como dijo Héctor– el

modelo de producción. En muchas situaciones el modelo de producción puede estar en juego. Aparece el año pasado, se ve la resistencia al gen Bt en algunos eventos puntuales, con lo cual la naturaleza nos obliga a no quedarnos estar tranquilos creyendo que ya tenemos todas las soluciones.

Nuestra metodología y desafío consisten en compartir. Entendemos que es la forma más rápida y eficaz para crecer y creo que a eso estamos llamados.

*Muchas gracias.*



Productor agropecuario y consultor en Relaciones Públicas. Fue Presidente de la Federación Industrial de Santa Fe, subsecretario de Industria de la Nación, diputado nacional y diputado provincial. En la actualidad se desempeña como director general de la firma Apache S.A.

### Carlos Castellani

Muy buenos días. Quiero agradecer a la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, al señor Fernando Vilella por haberme invitado y por haber invitado a la firma Apache a tener unos minutos acá para contarles una experiencia real de relación con los países de Asia y, particularmente, con India. Tenemos nosotros una experiencia y en ese sentido realmente nos sentimos muy halagados de estar acá para mostrarles nuestra situación.

De manera que Argentina y Asia en 2030 es el motivo de este simposio. El caso que vamos a contar es Apache con Sonalika. Sonalika es una empresa de la India, fabricante de maquinarias agrícolas y específicamente de tractores. Nosotros hicimos un convenio de colaboración e integración con la firma Sonalika para fabricar en conjunto tractores aquí en la Argentina. Nosotros pertenecemos a la empresa Apache S.A., que es una empresa ciento por ciento argentina, de capitales argentinos. Que inició sus actividades en el año 1957, casi sesenta años en el mercado argentino y, gracias a Dios, estamos intentando entrar en otros mercados del mundo, cosa que estamos pudiendo lograr. Nosotros tenemos el diseño, la producción y la comercialización de maquinaria agrícola para el mercado argentino y para mercados externos. Apache es una empresa que hoy es conocida en el rubro agropecuario. Yo quiero decir que realmente hemos tenido exposiciones muy importantes; el eje principal ha sido el alimento en el mundo, la producción agropecuaria y Argentina como uno de los factores principales para eso. Yo quiero decir que, como titular de Apache, me da mucho gusto pertenecer al sector que provee al campo argentino, que es uno de los sectores exitosos de la República Argentina. Si hay un sector que puede mostrar su éxito es el del campo, a pesar de que en estos 60 años hemos tenido diferentes momentos, no solamente en una época o en un tipo de gobierno, sino muchas crisis y momentos buenos y momentos malos. Sin embargo creemos que tenemos futuro, porque se trata de eso, de ayudar a producir alimentos para el mundo. Y en esa antinomia entre el campo y la industria, nosotros sentimos cierta pertenencia en el campo, porque es nuestro cliente directo; con lo cual creo que son actividades que se tienen que complementar.

Apache está ubicada en el corazón de la zona pampeana, en Las Parejas, que

es una localidad de la provincia de Santa Fe, una localidad muy industrial que tuvo una gran empresa que se llamó Funca, que hoy no existe y que desde allí salieron muchos empleados que pusieron distintas empresas, distintas fábricas pequeñas, muy pequeñas. Por ahí en la época de la siembra convencional fabricaban una rastra con algunos pocos elementos y después se fue creciendo. En su momento, se la consideró la localidad más industrial de Sudamérica en relación a los habitantes que tenía. Las Parejas hoy tiene 14.000 habitantes, una ciudad pequeña, pero ha atraído mano de obra de otras zonas de influencia, y entonces no es sólo Las Parejas sino toda la región: Armstrong, Cañada de Gómez, Casilda, Firmat, muchas zonas de allí que se han hecho industriales, ya que se ha generado una situación de contagio, ¿no?

Nosotros tenemos 80 concesionarios que distribuyen nuestros productos de maquinaria agrícola y tenemos tres centros propios de distribución. También exportamos; y hemos vendido en Rusia, en Nueva Zelanda, en muchos países (de Israel por ejemplo todavía no hemos tenido una devolución de una compra importante). Pero a pesar de que exportamos a muchos países, yo diría que nuestros cuatro principales mercados de exportación son Uruguay, Bolivia (hace muchos años que Apache actúa allí, donde ya tenemos un nombre, una marca reconocida), Venezuela y Sudáfrica, que es un país en el que la siembra directa se está implementando y en el que Apache es uno de los pocos fabricantes argentinos presentes, desde ya hace cuatro años, y cada vez vendiendo más sembradoras.

Nosotros teníamos un objetivo: la diversificación de los productos de nuestra familia de máquinas e implementos. Por eso lanzamos en el año 2007 la pulverizadora. Nosotros éramos fabricantes de sembradoras exclusivamente, y actualmente de sembradoras de siembra directa. Anteriormente, había una serie de implementos en la labranza convencional, que tuvieron un nombre pero que se fueron dejando, como las rastras, arados, que hoy obviamente no se usan en la Argentina (sí en otros países), ya que nosotros los fuimos dejando e incorporando las nuevas tecnologías. Así que las sembradoras son nuestro fuerte. Lanzamos la pulverizadora autopropulsada y teníamos un sueño de fabricar un tractor. Le pusimos *Tractor Strong 108*, que lo fabricamos totalmente aquí en la Argentina. Pero después encontramos una dificultad en la provisión de transmisiones; cosa que es normal que en la Argentina, porque salvo un fabricante (que fueron los Zanello de una época, fabricantes de tractores ya tradicionales que hoy están en Pauny), las fábricas nacionales no pudieron proveerse de esos materiales, y entonces no pudo ninguna fábrica desarrollarse en el rubro de tractores. Cuando esto pasó, tomamos contacto con la empresa Sonalika de la India. Allí, a través de algunas conversaciones, nos pareció que íbamos a poder tener un volumen de producción y un bajo costo. Los contactos fueron a través de una consultora. Esta firma Sonalika estaba buscando en la Argentina una firma que se interesara en la producción de tractores. El embajador argentino y el embajador de la India (que antes estuvo con nosotros) también estuvieron buscando y ayudando en esta situación, junto con la consultora; y nosotros fuimos adelante con el proyecto. Sonalika es una fábrica que está en Hoshiarpur (en la región de Punjab); tiene oficinas en Nueva Delhi, y fabrica automóviles y autopartes, además de maquinaria agrícola, como tractores, que

es su principal producción en estos momentos (*International Tractors Ltd.*). También produce grupos electrógenos y grúas móviles. Ellos iniciaron su actividad como empresa, no como fabricantes de tractores, en el año 1969. En el año 1995, al comenzar a producir tractores, se convierte en uno de los cuatro más importantes de la India, que tiene fabricantes de un volumen realmente muy importante. Su producción actual es de 300 tractores por día (más de 60.000 al año), cifra que está aumentando por la variedad de su producción, porque hacen tractores de baja potencia y cada vez están avanzando más en tractores de mayor potencia. Y no es la más grande, pero es la que más crece en India como fabricantes de tractores. Exportan a más de 70 países y tienen una fabricación integrada, fabrican sus propios motores, transmisiones, engranajes, inyección de plásticos, estampados. Yo he estado en la India en distintas oportunidades y también otros directivos de la empresa; como así también ellos vinieron a Las Parejas a nuestra fábrica en distintas ocasiones para arribar a este proyecto, que hay que abonar diariamente para que siga andando en el tiempo.

Los productos son de 20 HP hasta 90, o sea que son de baja potencia; ahora está por salir el de 120 HP. En la familia de productos hay vehículos, maquinaria agrícola, autoelevadores, grúas. Esa es parte de la producción de Sonalika. Las potencias son de 35, 50, 60, 75 y 90 HP, de simple y doble tracción. Son de uso agrícola los tractores; acá en la Argentina nosotros ya hemos colocado muchos de estos tractores, la marca es Apache Solis, (lleva nuestra marca y la marca de ellos); y también son usados por municipios y comunas, por las instituciones educativas, muchos clubes y también para el campo, por supuesto, para tareas menores que no necesitan tanta potencia.

Nosotros fuimos a la India en 2008 (en la que fue nuestra primera visita después de una teleconferencia que tuvimos) y visitamos la planta. Una planta realmente muy importante. Nos entusiasmó mucho porque tienen un gran método de trabajo y nosotros de alguna forma siempre debemos aprender. A nosotros enseguida nos pareció que podíamos sumar y ellos también vieron en nuestros productos una tecnología diferente de la que tienen ellos, no en los tractores (que están muy avanzados) pero sí en el uso de la maquinaria agrícola. Les digo esto porque hasta ahora no lo hemos podido hacer por algunos motivos que después se los comento, pero la idea es de tener un ida y vuelta: que nosotros podamos también colocar nuestros productos. Esa fue la intención: complementar la línea de productos, las tecnologías y aprovechar la red comercial.

En otro viaje que hicimos en 2009 pudimos firmar el convenio con Sonalika. En ese momento, hubo una misión empresarial de la Argentina (también de la Presidente) y este convenio se firmó dentro de esa misión.

Con los primeros tractores hubo una adaptación para el mercado argentino; en 2010 y 2011 nombramos otros concesionarios exclusivamente para tractores (porque difiere un poco el conocimiento, el *know-how* de los vendedores) para que se especialicen exclusivamente en el tractor; y también hemos incorporado muchos otros concesionarios.

Y en 2012-2014, algunas reglas de juego fueron cambiando en el país, y ya no se podía importar por estas las licencias no automáticas, por lo que fueron trabadas nuestras importaciones. Nosotros ya teníamos los concesionarios, teníamos todo un proyecto en marcha. En visitas de ellos y de nosotros y de las embajadas de ambos países, hemos acordado en un nuevo proyecto de cooperación con que vamos a nacionalizar este tractor. Tenemos un plazo hasta 2015 de hacer el 50% en nuestra planta de Las Parejas. O sea reemplazar el 50% de partes del tractor por partes argentinas en este proyecto de sustitución de importaciones. Ya lo estamos haciendo, estamos en un 20 o 25% y en estos días van a venir nuevamente los directivos de Sonalika para acordar, para autorizarnos; porque en definitiva el tractor y su funcionamiento de alguna manera tiene que responder a los productos que nosotros estamos reemplazando; y ellos verifican todo esto, así que en los próximos días estarán por acá nuevamente.

Bueno, algunos datos que ya seguramente también se han dicho. Nosotros por supuesto tenemos en la Argentina 40 millones de habitantes y estamos en el puesto 32 según cantidad de habitantes. La India tiene 1.200 millones de habitantes y está en el segundo lugar después de China. Por superficie, estamos octavos (2,78 millones de kilómetros cuadrados), no mucho menos que la India, que tiene 3,287 millones y está en el puesto número 7. Pero con la densidad de habitantes por kilómetro cuadrado, nosotros tenemos una brecha importante: nuestros 14 habitantes por km<sup>2</sup> versus los 355 hab./km<sup>2</sup> de la India. Nosotros vimos también la materia prima y la mano de obra que nosotros podríamos aprovechar con los productos que son elaborados en la India, por su escala y por sus precios. En cuanto al volumen, Argentina consume 6.000 tractores por año mientras que en la India consumen 400.000; acá en la Argentina esos tractores van desde los 18 a los 450 HP (o CV) y en la India van de 15 a 90 (tienen muchísimos usos y también por eso son muchos más).

Algunas similitudes. Los dos países tenemos muchos años dedicados a la fabricación de maquinaria agrícola. Ellos quieren diversificar sus productos y conquistar otros mercados, nosotros también. Siempre aparece alguna cortesía; acá se dijo de la amistad y eso realmente es una experiencia que nosotros hemos vivido. Nosotros nos sentimos muy bien agasajados, y previamente hubo todo un tiempo para conocernos mejor, para de alguna manera sentir que ellos tenían la confianza en nosotros como para poder hacer este emprendimiento. La hospitalidad también es muy buena, estamos en el interior del país en zonas agrícolas.

Las diferencias son el tamaño de las empresas, obviamente la suya es una megaempresa, con su estructura y organización. En la India el reloj marca ocho horas y media más que acá: si ahora acá es la una de la tarde acá, allá son las 21.30. Nosotros lo vemos como un dato positivo que ellos duerman mientras nosotros trabajamos y viceversa. Si tenemos un objetivo común, tenemos un horario mayor de trabajo. El sistema de comunicación preveía desde el principio que en cada empresa todos reportaran a una persona, una en Sonalika y una en Apache, para que concentraran las comunicaciones y que no hubiera demasiadas voces. Nos pareció que era el mejor sistema.

La comunicación de trabajo debe ser en inglés, y así lo estamos haciendo. Hay que tener visitas periódicas y recíprocas, y esto también lo estamos haciendo. Cuando ellos vienen acá, además de todos los temas de trabajo, viajamos por todo el país. Estos tractores se usan también mucho en economías regionales, no solo en las zonas agrícolas tradicionales. O sea que vamos a Viedma, al sur, y también al norte, a Misiones por ejemplo, visitando regiones para analizar las necesidades. Ellos quieren ver en cada punto cuál es el tractor que se necesita. Y también tenemos reuniones en las secretarías y ministerios que están involucrados; lo hacemos solos y a veces lo hacemos en forma conjunta para darle soporte al proyecto.

Bueno, algunas diferencias culturales: el 70% es vegetariano (no consumen carne vacuna) y la importancia de los miembros de la familia en la empresa es notoria. Para ellos es muy importante –y de hecho esta empresa lo tiene– el fundador, que aun vive y tiene sus hijos en la empresa en lugares directivos. Para ellos es muy importante que la familia se involucre.

Los conceptos en comercio exterior son más complicados; hay distintos temas aduaneros, impositivos, que hay que conversarlos y mirarlos. Allá el tránsito realmente es muy intenso, casi es imposible para nosotros. Hay una diversidad religiosa, diversidad de idiomas, étnica. Y también con feriados occidentales que van incorporando.

Y a nosotros nos parece que las embajadas han hecho mucho para este proyecto, que ojalá pueda seguir, que está en la mitad de camino, pero que le damos importancia porque pensamos en la producción de tractores para las empresas de maquinaria agrícola de capital nacional en la Argentina. Yo en este momento estoy como presidente de la Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinaria Agrícola. Y en la Argentina hay más de 800 fabricantes de maquinaria agrícola. Solamente hay 80 de sembradoras. Creo que Argentina es el país en el mundo en que más fabricantes de maquinaria agrícola hay. Las fábricas están en la provincia de Santa Fe, de Córdoba y de Buenos Aires, en ese orden, y todas en el interior del país. Ahora, fábrica argentina de cosechadores sólo hay una en Firmat y de tractores no había, salvo esta firma que yo les nombré, de Las Varillas. Con lo cual nos pareció que poner tractores también es pegar un salto y vamos a jugar esta partida fuerte para poder tenerlos, porque entiendo que también nos da una diversidad de productos que nos potencia para después ofrecer nuestra sembradora y el tractor también.

Así que con las embajadas estamos trabajando. Hicimos una presentación de Agro Activa, donde ya está el tractor que aparece en la imagen, con el 50% de partes argentinas, pero sólo para esa presentación. Ahora estamos viendo cómo lograr determinado precio que se ajuste a los precios de allá, cosa que no es una tarea tan fácil, por lo que hay un trabajo todavía, a mediano plazo. Pero mientras tanto vendemos los tractores con el 20% al 25% de integración nacional. Ese tiene el 50%, es nuestra próxima meta.

Así que estos son los resultados de la empresa donde yo estoy, Apache. Tiene tres

divisiones ahora. Sembradoras, que incluye las sembradoras de grano fino (trigo) y las de grano grueso (soja, maíz, girasol, sorgo), en siembra directa. También hacemos el descompactador de suelos; un mixer vertical y uno horizontal, para mezcla de raciones para el ganado; y también acoplados para transportar la semilla y el fertilizante, para cargar en la sembradora. La otra división es la de pulverizadoras, con las dos versiones de nuestra Cherokee de 210 y 260 de ancho de trocha. Y ahora la división tractores, digamos, con este convenio que tenemos con esta firma de la India con el que estamos muy entusiasmados y que creo que nos va a dar un futuro.

Como decimos, el futuro está en los alimentos, está en el campo, y yo creo que las fábricas de maquinaria agrícola (a pesar de que en la Argentina quizás esté sobredimensionado el rubro) tenemos que buscar otros mercados. Y la idea también con Sonalika es no solamente traer sus tractores, ya que el compromiso era que ellos también pudieran comercializar nuestros productos. Fundamentalmente las sembradoras, donde tenemos mucha tecnología aplicada. Argentina es hoy uno de los países que mejor producto en maquinaria agrícola tiene, para nosotros y para el mundo, para los que hacen siembra directa y para los que se van incorporando a la tecnología de siembra directa. Han venido a las exposiciones internacionales como Expoagro, como Agro Activa, como La Rural o Tecnópolis, muchos productores y funcionarios extranjeros. Y eso nos facilita para hacer el contacto; porque la maquinaria agrícola –y fundamentalmente la sembradora, que es nuestro principal producto– no es como otra mercadería, como vender granos, donde realmente uno ya tiene el producto y el mercado. En los países se siembra de manera diferente, en distancia de siembra, en accesorios, y entonces muchas veces hay que acomodar el producto.

Tampoco es un intercambio de contado o de cartas de crédito; muchas veces uno tiene que confiar donde manda máquinas de mucho valor. Las sembradoras hoy cuestan mucho más que un tractor, por ejemplo, y entonces para ganar un mercado –además de viajar varias veces– hay que acomodar el producto en el sector de diseño, de ingeniería. Y a veces las compras después no se dan. Entonces todo eso es a paso lento, pero avanzamos. Antes, hace 15 o 20 años, íbamos antes a la *Farm Progress Show* (adonde seguimos yendo), y la diferencia de tecnología que mostraban las máquinas del mundo era abismal respecto de la tecnología que tenía la Argentina. Y hoy realmente vienen a la Argentina y nos elogian la maquinaria agrícola que nosotros tenemos. No solamente nosotros, sino muchos fabricantes de maquinaria agrícola.

De manera que creo en este intercambio para además conquistar mercados, pero para eso también se necesita una política con reglas de juego constantes, y el tipo de cambio también, o por lo menos que los costos no aumenten más que el tipo de cambio, porque si no uno tiene que aumentar en dólares y un comprador de otro país al que una vez le decimos “vale 1.000 dólares” y después “1.030”, obviamente... se termina la venta.

El proyecto que tenemos con la India incluía al principio que nosotros mandáramos nuestras máquinas. Y ellos tienen muchos vínculos con África y nosotros

estamos muy bien en Sudáfrica; y como en otros lugares lo estamos intentando, ellos nos podrían abrir el camino y hacer un negocio en conjunto. Eso es todavía una asignatura pendiente. Pero si queríamos mandarles máquinas a la India y eso no es posible hasta ahora porque ellos tienen cinco hectáreas como máximo de trabajo de cada productor. Algunos entre familiares consiguen 20, 25 o más hectáreas, pero su trabajo en el campo es totalmente diferente del que hacemos nosotros, y con máquinas más pequeñas. Pero aunque hiciéramos (y entonces se vendería por miles) una máquina que ellos nos dijeran (“hay que hacer esta máquina”) y nosotros la pudiéramos construir, nuestros precios –por el valor de la materia prima y por el valor también de la mano de obra en relación a la suya– no podrían competir allá; cuando nos dan los precios que tienen ellos, muchas veces no estamos en condiciones de hacerlo.

Lo que sí es una cosa para poder pensar –y lo estamos analizando– es que pongamos nuestro *know-how* y nuestra tecnología, y si ellos quieren ir avanzando en la tecnología agrícola, poder fabricar partes o una máquina nuestra allá para vender en otros países donde ellos tengan su llegada y aprovechar así toda esa gran empresa que son ellos.

Así que bueno, yo quería un poco contarles lo que más o menos hemos dicho, y nuevamente quería agradecer la invitación y agradecerles a ustedes por haberme escuchado.

————— *Muchísimas gracias.* —————



Presidente de Asociación Semilleros Argentinos (ASA). Tiene un posgrado de Agronegocios y Alimentos en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Es perito receptor de granos. Técnico en Comercio Exterior (Fundación Banco de Boston) y tiene un posgrado en Estrategia Política.

### Alfredo Paseyro

Mientras me preparan la presentación, antes que nada quería agradecer a la Facultad de Agronomía, al Programa de Agronegocios y Alimentos de la FAUBA, a Fernando Vilella y, permítanme recordar: hace diez años tenía la suerte de ser alumno y en ese momento estaba el gran entusiasta Héctor Ordóñez, para nosotros sus alumnos “el Negro”; así que vaya mi reconocimiento al querido Negro.

Primero, voy a tratar de presentar brevemente lo que es la Asociación y, después, dar un enfoque de lo que es la perspectiva y la mirada de la industria semillera en esta relación bilateral Argentina-China.

La Asociación de Semilleros fue fundada en 1949, así que estamos cumpliendo 65 años. Tenemos una composición societaria de 84 socios, con una gran diversidad: empresas familiares, empresas nacionales, medianas, de gran envergadura, empresas multinacionales, institutos de investigación e institutos provinciales, como es la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombres o la chacra Santa Rosa.

Nuestra agenda diaria abarca toda la problemática de trabajo en germoplasma, que es básicamente la esencia de nuestra actividad, como así también el uso de las diferentes tecnologías, o la biotecnología, todo lo que es el tratamiento de las semillas y el uso responsable de estas tecnologías. Esto lo hacemos en un marco de diálogo, de interacción con todas las autoridades rectoras de nuestra actividad y, además, con representación en el ámbito local, regional e internacional, en diferentes foros.

Ahora, yendo a lo que es concretamente la presentación, para explicar un poco la visión, quería dar un marco. Yo tuve la oportunidad de conocer China en el año 1990. En esa oportunidad, hubo dos elementos que me llevaron a pensar que China estaba destinada a ser la primer potencia mundial. Hoy ya es la segunda y creo que el destino es ser primera. El primer elemento es que trabajaban todo el día. Yo estuve seis semanas, todas las noches me iba a dormir y tenía un edificio que estaban construyendo enfrente. A la mañana siguiente ya ese edificio había avanzado. Ese era un denominador. El otro factor que me llamó la atención era cómo se estudiaba inglés. Como decía hoy Héctor Huergo en el *Fried Chicken* o en *Mc Donald's* que también ya estaba, los jóvenes chinos estudiaban inglés. Esos dos elementos me llevaron a pensar que China estaba destinada a ser una potencia mundial y desde ese momento me dediqué a entender y estudiar la problemática.

Hay que poner la problemática actual un poco desde nuestro punto de vista, en perspectiva. Ya se dijo mucho de lo que es la economía, la población, la composición; un 47% de la población china es urbana, con los hábitos y costumbres típicos, por ejemplo, mayor consumo de proteínas. Pero hoy están en medio de su reforma económica, que es permanente, lo que ellos denominan “el sueño chino”; están en la quinta generación y esto lo está liderando el presidente Xi Jinping. O sea, antes teníamos “el sueño americano”, ahora estamos con “el sueño chino”, que tiene dos bases. Más economía y más tecnología, y menos ideología. Esto en la actualidad lo están haciendo bajo un concepto que denominan de “ascenso pacífico”. Si bien China hoy es la segunda potencia mundial, está dentro de lo que se denomina países emergentes. Entonces todavía siguen manteniendo este estatus de ascenso pacífico, y para el futuro aspiran ser una potencia de bajo perfil. Deng Xiaoping ya hablaba de ese principio de los veinticuatro caracteres o sea del bajo perfil de China.

La superficie china son 9,6 millones de kilómetros cuadrados; la esperanza de vida en el caso de los hombres es de 73 años y en las mujeres, 77. Además hay otro factor: hoy se hizo mención aquí a lo que es la composición de la familia china, lo que determina un poco su cultura del ahorro. Eso está cambiando, pero todavía persiste una cultura del ahorro porque tienen la obligación no sólo de educar a sus hijos para enfrentar los desafíos que les presenta la realidad, sino también tienen que mantener a sus padres. Entonces hace que ese núcleo familiar activo, productivo, todavía tenga una fuerte cultura del ahorro.

El Gobierno en el último año dedicó el 2,1% del PBI (que son 10 billones de dólares) a investigación y desarrollo. Y, como resultado de todo este fenómeno,

la producción granaria del año 2013 creció por décimo año consecutivo y ya superó los 600 millones de toneladas.

Ahora bien, identificamos tres problemas que tiene hoy su política agraria. El primero es la diversidad de regiones, con sus diferentes desarrollos económicos y tecnológicos. Para tener presente: la unidad productiva de China es el MU y el MU son 0,15 de hectárea. Eso se está encarando con una reforma de la tierra en los últimos años, que está permitiendo integrar para lograr mayor escala, pero aún sigue siendo un gran limitante.

Otro problema es la importancia que tiene la industria para la agricultura, para transformar el producto primario y darle valor agregado.

Y, por último, es desarrollar el conocimiento aplicado para erradicar el atraso que tiene hoy la zona rural. También está el problema de la migración desde zonas rurales hacia zonas urbanas, que está dado por la atracción que ejercen las ciudades. Yo hace veinte años todavía veía a la gente con el cuello Mao y la bicicleta; en noviembre del año pasado vi el máximo lujo, que no lo vi ni en Nueva York, ni en París, ni en otras ciudades desarrolladas. Entonces, eso es un imán de lo urbano a lo rural.

Los factores que determinaron el cambio podemos listarlos rápidamente en diez ítems.

1) La introducción del sistema dual de precios, que a partir de los años 80 hace que se incremente la productividad en China; en el inicio de la Revolución, era como que no había un valor agregado en mejora de la productividad, cosa que a partir de los 80 se revierte.

2) A partir de los 90, se incrementa la participación del sector privado; es otra de las novedades que se produce de la mano de Deng Xiaoping.

3) La participación industrial del sector estatal cae del 81% en 1980 al 15% en 2005, y hoy ronda menos del 10%.

4) La insuficiencia del poder adquisitivo de los habitantes de las zonas rurales; es parte de lo que decía recién y es un grave problema que el Gobierno, en estos últimos años (sobre todo como consecuencia de la crisis mundial), encaró incentivando la demanda interna, lo que ha hecho mejorar el salario del trabajador rural. Eso también tiene un impacto en lo que es el costo de producción.

5) La industria manufacturera es clave para el desarrollo económico. Hay 120 millones de agricultores trabajando en las zonas urbanas; es una transferencia permanente del trabajador rural a la zona urbana.

6) La ciencia y la agricultura van unidas para conseguir que los cultivos tradicionales sean transformados en avanzados sistemas tecnológicos. Hoy el desafío que tienen es toda la agricultura que no tiene tecnificación. La están incorporando, la tienen que lograr, pero todavía es un problema y están transitando por él.

7) En 2013, el Gobierno ha invertido 1.100 millones de dólares para apoyar la modernización de la agricultura en todos sus conceptos, tanto en lo que es el mejoramiento genético en el desarrollo de biotecnología animal y vegetal como así también en técnicas de producción.

8) El Ministerio de Agricultura está financiando un programa destinado a generar la confianza y revertir lo que es la opinión pública respecto de los transgénicos. A lo largo de estos tres días hemos visto que Argentina es proveedor de granos; todos estos granos son producidos con una innovación tecnológica conocida como transgénesis, y eso hoy está en discusión en parte de los consumidores chinos. Si bien lo consumen todavía no lo aceptan para producirlo en su propio suelo. Bueno, ese es un factor que el Gobierno está trabajando fuertemente y por eso invierte en revertir esta imagen.

9) Necesita mejorar la productividad. Bueno, es elemental en este crecimiento: necesita contrarrestar la creciente limitación de recursos (sobre todo los hídricos y las tierras cultivables); y ese el objetivo que están trabajando la ciencia, la investigación y el desarrollo. En 2013 vimos una discusión donde se planteaba si la Academia tenía que hacer investigación y desarrollo o simplemente tenía que quedar en la investigación y por medio de la transferencia tecnológica el desarrollo y los productos tenían que quedar en el sector privado.

10) Y por último, todos los años el Gobierno instala un paradigma, un norte hacia donde va a apuntar su gestión. En el año 2013 afirmaron, textual, “la importancia del desarrollo de la agricultura moderna para fortalecer las zonas rurales”. El tema es la agricultura, es fundamental; y es fundamental el concepto de agricultura moderna. Y ahí es donde nosotros creemos que están las grandes oportunidades.

A partir del año 2009, con la creación del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Argentina ha habido un trabajo intenso en lo que es la relación Argentina-China y ha tenido un gran apoyo en todo lo que es la Consejería Agrícola en China, de la mano del consejero agrícola Omar Odarda. Lo veo aquí a Guillermo Santa Cruz, que ha sido realmente un pilar en las relaciones y en el trabajo de cada una de las misiones en que le tocó interactuar.

Luego de más de cuarenta años de vinculación diplomática de los gobiernos argentino y chino, y a partir –insisto– de este trabajo que se hizo desde la creación del Ministerio, se han logrado conformar o firmar tres convenios de cooperación, o memorándum de entendimiento. El primero es el memorándum de entendimiento y cooperación en materia de semillas. Este ya tiene conformado un comité bilateral y ya se celebró su primera reunión; la segunda reunión será el 29 de mayo de 2014 en la ciudad de Beijing. Yo formo parte de ese comité bilateral y voy a estar asistiendo a esta segunda reunión.

El segundo es el memorándum de entendimiento y cooperación en biotecnología; también ya está funcionando un comité bilateral que tuvo tres reuniones y es 30 de mayo será la cuarta. El objetivo y el desafío de este acuerdo es articular

las agendas de estos dos comités bilaterales. Por ahora, se viene trabajando separado en lo que es el concepto de germoplasma o semilla y la biotecnología. Pero la realidad muestra que no hay manera de evitar que esto se conjugue y se trabaje en una sola agenda.

Y por último, el memorándum de entendimiento entre el Ministerio de Agricultura de la Argentina y la Administración Estatal de Granos de la República Popular de China. Esto es un marco legal que da una plataforma de cooperación y a partir de esto ya hay registros de exportadores en cada uno de los cereales y oleaginosas que exporta Argentina (soja, maíz, sorgo, cebada). También hay un registro de puertos de salida y hay un registro de puertos de entrada en China. Y todo esto viene conformando una plataforma muy interesante.

La relación propia del sector semillero también ha tenido sus frutos con un convenio de cooperación firmado entre la *China National Seed Trade Association* y nuestra Asociación Semilleros Argentinos. Un convenio de cooperación, además de la obtención de patentes, como presentó la firma Bioceres Indear y tenemos también una propuesta de un memorándum de entendimiento con la Academia de Ciencias de Shanghai.

También quiero mencionar, porque esto nos llena de orgullo como Asociación. Como les decía, nuestra conformación es de empresas familiares hasta multinacionales. Bueno, una empresa familiar, Basso Semillas, es la primera empresa argentina semillera que tiene base en China y está exportando y desarrollando sus productos allá. O sea, también hay un vínculo y hay una formalidad de ese vínculo de los sectores semilleros.

Esta creciente demanda nos plantea un desafío a nosotros los argentinos como productores de alimentos; porque para atender ese desafío de la demanda necesitamos una herramienta que es la biotecnología, el mejoramiento genético y todo lo que se hizo hasta la aparición de la biotecnología; hoy todo eso es una herramienta fundamental que permite atender esta demanda. Ahora, por un lado, cuando tenemos el desafío de la demanda y queremos abastecerla, nos encontramos con ciertos problemas de sincronía. Este es un tema muy técnico pero rápidamente se podría sintetizar como la necesidad de contar con un sistema armonizado de evaluación y aprobación de eventos biotecnológicos. ¿Qué significa esto? Cualquier evento biotecnológico necesita en su país de desarrollo una evaluación y una aprobación, y lo mismo en el país de destino. Aquí hay una sincronía en los sistemas y en los tiempos. Cuando el país desarrollador (por ejemplo, Argentina, Estados Unidos o Brasil) logra esta aprobación, China recién empieza la evaluación. Una evaluación y aprobación de un evento biotecnológico no lleva menos de dos años. Entonces se produce un delay entre la oferta tecnológica que tiene el productor y poder utilizarla; y el riesgo que se corre por estar exportando un grano que no cuenta con la aprobación de ese evento biotecnológico. Hay una gran cantidad de eventos aprobados. El último y el más relevante y el que tuvo mucha difusión en los medios es el evento en soja de RRbt (tuve la suerte de estar en la reunión y de estar con el ministro Han Changfu el día que se anunció la aprobación de este evento); pero

hay otros que todavía están esperando estas autorizaciones: entre renovados y pendientes, hay cinco para soja, seis en el caso de maíz, dos para la canola y uno en el caso de algodón. Hay uno que también por estos días está en los medios, que es un evento de maíz, es el MIR 162, que está esperando la aprobación y pone en riesgo varios negocios de exportación. No solo de la Argentina –esto hay que decirlo–, pone en riesgo a todos los proveedores de maíz, porque las multinacionales van instalando sus tecnologías en los principales proveedores de alimentos, como son Estados Unidos, Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay.

Me queda muy poco tiempo, voy a hacerlo muy rápido. La industria semillera china hoy básicamente utiliza 12,5 billones de kilos, esto es un número realmente impresionante para alguien que está en el sector. El mercado potencial es de 12,5 billones de dólares. Y ha habido tres momentos; no me voy a detener en los dos primeros, simplemente diré que desde la fundación de la República Popular China en el año 49 (coincide con la de ASA), había una desarticulación entre la investigación, el breeding, la extensión y la comercialización (todo esto funcionaba separado). A partir del año 2000, el Gobierno chino promulga la ley de semillas (lo que ordena todo lo que es registro de variedades, propiedades intelectuales y demás) y a partir de ahí se empieza a ordenar y a experimentar una reducción en lo que era hasta hace unos años el mercado chino, que tenía más de 8.000 empresas, pero tan solo 100 tenían capacidad de hacer investigación y desarrollo. Esto es propio de mercados inmaduros donde market share está muy atomizado, pero también produce ineficiencias. El Gobierno chino en 2011-2012 ha introducido una serie de modificaciones a los requerimientos para ser empresa semillera y esto va a ir tendiendo a una mayor concentración y a ser empresas más competitivas.

El otro factor es que menos del 1,5% tienen capacidades de investigación y los presupuestos de investigación y desarrollo de estas empresas son muy bajos. Hoy una empresa de relevancia mundial invierte entre el 8 y el 10% de sus ventas. Estas empresas ponen en investigación y desarrollo el 1, 1,5%. Solo 80 de estas 8000 empresas tienen integrado el breeding, la producción, procesos y ventas. Es decir, respecto de lo que sucedía en el 49, estas 80 empresas han logrado distinguirse por la integración que desarrollaron.

El Gobierno chino da soporte a través de subsidios y diferimientos impositivos. Se espera que en los próximos años –como decía– haya simplemente una docena de empresas que manejen el mercado.

Y también hay restricciones, que voy a enumerar rápidamente: la desconexión entre la investigación y la producción limitada la velocidad de los resultados, el bajo nivel de concentración de la industria, el bajo nivel de comercialización. Por último, aquí está el desagregado de lo que es la composición de este mercado. Doce billones –están en yuanes– en el caso del maíz, un poco más de 8 billones en el caso del arroz, 6 billones en el caso de trigo, 8,5 billones en vegetales, 2,33 en arroz y 1,09 de otros.

Oportunidades. La cooperación mutua es un principio oriental que rige cual-

quier relación. 1) Mediante los convenios de cooperación que hemos visto, que ya están firmados (tanto en el sector público como en el sector privado), creemos que es necesario –y tenemos la oportunidad– establecer agendas de trabajo en biotecnología, semillas y granos, pero no por separado sino en forma integral. Hoy es un todo. La semilla es el primer eslabón del sistema productivo agroalimentario, pero es imposible trabajar los temas como compartimentos estancos. 2) Establecer parques tecnológicos demostrativos de estas tecnologías, que sirvan –además de para demostrar in situ el beneficio– también para la etapa de evaluación, tanto en lo que es registro de variedades como en la aprobación de eventos biotecnológicos.

3) Trabajar en programas de intercambio de semillas, pero de semillas ya como un todo, como un concepto integral. 4) Y cooperar en el desarrollo de prácticas sustentables. Hoy es imposible pensar que no se haga un trabajo sustentable y responsable de las tecnologías.

Por último, las tres conclusiones. 1) La relación de cooperación de beneficio mutuo dentro del esquema sur-sur abre un abanico de oportunidades para ambos países. Se dice que el siglo XXI es el renacer de Oriente, y nosotros tenemos la oportunidad de participar y ser beneficiarios de ese renacer. 2) Se han establecido memorándum de entendimiento públicos y privados que formalizan y conforman una plataforma para la cooperación y la integración. 3) Por último, la necesidad de la tecnificación de la industria semillera, que es el desafío que tiene hoy la producción china. Argentina cuenta con conocimiento, cuenta con gente con experiencia. Tenemos una industria; de nuevo: nuestra asociación tiene 65 años, pero hay empresas que tienen más de cien, y podemos colaborar y cooperar en toda esta integración.

Para cerrar, un proverbio que dice que solo la amistad entre los pueblos acorta las distancias. Como les dije, mi primera experiencia fue en el año 90. Ahora en mayo tengo que volver y la única conclusión que puedo dejar de estos más de veinte años de experiencias es que no hay posibilidad de establecer una relación si no van de la mano lo público y lo privado. Me pasé más de quince años tratando de hacer negocios con China, nunca logré nada. En los últimos cinco años, pude formalizar documentos de entendimiento, hacer negocios y hoy ya no digo tener amistades pero sí que tenemos las relaciones y ese guan chi que dicen los chinos que es aquel que nos abre las puertas a los negocios.

---

*Muchas gracias.*

---





## Panel especial

**Día:** 09

**Mes:** Abril

**Año:** 2014

**Simposio “Argentina y Asia en 2030:**  
Estrategias en los agronegocios para un mundo en desarrollo”

**Buenos Aires, Argentina.**

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Roberto Bisang**



Licenciado en Economía (Universidad Nacional de Rosario), Master of Science en Economía (CEMA). Es profesor visitante de Science Policy Research Unit (Universidad de Sussex, Inglaterra). Es especialista en organización industrial, tecnología y análisis sectorial (agroindustria, medicamentos, siderurgia). Funcionario de la oficina de la CEPAL en Buenos Aires, área Agroindustria. Docente por concurso de la Universidad Nacional de General Sarmiento y de la Universidad de Buenos Aires e invitado de la Universidad Nacional de Rosario, la de Mar del Plata; la de San Andrés y la Austral. Es también investigador de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU).

**Roberto Bisang**

Gracias por la invitación a los anfitriones.

La verdad, tengo dos problemas. Quienes hablaron antes saben mucho, son inteligentes y están involucrados. Yo soy interesado (o sea, tenemos responsabilidades distintas). Segundo: a partir de la una y media, las neuronas bajan al estómago. Con lo cual tengo que decir cosas relativamente interesantes, cortas y sintéticas, de manera agradable.

Quiero referir una reflexión que escuché en el pasillo de la facultad la vez pasada. Me dijeron: “Ah, tanto lío, y finalmente China va a ser a Argentina lo que fue Inglaterra a Argentina en el siglo XIX”. Y la verdad es que eso es todo un desafío. Yo me quedé pensando, digo, me parece que vale la pena hacer alguna reflexión en función de eso, y en función de las nuevas condiciones actuales. Con lo cual a mí me parece que el punto de partida es precisamente plantearnos esto: si realmente los países asiáticos están reemplazando a lo que fue Inglaterra en el siglo XIX. Yo tengo la sensación de que no es así, como así también la sensación de que es una invitación –y un desafío a la inteligencia colectiva– la construcción de un modelo de articulación distinto en esta nueva división internacional del trabajo. No sé si salió muy rimbombante la frase, pero lo que quiero decir es: la Argentina, en este nuevo esquema mundial, se está repensando; y la pregunta válida de la gente de la calle es: ¿Especialización en soja? ¿Con eso alcanza?

Entonces, quiero plantear alguna reflexión de lo que he escuchado esta mañana y lo que he escuchado por internet de las conferencias previas sobre estas cuestiones de interrelación internacional.

La afirmación básica que haría es que las relaciones en las cadenas globales de valor se construyen, no son datos estatuidos que caen del cielo sino que son construcciones sociales; y que justo en este momento (en los últimos diez, quince años y en los próximos diez, quince) estamos en medio de un proceso de cambio de paradigma tecnológico que establece la posibilidad de abrir el juego; y ese cambio de paradigma tecnológico ocurrió en la Argentina (creo que Héctor lo decía hoy), y también está ocurriendo en China. De modo que, hace un par de años, el común de la gente –cuando le preguntabas por China– te decía “sinónimo de arroz”; hoy te dicen “sinónimo de Lenovo”. Y eso es un cambio sustantivo. Y cuando preguntabas por India te decían “la vaca sagrada”, mientras que ahora te dicen “Bangalore” o te dicen “software de alta calidad”.

Entonces este es el punto de partida sobre el que quiero hacer un par de reflexiones. Me parece que la construcción de la relación tiene un nuevo escenario. Primero es que estamos hablando de un mundo que está manejado por cadenas globales de valor, donde armar alimentos o armar biocombustibles tiene una lógica parecida a la que rige en el mundo industrial cuando se arman autos con partes de distintos lugares del mundo. Entonces, la pregunta relevante es ¿qué lugar quiere usted ocupar en la cadena global de valor?, porque de ahí surge el proceso de acumulación. Es decir: la pregunta de dónde me voy a ubicar, en qué punto voy a tratar de hacer un *win to win* dentro de la cadena, analizando qué necesita el otro, qué tengo yo, qué le hace falta al otro y qué tiene el otro que haga falta a mí, a fin de coordinar.

Ahora, ese tipo de pregunta, que es el marco analítico central, tiene un punto de partida definido por las economías que estamos viendo hoy, de perfiles –por el momento– complementarios, que en una punta tienen mucha gente con mucha hambre y el bolsillo cada vez más lleno, o empezando a llenarse, tipo clase media; y, del otro lado, gente con posibilidades de proveer ese tipo de alimentos. Estas economías, además, están sujetas a cambios estructurales y tienen tamaños muy asimétricos (tipo tortícolis para nosotros, porque en cuanto a tamaño siempre estamos mirando para arriba, muy arriba). En cuanto a los cambios estructurales, hay novedades respecto del siglo pasado en nuestra conformación productiva que la hacen totalmente distinta, ya no es la agricultura del siglo XIX. En cuanto al perfil empresarial, la del siglo XXI tiene empresarios que son globales, profesionalizados, gente que conoce; productores agropecuarios que están hablando de genética, hablan de eventos, y hacen *put* y *forward*, o sea, gente con una capacidad que, posiblemente, en el siglo XIX no teníamos. En cuanto a la tecnología, por diversas razones, accedimos a ella relativamente temprano, y la estamos afinando, y ahí hay un dato para ser optimistas. Y, finalmente, está la necesidad de economías que en la otra punta del mapa están cambiando y tienen por eso necesidad de complementación.

Entonces me parece que esto es un proceso en construcción, de los dos lados y que, en ese proceso de construcción, es una miopía hablar solamente de vender soja, *pellet* de soja, etcétera. Creo que hay que enfocarse en la relación o en los ámbitos de complementación, en al menos cuatro planos: comercial (después vuelvo sobre esto), productivo, tecnológico y financiero. No es solamente un

problema de comercio exterior, sino uno mucho más complicado. Y desde este punto de vista es que pregunto: ¿qué oferta local tenemos para este truco?

Yo tengo la sensación de que la Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, lograron consolidar un modelo productivo en lo biológico (permítanme la licencia de decir “biológico” y no “agrícola”, porque me parece que es un poco más que agrícola convencional); digo, han conformado un modelo productivo que ya casi es historia, pero que es historia de avanzada.

El matrimonio bien avenido entre siembra directa y organismos genéticamente modificados, más la agricultura por contrato, más la agricultura industrializada es un paquete de la década de los 90 que ya está llegando a un cierto estancamiento; y nos estamos preguntando cómo va a ser el próximo paso, y nos estamos integrando con China e India, que también tienen sus dinámicas, sobre la base de un paquete técnico que nos ha repositionado internacionalmente de una manera muy conveniente y que además nos abre posibilidades para repensarnos en el marco de esa cadena global de valor. Esa es la idea fuerza que yo querría transmitir en este bloque.

El nuevo paradigma agrícola. Como economista, casi que me da vergüenza decirlo en la facultad de ciencias agrarias, pero todos lo conocemos. El nuevo paradigma agrícola tiene una pata tecnológica, una pata de reconfiguración empresarial, una pata organizacional (esta idea de economía en red, de trabajar agricultura por contrato a dos, tres, cuatro vueltas) y una pata de políticas y regulaciones con una lógica mucho más regional (digo desde lo que decía Martín Piñeiro hasta lo que surgía esta mañana: todo el mundo está pensando por lo menos en concepto región). Con “región” me refiero a Latinoamérica o a acuerdos privados que muchas veces van más rápido y son mucho más dinámicos que las respectivas instancias públicas.

Ese nuevo paradigma agrícola ha dado como resultado algunas cosas interesantes. Discúlpennme que trabaje con datos de un año, 2012, fuente FAO. Ya sabemos que los datos promedio de rendimiento físico siempre son medio tramposos; pero la magnitud de lo que yo quiero significar me parece que amerita eliminar los problemas de segundo orden.

Productividad física maíz, rendimiento por hectárea, ¿dónde está Argentina? Estamos (con 8,33 toneladas por hectárea) cerrando la brecha con Estados Unidos (que tiene 10,34). Y si uno lo hace cada cinco años y toma los últimos diez o quince años, se ve que el cierre del gap en productividad es fenomenal. ¿Falta mucho? Falta mucho. ¿El diferencial que hay entre el mejor productor y el productor promedio es importante? Es importante. ¿Hay aspectos para trabajar? Sí, señor, hay aspectos para trabajar. Pero lo que está claro es que estamos lejos, muy lejos, del promedio chino (5,1 ton/ha). Es decir, mientras que en un pedazo del sector productivo de la Argentina lag in tipo de veinte años, en el sector productivo biológico de base agrícola estamos con una productividad cercana o en el límite con las mejores sociedades.

Si vamos al caso soja, nuestro sistema es todavía mejor. De nuevo, China tiene 1,67 ton/ha, unos 17 quintales por hectárea, mientras que nosotros estamos en un promedio 29, 30. Está claro que el salto es fundamental. Si, estamos posicionados en un modelo que va camino a la madurez, sobre una productividad alta.

Segunda cuestión. Cuando uno mira los récords de producción de los principales productos (maíz y soja), va a ver que hay un salto del 95 hasta 2006, 2007 y después la cosa empieza a atemperarse. No es que caiga la productividad de maíz (ni en Estados Unidos o en Brasil ni en Argentina), pero está perdiendo velocidad el crecimiento y da la sensación de que vamos a una meseta.

Otro dato del tema. En soja el dato es parecido. ¿Hay posibilidades de crecimiento? Obvio: sí. Pero daría la sensación de que pegamos un salto desde mediados de los 90 hasta 2007, 2008, y de ahí en más empiezan los serruchos, sobre una plataforma de la que no es esperable replicar el pasado de los últimos quince años. Eso parece ser así en varias de las economías.

Por otro lado, cuando uno mira esas tecnologías maduras y se pregunta cuál es la tasa de uso y de difusión, se va a encontrar con que la siembra directa, en los países apanados sobre Argentina, Uruguay y Paraguay, andan por el 70% o más, mientras que Estados Unidos y Brasil vienen más abajo, posiblemente estén arriba del 35%, 40%. Ojo: vamos delante de Europa un paso largo y, seguramente, respecto de otras economías, varios pasos largos más.

Lo mismo que en términos de cobertura de semilla OGM. Esto es soja para todo el mundo. Estamos en torno al 80% de uso de transgénicas. Si los tres productores centrales son Estados Unidos, Brasil y Argentina va de suyo que eso está ocurriendo casi globalmente.

¿Qué quiero decir con esto? Digo, hasta acá la sensación es que nosotros tenemos un modelo consolidado, productivo, y que cuando lo analizamos en la Argentina y lo ponemos en términos de producción total, ahí sí la cosa del estancamiento parece empezar a ser preocupante mirando los datos de los últimos cinco, seis años. Porque pasamos de 42, 43 millones de toneladas anuales a 95-97 millones en diez, doce años; pero desde 2007, 2008, 2009 entramos en una zona de disenso social, ¿no? Un poquito de clima adverso, estamos ahí como estancados. Entonces alguien desde academia, que siempre gusta de usar grafiquitos, teoría y ese tipo de cosas, hablando de paradigmas, dice: “Mirá, en una de esas lo que está pasando en la vieja curva de Schumpeter”. O sea: década de los 80, producción planchada, inestabilidad, precios internacionales bajos, más un problema de destrucción rápida del suelo; vienen los primeros 4, 5 años de los 90, cambian los precios relativos, y pum para arriba, 96 en adelante liberación de la siembra directa, etc., etc. Por supuesto que en el transcurso los altibajos fueron varios, pasamos por una crisis 2001-2002 de la que mucha gente no habla, pero que implicó un cambio de precios relativos sustantivo. Hasta que llegamos a 2005, 2006, cuando parecería que entramos en un plateau. Curioso, porque cuando uno mira los precios internacionales de ahí en adelante y fueron para arriba, pero nosotros estamos estancados. ¿Qué

da la sensación que pasó? Da la sensación de que hemos avanzado, la renta de las empresas agropecuarias atrajo una multitud de nuevos jugadores, los *pools* de 2.500 a 4.000 hectáreas, subió el precio del alquiler (se fue al doble en 6 ó 7 años), el precio de los insumos acompañó el precio de la soja y el modelo tendió a estancarse. Por supuesto que esto es una gran tendencia; pero también es la base de lo que uno tiene para insertarse en el mundo a futuro, en un modelo que es competitivo y tendiente hacia la madurez.

Entonces, en ese plano, ¿cuáles son las vías de expansión futura? ¿Cómo sigue la película? Miren, en principio, quiero hacer la aclaración de que esta película es bastante parecida de lo que pasa en Uruguay, en Paraguay, en menor medida Brasil pero sí en Estados Unidos, donde las tasas de rentabilidad empiezan a caer y no tenemos el gas (como dirían los chicos de hoy), no hay gas como había a mediados de los 90 y hasta hace diez años. ¿Entonces cuáles son las vías de expansión? ¿Por qué? ¿Por qué es importante reflexionar sobre este punto? A mí me parece que hasta ahora hemos pivotado sobre grano y hemos transformado con suerte diversa la proteína verde en proteína roja (en mi opinión, no del todo exitosa en términos de política pública en cuanto a dicha transformación); entonces hemos transitado una integración mundial tendiendo hacia el grano. Y del otro lado, el jugador que más nos compra, compra grano, el que sigue en orden de importancia nos compra *pellet*, y el que sigue en orden de importancia nos compra aceite. Y hay un cuarto que compraba biocombustible, pero ahora tenemos algunos problemas. Eso es lo que nos dio el modelo hasta ahora.

Ahora, la expansión a futuro, ¿por dónde va a venir? Porque ya sabemos hacer RR, contabilidad creativa con las semillas de reproducción (espero que nadie se sienta por esto ofendido), etc.; por el otro lado, el precio de los alquileres se va para arriba, el precio de las semillas híbridas para reproducción y demás se van para arriba, y entonces usted tiene tres o cuatro nodos adentro de la red, que están concentrados y que le cobran *in advance* la renta (o sea: no miran su propio costo de producción, sino que miran el precio de Chicago y le descuentan de antemano; no sé si he sido claro en este tipo de concepto).

Entonces, ¿cómo sigue la historia? Una manera de seguir la historia es expandir la frontera agrícola. ¿Dónde? Bueno, uno puede pensar que en Argentina hay varios (alguien dice tres, otros dicen cinco, otros dicen ocho, todo depende de qué precio) millones de hectáreas por incorporar. La otra frontera agrícola es la internacional, porque ya hay varias empresas que aprendieron a hacer el negocio de “me voy con mi tecnología al exterior”. Es decir: la complementación no va a ser estrictamente comercial en la cadena global de valor a futuro, sino que será también de expansión de frontera agrícola en terceros países, que es la salida casi obvia que tiene el modelo, o una de ellas.

La segunda manera es terminar de reemplazar el viejo modelo por el nuevo modelo; porque ahí aún hay un bache, un 15, un 20% de agricultura más tradicional que se puede mejorar.

Finalmente, la tercera manera, la más prometedora (y la más complicada): un afinamiento del modelo hacia la agricultura de precisión. Pero déjenme decirles que esto que es sumamente relevante en términos tecnológicos, esto no da saltos del 10% anual, sino para –a lo largo del tiempo– completar el salto que vino desde la década del 90 y parte del 2000.

Y, perdón, en realidad hay otra manera más. Hay gente que te dice (gente acá, en Brasil y en Uruguay; y en Estados Unidos más, más que en Brasil, Uruguay y acá): “Mirá, si se plantó la frontera agrícola y yo soy eficiente en mi materia prima, lo que hago es la industrialización vertical. Te lo convierto en chanco o pollo, con la máquina conversora, con el pollo o la genética bovina como bien de capital, y te hago una planta de *crushing* adentro del establecimiento (o en el *cross road* de Estados Unidos), hago burlanda para un lado, hago etanol para el otro; y me convierto en algo que es bioindustria”. Yo por eso digo “producción biológica”, porque para hacer biocombustible hay que poner enzimas recombinadas; y porque para hacer esa agricultura hay que poner mucha tecnología de origen; entonces esto es más producción biológica que producción agrícola de reproducción simple, tradicional.

Claro que si yo me meto de esta manera, si industrializo el agro en origen –y esto es una tendencia mundial–, tengo que ver qué salida le voy a dar a eso en términos de la escala global de valor. ¿Por qué? Porque una cosa es que me compren grano y hagan *crushing* afuera; y otra cosa es que me compren carne –donde el estándar sanitario pesa–, o me compren leche en polvo, donde cierto estándar sanitario pesa. Entonces ahí empieza el otro esquema, que es la complementación mundial para las próximas décadas; un proceso en construcción que seguramente va a ir en esa dirección y va a implicar mucho de lo que acá se habló con los ejemplos micro: sentarse, confianza, coordinación entre partes, políticas públicas acordadas con las privadas de un lado y del otro lado.

Otro aspecto: qué se observa en los ámbitos de intercambio (y con esto voy cerrando). Digo: qué se observa en los ámbitos de intercambio respecto de mi pregunta inicial sobre aquella afirmación del comienzo: “Che, finalmente lo que hicimos fue reemplazar Inglaterra del siglo XIX por China del siglo XXI”. Se observa que no es así, sino mucho más complicado, mucho más denso, y mucho más prometedor. ¿Por qué? Porque cuando yo voy a la parte comercial y miro los registros, veo que de los dos lados hay exportación de granos (algunos subproductos, eso vale), y además hay toda una intervención común en logística. Y esa cuestión solemos no tenerla en el mapa, pero los barcos son de una nacionalidad, las compañías de logística son de otra nacionalidad, etcétera, lo que implica cierto acuerdo de complementación. Y, obviamente, también están las importaciones que, hasta el momento, vienen para consumo final y como partes y piezas, de los países de Oriente.

Segunda complementación: productiva. ¿Cómo? Integrando la cadena de valor. Empiezan a aparecer en los espacios locales inversiones directas de terceros países en lo es garantizar la originación del grano. Ya hay un par de inversiones relevadas por allí de compra de tierra, que es una posibilidad, con capitales

chinos, coreanos. U otra posibilidad: “No me pongo en un activo fijo, sino que mejor uso la estructura de la agricultura por contrato y opero como mandatario, y me aseguro un porcentaje de grano propio”. Es decir, financiar el modelo de agricultura por contrato no desde la provisión de insumos sino desde la compra del producto final en la otra punta. (Ojo porque en este sentido aparece todo un capítulo que empieza a trascender y a tener importancia, más allá de los casos que terminan comentándose y no necesariamente se llevan a cabo.)

Además, otra cuestión: acá puse dos flechitas, una va para allá y otra viene para acá. Lo que quiero decir es que así como usted tiene inversiones directas de China y determinados países en Argentina, en términos productivos, también tiene jugadores que se van de acá para allá, tratando de hacer *Fried Chicken II*, más chiquitos, como lo hacemos nosotros, pero esta vía está abierta de ida y vuelta. ¿Se entendió el punto?

Entonces: complementación comercial, complementación productiva que viene viniendo y la otra cuestión que aparece (acá lo dijeron hace 20 minutos, media hora) es complementación tecnológica. Porque, como el modelo argentino de producción está maduro (anoten: “modelo argentino de producción”), empiezan a aparecer ventas de tecnología, que son los hijitos del modelo soja. Entonces hay un señor que le cuenta a otro cómo hay que cambiarle la manguera a la máquina que va Kazajistán, porque hace frío, el líquido fluido no funciona por la temperatura baja, y que hay que tener cuidado dónde duermen los ratones porque se van a comer la manguera. Todo ese tipo de cosas. Digo: estamos vendiendo tecnología. En la otra punta, cuando un grupo de productores de siembra directa toma el avión y se va a hacer las misiones de siembra directa, usted le está vendiendo tecnología de proceso. Y lo que nos contaba Alfredo Paseyro es: tecnología de genética; y no saltó lo de bovina, que es otro de los convenios que está dando vueltas. O sea, el modelo de articulación va un poco más allá de lo que uno supone en esta fase de complejización, empieza a trascender lo estrictamente comercial y, lentamente, aun con el modelo en maduración viejo, se está perfilando sobre esta perspectiva.

Y después está la cuarta pata, la complementación financiera, de la que nadie habló todavía, que es otro mundo; porque China y otros países orientales están cambiando y tienen superávit; y nosotros estamos en la otra punta (digo “nosotros” por Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, etc.); y también esta pata financiera empieza a funcionar. Y esta pata financiera empieza a funcionar sobre la financiación de red comercial o de financiación general.

Para cerrar, antes de las conclusiones: la imbricación en la cadena global de valor tiene cuatro patas y, aun con el modelo viejo o el modelo que ya está madurando, hemos llegado a una complementación que es un poco más complicada de lo que luce y bastante diferente de lo que era la articulación exportaciones de trigo más carnes y compra de bienes manufacturados.

Último comentario. Si me preguntan sobre el futuro, cometen un error. Un economista tiene 50% de probabilidades de predecir perfecto el pasado; el

futuro se lo debemos. Lo único que les puedo decir es que estamos en un sitio en construcción; y en ese sitio en construcción, lo que yo recogí esta mañana y en las tres o cuatro presentaciones que vi por internet es lo siguiente: que se construye, y que construye con un acierto del seminario, que es su frase de origen: “Apoyarse en la convergencia de intereses para crear una comunidad de intereses” (esa es la manifestación del *win to win* en el marco de una cadena de valor). Una comunidad de intereses, en el marco de cadenas globales de valor; para ello, hay que tener una cabeza muy abierta desde el bolsillo, desde las estrategias privadas de negocios y desde la formulación de políticas públicas, porque la posibilidad de especializarse, y generar primero y después captar renta, puede estar en lugar más inesperado, y va desde la punta de la genética hasta la otra punta del *franchising* de la marca.

---

*Muchas gracias.*

---



## Panel Vietnam

Día: 09

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



**A.**  
**Carolina López Forastier**  
 Coordinadora

**B.**  
**Nguyen Dinh Thao**  
 Embajador de Vietnam

**C.**  
**Dang Kim Son**  
 Director General del IPSARD Institute of Policy and Strategy for Agricultural and Rural Development

**D.**  
**Javier Preciado Patiño**  
 Infocampo

**E.**  
**Martín Fraguío**  
 MAIZAR

**F.**  
**Alberto Kaminker**  
 Embajador. Destino Vietnam 2008 – 2013

**G.**  
**AGD: Aceitera General Dehesa**

**H.**  
**Martín Poggi**  
 Ingeniero Industrial

**I.**  
**Fernando Vilella**  
 Conclusiones del Panel Vietnam



Abogada y magíster en Administración y Políticas Públicas (ambas en la Universidad de Buenos Aires). Especializada en Legislación Turística, vinculada a los alimentos. Estudió en la Universidad de La Habana, en Cuba. Tiene un posgrado en Asuntos Públicos en la Universidad Austral. Representó a la Facultad de Agronomía de la UBA en el área de Relaciones Internacionales y Proyectos en la ciudad de Lima. Es especialista en Mercosur. Se desempeña como Subdirectora de la Dirección General de Relaciones Internacionales del Senado de la Nación. Vamos a recibir con un aplauso a Carolina López Forastier, que lo que va a hacer es simplemente la apertura, la bienvenida y la presentación de lo que será este Panel.

**Carolina López Forastier**

Muy buenas tardes. Quisiera agradecer especialmente a Fernando Vilella por abrirme la cabeza –desde mi profesión de origen que es la abogacía– con este amor por los alimentos y por todo lo que significa esto. Y bueno, es un placer estar coordinando este panel con personalidades tan importantes y sobre todo con un país como Vietnam, que –como bien decía el Embajador– es un país emergente y con un crecimiento sostenido en todos los ámbitos y –una de las características de Vietnam que seguramente ellos expondrán mejor que yo– un alto grado de alfabetización. Vietnam, además, ha logrado consolidar con la República Argentina muchos lazos comerciales que son muy importantes, ya que es un país asiático que ha logrado posicionarse en todo el mundo y especialmente con América Latina (con nuestro país, y esperemos también que con nuestros socios del Mercosur).

Creo que este es un panel de lujo, integrado por el señor Javier Preciado Patiño, director periodístico de Infocampo (el mayor portal sobre cuestiones relativas al agro), con una maestría en Negocios de la Universidad Austral. También estará Martín Fraguío, director ejecutivo de Maizar (Asociación Argentina de Maíz y Sorgo, otra gran institución de nuestro país), que va a compartir su visión. Y también nos va a acompañar Alberto Kaminker, ex embajador argentino en Vietnam, que tenemos el gusto y el placer que nos esté acompañando y que seguramente contará la experiencia argentina en ese país, muy enriquecedora por cierto. E íbamos a tener para el cierre a Roberto Urquía, presidente de la Aceitera General Dehesa, con mucha experiencia en el campo y en el rubro de aceites, que es sobre todo uno de los requerimientos de Vietnam, pero en su reemplazo expondrá un integrante de su departamento de Comercio, Carlos Guillermo Haeberle.



Vietnam, como dije y quiero reiterar, es un país emergente con el cual tenemos relaciones muy fuertes y, sobre todo, van a ser más fuertes las que se vienen. Es importante consolidar las relaciones con este país; por eso quiero agradecerles a todos ustedes y que disfruten esta exposición de Vietnam y de sus expositores.

*Muchas gracias.*



Embajador de Vietnam en Argentina

### Nguyen Dinh Thao

Es un honor para mí estar hoy acá. Quiero agradecer al Comité Organizador por haberme invitado a mí y por haber invitado al experto de Vietnam a darnos la oportunidad de intercambiar puntos de vista. Espero que este seminario sea un éxito. Y espero que a través de los debates y las presentaciones podamos obtener distintos puntos de vista, y el público –quizás– obtenga respuestas a las preguntas planteadas en la invitación. Esta es la última sesión y solo diré algunas palabras acerca de la relación entre Vietnam y Argentina.

En 2013, celebramos el 40º aniversario de las relaciones diplomáticas establecidas entre Vietnam y Argentina. En enero de 2013, la presidenta de Argentina visitó Vietnam para celebrar ese aniversario. Luego de 40 años de relaciones, hemos alcanzado muchos logros entre ambos países en términos de vínculos económicos, culturales y relaciones políticas. Especialmente quisiera mencionar que la relación bilateral entre ambos países se desarrolló muy rápidamente en los últimos años.

De acuerdo con los datos argentinos, el comercio aumentó casi tres veces y alcanzamos un punto récord de 1.600 millones el año pasado. Argentina es el segundo socio comercial de Vietnam en América Latina mientras que Vietnam es uno de los principales importadores de la Argentina. El gobierno argentino considera a Vietnam como una de las economías emergentes más dinámicas del mundo y es un mercado de exportación prioritario para el período 2014-2015. Quería mencionar esta información.

Ahora le voy a dar la palabra al representante de Vietnam, quien va a compartir sus puntos de vista en relación con el tema del seminario.

*Muchas gracias.*



Director general del Instituto de Políticas Estratégicas para la

### Dang Kim Son

Quisiera hablar acerca de la agricultura y los alimentos en Vietnam y de cuáles son las implicancias en cuanto a las relaciones entre nuestros dos países.

**Agricultura y el Desarrollo Rural de Vietnam. Doctor en agronomía, con una amplia experiencia en la formulación y análisis de políticas agrícolas.**

Como sabrán, en los últimos 30 años, pasamos a una economía de mercado. Las tasas de crecimiento de la agricultura en Vietnam se han mantenido bastante estables y algo elevadas. Entre los países asiáticos, solamente Vietnam y China tienen una curva de crecimiento agrícola tan alta. También tenemos seguridad alimentaria en nuestro país; la pobreza se ha reducido mucho, hay una reducción del 2% anual, personas que todos los años superan la línea de pobreza.

En 30 años, pasamos de ser importadores de alimentos a ser fuertes exportadores de productos agrícolas, acá pueden ver algunas exportaciones de commodities clave del país en los últimos años. Y si bien en algunos años hubo un cambio –como desde el 2000, cuando Vietnam y otros países del mundo debieron enfrentar la crisis–, sin embargo la agricultura de Vietnam siguió creciendo. Ahora tenemos exportaciones por 30 mil millones de dólares en Vietnam. Y Vietnam se convirtió en el segundo exportador mundial de arroz, el primero en café, pimienta y caucho. También exportamos mucho te y castañas de cajú.

Si vemos la producción agrícola en Vietnam, fíjense cómo aumentó en rinde y en producción en el caso del arroz. El rinde pasó de algo más de 30 quintales por hectárea en 1989 a unos 55 quintales en 2012. Y la producción de arroz, en ese período, pasó de unas 20 millones de toneladas a las actuales 45 millones. Esto significa que tenemos mucho arroz disponible y podemos exportar. Actualmente exportamos entre 7 y 8 millones de toneladas anuales.

Podrán ver que el precio del arroz cambió rápidamente (de unos 400 dólares la tonelada en 1989 a 3.700 en 2011) y si bien hoy, cuando la oferta supera a la demanda y el precio empieza a bajar (3.000 dólares por tonelada en 2013), empezamos a reducir un poco el volumen en Vietnam, de todos modos sigue siendo bastante alto. Todos los años exportamos de 7 a 8 millones de toneladas de arroz. Y China también es un mercado muy importante para Vietnam; el año pasado exportamos 2 millones de toneladas de arroz a China. Y si bien China ahora tiene una muy buena capacidad de producción de arroz, sigue siendo un mercado importante para Vietnam, aunque la mayor parte de nuestro arroz se vende a Filipinas, Indonesia y otros países.

Una rápida descripción de la seguridad alimentaria y la nutrición en Vietnam. Nuestra oferta calórica en Vietnam es de 2650 kilocalorías por persona por día. Como la gente tiene alimentos suficientes para comer, la expectativa de vida aumenta (en este momento la expectativa de vida promedio es de 74 años). Sin embargo, seguimos teniendo un problema de nutrición infantil, porque el arroz y los cereales no dan la nutrición suficiente que necesitan los niños y, por lo tanto, seguimos teniendo un 20% de desnutrición infantil entre niños menores de 5 años, que tienen un peso menor al estándar.

A medida que subieron los ingresos de los vietnamitas, aumentó el consumo; pero los cereales, las raíces y los tubérculos siguen representando un porcentaje importante de las kilocalorías en la dieta vietnamita, un 68%.

La tasa de mortalidad en niños menores de 5 años es bastante baja en comparación con otros países más pobres (en 2000 era de 30/1000; hoy está en 24/1000).

En Vietnam tenemos un gran debate, muy serio, acerca de cuál es la función del arroz en las economías agrícolas. Tenemos distintos sistemas: el riego, la inversión, la tecnología. Todo está maduro para el cultivo del arroz. Pero en términos de valor económico no es un *commodity* muy eficaz, es un *commodity* bastante problemático; genera mucha emisión de carbono, utiliza mucha agua también. Por lo tanto, empezamos a calcular cuánto arroz deberíamos producir en el futuro. Hicimos una proyección para el año 2030 y, desde las actuales 3,8 millones de hectáreas cultivadas, calculamos una reducción a 3,6, a 3,3 y a 3 millones de hectáreas. En todos los casos, Vietnam seguirá teniendo la cantidad necesaria y suficiente para alimentar a su población. En este momento, somos 90 millones de personas, pero seremos unos 110 millones en el año 2030 (con una urbanización del 42%) y, para un consumo per cápita de 120 kilos anuales, calculamos que necesitaremos unas 12,7 millones de toneladas para ese año. Ese es el arroz que necesitamos producir. Trabajamos con el instituto de investigación y al principio había muchas controversias con respecto a este tema, pero poco a poco la gente fue aceptando esto y ahora Vietnam pasó una nueva era en que nos dedicamos más al valor agregado, a productos de calidad y no competimos solamente con precios bajos.

En los países asiáticos, el consumo de arroz depende del nivel de ingresos. Japón, en un punto muy alto de ingresos, consume 45 kilos anuales por cápita. Vietnam es un país en desarrollo, con 135 kilos. Myanmar consume 160 kilos por año. Quizás en el futuro, a medida que aumente la urbanización, el patrón dietario de Vietnam cambie. Y es por eso que pensamos que quizás haya que cooperar con Argentina y con otros países latinoamericanos.

La economía interna también va cambiando y, con ella, el rol económico que juega el arroz. En 1996, la participación de la cadena del arroz llegaba al 14% de nuestro PBI; hoy estamos en menos de 8 y en 2030 estaremos en menos del 6%. Y la misma evolución se constata en el caso de la proporción de gasto en arroz por hogar, que pasó del 17% en 1996 a menos de 8% actualmente.

En los últimos años, la tasa de desnutrición de los niños en Vietnam se redujo a un tercio: pasó de un 31% en el 90 (21 millones de personas) al 11% en 2005 (9,6 millones). Las calorías consumidas aumentaron (de 2090 diarios por persona a 2770), como así también el consumo de proteínas, principalmente de la pesca y de otros productos de origen animal.

Según las proyecciones para el año 2030, el aumento poblacional y el aumento de los ingresos cambiarán los patrones dietarios de las personas. En Vietnam, tendremos un mercado muy importante para productos agrícolas. En la composición de la dieta nacional, por ejemplo, se reducirá a la mitad el consumo de cereales y tubérculos, y crecerá un 50% el de pescados y un 30% el de frutas y vegetales. Gran parte de esos productos podemos producirla nosotros y otra parte la importaremos, especialmente de países como Argentina.

La buena noticia es que Vietnam y Argentina no compiten en términos de *commodities* sino que nos complementamos; los *commodities* que nosotros no producimos los producen ustedes. Y por lo tanto podemos cooperar, vendernos productos mutuamente y realizar inversiones conjuntas para exportar a otras partes del mundo.

Analicemos nuestra producción piscícola. Una aclaración: cuando hablamos de esta producción, también hablamos de alimentos balanceados para los animales. Vietnam no es muy fuerte en alimento balanceado como maíz, soja. A partir de ahora, Argentina y otros países de América Latina podrían convertirse en socios comerciales muy importantes de Vietnam.

Entonces, como verán, se desarrolló muy rápidamente esta producción, y está dividida en dos partes: la parte de acuicultura y la parte de pesca en el mar. Ambas aumentaron, pero la acuicultura se desarrolló más rápidamente que la pesca. En total, pasamos de producir algo más de un millón de toneladas en 1995 a unas 6 millones de toneladas actuales. Y si en el 95 la acuicultura representaba menos de un 30% de la producción total de peces, actualmente supera el 50%.

La superficie utilizada para la acuicultura es de un millón de hectáreas aproximadamente, mientras que la producción es de 3,1 millones de toneladas, es principalmente camarones en la zona costera. De modo que desarrollamos mucho la producción y necesitamos mucho alimento animal.

En cuanto a la carne, y ya que nuestro ingreso promedio per cápita aumenta, pasamos de consumir 36,5 kilos anuales per cápita en 2006 a 48,1 en 2012. Sobre todo comemos cerdo, y en mucha menor medida aves de corral y bovinos. Y como en ese período la población pasó de 84 millones a casi 89 millones, significa que también creció nuestra producción, que pasó de unas 3 millones de toneladas en 2006 a 4 millones en 2012. Sigue el mismo patrón que observamos en China, y en el futuro cercano va a seguir aumentando el consumo, conjuntamente con la urbanización, y por lo tanto también aumentará el consumo de carne vacuna.

Lo mismo pasa con la producción de huevos y de leche, que –en el mismo período– estuvieron cerca de duplicarse. El precio de la leche en Vietnam es el más alto en el sudeste asiático. La gente lo acepta y lo paga para agregar a la dieta de sus hijos, por lo tanto ahora Vietnam se convirtió en un mercado muy importante para la leche.

A fin de alimentar a los animales, tanto en acuicultura como en la ganadería, necesitamos mucho alimento. Y si bien nuestra producción creció mucho entre 2007 y 2012 (más de un 70%), la parte que tuvimos que importar casi se duplicó. Hoy importamos mucho de Estados Unidos, Australia, Canadá; y creo que Argentina es un socio muy importante y en el futuro seguramente podremos trabajar juntos para satisfacer no solamente las necesidades de Vietnam sino también para que podamos desarrollar la industria ganadera y así ingresar en el mercado chino. (Voy a referirme a este tema más adelante.)

En cuanto al maíz, nuestro consumo total creció mucho en la primera década de este siglo (de algo más de 2,6 millones de toneladas en 2002 a unas 6 millones en 2009), pero desde 2009-2010 se estabilizó. Y si queremos aumentar el consumo –y tendremos que hacerlo– vamos a tener que importar. Este es un muy buen mercado en el que ustedes pueden ingresar. Fijense que las importaciones aumentaron (se quintuplicaron en ese período), pero creo que todavía hay un gran potencial en el futuro cercano.

En cuanto al consumo doméstico de soja, viene aumentando sostenidamente (aproximadamente un 50% entre 2007 y 2013), y a partir de 2010 comenzamos a producir localmente una importante cantidad (casi un millón de toneladas en 2013), pero no puede seguir creciendo demasiado porque el área apta para este cultivo no es mucha, de modo que es un producto que queremos comprar en el exterior. Los aranceles son muy, muy bajos para la soja en Vietnam, y tenemos una política para fomentar a las partes a desarrollar *joint ventures*, para establecer plantas de procesamiento en nuestro país, por ejemplo.

Tenemos dos elementos. Primero el mercado interno: Vietnam es un mercado prometedor. Nuestro PBI per cápita sigue creciendo mucho. Todos sabemos que en los últimos años hubo una crisis económica en el mundo; la tasa de inflación en Vietnam fue alta, no tan alta como en la Argentina pero también muy alta. Sin embargo, aún restando el impacto de la inflación, el PBI per cápita en Vietnam siguió aumentando en forma continua. Entonces, en el futuro cercano, tendremos una población total de 100 millones de personas con buenos niveles de ingresos. Por lo tanto, Vietnam es un buen mercado para productos de origen animal, de acuicultura, para la cría de animales y también para la venta de alimentos balanceados.

Hablando de China, en los últimos dos días se habló muchísimo de China y en los últimos años también se habló mucho de China. Bien, Vietnam es un país del sudeste asiático y estamos muy cerca de China, pegados; y a Vietnam le interesa mucho ingresar en el mercado de China. El principal desarrollo en China se da en las zonas costeras y nuestra frontera está bloqueada por una zona montañosa, así que desde ahí no es fácil llegar o entrar a China. Pero Vietnam está en una buena posición, porque estamos desarrollando un sistema de corredores entre Vietnam, China y otros países asiáticos. Tenemos muy buenas carreteras que van de Vietnam a la zona costera de China, pero además tenemos otra carretera que va a Yunnan, la zona difícil, sin acceso a mares en China. Y tenemos buenos recursos humanos y buena capacidad de desarrollo agrícola. Hay muchos países que están empezando a invertir en el sector agrícola en Vietnam a fin de abastecer el mercado de China.

Tal como dijo el orador de Japón anteayer, Tailandia y Vietnam son un buen punto de partida para ingresar al mercado de China. Creo que eso es una observación muy acertada. En Vietnam, dado que muchos han visto esta oportunidad, muchos inversores extranjeros ya han invertido en diferentes sectores. Por ejemplo, si analizamos la producción de alimentos balanceados desde el punto de vista de la propiedad de las empresas, veremos que las empresas vietnamitas

del sector público y privado que representan el 40% de la producción total; mientras que entre joint ventures e inversión extranjera directa representan el 60% de la producción de balanceados.

Otro elemento importante es nuestra estructura poblacional: tenemos una población muy joven, con una gran proporción entre 15 y 45 años. Y esto es muy bueno desde el punto de vista de la mano de obra y también desde el punto de vista del mercado interno futuro, porque cuando estas personas maduren y crezcan se incorporarán a la clase media.

Bueno, entonces tenemos un mercado interno que es muy prometedor para hacer inversiones y joint venture y también para llegar a través de alianzas con socios locales. Es una oportunidad. Y ahora estamos en un punto de inflexión, estamos cambiando nuestra estrategia, a pesar de que en los últimos 30 años ya hemos tenido mucho éxito en el desarrollo agrícola. Sin embargo, en el futuro cercano, vamos a cambiar la forma en que trabajamos para lograr mejores resultados. Entonces, si bien hasta ahora hemos protegido los arrozales, ahora queremos proteger las tierras agrícolas también; y muchas tierras que antes se utilizaban para arroz ahora están pasando a otros cultivos.

Ya hablé antes de la autosuficiencia en la producción de arroz. Ahora decidimos mejorar los ingresos y mejorar la nutrición de nuestra población. Pasamos de una agricultura con un uso intensivo de recursos –mucha agua, mucha tierra, mucha mano de obra– a una agricultura con un uso intensivo de la tecnología. Si antes pusimos énfasis en la producción, ahora lo pondremos en la poscosecha y el comercio. Pasamos de pequeños establecimientos a establecimientos más grandes, y reunimos a los productores en cooperativas y los transformamos en emprendedores, en gente de negocios. Decidimos aprovechar los beneficios de la integración internacional, muchas de nuestras nuevas políticas apuntan a todo esto. En Vietnam, a pesar de que pasamos a una nueva era de desarrollo, tratamos de no subsidiar a los productores; y si por un lado no les cobramos impuestos, por otro lado tratamos de invertir directamente en tecnología en lugar de subsidiarlos. De esta manera, mantenemos a nuestro sector agrícola muy competitivo.

Como ya dije, transformamos la agricultura en Vietnam, enfocados en el bienestar del productor y del consumidor. Redujimos las restricciones, redujimos los costos y redujimos el uso de recursos y tratamos de proteger a los productores de las condiciones adversas. Pasamos a un mundo de valor agregado, de innovación, y en el mundo tratamos de reposicionar a la agricultura de Vietnam. En el pasado, la agricultura de Vietnam estuvo basada en precios bajos y baja calidad. Y creemos que en el futuro cercano la agricultura enfatizará los aspectos de alta calidad, confiabilidad, sustentabilidad y el sector agrícola de Vietnam está abierto a los que quieran invertir.

Quisiera terminar mi presentación mostrando una foto que saqué en el Foro Económico Mundial en Davos este año. El señor joven que está allí es nuestro Ministro; él dio un discurso ante los líderes del mundo y empresarios de todo

el mundo y habló sobre la agricultura en Vietnam y su potencial. Y quince empresas globales se acercaron después de esto a él y ya hemos acordado crear una fuerza de trabajo para desarrollar el sector agrícola en Vietnam participando de una red global. Esto es un fenómeno totalmente nuevo que yo no he visto en otra industria en Vietnam. De hecho, nuestro Ministro fue un invitado especial del Foro Económico Mundial, no solamente este año sino los últimos tres años; y ahora Vietnam es muy reconocido por su innovación, por su nueva visión para la agricultura que presentó en Davos. Con este compromiso y con el apoyo de actores externos, creemos que la agricultura de Vietnam llegará a un nuevo nivel, escribirá una nueva historia en el futuro. Quizás una historia más brillante o especial, y espero que en esta nueva historia logremos una buena alianza o tengamos un buen socio en la Argentina.

*Muchísimas gracias.*



### Javier Preciado Patiño

Director periodístico en Infomedia, también se desempeña en una maestría de Agronegocios en la Universidad Austral. Ingeniero agrónomo (UBA), con un máster en Periodismo y Sociedades Complejas (Universidad Autónoma de Barcelona). Ha desempeñado tareas en el Grupo Los Grobo S.A. y en Infobae.

Muchas gracias a todos por estar acá para compartir estas exposiciones, y muchas gracias a Fernando Vilella por habernos invitado y darnos la oportunidad de participar.

Lo que les voy a presentar someramente es la idea que surgió cuando Fernando me invitó. Empecemos diciendo que no solamente las grandes compañías están exportando y negociando con el Este asiático, sino que también hay una red de pequeñas empresas y cooperativas que están empezando a transitar ese camino, en la escala que les corresponde por su tamaño, pero que son ejemplos que vale la pena conocer y tenerlos en cuenta, para aprender de su experiencia y también para ver de qué manera desde la Universidad, desde el sector privado, desde el sector público, podemos colaborar a que este entramado pyme y cooperativo sea cada vez más fuerte y transite la economía de las exportaciones.

La foto que elegí para presentarlo no es casual. Allí vemos un avión de carga en el aeropuerto de Tucumán siendo cargado de arándanos. Esto fue todo un logro: hasta ese momento –hace un par de años–, los aviones salían solamente de Ezeiza y los productores de arándanos tenían que mandar su producción con un flete terrestre hasta Buenos Aires, para recién ahí embarcarlo. Lo que logró el sector privado productor en Tucumán, más el Gobierno de la provincia, más el Gobierno nacional, fue generar las condiciones de infraestructura mínima para por lo menos ahorrar ese flete y mejorar la calidad del arándano llegando mucho más rápido a los mercados compradores.

Vamos a ver tres casos, bastante diversos y representativos. El primero: una cooperativa, Eco Zonda, creada hace unos tres años en provincia de San Juan.

Para poner en contexto un poco la economía exportadora de San Juan, en el año 2002 –según la estadística oficial– las exportaciones de la provincia eran de 138 millones de dólares, una cifra que nos parece hoy muy, muy escasa. En 2012 ha llegado a 2.280 millones, un crecimiento de 16 veces, con una incidencia muy importante del sector minero, que explica más de la mitad de las exportaciones. Ahora, ¿qué pasa con el sector agroalimentario y, específicamente, el que me interesa contarles, el de las pasas de uva?

Bien. Las exportaciones de pasas de uva en dólares han crecido cinco veces y pasaron de 11 a 60 millones de dólares aproximadamente, en parte por un crecimiento de los precios, pero también por un mayor volumen, que pasó de 16.000 toneladas a casi 28.000 (un 171% de aumento).

La provincia de San Juan viene mostrando una creciente internacionalización de su sector agropecuario. Por ejemplo, más del 80% de la producción de ajo está destinada a la exportación, como casi toda su producción de semilla de hortalizas (rubro en el que es una muy buena productora), y lo que es pasas, uva fresca y jugo concentrado. En frutas secas se están haciendo recién las primeras operaciones con Asia, por eso lo que registra el INDEC para 2010 es apenas un millón de dólares, que ingresó vía Hong Kong y Taiwán.

La cooperativa nace de un grupo muy pequeño, siete u ocho productores viñateros del departamento de San Martín –muy próximo a la capital–, que en un momento se plantean algo así como “no nos gusta el precio que nos pagan por nuestras uvas, pero qué es lo que hacemos para mejorar” (una situación es común a todo el sector). Y así primero deciden asociarse (en 2008), eligen la forma cooperativa, que podría haber sido cualquier otra, pero de esa manera tuvieron el apoyo del Gobierno provincial para constituirse formalmente y también del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). Y dan dos pasos clave. El primero: dejar de ser vendedores de la uva fresca para pasar a ser vendedores de la uva ya seca, de la pasa de uva, o sea ya con ese proceso de secado. Y luego, el segundo: avanzan con la clasificación de la pasa de uva, procesamiento para apuntarle al mercado exportador.

También fue muy importante el apoyo que les dio un programa del PROSAP (Programa de Servicios Agrícolas Provinciales, dependiente del Ministerio de Agricultura de la Nación), que les devuelve aproximadamente el 40% de la inversión en esa maquinaria. Es decir que a los fondos propios le sumaron fondos recibidos por vía del Estado como aportes no reintegrables, que les permiten a ellos comprar la maquinaria para hacer el proceso de clasificación de la uva.

Arrancan con exportaciones a Chile (un mercado de proximidad), continúan con el resto de América Latina, y luego logran –de forma casi casual– la exportación a Taiwán, que es el primer paso hacia un mercado muy voluminoso pero del cual la Argentina –como se ha venido diciendo acá– participa en forma muy, muy marginal. Decían en la primera jornada, el lunes pasado, que la Argentina participa –creo– con el 0,8% de las compras agroalimentarias de China.

Entonces, ésta cooperativa arranca y ya en 2012 exporta 600.000 kilos, que pasan a 1,6 millones al año siguiente. Este año prevén solo 800.000 kilos, debido a los problemas climáticos que afectaron la producción de uva en toda la provincia.

Un dato relevante es que los socios de la cooperativa –actualmente, unos diez o doce–, en el primer año de operaciones, fueron mandando solo una parte de su producción, por miedo de poner toda la producción en la cooperativa y después sufrir los infortunios que les pudieran ocurrir. Pero como la experiencia fue buena, al segundo año ya estaban mandando el ciento por ciento de su producción.

La cooperativa también empezó a dar el servicio de fason, es decir, les brindaron a otros productores la posibilidad de procesar su uva y exportarla, incluso por cuenta y orden de la cooperativa. O sea que no solamente está funcionando para sus socios sino que además presta servicios para terceros, incluso para compañías grandes que estaban obligadas a exportar algún producto para compensar sus importaciones.

¿Cómo funciona el sistema en general que utilizan? Me cuenta la gente de la cooperativa que ellos buscan un negocio en el exterior. Ese negocio se pacta por una cantidad de dólares. La caja de diez kilos; ese valor se propone al productor, que decide si quiere participar o no de esa operación. Ha tenido muy buenos resultados y –como decía– el ciento por ciento de lo que esta gente está produciendo se está comercializando vía la cooperativa.

¿Cuál es la razón que citan los integrantes de la cooperativa? Es muy fácil la siguiente cuenta: una caja de diez kilos (que sería el producto considerado a granel) cuesta alrededor de 25 dólares ó 200 pesos. Esto, calculado en función de la fruta fresca, les da aproximadamente un valor equivalente a \$5, que –descontados gastos de comercialización, comisiones, etc.– serían \$3,50, contra un precio de \$2,30 –que es lo que está ofreciendo el sector exportador al productor de pasas– o de \$1,70, que les ofrece el sector viñatero. Este *gap* entre \$1,70 / \$2,30 versus los \$3,50 de piso es lo que justifica y vitaliza a la cooperativa como productora y exportadora de pasas de uva.

El segundo caso también está vinculado al sector de la fruticultura, asentado en Gaiman, provincia de Chubut. Todos conocemos la zona por la torta galesa (o por lo menos conocemos la torta galesa), pero que también, como base inferior del río Chubut, tiene una importancia bastante grande en la producción de cerezas para la región, incluso para el país.

Las exportaciones de Chubut también muestran un crecimiento importante entre 2002 y 2012: el 257%, desde un poco más de 1.000 hasta casi los 4.000 millones de dólares. En la provincia, los tres principales rubros de exportación son petróleo crudo, aluminio y pesca, en ese orden. El sector agropecuario y agrícola específicamente es muy marginal, pero tiene un alto impacto en las comunidades que están vinculadas a la agricultura bajo riego.

Concretamente, las exportaciones de cerezas pasaron de 190.000 dólares en 2002

a 1,7 millones en 2012. Son cifras que en el comercio internacional son absolutamente marginales y muy pequeñas, pero para una localidad como Gaiman o como toda esa región no es menor pasar de facturar 200.000 a casi 2 millones de dólares. También ha crecido fuertemente el volumen: de 66 a 540 toneladas en ese lapso. Estamos hablando de crecimientos de 800%.

Gaiman está cerca de la costa atlántica de la provincia de Chubut. En un principio fueron siete productores tradicionales (cosa que me remarcaron, porque viene de familia, ya que sus abuelos eran productores, como también lo fueron sus padres) y se encontraron con la crisis en el año 2000 aproximadamente, que puso en entredicho la propia viabilidad de sus negocios tal como estaban planteados en décadas pasadas.

Esos siete productores conforman hacia 2003 la cooperativa, con el objeto de exportar ellos mismos su propia producción para no depender más de toda la cadena de intermediación. Hoy son doce, pero son doce sobre los 45 que existían. En el camino, se han quedado 33 productores de la zona, que no quisieron integrarse.

Por eso, la definición que tienen ellos –hoy que están exportando bastante fuerte– es que el que no tuvo la visión, el que quiso salvarse individualmente, hoy está fuera del mercado y ellos –a quienes consideraban los loquitos de la cooperativa– son exportadores que se han consolidado como productores.

La asistencia consistió en la participación en ferias internacionales, como para ir conociendo los mercados, quiénes son los compradores, relacionarse, salir al mundo, ver cómo provee la competencia, cómo provee Chile. Empiezan a operar con una maquinaria un poco básica y en 2012 incorporan clasificadora y procesadora de última generación con apoyo del Gobierno nacional y del Gobierno provincial, que es lo que hoy –según dicen– emparejó el proceso tecnológico y la competitividad respecto de los chilenos, que son grandes proveedores.

Incluso también han hecho inversiones en el interior de las fincas, para adoptar la tecnología del cultivo a lo que requiere el consumidor. En 2013 procesaron 980.000 kilos y el objetivo que tienen es llegar a los 2 millones de kilos de cereza procesada. Por supuesto, ya están en las góndolas de Europa, de Estados Unidos y de algunos lugares de Asia, Hong Kong.

¿Qué es lo que se está planteando este grupo de emprendedores de Gaiman? Procesar toda la cereza de descarte a través de jugos, de mermeladas, de productos que le agreguen valor a ese descarte.

¿Qué más desean? La obtención de la denominación de origen o la indicación geográfica (para agregarle valor a sus cerezas), explotar una nueva zona a 700 metros sobre el nivel del mar, en los montes de producción, lo cual les va a permitir extender el período de producción, cosecha y empaque –que actualmente son 60 días entre diciembre y enero– hasta fines de febrero. Otro deseo: lograr que ese avión de carga que está descendiendo en Tucumán ahorrando el flete

Tucumán-Ezeiza llegue también a Trelew, y también a ellos les evite tener que mandar la fruta hasta Ezeiza para recién ahí exportarla. Y otro más: la apertura del mercado chino en cuestiones sanitarias, fitosanitarias, para cuya resolución la intervención del Estado –a través de los organismos regulatorios como el SENASA– es clave.

Tercer caso. El de la cooperativa de James Craik. Esta es una cooperativa muy emblemática porque de acá surgió Humberto Volando, que fue presidente durante muchísimos años de la Federación Agraria (hoy está su hijo José Luis Volando al frente de la cooperativa) y tuvo dirigentes como René Bonetto, que falleció hace muy poquito, que están muy identificados con esta región y con la cooperativa.

La cooperativa fue creada en 1926 y lo que les quiero contar es –que me llamó la atención– es que tuvo una fuerte expansión entre 1926 y 1976 aproximadamente (o sea, 50 años de crecimiento), un estancamiento muy fuerte durante los 80 y los 90 y una revitalización de su actividad a partir de la salida de la convertibilidad.

Si hablamos de Córdoba, donde está localizada la cooperativa, las exportaciones pasaron de 2.700 millones en 2002 a 9.800 millones en 2012. Fuerte impacto acá del complejo sojero, pero también de la industria metalmecánica que aporta mucho a la facturación. Y si hablamos de leche, en 2002 Córdoba exportó por 77 millones, mientras que en 2012 sumaron más de 400 millones de dólares. Al igual que en los casos previos, este crecimiento no es solamente por efecto precio sino también por volumen, que experimentó un crecimiento de 214% en el mismo lapso. Fijense qué importante es la incidencia de la manteca, que pasa de 4.800 toneladas exportadas a 17.000; y lo que es leche en polvo, que pasa de 40.000 a 94.000. Lo que queda pendiente como tarea para el hogar es el rubro quesos, que es muy interesante desde el punto de vista valor agregado, pero que –aparentemente– tiene bastantes complicaciones para lo que es exportación.

Córdoba está exportando a China, pasa de 204 a casi 1.000 millones de dólares entre 2002 y 2012 y las exportaciones de lácteos, que eran nulas en 2002, están en el orden de los 25 millones sumando los principales productos.

Ahí está James Craik sobre la ruta 9, pasando Villa María, donde se está conformando hoy un *cluster* quesero con la idea de unir a todo ese tejido de pymes, de tamberos, de productores, de municipios, para mejorar la competitividad y la inserción internacional.

Les decía: la cooperativa fue creada en 1926, tiene una fábrica de quesos, una secadora de leche, un procesamiento hoy de 120.000 litros diarios aportados por unos 40 productores tamberos que quedaron como socios de la cooperativa. Sufre un estancamiento, como todo el sistema cooperativo, en los 80 y los 90, y experimenta una expansión a partir de la salida de la convertibilidad, crecimiento que se expresa por ejemplo en una planta nueva para la logística granaria, una estación de servicio, la modernización de la planta de secado y –lo que es muy importante– el cumplimiento de todos los pasos para su habilitación para la exportación, lo que implica una cantidad de exigencias fuerte y que hace a la

competitividad sistémica de las empresas y las cooperativas del sector. Eso se logra en 2012 y a principios de 2014, o sea hace poquito, salen los primeros embarques de leche en polvo hacia China. La idea fue de 50, 100 toneladas. Ahora hay otro ROE blanco que constituye la habilitación para un tercer embarque en abril. Los objetivos que se plantea la gente de la cooperativa de James Craik. 1) Sostener una exportación de entre 50 y 100 toneladas mensuales de leche en polvo. No es un volumen menor en términos de su negocio, porque colocar esa exportación les representaría el 20% de su facturación. 2) Vincularse a otras cooperativas, a otras pymes de la región, y entre todas juntar volumen; hoy eso se está haciendo a través de un trader que junta leche en polvo de muchos proveedores, pero lo que ellos quieren es hacer la exportación ellos mismos, en forma directa. 3) Industrializar los subproductos de la industria quesera, que vendría a ser el suero, y también ingresar con eso en el negocio de la exportación.

En síntesis: la verdad, sería fantástico tener a tres personas que han estado vinculadas a estos proyectos, a los presidentes de las cooperativas, acá, para preguntarles y sacarnos todas las dudas vinculadas a lo que implicaron estos procesos de pasar de ser un productor rural que vende en tranquera a ser un hombre de negocios que viaja al exterior, que exporta, que está pendiente de las cartas de crédito, de cómo se va a financiar.

Es una transformación muy grande, compleja, pero los denominadores comunes que encontré hablando con todos ellos serían los siguientes. 1) Considerar que el mercado es el mundo y no solamente el mercado interno, que es muy importante y tiene muchas ventajas, pero también sus límites. 2) Adaptarse al nuevo marco de los agronegocios, que no es el paradigma con el cual hicieron negocios sus padres o sus abuelos. 3) No considerar el asociativismo como algo negativo sino como una herramienta positiva, no tenerle miedo a esa palabra. 4) Involucrar en el proyecto a la comunidad local; la gente de Gaiman me decía que ellos están tomando alrededor de 400 personas entre la cosecha y el empaque. Ese tipo de inserción fue un disparador muy fuerte para que los intendentes se comprometieran en la cruzada de conseguir fondos para la máquina clasificadora, porque realmente es fuente de trabajo legítima para la región. 5) Y, por supuesto, un punto común a todos es la articulación que van logrando con el sector público.

Claves, también comunes, de estos procesos. 1) El rol de las asociaciones intermedias, que pueden unir lo micro (el productor o la cooperativa en forma individual) con, por ejemplo, los grandes lugares de financiamiento que puede tener el Estado o incluso del exterior; y que además facilitan mucho la parte administrativa y burocrática, ya las cooperativas o las empresas pymes no suelen tener ese ejercicio y de esta manera las ayudan. 2) La presencia del Estado en dos aspectos. a) Como decía, el financiero: colaboró en la compra de la planta de procesamiento de cerezas de Gaiman, con la línea de procesamiento de pasas de uva en San Juan, colaboró también mediante fondos rotatorios del Ministerio de Agricultura para que la cooperativa de James Craik pudiera ordenarse y calificar para ser exportadora; y b) el rol del Estado abriendo mercados, colaborando para que los productores puedan llegar a las Ferias a hacer directamente los negocios de exportación.

Los desafíos. 1) Lograr continuidad en el tiempo es tal vez lo más difícil para este tipo de empresas (versus las grandes compañías, que ya llevan décadas de trayectoria y conocen y tiene estructura para eso). La continuidad y la replicación de estos casos en sus regiones, para llegar al punto 2) Tener escala. 3) Seguir incorporando tecnología, que es maquinaria pero también tecnología de proceso, tecnología de mercado: cómo llega ese producto a la góndola, cómo se presenta, cuál es su *marketing*. 4) Acceder a la organización de segundo grado, que varias cooperativas se asocien entre sí. 5) Mantener al Estado activo, comprometido con la causa de las cooperativas y las pymes que quieren abrirse paso en la exportación.

Lo que simplemente quiero transmitir con esto es que los argentinos sí podemos. Podemos hacerlo en gran escala, pero también podemos hacerlo en pequeña escala, si es que nos lo proponemos como destino.

Ahí está mi correo electrónico por cualquier duda y, de nuevo, muchas gracias a ustedes por escucharme y a Fernando y la gente de acá del Programa por haberme invitado.

*Muchas gracias.*



Ingeniero en producción agropecuaria (Universidad Católica Argentina). Máster en Administración de Empresas (Facultad de Ciencias Sociales y Económicas de la UCA). Director ejecutivo de Maizar (Asociación Maíz Argentino), director suplente de Maizall (Alianza Internacional de Maíz). Profesor titular de Agronegocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la UCA y profesor invitado de Agronegocios en las Universidades de Buenos Aires, de San Andrés, Di Tella y en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires.

### Martín Fraguío

Bueno, buenas tardes. Quería primero felicitar a la Facultad, al Programa y a la Universidad por organizar este seminario tan importante y agradecer a sus organizadores, en particular al ingeniero Fernando Vilella (uno de nuestros consejeros), por permitirnos venir a discutir con ustedes lo que es nuestra visión, principalmente desde los granos (desde el maíz y el sorgo), pero también en lo que es la visión de la cadena de valor y, obviamente, en relación con lo que es el tema de estos días.

Lo primero que quería mostrar, rápidamente, es cómo el consumo y la producción mundial de granos, en particular el maíz y los granos forrajeros, cambiaron en los últimos años.

El consumo mundial de maíz históricamente –en los últimos 60 ó 70– venía creciendo al mismo ritmo que el del trigo y el arroz, es decir, venía creciendo más o menos al mismo ritmo del crecimiento de la población mundial; en cambio, en los últimos diez o quince años, de golpe empieza a aumentar y a crecer más o menos al mismo ritmo que la soja.

Fijense qué interesante: para los argentinos, la soja es el gran, gran grano del mundo, pero en realidad, la producción y el consumo mundial de maíz es más o menos unas cuatro o cinco veces la producción y el consumo mundial de soja; en todo el mundo, es mucho más importante la producción y el consumo de granos

forrajeros que los de soja. Claro que la soja viene teniendo, desde la década del 70, un ritmo de crecimiento que en diez años dio 50% de aumento de la producción y del consumo; pues bien, en el caso del maíz, en estos diez años fue, por primera vez en la historia, levemente superior.

Entonces, a nosotros, desde la asociación de la cadena de maíz y sorgo de la Argentina, esto obviamente nos dio a pensar si habría algún cambio o alguna oportunidad que nosotros pudiéramos tomar en nuestro país. Y pensando en función de lo que es Maizar (que cumplió diez años el 1° de abril 2014), para nosotros la visión es la visión de la cadena de valor. Pensar en función de una cadena de valor (algo de lo que se habló mucho acá hoy, ayer y anteayer) es primero reconocer que la cadena del maíz y el sorgo no es solo maíz y sorgo, sino también los productos de transformación (las carnes, los lácteos, productos de la molienda, la molienda húmeda, la seca), pero también la tecnología, la biotecnología, los híbridos, las líneas parentales, los agroquímicos, la maquinaria y muchos otros productos. Algunos que empiezan a ocupar un rol nuevo en la matriz agroindustrial mundial, como los productos energéticos, el silaje para producir biogás, el etanol como biocombustible, la biomasa para fines energéticos, la aparición de los biomateriales.

Esta visión de cadena de valor, pensada alrededor de muchos productos, proyecta la existencia de algún cliente en algún lugar –puede ser un cliente final o intermedio– que nosotros quisiéramos que elija esos productos; un cliente que cuando decida comprar una tecnología, una sembradora, un híbrido, un bife, un huevo frito, diga: “Qué interesante esta cadena de valor, qué competitiva que es; voy a elegirla no solo para mi comida en un restaurante sino también para mi proceso industrial o agropecuario; voy a elegir a esta gente”.

Para nosotros, esta visión implica, conceptualmente, dividir la cadena de valor en cinco eslabones y precisar quiénes son sus integrantes. El primer eslabón es de ciencia y tecnología (justamente, el ingeniero Fernando Vilella está dentro del Consejo Directivo de Maizar en representación del sector científico, tecnológico y educativo de la Argentina), porque para nosotros la cadena de valor arranca con la materia gris, el conocimiento y el desarrollo científico que se ve reflejado en el segundo eslabón: el de los insumos. Algunos insumos son materiales –como una semilla o como una sembradora– y otros insumos pueden ser financieros o conceptuales, como el conocimiento agronómico y la capacidad de aplicar la tecnología a los sistemas productivos o de transformación.

El tercer eslabón es el de la producción agropecuaria, el cuarto es el de los canales de comercialización y el quinto es la transformación de estas materias primas (maíz y sorgo, en sus distintas formas) en los productos que ya hablamos.

Pero para nosotros el concepto “cadena de valor” no es solo juntar eslabones o juntar actores que hacen cosas, sino que es también el intento de desarrollo de una estrategia común, y creemos que esto representa la actividad más importante que la Argentina tiene que encarar. Desarrollar una visión común pero también una estrategia, que para nosotros –hoy no tenemos mucho tiempo para entrar en

detalles porque quiero que veamos otras cosas— se realiza estableciendo relaciones en la cadena y también con el sector público; porque vemos que hay muchos aspectos en los últimos años que nos afectaron muchísimo, como por ejemplo las prohibiciones de exportación de carne (nuestro principal consumidor de maíz y sorgo), o la prohibición de exportaciones de productos lácteos (el tercer consumidor), o la prohibición de exportaciones de maíz. Estos son aspectos que nos impactan violentamente, por lo que la clave no pasa sólo por lograr inversiones, porque los productores de la carne que no se exportó ya habían invertido para que se exportara esa carne, pero el día que se prohibió exportar no pesaron las inversiones ni las decisiones privadas, sino lo que hubo fue una decisión pública expresa de no permitirlo, digamos, como el ejercicio de la autoridad: “Necesitamos como país prohibir exportar”. Bueno, justamente por eso, creemos que este desarrollo conlleva un trabajo muy importante entre el sector privado, el público y el resto de la sociedad.

Otro pilar de esta cadena de valor supone desarrollar una cultura institucional basada en algunas destrezas de comunicación, para explicar qué es lo que hacemos y por qué es bueno, para que en la negociación con los distintos actores encontremos decisiones comunes para beneficio mutuo. Este caso de las exportaciones es bastante particular y preocupante para la Argentina, pero creemos que lo deberíamos poder resolver en el futuro.

Entonces, sobre la base de este concepto de “cadena de valor”, me gustaría compartir rápidamente algunos datos. Área cosechada de maíz en los principales países asiáticos: el único país que aumentó su área en una forma bastante importante es China, que pasó de menos de 25 millones de hectáreas en 2003 a más de 35 millones en 2013. De los demás países productores de maíz —India, Indonesia, Filipinas, Vietnam, Tailandia, Corea del Norte, Myanmar y Camboya (fijense que el maíz no solamente es el grano que más se produce en el mundo sino también el que se produce en más países)—, todos países asiáticos con importantes superficies sembradas de maíz, ninguno expandió su superficie significativamente.

Ahora veamos qué pasó con la producción en la zona. En China, el salto fue realmente impresionante (de unas 120 millones de toneladas en 2003 a más de 220 en 2013), en gran medida gracias al aumento de rendimientos. Y en casi todos los otros países de la región los aumentos de rendimiento fueron muy grandes. Entonces hoy esa región del mundo es la segunda productora mundial de maíz después del continente americano; no es como en la soja, sino que la producción de maíz de estos países es realmente muy importante, de gran desarrollo y de gran aplicación de tecnología. India, por ejemplo, pasó de 15 millones de toneladas en 2003 a casi 25 en 2013 (y en los demás países también hubo saltos muy importantes).

Veamos ahora el comercio exterior, porque es lo que nos interesa como argentinos: “Bueno, a ver qué pasa; Asia, que es tan importante en la compra de nuestra soja, ¿es tan importante en el caso del maíz?”. Pues bien, las exportaciones asiáticas vienen bajando. Históricamente, el principal exportador asiático fue China, pero fijense cómo las exportaciones de China bajaron de casi 8 millones

de toneladas en 2003 hasta casi desaparecer a partir de 2008, 2009; de hecho, China se transformó desde 2011 en un importador moderadamente importante, con unas 5 millones de toneladas anuales. En cuanto al total de las exportaciones de la región, también viene bajando (de 10 millones de toneladas en 2003 a poco más de 4 millones en 2013), a pesar del aumento de la producción. El único país con una exportación moderadamente creciente en la zona es la India, pero ya hay muchos que afirman que en algún momento va a cambiar y la India va a aumentar su consumo de grano de maíz por sobre el aumento de su producción.

¿Qué viene pasando con las importaciones de estos países asiáticos? Constituyen la principal región importadora. (América es la primera exportadora: Estados Unidos número 1; Brasil y Argentina, 2 y 3.) China es un importador moderado de maíz (5 millones de toneladas), no tan importante como Japón (15 millones) y Corea (10 millones), cuyas importaciones son estables y enormes; pero China empieza a ocupar un lugar de consideración en la demanda de maíz, si bien tímidamente todavía, para lo que es el tamaño de su economía.

Con estos datos, tenemos que pensar cuáles son nuestros desafíos, desde la Argentina, desde nuestra cadena de valor, hacia el desarrollo de nuestro país y para cumplir con las demandas y con los sueños que tiene nuestra contraparte.

Primero, tenemos algunos desafíos domésticos —de los que ya hablamos un poco— vinculados con el comercio exterior, algunos importantes para nosotros en el desarrollo interno, para que nuestros mercados de granos no estén intervenidos sino que operen en competencia y en transparencia, obviamente evitando que haya actores dominantes, sean públicos o privados. Hay otros, bueno, como tipo de cambio, que ya todos sabemos.

Y también hay otros aspectos que nos empiezan a afectar, relacionados con la imagen pública de nuestra producción, de lo que producimos, del lugar, de cómo hacemos las cosas, qué tecnología aplicamos. Es un grupo de desafíos que se empiezan a ver reflejados en un conjunto de barreras al comercio internacional, que afectan no solamente a los granos como el maíz y el sorgo, sino a todos los productos de nuestra cadena de valor: las carnes, los lácteos. Es decir, empiezan a aparecer algunas barreras que podríamos considerar de origen ambientalista, relacionadas con la emisión de gases de efecto invernadero, con el cambio internacional del uso de la tierra, con la teoría de los efectos indirectos o el principio precautorio, el debate alimento versus energía, los sistemas de certificación, la biotecnología como un argumento para poner barreras, el uso de agroquímicos. Y todo esto se ve reflejado obviamente en la dificultad de acceso a mercados por argumentos o elementos difíciles de agarrar (algunos muy extraños, como el cambio del uso de la tierra o el principio precautorio). Son cosas que no se pueden certificar, no se pueden medir, y sin embargo operan como argumentos que hoy nos limitan el acceso a los mercados.

Para trabajar en estas ideas, creamos —junto con Estados Unidos y Brasil— la Alianza Internacional de Maíz (Maizall). Nos reunimos las asociaciones de maíz de estos países y dijimos: “Todos sufrimos lo mismo, somos competidores”. No



conformamos un cartel, sino que lo que queremos es trabajar sobre aquellos que son nuestros clientes, que necesitan de nuestros productos y de nuestra tecnología para abastecerse, para que de esa manera esos países puedan seguir siendo competitivos y se desarrollen.

Entonces, en medio de este debate internacional en el que intervenimos desarrollando actividades para transmitir lo que nosotros hacemos, entendemos que hay tres puntos de vista sobre los cuales se basa la agenda internacional. El primer punto de vista sería: “La tecnología y la producción son la solución”, que podríamos decir que es el punto de vista más natural en Argentina. Así, si hay una demanda creciente como la demanda asiática, hay que producir más y usar tecnología más moderna, estudiar, desarrollar nuevas técnicas, más siembra directa, más eficiencia y tecnología de precisión son la solución.

Pero la realidad es que en ese mismo debate internacional hay un grupo de personas que creen que producir más y con más tecnología es parte del problema, no la solución.

Y, finalmente, el tercer punto de vista podría resumirse en: “¿Quién decide, quién tiene el poder de fijar la agenda?”; porque hay un cambio muy grande en el rol de los países en el mundo, incluso el de los países tradicionalmente desarrollados (Europa, Estados Unidos, después Japón). Hoy empiezan a aparecer muchos otros países –los BRICS y otros–, que empiezan a ocupar también un lugar muy grande en la toma de decisiones, de modo que emerge una nueva discusión sobre quién fija la agenda, lo cual requiere de negociaciones internacionales, G-20 y otros espacios, donde hay que trabajar para entender qué está pasando.

En el primer planteo (volviendo ahora a repasar los tres puntos de vista), nosotros creemos que la tecnología y la producción son la solución, la solución a 9.000 millones de personas, a una clase media en aumento, que la seguridad alimentaria se basa o se va a cubrir con un mayor comercio, que la base nutricional del futuro es la proteína animal (no más los cereales, como vimos hoy en las presentaciones) y que la resolución de los problemas ambientales es mayor tecnología (entre ella, la biotecnología) y el uso de tecnologías modernas para la producción, y que vamos a mejorar los ecosistemas a partir del conocimiento, del buen uso. Todo eso va a mejorar la situación.

En el segundo punto de vista (tecnología y producción como problema), aparecen algunas situaciones un poco extrañas. Por ejemplo: el principio precautorio como base de la toma de decisiones; y el principio precautorio lo que plantea es que lo más importante es el miedo. Por ejemplo hoy el presidente de nuestra Asociación es un médico, y si uno analiza el ejercicio de la medicina desde el principio precautorio, estaría prohibido ser médico y ejercer la medicina. ¿Por qué? Porque el principio precautorio pone primero el miedo a lo desconocido, entonces yo no podría ir al médico a pedirle que me cure.

Entonces, como el principio precautorio empieza a ser la base sobre la cual se analizan los efectos de largo plazo, ahora hay unos modelos matemáticos a 100, 150 años... Claro que uno puede proyectar cualquier cosa y puede ser un ejercicio

académico, pero si eso es la base de una barrera al comercio, realmente tenemos que trabajar sobre estas personas que creen que el problema no es la demanda, sino la producción y la tecnología. Y acá aparece un concepto muy interesante: los expertos no importan; con esta concepción, el que tiene la posibilidad de hablar basta con que diga: “Yo soy consumidor. Esto no me gusta, me da miedo, prohíbanlo” (por no mencionar a los “activistas pagos”). Y es un verdadero tema, es como la automedicación, donde yo intuyo que estas pastillas por el color me van a hacer bien y me automedico.

¿Y qué es lo que plantean? Primero, prohibición de la biotecnología. De hecho, ya hay varios países del mundo que en sus constituciones pusieron que la biotecnología es lo peor; y es interesante uno de esos casos, el de Ecuador, cuyo presidente Correa dijo hace poco: “Pero cómo pusimos esto acá. Nos equivocamos”. Ahora el INTA de Ecuador tiene que empezar a trabajar en el desarrollo tecnológico, entre otras cosas, de esto. Porque es un hecho que no podemos seguir produciendo como hace cien años. Y lo que es interesante es que, en esta discusión, no sabemos lo que plantean ellos; cuando uno llega al debate más profundo, no sabemos cuál es su solución a los problemas actuales, sólo expresan “mejor volvamos al pasado”. ¿Siembra directa? “No, mejor volvamos el arado, el buey o lo que sea.” Y realmente es algo sobre lo cual nosotros necesitamos trabajar, para convencer a las personas que piensan así de que hay un camino, que es el que usó la humanidad desde hace miles de años, que es ir estudiando y aprendiendo.

El tercer aspecto también es difícil, es el de los actores, donde los países tienen poder. Y un caso que para nosotros creo que es bastante doloroso (muchos foros del mundo nos pusieron a nosotros como país como ejemplo) fue el cierre de exportaciones. ¿Verdad? El precio subió, de la carne o del trigo, y un día la Argentina dijo “yo no exporto, prohíbo exportar”; y nuestros clientes se volvieron locos. Hay otros pocos países también. Nosotros sufrimos estas barreras arbitrarias en las exportaciones de maíz y las vimos en otros productos también. Son decisiones basadas en argumentos que yo no quiero entrar a discutir, pero daría la impresión de que entre las altas autoridades de los países existe una discusión, un BRICS (para poner un caso en que la Argentina no está) vs. OCDE, o una discusión sobre quién es el que finalmente fija las reglas. Y entendemos que eso es algo donde también hay que trabajar, para que las decisiones sean racionales y estén basadas en la resolución problemas, y no solamente en quién tiene el poder de decidir exportar o no exportar, producir o no producir.

Entonces, decía, nos juntamos estas cuatro asociaciones: U.S. Grains Council (productores de maíz unidos en una cadena comercial), *National Corn Growers Association* (productores de maíz), *Abramilho* (productores de maíz de Brasil) y nosotros (Maizar). ¿Qué es lo que dijimos? “Somos y seremos competidores. Queremos competir, pero compartimos algunas ideas comunes.” Sobre todo, qué producir y ser muy estrictos en estudiar, desarrollar tecnología y su análisis crítico es la solución y no el problema.

El conocimiento es la base del desarrollo humano. Hoy estábamos con algunos alumnos de acá, entre ellos con Sonia, una alumna de la República Popular Chi-

na, y nosotros creemos que la base del desarrollo de nuestros países es estudiar, entender, trabajar. ¿Esto está mal? No lo usamos. ¿Está bien? Desarrollémoslo más. Lo que hace Fernando desde su Posgrado, un ejemplo de estudios de agonegocios de la Argentina.

La tecnología es la que nos permite mejorar la producción. Y las arbitrariedades, el desconocimiento, la ausencia de reglas de juego (hoy se puede, mañana no se puede; ¿por qué? No sabemos) son en realidad la base de los problemas de desarrollo y de pobreza en nuestros países. Lo que tratamos de hacer por medio de esta Alianza es, justamente, ayudar a quienes tienen esa visión por miedo al cambio a cambiar y valorizar lo que hacen los actores de nuestra cadena, lo que hacen los científicos, los profesores, los investigadores, los que hacen insumos, semillas, biotecnología, maquinarias, sembradoras, cosechadoras, los productores, los que hacen pollos, cerdo, los que negocian entre los países.

Entendemos que para nosotros es clave comunicar los beneficios de la tecnología moderna. ¿Para qué? Para cumplir con la demanda y con eso mejorar el ambiente. No para destruir todo, desmontar todo, arruinar, destruir el agua. No. Al revés, mejor agua, mejores bosques, mejores pastizales, mejores ecosistemas agrícolas.

El concepto de la bioeconomía (que hoy no abordamos) nos parece una base interesante que empieza a ser una palabra común. En unos días tendrá lugar el seminario que organiza el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, y lo vemos a nuestro ministro, a Lino Barañao, que apoya esta idea.

Un tema clave para nosotros es que, cuando se aprueba un evento biotecnológico, el país que lo aprueba no quede descalzado y fuera de competencia con los otros. Entonces nos comprometemos a ayudar a que se apruebe en todos los países: “Bueno, ahora se aprueba este; ¿estamos todos de acuerdo? Sí, listo”. Entonces todos producen, venden y se mantiene un mercado competitivo. Y creemos que es clave tratar de trabajar juntos en reglas aplicables, conocidas, que nos permitan producir, llegar al mercado y abastecer las necesidades, para que al que invirtió en producción le vaya bien y no se funda.

Conclusiones. Hablamos del concepto de cadena de valor y creemos que debe ser la base para nuestro país, la base de la estrategia del sector público y privado, porque es la base de la competencia global (y no solo en el rubro agroindustrial).

La Argentina tiene que comprender la complejidad de la agenda global actual. Prohibir exportar, creer que exportar es malo, producir ese tipo de cosas realmente nos complica y nos deja lejos de lo que es hoy la visión estratégica de nuestra contraparte de Estados Unidos, de Brasil, y también de otros países.

Cada eslabón de la cadena del maíz y sorgo tiene que desarrollar una estrategia entendiendo cuál es el escenario global. Pensar que alguien va a ser competitivo porque se prohíben las exportaciones de maíz creemos que no va a ayudar, no es muy razonable.

Y no podemos, creo yo, seguir pensando en Argentina que estamos condenados al éxito porque total va a venir gente de otra parte del mundo (por ejemplo, de Asia) a comprarnos lo que nos sobre. Nuestros competidores (Estados Unidos, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay) son muy agresivos en salir a vender, muy competitivos. Entonces debemos pensar estrategias para cada producto. Los casos que dio Javier Preciado Patiño creo que muestran eso. Empresas, personas que dijeron: “Hay que salir a vender. ¿Lo que nos pagan por la uva es malo? ¿Qué hacemos? Bueno, busquemos soluciones”.

En fin, les agradezco mucho su tiempo, creo que me pasé un par de minutos y quedamos a disposición si hay preguntas.

*Gracias.*



Licenciado en Economía. Fue funcionario de la Secretaría de Industria, director del área de Promoción Comercial, jefe de Gabinete de la Subsecretaría de Integración Económica Latinoamericana y Mercosur, consejero económico y comercial en la Embajada en Polonia. Participó en el Consulado General y Centro de Promoción en Barcelona, en la Embajada de la República en Francia. Fue Encargado de Negocios en la Embajada de la República en Nigeria y también embajador en la Embajada de la República en Vietnam (2009-2013).

### Alberto Kaminker

Mientras esperamos un mapa dos pequeñas aclaraciones. Primero, gracias por el aplauso, porque nunca se sabe qué puede pasar al final, por lo menos me llevo este. Y la segunda es agradecerle a Fernando Vilella y al resto de los organizadores; en el caso de Fernando por la audacia de invitarme a hablar.

Cuando Fernando me sugirió que hablara y me vi sometido a una temática de orden técnico como la que han desarrollado de una manera brillante (yo por lo menos estoy deslumbrado por las cosas que escucho y por la forma en que lo expresan los diferentes expositores y técnicos), lo que yo le respondí es quizás lo único importante que pudiera hacer –dada esta función de burócrata permanente que he sido desde muy joven– es contar qué pasó en los años que estuve en Vietnam: describir qué cosas se hicieron, qué de esto que se hizo puede ser un elemento recogido por ustedes y ver si estos elementos pueden servirles para una acción futura. Lo aclaro porque no quiero ser autorreferencial y trataré de no serlo, pero sí daré a conocer algunas cosas que se hicieron en estos cuatro años y monedas en los que me tocó estar a cargo de la Embajada.

Se me ocurrió dividir esta charla en dos aspectos.

El primero es hacer una introducción del tema. Estamos hablando de Vietnam. Bueno, veamos qué es Vietnam en un par de minutos, para saber de qué estamos hablando. Además va a ser útil para algunas cosas que trataré de expresar de la mejor manera posible en la segunda parte de la charla.

Esto es Vietnam. 330.000 kilómetros cuadrados, entre 92 y 93 millones de habitantes, divididos en dos zonas (no estoy haciendo referencia a la guerra, sino que desde el punto de vista administrativo y productivo hay claramente dos zonas). La zona del sur, digamos, al sur del golfo de Tonking, con la gran megalópolis que es Ho Chi Minh (ex Saigón), es la zona de mayor producción económica. La zona

del norte tiene la vigencia administrativa, que por supuesto tiene su valor desde el punto de vista de la producción. Grosso modo –y espero que me perdonen si me equivoco en algún porcentaje–, 60 ó 62% de la economía está acá en el sur, 38 ó 40% está más arriba.

Es muy importante por qué esto es así. Vietnam, que quede claro, es un país agrícola. Sigue siéndolo más allá de los desarrollos industriales que ha tenido en los últimos años. Y la riqueza agrícola de Vietnam está hacia el sur; por ejemplo, el arroz en esa zona –según me explicaron los que saben– tiene hasta cuatro producciones anuales, porque hay agua, hay elementos adecuados para la producción, se utiliza tecnología, y entonces llega a haber en muchas regiones cuatro producciones anuales. Hacia el Norte es más normal que haya solo tres producciones anuales y, bien al Norte y noroeste, en una región montañosa absolutamente seca, hay sin embargo dos producciones anuales de arroz. (No me quiero adelantar en este punto.)

Dijimos que es un país agrícola, también es un país de altísima población rural. Pese a que –al igual que en el resto de los países de Oriente– la población urbana va creciendo, aún no supera claramente un tercio del total, contra los dos tercios rurales.

Estamos hablando de un pequeño país de 330.000 kilómetros cuadrados (la provincia de Buenos Aires más La Pampa; o Italia, no es más que eso), con un elemento importantísimo: desde Hanoi (la gran ciudad del Norte) hasta Ho Chi Minh City hay dos mil kilómetros. Esto no es una tontería, esto significa un problema en comunicaciones, en transporte, en infraestructura, en distribución. Un tema muy importante. Desde luego, la distancia es mucho más si la consideramos desde la frontera con China hasta la isla de Phu Quoc, casi frente a la costa camboyana.

Cuando nos reuníamos con los colegas embajadores y hablábamos sobre Vietnam y sus características, usábamos de forma familiar y con mucho cariño decíamos que estábamos en Chinita. ¿Por qué Chinita? Porque las tasas de crecimiento eran las mismas, los desarrollos aproximadamente los mismos, con un retraso quizás de quince o veinte años.

Vietnam, como todos saben, en el año 76 se unifica, luego de la sangrienta guerra que le costó entre 2 y 4 millones de víctimas. De ahí que esa pirámide demográfica que nos mostraron esta mañana sea una pirámide de anchísima base (más allá de ciertas restricciones para tener más de dos niños por persona), donde los mayores “no existen”, quiero decir: existen en una menor cantidad.

Entonces, en el año 76 el país se unifica y adquiere como característica económica la de un país colectivista. El país se llama República Socialista de Vietnam aún hoy. (Previamente fue República Democrática de Vietnam.) Eso duró diez años, hasta 1986, y el fracaso fue muy sentido, muy evidente en el tema de las posibilidades de desarrollo económico. El Partido Comunista –es un país con régimen de partido único– reúne su Congreso cada cinco años. El tercer Congreso, el del año 86 (quizás alentado por modificaciones en la Unión Soviética, en la época

de la Perestroika, el Glasnost, puesto que la Unión Soviética proveía mucho a la economía vietnamita), decide modificar absolutamente el espíritu y la forma de la economía y adoptan un proceso que en vietnamita se llama *Đổi Mới*, que significa “renovación”, y un país se transforma.

El país es un país con gente ancestralmente dedicada al microemprendimiento. Yo he viajado mucho por el mundo, me ha tocado ver muchas cosas, y nunca vi una tendencia al microemprendimiento como la que conocí en Vietnam. Seguramente la habrá en otros lados, yo no la vi. Basta ir por una calle de Hanoi, la calle tiene cien metros, y en cien metros habrá treinta locales. Se va por las calles y se ve docenas y docenas, centenares de señoras andando en una bicicleta y en la bicicleta llevando la producción de su huertita o vendiendo productos de plástico o vendiendo aquello que cualquiera compraría en un comercio. Y es una microempresaria que está vendiendo en la calle. Para que entiendan esto: según las cifras que recuerdo manejar mientras estaba allí, el 50% de los alimentos que consumían, los vietnamitas se lo compran en la calle a estos vendedores ambulantes; una tercera parte corresponde a pequeños negocios y solo del 15 o 18% (supongo que irá subiendo y será pronto el 20%) en grandes superficies. Les pido que retengan esto, por algo que voy a explicar sobre el final de la charla.

Como anécdota sobre el tema del microemprendimiento y la propensión al desarrollo capitalista o minicapitalista: un amigo estadounidense, que era el dueño de la cinemateca de Hanoi y vivía allí desde hacía 15 años, atendiendo que la República Socialista solo tiene ocho sectores que se ha reservado como exclusivos del Estado: energía, astilleros, siderurgia, etc., me dijo un día: “Estados Unidos es más socialista que esto”. Recuerdo que me reí como quizás alguno de ustedes, pero se los cuento para que se figuren qué país encontrarán aquellos que se decidan a hacer negocios o a tener algún tipo de colaboración.

Como les decía, el país cambia notablemente a partir del 86; comienzan a crecer esas tasas, las que llamamos tasas chinas, las tasas del 7, 8, 9%. Se resintió un poco durante la crisis asiática en el 97, luego retomó esos ritmos y, en la crisis internacional de 2010-2011 solo creció el 5,2%. Por lo tanto es un país que tenía unos ingresos per cápita bajísimos, del orden de los 200 dólares por mes –allá por los 90 diría– y que hoy está en el orden de los 1.500 dólares por mes. Ha crecido siete veces. Claro, como diría Serrat: “Bienaventurados los que están en el fondo del pozo, porque de ahí en adelante solo cabe ir mejorando”. Pero hablando de la aparición de la clase media, estamos hablando de una población que se maneja básicamente en scooters o, mejor dicho, que transitó de la bicicleta al scooter. En el año 2000, había 2 millones de scooters en Vietnam; hoy hay 40 millones. Muchos importados –China es el gran origen– y con muchas fábricas Honda, Piaggio, que se instalaron ahí en un mercado que debe ser único.

Les sugiero si quieren saber lo que significa esto entrar a *YouTube* y poner *crossing a road in Hanoi*. Simplemente pongan esto y van a encontrarse un panorama notable. Es para verlo una y varias veces.

En mi caso personal también observé lo siguiente: yo llegué en el año 2009,

cuando prácticamente no había automotores. Quiero decir: había automotores, todos grandes, y a mí me llamaba la atención que no hubiera autos pequeños. El auto era siempre grande, con las dificultades de transitar por esas calles. Cuando me fui, hasta los taxis eran medianos o pequeños. Y percibí, me pareció, que el número de *scooters* no sé si disminuía pero se mantenía constante. El señor que tenía el *scooter* como su transporte personal y familiar (cinco personas arriba del *scooter*) pudo pasar en muchos casos –solo en los cuatro años que estuve yo, no estoy hablando de décadas atrás– a tener el Fiat 600 con el que crecimos nosotros en los 60.

Me parecía importante entender de qué estamos hablando, sobre quién estamos hablando.

¿Qué exporta Vietnam? Ya lo han explicado los técnicos. En lo que hace a exportaciones agrícolas, que es el tema que más interesa, exporta té, exporta café. No sé si será sorpresa para algunos, para mí lo era, en el año 2012 fue el primer exportador en el mundo de café, superó a Brasil. Normalmente es el segundo, desde hace varios años. El café en su variedad robusta, que acá consumimos poco, nosotros consumimos arábica. Es el segundo exportador de café del mundo. También es cierto que le quedan saldos exportables porque la gente toma muy poco café, se toma té habitualmente. Gran exportador de especias, particularmente de pimienta. Esta isla de Phu Quoc tiene la mayor producción de pimienta del mundo, lo que ha transformado al país en el primer exportador de pimienta. Desde luego, arroz. Nota: hace 18 años, Vietnam era importador de arroz. Hoy es el segundo exportador del mundo, después de Tailandia, merced a eso que les decía antes sobre la feracidad de la tierra y las tecnologías de producción. Luego, caucho, pescado. En el año 2012, se exportaron alrededor de 6.100 millones de dólares de pescado. Ustedes sabrán mucho mejor que yo cuánto exportamos de pescado nosotros, con cifras que han superado las de las carnes. Y a ese pescado que se exporta, básicamente basa –*pangasius* como los indios explicarían–, se hace en cultivos. Para mí, como gente que no sabe mucho de esto, era extraño ir por el cielo y ver unas manchas azules enormes cerca de la costa, que eran evidentemente los sectores de crianza. (Se dice así, supongo, crianza del pescado.) Alimentados ¿con qué? Entre otras cosas con lo que les vendemos nosotros, con las proteínas que les vendemos nosotros.

Supongo que si Roberto Urquía está por acá lo podrá explicar mejor dentro de un rato. Les vendemos entonces el alimento para pescados, les vendemos derivados de soja, les vendemos vinos en una cierta proporción. Su primer proveedor de vinos es Chile, luego Francia, se alternan. Esto es el resabio, la cultura de tomar vino así como la cultura de comer con pan blanco son resabios de 85 años de presencia francesa, que culminó en 1954.

Pero les vendemos otras cosas. Les vendemos autos, les vendemos productos medicinales. (Yo siempre tomé cifras CIF vietnamitas porque, claro, a mí me mandaron allá para estudiar el mercado vietnamita. Y esas cifras quizá no coinciden con las cifras de nuestro servicio de estadísticas que toman –como en cualquier caso de exportaciones– las cifras FOB.) Cuando llegué les vendíamos de 300 millones de

dólares, y teníamos un ida y vuelta de 350 millones de dólares, más o menos. Me fui en 2013, y estábamos en los 1.500 millones de dólares de comercio bilateral. Más o menos 1.350 nuestros y 150 de ellos.

¿Ellos qué nos venden? Nos vendían indumentaria.

Quería agregar sobre qué les vendemos, para que no quede desfigurada la estadística. Hay dos tercios dedicados sí a la soja y sus derivados pero el resto tiene una diferenciación y un valor agregado importante.

Y también acá me parece que es bueno aclarar otra cosa, para no subirse a ningún pico que no corresponde. Creo recordar –tal vez el doctor Llach que es más experto me corregirá– que alrededor de la mitad del comercio internacional se da entre sucursales de la misma empresa. Nosotros les vendemos vehículos, no son automóviles sino que camionetas para turismo, la Mercedes-Benz Sprinter para más precisión. Claro que no es la habilidad de un vendedor de Mercedes-Benz que desde acá se tomó un avión y se fue allá a convencerlos y les vendió. Son decisiones tomadas en las empresas multinacionales. Lo mismo sucede con la venta de indumentaria y calzado deportivo a nosotros: son básicamente Nike y Adidas, que tienen plantas allá (si compran unas zapatillas y miran adentro, hay 50% de probabilidades que digan “made in Vietnam”).

Pero incluso filtrando este concepto del mercado intraempresario, que no es un éxito de promoción comercial, al fin y al cabo no dejan de ser importaciones nuestras, no dejan de ser ingresos por más que no lo haya decidido una empresa nacional. Y esta cifra entonces se eleva a esos 1.500 millones. Pasamos a ser el proveedor número 17 de Vietnam. Les aclaro que, en los otros 16, contamos desde luego a China y a ocho países del barrio, contamos a Alemania, Francia, Australia y algunos otros que no se me ocurren. Estábamos por arriba de Rusia, hoy ya no, hoy ya nos superaron, pero estamos por arriba de Canadá, por arriba de Egipto. Todo eso se logró trabajando sobre unos elementos que también quiero transmitirles.

Nosotros trabajamos mucho en temas de cooperación técnica. Al igual que en lo que hace al comercio específicamente, yo soy un convencido que las cosas van y vienen, que lo unidireccional termina a veces en callejones sin salida. En este caso alentamos muchísimo el tema de la cooperación técnica con Vietnam y básicamente lo hicimos en los temas agrícolas. Cuatro programas se están implementando, están en funciones; el INTA y SENASA colaboran muchísimo, y el Ministerio de Agricultura –desde ya– y el organismo de Cooperación Internacional de la Cancillería es obviamente el coordinador de esto (en esto rindo un homenaje a Julia Levi, que fue quien nos creyó, y a Sebastián Báez que es quien lo lleva adelante contra algunas otras situaciones). Los programas son de semen bovino, de silobolsas, lucha contra la aftosa y siembra directa. Esos son los programas con los que se está trabajando, intercambio de técnicos, intercambio de técnicas.

Y yo sostenía que Vietnam estaba en condiciones –lo sostenían los vietnamitas

también, desde luego, y me convencieron— de colaborar por lo menos en dos áreas, en las que seguramente tenemos algo que aprender. Una es lo que estábamos hablando hace un rato acerca del arroz y, la otra, la piscicultura, no en mar sino en río o lago artificial; se habló en un momento dado de algunas oportunidades en Misiones, que presentaba un microclima adecuado para esto. No se ha avanzado demasiado y creo que en eso somos un poco culpables nosotros.

Quería ir ahora a un asunto que mi experiencia allá me hizo percibir. Reitero el verbo: “percibir”, “intuir”; no lo puedo confirmar, no tengo los elementos; pero en mi vida cotidiana algo pude ver sobre eso que se ha mencionado (creo que a lo largo de todas las jornadas): el crecimiento de la clase media, la modificación evidente e inherente a las pautas de consumo, el acceso a nuevos alimentos, la mejoría en la calidad alimenticia. Y todo eso me hizo pensar en el tema de los lácteos. Por supuesto que vendemos lácteos, vendemos leche en polvo en cantidades importantes. Pero yo no estoy hablando de la venta de eso.

Y acá vuelvo otra vez al mapa. Vietnam tiene 2.500 kilómetros de longitud, aproximadamente. Aunque no lo crean, este territorio de 330.000 kilómetros cuadrados tiene 63 provincias; y cada provincia tiene una administración propia. Hay una red de carreteras pobre, escasa. Y unas dificultades de orden geográfico que lo hacen aun más difícil. Estamos hablando de prácticamente una única carretera que puede pasar, más algunas de costado. Para que se den una idea, hay una zona que tiene cuarenta kilómetros de ancho (el ancho es normalmente unos cien kilómetros). Imagínense presentar el pasaporte en el puerto de Buenos Aires y volver a presentarlo en el Tigre, porque ya se entra a Camboya o a Laos. Entonces a mí se me ocurrió que si mejora la capacidad adquisitiva, si se modifican los hábitos de consumo de una población que no ha tomado leche nunca —o poco y nada—, y que por ello tiene unas características físicas como las que conocemos (es gente de tamaños pequeños), que se alimenta en el desayuno con unas sopas maravillosas, extraordinarias, pero que han tenido desarrollos físicos complicados... en algún momento esto va a cambiar, y de hecho está cambiando, se lo observa. Ahora bien, ¿dónde aparece el tema desde mi óptica? El tema es el proceso de distribución. Para mí esa es la clave. Estamos hablando de unas dificultades de distribución comercial enormes. Más el hecho de que los consumos, tal cual expliqué hace un rato, no se realizan en grandes superficies donde se pueden acumular las cantidades adecuadas para distribuir en las poblaciones. Hay solamente dos grandes ciudades Ho Chi Minh y Hanoi, y algunas ciudades medianas (Danang, Nha Trang, Dalat, y alguna más), y el resto son aldeas. Estamos hablando de las dos terceras partes de la población rural. Aldeas de 3 o 5.000 mil habitantes, cada cinco kilómetros, cada siete kilómetros. Esas aldeas, esas regiones, esas provincias necesitan industrias lácteas propias para la distribución del lácteo en proximidad. Por supuesto, esa leche estará pasteurizada, aunque quiero que sepan que la cerveza que se consume en Vietnam (y son enormes tomadores de cerveza, no pueden imaginar: ¡enormes!) es cerveza sin pasteurizar, que a los dos días se vence. Por eso se la toman muy rápido, seguramente.

Este proceso obviamente es tecnología aplicada, en la leche solo no va a suceder.

Pero al tema de la distribución yo no le veo resolución inmediata, ni siquiera mediata. Pero otra posibilidad es la generación de centros de producción con acceso a la distribución de proximidad, porque nadie compra en supermercados. Lo comprarán en el futuro, pero supongamos que el proceso de urbanización avance, ¿a cuánto va a avanzar? Al 40%, al 45%. Ni yo, ni mis hijos, ni los hijos que mis hijos tengan verán el futuro de 70-30, como en los grandes países.

Por lo tanto, a mí se me ocurre, intuyo, percibo, que este es un negocio, que este es un tema sobre el que los industriales argentinos, los productores argentinos debieran pensar. La recepción al inversor extranjero, en términos internacionales es —diría— excelente; no podría calificarlo de otra manera. Con sus límites, hay libertad de cambio. En un país que tiene una cierta inflación, la inflación es absolutamente fluctuante. Hay años del 2% y el año siguiente el 22 y vuelve al 4. No lo entendí, jamás lo entendí, pero eso es así. Y el tipo de cambio iba avanzando, digamos, *pari passu* con ello, pero sin embargo el fortalecimiento del ingreso al capital ha determinado que hace tres años que está en 21.000 *dongs* por dólar en los últimos tres años. Y eso además determina que el producto bruto, dividido por ese tipo de cambio, crece, va incrementando.

No hay excesivos problemas en los temas de recuperación de la inversión, de giro de divisas y demás. Y hay una receptividad enorme a la inversión extranjera y estoy hablando —espero no equivocarme— de inversiones de volúmenes no extraordinarios, sino de pequeñas plantas; que es, por supuesto, lo que mejor se adapta a la región, porque estamos hablando de un señor que pone una planta que alimentará un mercado de, por ejemplo, 600.000 personas distribuidas en 80 poblados. Y los señores en bicicleta no se van a un lugar único a comprar.

Hemos hecho con Vietnam acuerdos y autorizaciones de orden fitosanitario. Nos ha costado mucho. Ha habido un tema con el que... como que nos apretaban: la autorización de establecimientos de venta de pescado. Había mucha reticencia a aceptarlos, pero a su vez nosotros queríamos que nos aprobaran frigoríficos nuestros para la venta de carne. Una venta de carne que existió, como imaginarán, hasta el año 2010; hasta ese momento hubo y se vendía ya no hay más. De hecho el restaurante argentino se llama El Gaucho (con tres locales, dos en Ho Chi Minh y uno en Hanoi), se sigue llamando “restaurante argentino” y la carne es australiana. Yo a veces le decía al del restaurante: “La verdad, sos un caradura, podrías por lo menos aclarar”; y él me decía: “Este es el nombre del restaurante, y yo quisiera vender carne argentina, pero esto no es posible, no hay”. No hay desde hace tres años.

Finalmente estos convenios de autorizaciones culminaron el año pasado felizmente. Tardó bastante esta discusión. El equivalente del presidente del SENASA allá es la persona más dura que yo haya conocido en mis cuatro años en Vietnam, pero finalmente esto se logró.

Y la última cosa que quería decir es algo que en realidad es general, sirve para todos, y lo voy a hacer a pedido de un amigo con el que recién comentábamos en el intervalo una cosa, quien me dijo: “Tenés que contarlos como un ejemplo”.

Si no les gusta la culpa es de él, no es mía. El tema es así. Yo le conté una anécdota que me sucedió durante mi estancia en Barcelona, en una feria de papelería. Un empresario que vendía papeles para regalo, los moños que se hacen para regalo, una feria de este tipo. Y era un productor argentino que exponía ahí y tenía como única voluntad venderle a un importador, un distribuidor alemán gigantesco; era el sueño de su vida. Y no lograba llegar nunca al alemán. Este hombre expuso en la feria un año y dice que lo vio a ese importador alemán pasar por delante de su *stand* (el importador tenía su propio *stand*). Pero no pasó nada. A la siguiente exposición volvió y otra vez le pasó lo mismo: el importador alemán nada, ni se apareció. A la tercera vez que él expuso, finalmente, un día le entra en su *stand* este importador alemán; y este hombre, chocho, por supuesto, se decía “por fin, por fin lo tengo”. Entonces, lo primero que hizo fue presentarse, “yo soy tal...”. Y el alemán: “Sí, sí, yo sé quién es usted. ¿Y sabe por qué estoy acá adentro? Porque usted es la tercera vez que viene”. Y le vendió además.

Cuál es la moraleja de esta anécdota, si es que cabe alguna: el tema es la continuidad, y el contacto físico. Es muy fácil decirle al empresario “mire, tiene que viajar”, porque la plata es de él (yo no le pagué el pasaje), es muy sencillo decirle esto. Pero, la verdad, salvo que uno venda algún *commodity*—que antes sería por *telex* y ahora por *mail*—, yo no he descubierto que ni el mejor folleto, ni el mejor precio ni nada tenga el mismo resultado que dos señores viéndose las caras. Nadie le compra nada a otro si no le ve la cara. Y para verle la cara hay que estar, hay que viajar una vez, dos veces. En este ejemplo, fue invertir en tres presencias en ferias.

Si algo puedo transmitir de los treinta y tanto años de andar dando vueltas en mi condición de burócrata, es esto. Espero además que esto de la sugerencia de intentar por el lado del negocio de la inversión en las pequeñas industrias lácteas salga y, si no, que Dios y los industriales me perdonen. No es mucho más que eso. Un aviso. Al finalizar estos paneles, se va a presentar la Orquesta Juvenil de Tango de mi colegio. Si pueden quedarse, será un placer. Yo creo que no voy a poder quedarme, pero si pueden quedarse será un placer. Por lo tanto termino con un “chan chan” y les agradezco esto.

Gracias.



### Carlos Guillermo Haeberle / AGD

Ingeniero agrónomo (Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires), es miembro del departamento de Comercio de Aceitera General Deheza. Trabajó

Bueno, buenas tardes. Hoy estoy en reemplazo del director de Aceitera General Deheza, Roberto Urquía, quien quiso acercarse personalmente, pero lamentablemente un inconveniente no lo hizo posible. Quería compartir con ustedes, desde el sector oleaginoso, qué es lo que estamos viendo para esta región, cuáles son las perspectivas y los desafíos que entendemos tenemos actualmente.

en la Secretaría de Agricultura de la Nación y tiene un máster por Investigación en Economía en la Universidad de Clemson (Carolina del Sur, Estados Unidos).

Entonces empezamos por caracterizar los tres principales productos del sector sojero: poroto, harina y aceite. Asia es un actor muy importante, una demanda muy importante en los tres. Es un 70% de la demanda mundial del poroto de soja, casi un papel hegemónico; cerca del 30% de la demanda mundial del aceite y aproximadamente un 17% de la demanda mundial de harina. Como decía el Embajador recién, toda la acuicultura y varias actividades ganaderas se alimentan con nuestras proteínas vegetales, principalmente la harina de soja.

Si hablamos específicamente de la demanda de poroto, el gran actor, el gran importador es la República China. Es un actor que viene importando cantidades crecientes y que determinó que, en los últimos cuatro años, la demanda asiática del poroto de soja creciera 10 millones de toneladas. Si hablamos de la demanda de harina de soja, los principales actores son Vietnam, Tailandia, Corea del Sur y Japón con un consumo relativamente estable en los últimos años; y si miramos la demanda de aceite de soja, los principales actores son China e India, con un consumo variable, en función de que —a diferencia de la harina de soja, que es prácticamente insustituible en las raciones animales— el aceite de soja es bastante sustituible por aceite de palma, colza, girasol y las producciones regionales. Recordemos que Indonesia y Malasia son los principales países productores de palma y están en la región. Años con altas producciones de palma generan menor competitividad del aceite de soja y por lo tanto menores exportaciones.

Si hablamos de la incidencia de la Argentina en las importaciones asiáticas, vemos que tiene una importancia creciente en lo que es aceite, una importancia creciente también en lo que es harina, y decreciente en cuanto al poroto de soja.

Como destino para exportaciones argentinas, Asia es muy importante para poroto de soja: concentra un 80% de las exportaciones argentinas. Por su parte, van también a Asia el 40% de las exportaciones de aceite de soja el 10% de las de harina. Ahí parecería ser que habría un potencial de crecimiento alto.

Si tomamos las estadísticas del Departamento de Agricultura de Estados Unidos y su proyección para el 2020, las importaciones asiáticas de harina pueden crecer sustancialmente —entre 12 y 16 millones de toneladas— y existe por lo tanto en el sector de harina una posibilidad muy grande de incrementar exportaciones desde Argentina.

Si miramos las importaciones de aceite, no hay un crecimiento esperado en las próximas dos décadas, pero sí un aumento en las importaciones de India en desmedro de las importaciones de China, que importaría principalmente porotos para molerlos en destino.

Hasta ahí, entonces, las estadísticas del Departamento de Agricultura de Estados Unidos. Si tomamos estadísticas del INAI, del Instituto de Negociaciones Agrícolas Internacionales argentino a esa misma fecha (2020) se estima que puede crecer aproximadamente un 10% el área sojera argentina, un 13% el rendimiento, con lo cual estaríamos llegando a aproximadamente 65 millones de toneladas. Esto supone una adopción creciente de tecnología —a la cual se refería Martín Fraguío—,

mejorar o uniformar el uso de semilla adecuada para cada región, una mejora o una uniformidad de las prácticas agronómicas. Y una asignatura pendiente muy importante: la logística interna y la portuaria: profundizar el calado de la hidrovía y mejorar el acceso a los puertos. Estas 65 millones de toneladas serían con la tecnología actual y las políticas actuales. Según el INAI, mejoras tecnológicas y mejoras políticas (o políticas de crecimiento, de acceso a mercados, políticas tendientes al sector agropecuario) cambiarían esta proyección de cosecha.

En lo que se refiere a la estimación de exportaciones de harina de soja, el INAI entiende entonces que podría haber un crecimiento de entre el 20 y el 25% para abastecer estos destinos y abriría también la posibilidad de aumentar las exportaciones de aceite en esos mismos porcentajes.

En otro trabajo del INAI se afirma la posibilidad de crecimiento en nuestras exportaciones a esta región (Japón, China, Corea, India, Indonesia y Malasia): allí, hay tres países (Japón, Corea e Indonesia) cuyas importaciones de harinas de soja (las proteínas vegetales) estarían dentro de las cinco que mayor potencial de crecimiento tendrían para el comercio exterior argentino. Y hay dos países (China e India) cuya importación de aceite de soja tendría todavía una posibilidad de incrementar su participación.

Dentro de las asignaturas pendientes que vemos desde el sector, una de ellas tiene que ver con las negociaciones. Aquí hay una gran cantidad de diplomáticos que conocen mucho más que yo el tema, pero lo que vemos a primera vista y un poco lo que nos comenta la gente del INAI, es que en el mundo sojero (que es principalmente Estados Unidos, Brasil, Argentina, Paraguay y Canadá), hay un bloque comercial constituido por Estados Unidos y Canadá que está en negociaciones con los principales bloques económicos asiáticos y que por lo tanto tendría ventajas de acceso en lo que se refiere a desgravaciones arancelarias y en la uniformidad las condiciones o regulaciones comerciales entre esos bloques comerciales. A diferencia, el Mercosur no tiene por el momento –y hasta lo que conocemos nosotros– negociaciones con los bloques del sudeste asiático. Eso sería una asignatura pendiente, cuyo cumplimiento posiblemente podría hacer mejorar sustancialmente la capacidad de acceso a estas regiones, y por lo menos mantenernos en lo que son exportaciones de aceite y superar los niveles actuales de participación en el mercado de harinas o proteínas vegetales.

Los otros elementos que están relacionados con los bloques comerciales, pero que muchas veces vemos que castigan la posibilidad de incrementar exportaciones en volumen y en participación, son las denominadas barreras arancelarias y para arancelarias. Es claro que en el sudeste asiático, como decía el Embajador, los consumos de aceite per cápita están muchas veces por debajo de 15 litros mientras que en el mundo estamos en promedios cercanos a los 35 litros (y entre 45 y 50 litros per cápita en la Unión Europea). Muchas veces uno hace proyecciones tomando una pequeña cucharadita en las ensaladas en las dietas del sudeste asiático, fenómeno con que estamos viendo cuánto más aceite se podría exportar, cuánto más aceite consumirían. De hecho, las dietas van cambiando hacia dietas ricas en leche o en proteínas vegetales. De modo que el potencial

de –primero– consumo y –después– exportaciones es muy alto. Ahora, muchas veces uno se encuentra con fenómenos tales como el escalonamiento arancelario. Es decir, en la medida en que uno exporta productos con mayor valor agregado, los aranceles de importación son más altos. Un caso bastante investigado por el INAI: el caso de China, tan importante como importador de harina y aceite; su arancel de importación de poroto es de 0%, en el caso de la harina –la proteína vegetal– es del 5% y, en el caso del aceite, es del 9%.

Eso lógicamente dificulta las exportaciones de harina y aceite y muchas veces causa que China sea un competidor de las exportaciones argentinas, como está sucediendo en este momento en el caso de la harina. Nosotros diferenciamos entre India, que es un exportador, un competidor natural (un importador de aceite y un exportador de harina) y China, que suele exportar en forma irregular y muchas veces relacionado con excesos de importación de poroto, como ocurrió este año, que vuelca al mercado como harina.

Entre las barreras a nuestras exportaciones, también aparecen los estándares de calidad que a veces son muy elevados, ya sea para residuos o inclusive para malezas, como el caso de la *datura ferox* en soja, que entendemos ya no existe en Argentina pero que a veces igual funcionan como barreras para arancelarias. A veces también se ponen requisitos desproporcionados de calidad para la importación de aceite de soja (que los aceites de soja crudos tengan características de calidad de aceites refinados). Y muchas veces nosotros observamos limitantes o barreras de ingresos que son relacionadas con leyes locales de inocuidad alimentaria, el caso de China, el caso a veces de Japón, relacionados con el etiquetado de alimentos y la aprobación de organismos genéticamente modificados.

Esto es un poquito el mensaje que queríamos compartir con ustedes. Saludos de parte del licenciado Roberto Urquía.

————— *Muchas gracias.* —————



Ingeniero industrial (Universidad Argentina de la Empresa). Se desempeña como coordinador de Inteligencia Comercial en la Fundación ExportAr.

### Martín Poggi

Buenas tardes a todos. Antes que nada, quiero agradecer a Fernando Vilella por el espacio. Este será un breve enfoque –fuera del panel de Vietnam– para hablar de la promoción de exportaciones a la región en general.

Mi idea es comentar el rol que cumplen estos mercados para las exportaciones argentinas y hablar de las herramientas de promoción de exportaciones que brinda la Fundación ExportAr junto a la Cancillería Argentina.

En la actualidad, la región Asia Pacífico más India, como bloque en conjunto, es el segundo destino de las exportaciones argentinas totales, detrás del Mercosur y por delante del la Unión Europea y del NAFTA. Esta realidad actual ha cambiado

mucho en los últimos años y ha fortalecido el rol de la región. Asia Pacífico más India es receptora de más del 30% de las exportaciones de Argentina de alimentos.

Hablando puntualmente de los mercados analizados en este seminario, vemos que los seis son estratégicos para la Argentina, entre los treinta mercados principales de exportación de la Argentina. China es el segundo destino en importancia para Argentina, Japón el 16°, Vietnam el 19°, India, Corea del Sur y Tailandia por encima del 20°. Y vemos los volúmenes de exportación que son destacados: China por encima de los 5.000 millones (sin contar a Hong Kong; con Hong Kong, superan los 6.000 millones); Japón, Vietnam, India, Corea del Sur por encima de los 1.000 millones de exportaciones argentinas y Tailandia muy cercano a los 1.000 millones.

A su vez, estos seis mercados se destacan por su dinámica. Para las exportaciones argentinas, estos mercados se encuentran entre los 20 destinos de exportación que más crecieron en el último quinquenio, entre 2009 y 2013.

Vemos que, en este lapso, las exportaciones a China crecieron más de 1.800 millones desde 2009 (un 50%); a Japón, más de 880 millones (180%), a Vietnam 620 millones (110%) igual que a Tailandia (450 millones más). India y Corea del Sur nos compraron 440 y 400 millones más respectivamente, un 70% más en el quinquenio 2009-2013.

Para hacer un breve pantallazo de cómo es nuestra matriz exportadora a estos seis mercados, desagregando por rubro y separando los alimentos de los productos primarios y de las manufacturas de origen agropecuario. En las exportaciones a China, el 78% aproximadamente es de alimentos y, entre estas exportaciones de alimentos, se destacan los porotos de soja –obviamente– y los aceites de soja, de girasol y de maní, productos lácteos, pescados y mariscos, carnes, cereales y bebidas.

Japón muestra un perfil semejante: nuestras exportaciones se componen de alimentos en un 73%, con productos destacados como cereales (maíz y del sorgo sobre todo), preparados de frutas y legumbres, jugos de uva, de cítricos, vinos, mosto; son todos productos con que Argentina se posiciona muy bien en Japón. Productos lácteos también, y miel, y aceites.

En Vietnam se ve un perfil distinto, puesto que el rol principal está cubierto por los subproductos de la industria aceitera. Entre los alimentos, se destacan los porotos de soja, los maníes, los cereales como el maíz, el aceite de soja, los productos lácteos y algunos preparados de legumbres y frutas.

El perfil de India también está enfocado a los alimentos: 87% de las exportaciones a ese mercado en 2013 fueron de alimentos. Vemos que el aceite de soja, de cártamo y de girasol están posicionados como los principales productos en el rubro aceites; también les vendimos cereales, infusiones como el té negro (que es un producto que no se ve tan posicionado en otros mercados de la región), bebidas como el vino y frutas secas.

En el caso de Corea del Sur, vemos una matriz semejante pero con exportaciones novedosas, como la yerba mate, que se ha posicionado en el último tiempo, pero también con una participación muy destacada de los alimentos dentro de la matriz exportadora argentina en este mercado en el último año.

Finalmente, Tailandia con un perfil más semejante al de Vietnam, con un rol destacado de los subproductos de la industria aceitera y con alimentos relacionados también a los porotos de soja, a las oleaginosas, a carnes, productos lácteos, productos elaborados como los chocolates –dentro del rubro azúcar– y preparaciones relacionadas y vinos también. En el caso de Tailandia, vemos que las exportaciones de alimentos específicamente representan el 12%.

Luego de este breve pantallazo sobre cómo están conformadas las exportaciones argentinas a los mercados que se están analizando en este seminario, la idea es comentar cómo está posicionada la estrategia de promoción de exportaciones actualmente, con un fuerte enfoque en los países emergentes. Esto se ve, como comentaba el embajador de Vietnam, en el enfoque en economías emergentes del programa de aumento y diversificación de exportaciones del Gobierno, donde entre los catorce mercados fuera del continente americano se encuentran Vietnam, India y China.

Dentro del calendario de ferias internacionales en las que la Fundación ExportAr organiza el Pabellón Argentino, en el año 2014 participamos de 21 ferias en esta región, 19 de las cuales están enfocadas o se realizan en alguno de estos seis mercados de este seminario; 14 son del rubro alimentos. El calendario 2014 de ferias indica las primeras dos (*Foodex Japón y Food & Hotel Asia*, en Singapur); en lo que resta del año, la Fundación junto a Cancillería va a estar organizando el Pabellón Argentino en *Sial China, Seoul Food & Hotel Expo, Interwine China, Vinexpo Hong Kong, Busan International Seafood & Fisheries Expo, Asia Fruit Logistica, World of Food India, Wine Kansai, Feria del Cantón, Hong Kong International Wine Spirits, FHC & ProWine China, Interfood Seafood & Fish 2014*.

Y acá quería mostrarles el Pabellón Argentino en años anteriores organizado por la Fundación ExportAr en Sial, China el año pasado (en Shangai), Foodex Japón en Tokio también el año pasado, la feria *World of Food* en Mumbai (en India, que se está repitiendo este año con mucho interés por parte de importadores indios desde el año pasado). Y esta es una foto de *Asia Fruit Logistica* en Hong Kong.

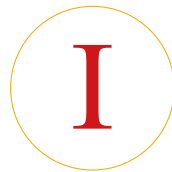
Para concluir, quería comentarles que toda esta información, todo el calendario de ferias, está disponible en la web de la Fundación ExportAr ([exportar.org.ar](http://exportar.org.ar)). Y también quería comentarles que en el área de Inteligencia Comercial –el equipo que coordino–, como apoyo a las acciones de promoción de la Fundación y dentro del marco de nuestras investigaciones, estamos realizando hace varios años un informe sobre cadenas de supermercados en el mundo, donde incluimos datos de contacto de potenciales compradores. Es un enfoque de apoyo a la promoción comercial y a las empresas argentinas y, en los próximos meses, vamos a estar sacando una nueva edición, cuyo foco será Asia Pacífico con India y Oceanía, que va a incluir tiendas departamentales y cadenas de supermercados con datos de



contacto para que empresas exportadoras argentinas lo tengan como herramienta a la hora de intentar acceder a los mercados de la región.

Bueno, eso sería todo. Les agradezco mucho por su tiempo.

*Muchas gracias.*



Conclusiones del Panel Vietnam, a cargo del director del Simposio y director del Programa de Agronegocios y Alimentos de la FAUBA.

### Fernando Vilella

Hace tres días que estamos debatiendo acerca de Argentina y Asia hacia 2030. La idea que tuvimos en su momento era tratar de salir de la coyuntura, pensarnos en el mediano y el largo plazo, y que quedara claramente identificado este cambio estructural –como recién decía Juan o como nos dijeron varios de los oradores durante estos días–, que representa una enorme oportunidad para Argentina en términos de –si hacemos algunas de las cosas que estuvimos repasando durante estos días– generar un país más armónicamente desarrollado territorial y socialmente.

Las oportunidades que hemos visto, tal como planteábamos el primer día, recorren cada uno de los territorios de la Argentina. Hoy hay oportunidades para cada uno de ellos y hay demandas de múltiples mercados para esos productos. Y esto, manejado inteligentemente, nos permitiría conseguir el objetivo que mencionaba.

Pero además de enunciarlo, habrá que trabajar, habrá que modificar estructuras, habrá que pensarse desde la educación en estos términos, desde la infraestructura, desde las políticas, desde las leyes, desde las normativas.

Nos están faltando líderes que puedan entender este mensaje y que ese mensaje sea traducido en las cosas que estamos mencionando.

El objetivo desde la facultad, entonces, es llamar la atención sobre estos aspectos y, a partir de las reflexiones propias, involucrar también a los países; y por eso estamos muy agradecidos a las embajadas que nos permitieron traer a expertos de primer nivel y que hemos podido disfrutar en estos días y aprender complementariamente a lo que ya sabíamos, cosas que ya sabíamos o no, y sobre cómo hacerlas para un mejor logro de los objetivos.

Y hemos visto también que la vocación de esos países es de unirse, de asociarse, de encontrar mecanismos que les permitan acceder a lo que están necesitando, y esa necesidad es alimento, cada vez más y de más calidad.

Realmente creo que hemos hecho un aporte. Todo este material va a estar disponible en la Web, como venimos diciendo, en español y en inglés; vamos a hacer un libro. Nos vinieron siguiendo más de 1.100 personas de 20 países

durante este período a través de la Web y bueno, todos estos granos de arena me parece que van en el sentido del objetivo que nos proponíamos. Llamar la atención, focalizar y después esperar que se actúe en función de estos objetivos.

La idea que tenemos es conformar también grupos de trabajo en términos estratégicos; que todos aquellos que están haciendo cosas y que hemos tenido la oportunidad de escuchar en estos días puedan sumarse, si así lo quieren, a continuar con estos objetivos de pensamientos estratégicos.

Voy a terminar con esta parte, con un resumen, que fue el video que presenté el primer día, que me parece que toma mucho estas ideas muy bien, más que seguir expresándolas en forma oral.

La idea que tenemos es que, a continuación, disfrutemos de la oportunidad de escuchar a la Orquesta de Tango del Nacional Buenos Aires y, finalmente, gracias a la generosa amabilidad del secretario de Agricultura que nos va a acompañar, vamos a hacer el cierre final.

Así que vemos el video.



**Video:** Desde 2010, y por primera vez en la historia, más de la mitad de la población mundial está viviendo en ciudades. Este mapa del mundo muestra cómo evolucionó esta concentración urbana desde 1960. En China se urbanizan 50.000 personas por día. Veinte millones de personas cada año. Toda una Argentina una vez cada dos años. Esto impacta directamente sobre la posibilidad de producir alimentos, porque reduce la cantidad de tierras cultivables. Por procesos de urbanización aunque también por deterioro ambiental, salieron de producción 8 millones de hectáreas en los últimos 20 años solamente en China. Toda la superficie cultivada de maíz de la Argentina multiplicada por tres ya no está disponible para la producción de alimentos.

Millones de personas se están incorporando a las clases medias. En toda Asia, esta categoría es de 500 millones hoy y se estima que será de 3.200 millones de personas en 2030. Atención a estos números: serán 2.700 millones de personas más en el transcurso de nuestras vidas que van a dejar de producir su propia comida y que además van a cambiar su régimen alimentario, porque la población que pasa de ser rural a ser urbana adopta el consumo típico de las clases urbanas que incluye muchas más carnes. Como los animales se crían con maíz y soja, esto implica una mayor demanda de granos. Todo esto, a su vez, con menos tierras disponibles para cultivo.

Este mapa muestra la autosuficiencia alimentaria de algunas regiones. Son regiones que van a consumir alimentos que necesariamente deberán provenir de otros territorios. Autosuficiencia del 74% en el este asiático quiere decir que deben importar alimentos para casi 900 millones de personas. La única forma que hasta hoy la humanidad conoce para resolver el aumento de la demanda y la disminución de los recursos es el aumento de la productividad, mayor producción por hectárea, mayor conocimiento por metro cuadrado y por hora. Hoy los países con mayor productividad son aquellos donde la utilización de la biotecnología es una práctica creciente. Esta tendencia involucra rendimientos mayores y más estables y a su vez disminuye dramáticamente el uso de agroquímicos y su nivel de toxicidad. La biotecnología nos está produciendo un ahorro

*ambiental y no lo contrario, además de ser la única alternativa con que contamos hoy para alimentar a todo el mundo. Según calcula el Índice Mundial del Hambre, la productividad total de todos los factores agrícolas a escala mundial deberá duplicarse desde el presente hasta 2050 para cubrir todos estos requerimientos. Esta proyección recae fundamentalmente sobre los pocos países que cuentan con la mejor disponibilidad per cápita de sus recursos naturales y que a su vez ya están logrando mejoras sustanciales en sus niveles de productividad.*

*Argentina tuvo un crecimiento de su productividad muy superior al promedio global y de hecho ya es el primer exportador de limones, de peras, miel, derivados de la soja y muchos otros productos. Esta gran demanda global es la oportunidad para lograr un desarrollo fenomenal de nuestro país, no un crecimiento sectorial desordenado y costoso en el plano ambiental, el social y el económico, sino un desarrollo sano y ordenado. Hay que cuidar los suelos, deforestar menos, contaminar menos agua y cuidar a nuestra gente. La oportunidad de un desarrollo sustentable sobre todo desde lo social y lo económico la vamos a tener si decidimos ser no el granero del mundo sino el supermercado del mundo, la góndola de alimentos del mundo. La generación de valor la podemos hacer en los campos y en los puertos pero también en cada uno de los territorios del país. En síntesis, nuestro proceso de incorporación de conocimiento para llegar a un desarrollo territorial y social más equilibrado en 2030 apenas ha comenzado.*

El desafío es hacerlo juntos pensando en estos valores estratégicos: un país más equilibrado social y territorialmente.

---

*Muchas gracias.*

---



## Panel especial 2

Día: 09

Mes: Abril

Año: 2014

Simposio "Argentina y Asia en 2030:  
Estrategias en los agronegocios para un  
mundo en desarrollo"

Buenos Aires, Argentina.

- China
- India
- Japón
- Corea del Sur
- Vietnam
- Tailandia
- Argentina



A.

**Juan Llach**

IAE / FAUBA Facultad de Agronomía UBA

B.

**Cierre con autoridades**



Licenciado en Sociología (Universidad Católica Argentina) y en Economía (Universidad de Buenos Aires). Es profesor de Economía, director del GESE (Centro de Estudios de Gobierno, Empresa, Sociedad y Economía) y del Programa de Gobierno para el Desarrollo de Líderes de Comunidades Locales. Dirige allí los proyectos Equidad Educativa, Coparticipación Federal y Poderes Globales, Poderes Locales. Es miembro de la Academia Nacional de Educación, de la Academia Nacional de Ciencias Económicas, de la Academia Pontificia de Ciencias Sociales y miembro del Consejo de dicha academia desde 2004. También es columnista del diario *La Nación* y fue ministro de Educación de la Nación entre 1999 y 2000.

**Juan Llach**

Buenas tardes a todos; mientras instalan la presentación (estamos en la cultura visual o sea que hay que hacer presentación siempre), les digo que es una alegría para mí estar aquí, en este seminario tan importante que se ha organizado, con un tema que a mí personalmente me obsesiona hace bastante tiempo y contando con la presencia de representantes de países tan importantes de Asia, con los cuales –como se ha dicho en varias de las presentaciones que he escuchado– estamos estableciendo relaciones cada vez más intensas y –creo– que lo van a ser mucho más en el futuro.

En esta facultad, de la cual fui profesor en la cátedra de Sociología Rural, no digo hace cuántos años (pero aproximadamente 40), a la cual no había vuelto muchas veces, o sea que es en cierta medida grato también por esa razón estar acá, mi presentación estará centrada en la visión que yo tengo del cambio estructural que se está dando en el mundo, lo que yo llamo las liebres emergentes y las tortugas desarrolladas. Un mundo de dos velocidades con una mayoría, no todos, de países emergentes que crecen muy rápido, mientras que los países desarrollados lo hacen más lentamente, ofrece oportunidades sin precedentes a la Argentina.

Desde el punto de vista agroalimentario, pero que –como bien se ha dicho en las presentaciones anteriores– podría extenderse también a otros productos, esta oportunidad que tiene la Argentina es, a mi juicio, más importante todavía que la que hubo a fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Uno puede comparar lo que era el mercado potencial en ese entonces, y es mucho más importante ahora, cuantitativamente y en lo cualitativo también: en aquella época estaba centrado en muy pocos productos que generaban casi exclusivamente en la Pampa húmeda, mientras que hoy la realidad nos ofrece una demanda potencial

—y en parte real— mucho más diversa y nos ofrece un impacto en parte real —en parte potencial— que se extiende a lo largo y a lo ancho de la Argentina. Es un cambio estructural de proporciones fenomenales.

Quizás me inspiró algo de lo que en mi infancia se hablaba en la sobremesa: el dulce de leche (no sé por qué razón, pero muchos somos muy aficionados). Recién se habló aquí de lácteos como una oportunidad para la Argentina en referencia a Vietnam. En aquella época, se hablaba del dulce de leche y la frase era: “Mirá si le vendiéramos un kilo de dulce de leche a cada persona adulta, o desde jóvenes, desde chicos en China...” (a pesar de todos los problemas de digestión de la leche que existen o han existido en China y en otros lugares, pero se decía como símbolo). Entonces, si uno hace la cuenta, unas 4.000 millones de personas en el mundo emergente, no solamente en China sino también en el mundo emergente, en África (ojo que África es un continente que afortunadamente en los últimos veinte años, sobre todo en los últimos diez y un poco al impulso de Asia, está creciendo mucho y es un cliente potencial interesante), bueno, a duras penas daría abasto toda la producción láctea de la Argentina. Lo pongo simplemente como una figura: que nadie se tome en serio que yo he venido a decir que hay que vender un kilo de dulce de leche a cada habitante de los países emergentes, pero lo pongo como ejemplo de lo que es el potencial de esta alternativa.

Entonces, decía: las tortugas desarrolladas y las liebres emergentes, o sea esta realidad nueva del mundo. Hay mucha discusión acerca de cuánto va a durar el crecimiento de los países emergentes. Yo soy de los que piensan que va a durar mucho tiempo, que han llegado para quedarse, por cinco factores. Primero: la gran cantidad de población, con mucha laboriosidad y que, al ser tantas, y a través del proceso de migración rural-urbana, determinan que los salarios iniciales sean muy bajos. Esto lógicamente genera mucha competitividad en materia manufacturera, pero la historia no termina ahí. Ayer leía en Bloomberg, por ejemplo, una oferta de un celular de una empresa china, relativamente nueva; era un celular muy parecido a los de Apple, pero que se iba a ofrecer por la mitad de precio. Entonces, esto ya no es la producción de cosas sencillas, como ciertas formas muy básicas de indumentaria o como, casi con sorna, hace varias décadas se hablaba en Argentina de los paraguas de Taiwán, algunos seguramente lo recordarán, como diciendo: “Uy, mirá, fabrican paraguas”. (Cuánto mejor hubiera estado dirigido ese comentario de otra manera...) Y ahora se discute si este fenómeno ha empezado o no ya en África —hay quienes dicen que sí, hay quienes dicen que no—, este proceso de industrialización inicialmente basada en el bajo costo laboral, pero que después trae una rápida transformación.

Segundo factor: la tecnología, cada vez más accesible. Una *notebook* en el año 2000 costaba veinte toneladas de soja. Hoy cuesta una tonelada de soja y si medimos la *notebook* con igual capacidad de procesamiento la relación debe ser de cien a uno. Acá ha habido un cambio de precios relativos favorable a los productores de *commodities*, que pueden incorporar tecnología a precios cada vez más bajos y por lo tanto aumentar mucho su productividad. Esto es lo contrario de lo

que fue cierto de algún modo, por bastante tiempo, y que Prebisch identificó como deterioro de los términos del intercambio.

En tercer lugar, hay más y mejor inversión en educación en muchos países emergentes, muy especialmente en Asia Pacífico.

En cuarto lugar, se está incorporando al consumo cerca del 70% de la población mundial, casi 5.000 millones de personas.

Y en quinto lugar, las políticas económicas de la mayor parte de los países emergentes, no de todos pero sí de muchos, son mucho más racionales que en el pasado, más allá de que sean formalmente capitalistas o que estén en un régimen incluso comunista. Baja inflación, atracción de inversiones, no exagerar con el déficit fiscal ni con déficit del sector externo, pocas verdades más.

Esas políticas económicas son las que se vienen aplicando de manera sistemática en China desde hace más de 30 años, en otros países más recientemente. Esta es una razón entonces por la cual creo que este fenómeno va a durar por bastante tiempo. Fijense las proyecciones. Esto está basado en un cálculo de Fogel, por Robert Fogel, un Premio Nobel de Economía y gran científico que murió hace poco. Él hacía una proyección tan —a mi gusto— exagerada que yo la rebajé: participación en la torta global en 2000 y en 2040. Países desarrollados bajando del 53% al 23% (y los emergentes creciendo en complemento: del 47 al 77%): la Unión Europea bajando del 21% al 5%; Estados Unidos del 22% al 14%; Japón del 8% al 2% (lo de Japón es un caso verdaderamente extraordinario, porque es un país cuya población ya está disminuyendo mucho). China pasaría del 11% al 34% (para Fogel daba 40% de market share de China en el año 2040; yo tengo esta proyección); India, del 5% al 11%. Y América Latina del 9% al 7%; bajamos, sí, pero fijense que si esto es verdad en el año 2040, América Latina tendrá una participación en el producto bruto mundial equivalente a la suma de la Unión Europea más Japón.

Si uno ve la población, en 2040 seremos más de 9.000 millones, es decir: se estima que entre 2010 y 2040 la población habrá aumentado 2.122 millones de personas, de los cuales solamente 60 millones vivirán en países desarrollados; en China poco más (está desacelerando fuertemente su crecimiento demográfico): 75 millones más. Pero en India serán más de 370 millones más que en 2010. India superaría entonces a China como la Nación más poblada del mundo, llegaría a 1.570 millones de habitantes. Y, lo más relevante: habrá 1.627 millones de personas, nuevos seres humanos, que vivirán en países emergentes que no son ni China ni la India. Por eso yo insisto hasta el cansancio en que hay que tener una mirada amplia del mundo emergente, no limitada a China, a la India y ni siquiera a los BRICS, aunque lógicamente su fuerza de atracción por tamaño y por otras condiciones es muy grande, porque las oportunidades fluyen por muchos otros lados (acá se habló de Vietnam y de Tailandia, por dar apenas un par de ejemplos).

Se estima que las personas no pobres o de clase media en los países emergentes van a pasar de 1.000 millones en el año 2010 a 5.000 millones en el año 2040. Si este no es el mercado, ¿dónde está el mercado?

Otros elementos: está la revolución de las comunicaciones. Todavía no han salido las cifras finales de 2013. Las suscripciones de teléfonos celulares subieron de 1.000 a 6.835 millones entre 2000 y 2012, período en el cual, los celulares activos en los países emergentes subieron de 200 a 5.235 millones. Una fenomenal tasa de crecimiento anual. En África, en 2003, las suscripciones de telefonía móvil equivalían al 7% de la población; el año pasado, equivalían a más del 80%. África es un continente que, en general, no ha pasado por la etapa de la telefonía fija masiva, pero igual sorprende la explosión en sólo nueve años.

Por otro lado: que no todo es una historia de campesinos que van a trabajar a la ciudad lo vemos en los graduados universitarios de ingeniería, aproximadamente (datos de 2005) 700.000 por año en China, 350.000 en la India, 70.000 en Estados Unidos. Diez veces más en China –cuya población es cuatro veces superior– que en Estados Unidos; o sea que China se está ingenierizando mucho más aceleradamente que Estados Unidos. Y cuanto a la evaluación PISA, que se toma a los 15 años de edad cada tres años: en diciembre de 2013 se dieron a conocer los resultados de la prueba PISA 2012. Cinco primeros lugares en Matemática: Shanghai, Singapur, Hong Kong, Taipei, Corea. Si menciono entidades que no son países es porque participan en tal carácter. En Lengua, más o menos parecido con la aparición de Japón en cuarto lugar; en Ciencia muy parecido, salvo que aparece Finlandia, que vendría a ser la mosca blanca de un país fuera de Asia Pacífico, en realidad el único país occidental que logró figurar entre los cinco primeros de alguna disciplina. Entonces el fenómeno del mundo emergente es mucho más amplio que las historias de migración rural-urbana o las cantidades; ya están empezando a jugar cada vez las calidades: la educación, el capital humano, la ciencia, la tecnología.

Personalmente, pienso que este fenómeno va a continuar. Pongo un solo ejemplo. Ustedes habrán oído que desde 2013 se habla de la crisis del mundo emergente, algunos hasta decían que se acababa el proceso de crecimiento del mundo emergente. En cuánto a lo que ha pasado en los últimos meses con el precio de la soja, cuyos pronósticos eran de una fuerte caída del precio en función del aumento de la oferta –que en parte ha tenido algunos problemas–, ahí sigue estando la demanda, una demanda que no se sabe bien de dónde viene pero está y permite sostener hoy los valores que conocemos, claramente por arriba de los 500 dólares. Los que tengan dudas, les recomiendo leer un informe de McKinsey del año 2013 que es muchísimo más optimista –para mí exageradamente optimista– respecto del mercado de *commodities* y en particular de los alimentos de aquí a los próximos diez años.

Es cierto, cuidado, yo no quiero mostrar un cuadro idílico: hay varios países emergentes que están en problemas de endeudamiento excesivo, ya sea fiscal o externo o ambos. Se habla incluso de “los cinco frágiles”, con este tipo de frase que rápidamente acuñan los medios, los mercados financieros; “los cinco

frágiles” son India, Sudáfrica, Turquía, Brasil e Indonesia. Frágiles en el sentido de que tienen un nivel de dependencia del ahorro externo que, en el caso de limitarse por alguna razón (por ejemplo, por la suba de las tasas de interés en Estados Unidos –en Europa mucho más difícil–), los capitales dejarán de ir al mundo emergente y irán a Estados Unidos, y al cortarse el financiamiento, algún país de estos podría entrar en un problema de pagos y rápidamente generarse un contagio que no vemos desde la crisis de Argentina y Uruguay en 2001, 2002. Yo creo que eso si bien está dentro de lo posible, no lo veo muy probable, porque creo que las herramientas son mayores, tenemos tipos de cambio flexibles, o sea que las devaluaciones de algún modo –como hemos visto también en la Argentina– juegan un papel de amortiguador y, por otro lado, los niveles de endeudamiento son comparativamente más bajos que los que había en la década del 90 y, por lo tanto, también es una carta por jugar conseguir financiamiento, por ejemplo de los organismos internacionales.

Nosotros hicimos un estudio en dos ediciones de la demanda mundial de alimentos, donde básicamente nos concentramos en estos productos: carne vacuna, carne aviar, leche (fluida y en polvo, entera y descremada), trigo, granos gruesos (referencia al maíz), semillas oleaginosas (referencia a la soja), aceites vegetales, harinas proteicas. Lo hicimos para la Fundación Producir Conservando y en el sitio de esta fundación ustedes lo pueden consultar ([tinyurl.com/p5kumte](http://tinyurl.com/p5kumte)), por ser los productos de mayor interés para la Argentina. Los desagregamos por grupos de países, porque nos interesaba también ver ese aspecto. Usamos cuatro escenarios de crecimiento. La conclusión, súper sintética, es que el consumo de alimentos 2010-2020, iba a crecer en más o menos 364.000 millones de dólares, a una tasa del 2,2% anual, que para un mercado como el de los alimentos es un valor muy importante. Les voy a ahorrar el desarrollo, salvo algunas conclusiones de trabajo, porque lógicamente es largo y no es para este momento.

Nuestra conclusión principal es que el tamaño del mercado va a seguir creciendo, que estamos en presencia de una tendencia de larga duración, no de un episodio coyuntural; algunos lo siguen pensando así, pero si es así se trata de una coyuntura que viene ocurriendo desde hace ya más de diez años, una coyuntura muy larga. Difícil considerarlo coyuntural. La causa principal es el crecimiento de los emergentes, el aumento poblacional, la creciente incidencia del consumo. Sabemos que China está trocando en este momento su modelo exportador hacia un modelo donde el consumo tenga un poco más de importancia que la inversión y la exportación; por diversas razones, eso va a llevar tiempo pero finalmente va a ocurrir y lo mismo va a ocurrir en otros países de Asia, con sus correspondientes urbanización y mejoras cuantitativa y cualitativa de la dieta.

La influencia de la India y de China es grande en la demanda de estos productos que yo he mencionado, pero mucho menor de lo que se cree; por ejemplo, para período 2010-2020, en el aumento de las importaciones de estos alimentos (que son lo que más interesan a la Argentina), el 75% se va a originar en países emergentes que no son ni China ni la India.

Por eso, mi obsesión (repito la palabra, porque es una verdadera obsesión) en abrir la cabeza como este seminario lo está haciendo, empezando a desplegar el GPS, buscando también otras latitudes y longitudes. Los otros emergentes que van a influir son obviamente por tamaño. La duración de la tendencia nadie la conoce, yo tampoco, presumiblemente esto va a continuar hasta 2020, 2025. No quiere decir que ahí va a bajar sino que, lógicamente, por tratarse de alimentos, hay una curva asintótica que tiende en un momento dado a estabilizarse, pero que se va a estabilizar en un volumen elevado. Si la tendencia es vulnerable o no a las crisis, no lo sabemos, pero por supuesto nada es invulnerable a nada; sin embargo, en la crisis tan intensa de 2008-2009, se mostró que siguió creciendo la demanda de alimentos a pesar de todo.

Ahora, en materia de precios, cuidado: yo no he venido a decir ni he dicho nunca que este mayor tamaño vaya a implicar necesariamente mayores precios. Esta es una carrera entre, por un lado, Malthus y las cuestiones ambientales (que también se han mencionado varias veces en este seminario) y, por otro lado, el cambio tecnológico. Y bueno, es muy difícil pronosticar esto, pronosticar con exactitud cuál va a ser la incidencia del cambio climático en las cosechas o pronosticar exactamente cuándo se van a dar los eventos que van a permitir saltos de productividad y por lo tanto un gran aumento de la oferta. Entonces, me abstengo a hacerlo. Antes, cuando daba estas charlas, siempre mostraba las proyecciones de precios del Banco Mundial, de la FAO o del Fondo Monetario, las proyecciones de precio de commodities son siempre así, por ejemplo: soja, hasta el 2025; le ponen valor hoy: 540. Después hay una sinusoide, +/- 10% y termina en 540 +/- 10%. Porque nadie sabe y los commodities son mercados muy volátiles por naturaleza, que además de los stops están sujetos a los shocks. Entonces yo no creo que se pueda decir nada de pronóstico de precios. Lo que sí creo es que, dado el desplazamiento de la curva de demanda que ha habido, lo más probable es que los precios de acá a los próximos diez años sean más parecidos a lo que va del siglo XXI que a la última década del siglo XX. Todo parece indicar eso.

Entonces –saltando varios capítulos– vemos que la Argentina frente a esa realidad se encuentra ciertamente bien posicionada con la soja, también con otros alimentos, aunque muchos de los otros han tenido más dificultades en cuanto al desarrollo interno por las trabas de las políticas comerciales sobre todo. También Argentina se encuentra bien posicionada en otros *commodities*, como los productos de la minería, que es una actividad nueva aunque bastante polémica, mucho más polémica que la agropecuaria desde el punto de vista ambiental. Participamos con una interesante cuota en las reservas mundiales de litio, mineral que sería de gran demanda en el caso de generalizarse el uso de los autos eléctricos o híbridos, algo bastante probable por su uso en las baterías (Bolivia tiene el 40% de las reservas mundiales de litio). Y, como si esto fuera poco, llegó el *shale gas*; en realidad, todavía no llegó, pero está –dicen– el *shale gas* bajo tierra en cantidades que nos colocaría en tercer lugar en el mundo, o sea, después de China y Estados Unidos. Las terceras reservas mundiales del *shale gas* estarían en los yacimientos en torno a lo que se llama Vaca Muerta en la provincia de Neuquén. Por supuesto, se requiere mucho dinero para desarrollarse eso y bastante tiempo.

Para dar una idea del impacto, colegas míos que han estudiado este tema desde el punto de vista económico como Arriazu o Sturzenegger, estiman que el aumento de la riqueza, el valor capital para la Argentina del yacimiento Vaca Muerta, equivale a seis productos brutos internos de la Argentina, que es lo mismo que decir a seis veces lo que aumentó el valor de la propiedad de la tierra en la Argentina, como consecuencia de la revolución agrícola. O sea, la tierra aumentó 500.000 millones de dólares, por poner números redondos y Vaca Muerta aumentaría la riqueza nacional en 3 billones de dólares. Ante este panorama uno se pregunta si estamos frente a otro país. Yo creo que claramente sí, aunque hay que preguntarse cuál, porque tenemos realidades nuevas como el narcotráfico. No quiero ser provocativo con esto, pero quiero subrayar sí la importancia central de las cuestiones institucionales.

Acá tienen el cálculo –después si quieren a los que les interesa yo les puedo dejar la presentación ([tinyurl.com/qr39bvz](http://tinyurl.com/qr39bvz))– de por qué digo que esta oportunidad para la Argentina es más relevante en cantidad y en calidad que la que tuvimos a fines de siglo XIX y principios del siglo XX. Una de las cosas que trato de mostrar es el rol de la revolución tecnológica, porque si uno mira los *market share* de Argentina en exportaciones de trigo, maíz, aceites y harinas oleaginosas, verá que es una curva casi continua desde principio de los 90; pero en esos diez primeros años no hubo ningún efecto precio, y sin embargo el cambio ocurrió y la ganancia de *market share*. Por ejemplo, mercado mundial de aceite de soja, *market share* de Argentina año 90, 27%; año 2000, 38%; año 2010, 47%: es como una línea casi recta de crecimiento.

Y después está la discusión de si los recursos naturales son una bendición o una maldición, porque hay casos en que la abundancia de recursos lleva a una enorme conflictividad. No hay instituciones capaces de democratizar ese recurso, de que los beneficios redunden sobre el conjunto de la sociedad y entonces hay gran conflictividad política, inestabilidad, etc. Y entonces terminan siendo una maldición. Ahora, si uno ve el agregado, cuál es la relación por ejemplo entre el producto por habitante y los recursos naturales por habitante, ve que hay una relación positiva. En todo caso, seguro que no es negativa y lo mismo si lo mide en relación con los índices de desarrollo humano. Si uno ve los primeros diez países en el índice de desarrollo humano hay cinco, seis que tienen muchos recursos naturales.

Por eso, la gran pregunta es ¿qué voy a hacer yo para aprovechar esta oportunidad? ¿Cuál es la respuesta que yo doy? La respuesta que ha dado la Argentina hasta ahora es un aprovechamiento parcial con un costo por las políticas, digamos, comerciales y fiscales que podemos estimar en el orden de 25.000 millones de merma en la producción, de los cuales 15.000 millones serían exportaciones. Obviamente, si la Argentina hubiera seguido ese camino, hoy no tendríamos el problema de la escasez de dólares sino el problema de la abundancia de dólares. Que es el problema que han tenido todas las economías sudamericanas en los últimos diez años. Cómo parar la abundancia de dólares para evitar que se aprecie mucho la moneda, porque eso también es un problema y hay que reconocerlo. Ahora dos respuestas, dos realidades diferentes.

Bueno, en la imagen de ahí tenemos la leche en polvo Sancor como símbolo del intento de penetración en Asia Oriental de productos más elaborados como se sugería antes aquí. En este caso sería la leche en polvo. Pensemos que Argentina ya en el año 99 producía 10.000 millones de litros de leche. Hoy debe como mucho en los 11.500, no sabemos exactamente. Y el potencial de Argentina sería entre 18 y 19.000 millones y Nueva Zelanda está con problemas para cumplir sus compromisos con China porque tienen un acuerdo especial con China porque no tiene suficiente oferta y hay conversaciones para ver si nosotros podríamos, pero resulta que tenemos un lío bárbaro acá.

Entonces volvemos al dilema del dulce de leche, o sea el dilema del valor agregado. Yo creo que esa sí que es una deuda, como algunos lo llaman la industrialización de la ruralidad. Que nadie se ofenda porque a veces cuando yo hablo de esto y hay presentes personas del sector me dicen: “pero ¿cómo? ¿Cómo podés decir esta barbaridad?”. Y tienen razón, la barbaridad de hablar de que no hay valor agregado con todo el valor que agrega el sector, que es enorme. Sí. Totalmente de acuerdo. Hay mucha agregación de valor. Simplemente que hay dos etapas de agregación de valor. Una es antes del producto, digamos, el grano de soja, y otra es posterior al grano de soja. Una es hasta el ordeño de las vacas en el tambo y otro es partir de ahí. Cuál es el valor posterior y qué capacidad tenemos de más presencia en las góndolas de los supermercados, cosa que es un proceso que se está dando, pero en el que hubo una lentitud muy grande.

Bueno, yo creo que Argentina –básicamente desde el punto de vista teórico– tiene tres alternativas: una es seguir como hasta ahora, que yo creo que no sería una buena idea. Es cierto que también hubo desarrollo en este proceso, por ejemplo, un caso muy claro de salto productivo importante: el de la carne aviar en la Argentina. Esa es una de las industrias o agroindustrias que ha tenido mucha proyección en lo que va de este siglo. Con un esquema que no deja de traer algún problema, porque muchos se quejan de que la retención sobre el maíz, y en alguna medida menor también sobre la soja, es un subsidio y puede ser objeto de medidas de represalia, o sea que es un esquema que también habría que repensar.

La otra sería modelo Mercosur, que sería un modelo de ir modificando gradualmente la política fiscal hacia el sector. Nosotros tenemos trabajos donde proponemos ir reemplazando gradualmente las retenciones a las exportaciones –porque no creo que se pudiera hacer de golpe– por el impuesto a las ganancias. El impuesto a las ganancias es una política mucho más progresiva que las retenciones, al menos por dos razones. La primera es que no desalienta la producción y la segunda es que no desaloja la producción en las zonas naturalmente menos productivas, que coinciden en la Argentina (se agrava el efecto, sobre llovido mojado) con las zonas más alejadas de los puertos y por lo tanto con mayores costos de transporte. Entonces hay menor productividad natural, mayores costos de transporte, y encima les ponemos las retenciones.

Todo esto requeriría también dar una solución a un tema al cual la Argentina todavía no le ha encontrado un agujero al mate (pese a ser tan materos), que es la

mesa de los argentinos. Argentina tiene una estructura potencial de exportaciones que compite con la alimentación cotidiana, principalmente en tres productos: el trigo, la carne vacuna y la leche. Afortunadamente, el gran desarrollo de la soja hizo que ese conflicto sea mucho menor que antes, cuando era muy agudo. Y, bueno, siempre hemos oscilado en políticas que han buscado resolver el conflicto por la vía de reprimir el desarrollo del sector agropecuario, y yo creo que no nos ha ido bien por ese camino. Pero en un país como Argentina, tengamos claro que hasta que no se encuentre una solución a este tema, el conflicto siempre va a reaparecer. Podrá venir un gobierno el día de mañana que diga, como hoy figura un ejemplo en los diarios, “elimino las retenciones”, y también por supuesto antes eliminar las restricciones cuantitativas ante la exportación. Pero si eso da resultado... Acá se mencionó la desaparición de las exportaciones de carne, pero resulta que de golpe puede pasar como en 2005. ¿Qué pasó en 2005? En 2005 empezaron las restricciones a la exportación de carne en este ciclo. ¿Qué pasó? Apareció Rusia en el mercado y Rusia empezó a comprar no solamente cuartos traseros sino también cuartos delanteros. Y ahí la cosa se complicó. Porque mientras sean los cuartos traseros, es más manejable, porque no pega tan directo sobre los cortes populares. Fijense, ese es el origen, 2005; estamos hablando de casi una década (más o menos para esta fecha) y todavía no hemos encontrado el agujero al mate.

Yo creo que ese es el desafío, creo lo mejor sería la tercera opción, que sume al modelo Mercosur con cierta integración productiva. Debemos encontrar formas inteligentes de agregar más valor, de conciliar la exportación y la producción con la mesa de los argentinos. Hacer una cosa a expensas de la otra creo que es completamente insensato en función de la oportunidad que el mundo nos ofrece.

Y para terminar –ahora sí con esto voy a terminar–, me llamó profundamente la atención uno de los capítulos finales del plan estratégico agroalimentario y agroindustrial que fue un proceso digamos de gran participación social, política. Que termina diciendo: si se lograran las metas que propone el PEA, que ciertamente son muy ambiciosas, la Argentina podría crecer a un 7,2% anual. Sin esas metas la Argentina, todo lo demás igual, podría crecer al 4,8%. Fijense que esto significa nada más y nada menos que reconocer que el salto productivo adicional agroalimentario de la Argentina significaría 2,4% cada año de aumento del producto bruto interno.

En fin, esto es todo lo que quería transmitir. Agradezco a todos, especialmente a Fernando, la invitación y hasta cualquier momento.

*Muchas gracias.*





## Cierre con autoridades

### Locutor:

Vamos a pasar ahora a las palabras de cierre del simposio. Como dijo el ingeniero Vilella tenemos la grata compañía de los señores, por un lado el secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Gabriel Delgado, y también tenemos al ingeniero agrónomo Gustavo Schrauf, Secretario de Desarrollo y Relaciones Institucionales de la Facultad de Agronomía. A cargo de ellos va a estar entonces el cierre del simposio. Vamos a empezar primero por el ingeniero Fernando Vilella.

### Fernando Vilella:

Yo simplemente lo que quiero es agradecer a todos los que nos acompañaron este año largo que estuvimos gestando esta actividad. Al comité organizador, Gustavo Grobocopatel, Ricardo Hara, Carolina López Forastier, Héctor Rossatto, Guillermo Santa Cruz, Osvaldo Schvartzer, Sonia Sibó Zhao, Alberto Kaminker, Miguel Alfredo Velloso, Andrés Vilella Weisz, la gestión comercial de Adrián Straschnoy, la secretaria ejecutiva de Pamela Bruccieri, muchas gracias Pamela, Nicolás García, Santiago Renis y Claudia Dominici en todo lo que fue la comunicación visual de este evento.

Y a quienes nos acompañaron con su aporte financiero el banco ICBC, Monsanto, la UCAR, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación y, como medios *sponsors*, Clarín Rural, Infocampo, YPF Directo, Los Grobo, Toyota, Bioceres, Summit Agro, Don Mario, Profertil, Universidad San Pablo de Tucumán, Nidera, Sumitomo Corporation Argentina y la Organización Internacional Agropecuaria. A todos ellos muchas gracias, a unos por unas cosas y a otros por las otras. Y a todas las entidades que nos han acompañado con auspicios institucionales y con adhesión así como los medios, así que a todos gracias y simplemente esto, le dejaría a Gustavo las palabras que siguen, gracias a todos.

### Gustavo Schrauf

Primero anticipo que seré cortito porque acá están los resistentes, los que pudieron llegar al final de este largo evento, muy rico y que la facultad está orgullosa de haber desarrollado, por haber sido el sitio donde se ha dado otro encuentro entre Asia y Argentina. Estoy hablando en nombre del decano, que por problemas personales no pudo estar, y en nombre de él les agradezco a todos los que han trabajado especialmente. Uno ha visto moverse a mucha gente en esta organización, y quienes vienen a veces no se dan cuenta de cuánto esfuerzo hay detrás, así que felicitaciones, Fernando, felicitaciones a todos los que han colaborado con esta actividad y que, además, es disparadora de nuevas actividades. Seguramente, a partir de esto se generan preguntas y modos de responder a esas preguntas. Posiblemente la mejor enseñanza la escuché de varios –no pude estar en casi ninguna, estuve de ojo nada más, no pude disfrutar de esto–, pero el mensaje de muchos es que Argentina en este desafío no puede ir sola, es una cuestión regional seguramente y me gustó mucho que la visión no fuera solamente económica, sino que sea social, sea ambiental, sea

completa y que la integración regional y la integración de distintas miradas hace a la riqueza de esto y hace a la posibilidad de éxito, porque si no este desafío lo podemos perder. Así que hemos aprendido mucho, hay algunos que han podido estar todo han aprendido más. Yo creo que merecen un aplauso todos los que han trabajado en esto, no los que estamos haciendo el cierre sino los que han trabajado mucho en esto. Felicitaciones.

### Fernando Vilella:

Disculpen una frase más, estaba cometiendo una injusticia porque me estaba olvidando del gran apoyo que hemos tenido de parte del decano y todo su equipo, así como las personas de la gestión que en cada uno de los sectores han colaborado con muy buena disposición para que todo esto pudiera funcionar. Me había olvidado y creo que era injusto no agradecerles porque realmente sin eso hubiera sido imposible trabajar.

### Gabriel Delgado:

Bueno, es un enorme placer para mí estar acá cerrando esta jornada. Enorme placer por doble. En primer lugar, me resulta muy difícil hacer un discurso largo por la hora y además por haber disfrutado este pequeño momento con esta maravillosa orquesta de jóvenes que yo creo que es un reflejo de lo que tiene la Argentina por delante. Y es un enorme placer también estar cerrando este tan importante evento respecto de Asia. Yo estuve leyendo la información de los temas, de las discusiones que hubo en el día de hoy, que los chicos que participaron de la secretaría en el evento me fueron pasando. Los seis países seleccionados representan el 40% de la población mundial y el 25% del PBI mundial. Y cuando uno piensa el rol que tenemos como continente, como Sudamérica, como plataforma para poder equilibrar los pesos relativos de las economías para mejorar nuestro sistema de intercambio, para mejorar los desafíos culturales que tenemos; realmente el desafío y el futuro que tiene la Argentina por delante es increíble y ese futuro es el que tenemos que estar construyendo. Creo que adentro, hacia casa, también hay un montón de cuestiones sobre las que tenemos que avanzar y que tenemos que ir construyendo. Nosotros consideramos que debemos prepararnos para este desafío y, para eso, el ministro Casamiquela ha establecido una serie de lineamientos. Como él bien dice, nosotros somos gente que viene del INTA, somos técnicos de la tecnología agropecuaria de este país y nosotros estamos pensando en una gestión que trascienda las fronteras de nuestra gestión a cargo del Ministerio de Agricultura. Estamos pensando en las cuestiones que tienen que ver con las cosas que se trataron en este seminario. Las cosas que realmente mueven la función de producción de este país están en los temarios tratados y son las cosas que nosotros queremos discutir. Entre otras cuestiones, nosotros de cara al futuro, para poder cumplir con este enorme desafío y oportunidad que nos está ofreciendo este cambio de paradigma de comercio que hemos tenido del Atlántico al Pacífico, resulta necesario que sigamos fortaleciendo las estrategias de intercambio no solamente en proteína vegetal y en proteína animal, sino también en cuestiones de tecnología. Nosotros tenemos un liderazgo mundial en temas de tecnología que nos pone a la vanguardia del mundo con una vigorosidad del sector privado invirtiendo en biotecnología, con una institucionalidad que se ha construido entre el sector público y privado

que tenemos que fortalecer, que tenemos que seguir construyendo y yo estoy seguro de que va a ser uno de los elementos que dinamizará la economía de nuestro país en la próxima década, o en las próximas dos décadas de acuerdo con las pautas de las presentaciones que ustedes vinieron trabajando acá. Creo que nosotros tenemos desafíos enormes en temas que tienen que ver con la utilización del agua, creo que tenemos desafíos enormes en términos de que todos estos beneficios enormes que de alguna manera están llegando a muchos estratos de productores continúen llegando a las cadenas más débiles de nuestro país y que por ahí no son tan dinámicas como lo son las que mayor proteína vegetal producen. Porque no nos sobra ningún agricultor en Argentina. Nosotros queremos incluir a todos los productores y queremos una agricultura familiar fuerte, por eso queremos vincular las políticas biotecnológicas también en la agricultura familiar. Es decir, realmente el futuro que nosotros vemos para el sector agropecuario es tan importante que me parece que es una cuestión geopolítica. Ustedes lo habrán analizado con acabada precisión en este seminario, pero es una cuestión por la que el mundo nos está mirando. El sector agropecuario va a ser seguramente uno de los vectores más importantes del desarrollo nacional y para nosotros –desde el Ministerio– es un placer acompañar estos eventos y continuar trabajando en las cuestiones que –ya les digo– van a exceder las fronteras de nuestra gestión. Así que yo con estas mínimas palabras quería cerrar este evento y felicitar a todos, y agradecerles haber resistido, incluso hasta después de la orquesta, este pequeño cierre.

**Locutor:**

Muy bien, ha sido la palabra del señor Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Gabriel Delgado; también asistimos a la palabra del ingeniero agrónomo Gustavo Schrauf, secretario de Desarrollo y Relaciones Institucionales de la Facultad de Agronomía, y también la palabra del señor director del Simposio y del Programa de Agronegocios y Alimentos, ingeniero agrónomo Fernando Vilella. Cerramos de esta manera lo que ha sido el simposio “Argentina y Asia en 2030: estrategias en los negocios para un mundo en desarrollo”. Damas y caballeros: por su participación, muchísimas gracias. Tengan ustedes muy buenas noches y será hasta cada momento.

---

Publicación sin fines comerciales.  
No está permitida su venta.

*ISBN en trámite*



Ministerio de Agroindustria  
Presidencia de la Nación