



UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

EXPORTACIÓN DE MANÍ A GRANEL TIPO CONFITERÍA A MÉXICO

Alumna: Llaver, Eugenia Nazaret

Profesores tutores: Lic. Orlando Di Giuseppe
Lic. Martín Pouget
Lic. Celina Sozzi de Villanueva

Mendoza, julio de 2011

CALIFICACIÓN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ÍNDICE

	Página
Resumen ejecutivo.....	8
Introducción.....	9
CAPÍTULO I	
Panorama mundial	
1 Introducción.....	12
1.1 Producción mundial.....	14
1.2 Principales países productores.....	14
1.3 Consumo.....	15
1.4 Principales países consumidores.....	15
1.5 Inventario final.....	16
1.6 Principales exportadores.....	16
1.7 Principales importadores.....	17
1.8 Precio internacional.....	18
1.9 Sector del maní en China.....	18
1.9.1 Zonas productoras de China.....	19
1.9.2 Políticas públicas.....	21
1.9.3 Procesamiento y comercialización.....	21
1.9.4 Destino de la producción.....	22
1.9.5 Otros productos procesados.....	22
1.9.6 Comercio exterior de maní y subproductos.....	22
1.9.6.1 Política comercial.....	23
1.9.6.2 Exportaciones totales.....	23
1.9.6.3 Destino de las exportaciones.....	24
1.9.6.4 Origen de las importaciones.....	25
1.10 Recapitulación.....	26
CAPÍTULO II	
Maní: situación de Argentina	
2 Introducción.....	27
2.1 El cluster del maní en Córdoba.....	27
2.2 Producción primaria.....	31
2.3 Sector industrial.....	31
2.4 Producción de maní en la provincia de Córdoba.....	32
2.5 Análisis del sector industrial argentino.....	35
2.5.1 Intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales.....	37
2.5.2 Poder de negociación de los proveedores.....	38
2.5.3 Riesgo de que entren más participantes.....	40
2.5.4 Presión proveniente de los productos sustitutos.....	41
2.5.5 Poder de negociación de los compradores.....	41

2.5.6 Recapitulación.....	42
---------------------------	----

CAPÍTULO III

El producto

3 Breve historia del maní.....	44
3.1 Clasificación y descripción botánica.....	45
3.2 Cultivo.....	46
3.3 Cosecha.....	48
3.3.1 Arrancado del maní.....	48
3.3.2 El descapotado.....	49
3.3.3 Pérdidas de calidad.....	50
3.4 Trabajo en la planta.....	50
3.4.1 Control de calidad en recepción.....	51
3.4.2 Ingreso en planta.....	51
3.4.3 Prelimpieza.....	51
3.4.4 Descascarado	51
3.4.5 Vibrado	52
3.4.6 Selección por máquinas electrónicas.....	52
3.4.7 Inspección final (picoteo).....	52
3.4.8 Clasificación por tamaño.....	52
3.4.9 Embolsado, etiquetado y almacenaje.....	53
3.5 Características distintivas.....	53
3.5.1 Calidad inicial.....	53
3.5.2 Sanidad del maní.....	53
3.5.3 Sabor.....	54
3.6 Variedades clásicas de maní.....	54
3.7 Maní Alto Oleico.....	55
3.7.1 Maní Alto Oleico a nivel comercial.....	56
3.7.2 Grados de contaminación.....	56
3.7.3 Cuidados especiales para disminuir riesgos de contaminación.....	56
3.7.4 Consideraciones generales.....	57
3.7.5 Comportamiento y estabilidad genética de variedades de maní Alto Oleico en distintos ambientes de producción.....	57
3.7.6 Comportamiento de maníes Alto Oleico ante las principales enfermedades.....	58
3.8 Productos de la industria.....	58
3.9 Subproductos de la industria.....	59
3.10 Maní y salud.....	60
3.10.1 Composición.....	60
3.10.2 Beneficios.....	61

CAPÍTULO IV

Mercado objetivo: México

4 Ficha país.....	63
4.1 Datos económico-financieros 2010.....	64
4.2 Estructura económica.....	65

4.2.1 Actividades primarias.....	65
4.2.2 Actividades secundarias.....	65
4.2.3 Actividades terciarias.....	65
4.3 Comercialización.....	66
4.3.1 Principales zonas comerciales.....	66
4.3.2 Principales canales de distribución.....	66
4.3.3 Régimen de comercio.....	67
4.4 Infraestructura de transporte.....	67
4.4.1 Carreteras.....	67
4.4.2 Ferrocarriles.....	68
4.4.3 Aeropuertos.....	68
4.4.4 Puertos.....	68
4.5 Producción mexicana de maní.....	68
4.5.1 Superficie sembrada y cosechada.....	69
4.5.2 Producción y rendimiento.....	69
4.5.3 Principales estados productores.....	70
4.5.4 Comercio exterior de México.....	71
4.6 Usos del maní confitería en México.....	74
4.7 Estimación de la demanda.....	74
4.7.1 El mercado de snacks en México.....	75

CAPÍTULO V

Operatoria de exportación

5 Consideraciones generales.....	77
5.1 ALADI.....	77
5.2 NAFTA.....	78
5.3 México y Argentina.....	78
5.4 Regulaciones y normas ambientales.....	78
5.5 Prohibiciones.....	79
5.6 Tarifas.....	79
5.7 Derechos arancelarios.....	79
5.8 Impuestos adicionales.....	80
5.9 Normas para empaques y etiquetas.....	80
5.10 Ítems a considerar en el proceso de exportación.....	80
5.10.1 Posición arancelaria.....	81
5.10.1.1 Posición arancelaria de maní confitería (MERCOSUR – Argentina).....	81
5.10.2 Derechos de exportación.....	81
5.10.3 Reintegros a la exportación.....	81
5.10.4 Derechos de importación en México.....	81
5.10.5 Logística de exportación.....	82
5.10.6 Acceso marítimo.....	82
5.10.7 Información de los principales puertos.....	83
5.10.8 Figura del comerciante exportador.....	83
5.10.9 Término de compra EXW (Ex Works).....	84
5.10.10 Término de venta FOB (Free on Board).....	84
5.10.11 Costos logísticos.....	84

5.11 Organismos intervinientes en el país de origen.....	85
5.11.1 Dirección General de Aduanas (DGA).....	85
5.11.2 Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).....	86
5.11.3 Empresas certificadoras de calidad.....	86
5.12 Documentos pertinentes para la operatoria de exportación.....	86
5.13 Medios de pago internacionales.....	87
5.13.1 Principales medios de pago utilizados en las operaciones de comercio internacional.....	88
5.13.1.1 Transferencia bancaria.....	88
5.13.1.1.1 Ventajas del uso de la transferencia bancaria.....	88
5.13.1.1.2 Desventajas del uso de la transferencia bancaria.....	89

CAPÍTULO VI

Análisis económico – financiero

6 Consideraciones especiales.....	90
6.1 Supuestos.....	91
6.2 Costos soportados por el comerciante exportador	92
6.3 Cálculo del precio FOB.....	93
6.4 Cálculo de la inversión inicial y del precio de exportación.....	94
6.5 Análisis financiero.....	95
6.5.1 El Valor Actual Neto (VAN).....	95
6.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	96
6.5.3 Cálculo del VAN.....	97
6.6 Recapitulación.....	99

CONCLUSIONES	100
Fuentes de información.....	102
Detalle de gráficos.....	104
Detalle de cuadros.....	104
Detalle de mapas.....	105
Detalle de diagramas.....	106
Detalle de imágenes.....	106

RESUMEN EJECUTIVO

El maní es una oleaginosa o fruto seco de la familia de las leguminosas conocida y consumida de diversas formas en todo el mundo. La Argentina, especialmente por los cultivos en la zona de Córdoba, se ha posicionado en los últimos años como el segundo país exportador de maní a nivel mundial. Aprovechando esta posición, se emprende el presente trabajo de investigación a fin de internacionalizar un producto que hoy goza de destacado reconocimiento mundial.

El maní confitería, es el tipo de maní que demandan las industrias de todo el mundo. Los actuales estándares de calidad han dado como resultado el desarrollo de nuevas variedades de productos más saludables aportando a las personas las vitaminas, proteínas y nutrientes que necesitan, siendo, a la vez, fáciles de adquirir.

El maní confitería en su variedad Alto Oleico, se diferencia de las variedades más típicas por poseer mayor sabor, color y prolongar su tiempo de oxidación, brindando mayor lapso para su consumo directo y permitiendo alargar la fecha de vencimiento de los productos que lo contengan.

Al ser ésta una variedad reciente, son pocos los países que la han desarrollado para la comercialización.

El mercado de destino escogido es México ya que presenta un alto nivel de consumo de “snacks”, lo que lo vuelve propicio, para la venta de maní.

El presente trabajo pretende transmitir herramientas apropiadas para la exportación de dicho producto al mercado meta, las exigencias y reglamentaciones del mismo, las cuales en su conjunto permiten analizar la oportunidad de desarrollo de un negocio exitoso.

INTRODUCCIÓN

Situación problemática

Las estadísticas de producción, consumo creciente, importación y exportación de maní en el mercado mexicano denotan que en los últimos años se ha incrementado en tal país el consumo de dicho producto y que las exigencias de calidad del mismo son cada vez mayores debido a las tendencias de alimentación sana imperantes tanto en México como en el resto del mundo. Conjuntamente, estas estadísticas dejan advertir que Estados Unidos, principal proveedor de tal producto a México, por poseer el mismo las cualidades solicitadas, ha disminuido sus exportaciones a causa de un aumento del consumo en el mercado interno que cada vez se pronuncia más. Tal situación deja al descubierto una incapacidad del mercado mexicano de seguir abasteciéndose del producto en cuestión en las cantidades normalmente solicitadas, lo que lo convierte en un mercado propicio para que la Argentina gane cuota de mercado ya que podría aprovechar la excelencia de su maní y el reconocimiento con el que goza el mismo a nivel internacional para encaminar sus esfuerzos de exportación a un mercado meta que podría tornarse beneficioso.

Planteamiento del problema

¿Cómo introducir en el mercado de México el maní tipo confitería para captar una cuota de mercado apropiada que permita generar ganancias?

Objetivo general

- Aprovechar las oportunidades de mercado que ofrece México al ser un gran país consumidor de maní tipo confitería y presentando demanda insatisfecha, para la generación de ganancias y de un negocio perdurable en el tiempo.

Objetivos específicos

- Aprovechar los altos grados de calidad del maní argentino que condicen con los requerimientos del país al que se pretende llegar y así competir con los actuales países abastecedores.
- Brindar un informe de referencia para exportadores del mencionado producto que pretendan incursionar en el mercado de México.

Justificación

El motivo que impulsa a realizar este trabajo de investigación es el gran consumo de maní que presenta México, lo que deja plasmada la oportunidad de ampliación de mercados para la industria manisera argentina.

A lo largo de 2009, las certificaciones de exportación del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENAS) registraron 344.817 toneladas de maní, dentro de los principales destino se encuentra México, que si bien no es el demandante por excelencia de este producto argentino, es un consumidor a considerar ya que su consumo es creciente y su producción decreciente, lo que genera una demanda insatisfecha que debe ser cubierta.

Hipótesis

El conocimiento de las exigencias del mercado meta, la buena gestión de la información y del proceso que conlleva realizar una operación de exportación, lleva a concluir operaciones exitosas, con repitencias deseadas y perdurables en el tiempo, fideliza al cliente internacional y se convierten en una fuente de ganancias para empresas que optaron por diversificar mercados.

El presente trabajo intenta demostrar lo anterior, aplicándolo al producto maní tipo confitería variedad Alto Oleico.

Metodología

Para la realización de la presente investigación fueron utilizados los siguientes métodos:

- Observación documental (informes, trabajos de investigación, sitios web).
- Observación de campo, entrevistas a expertos.

CAPÍTULO I

PANORAMA MUNDIAL

1 Introducción

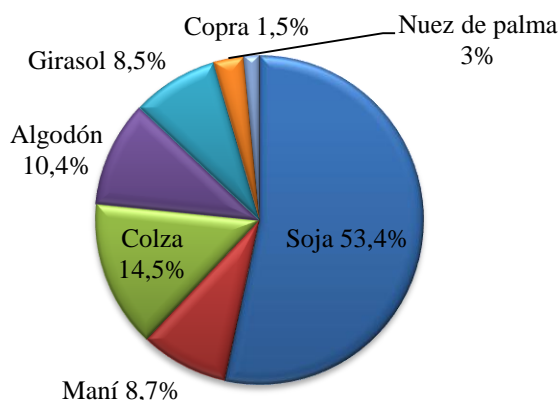
Si bien el maní no es, botánicamente, una oleaginosa sino que es una legumbre, en el ámbito del comercio internacional se lo puede encontrar dentro de esta primera clasificación por su capacidad de producir aceites y a modo de comparar otras producciones como la soja, la colza, el algodón, el girasol, la nuez de palma y la copra (pulpa seca del coco), ya que estas son las principales oleaginosas con las que se cuenta a nivel mundial.

Las estadísticas indican que la producción de maní representa el 8,7% de la producción mundial de oleaginosas lo que equivale a un 15 % de la correspondiente a la soja, ocupando de esta manera el cuarto lugar entre las principales semillas oleaginosas.¹

El siguiente **GRÁFICO** exhibe la porción de la producción mundial abarcada por cada clase de oleaginosa y ayuda a percibir lo anteriormente señalado en cuanto a la situación en la que se encuentra el maní.

¹ **Fuente:** tomado del sitio del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), www.usda.gov, visitado el día 21-02-11.

GRÁFICO N° 1
Mundo: principales oleaginosas producidas (2008/09)
(porcentaje)



Fuente: elaboración propia con base en datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA).

La superficie cosechada de maní ha disminuido en 7% entre los ciclos 2000/01 y 2008/09, al pasar de 22,76 millones de hectáreas cosechadas en el ciclo 2000/01 a 21,17 millones en el ciclo 2008/09 y se espera una fuerte disminución adicional de 6,4% en el ciclo 2009/2010 al calcularse 19,81 millones de hectáreas cosechadas de maní.

CUADRO N°1
Mundo: producción, consumo y comercio de maní (millones de toneladas)

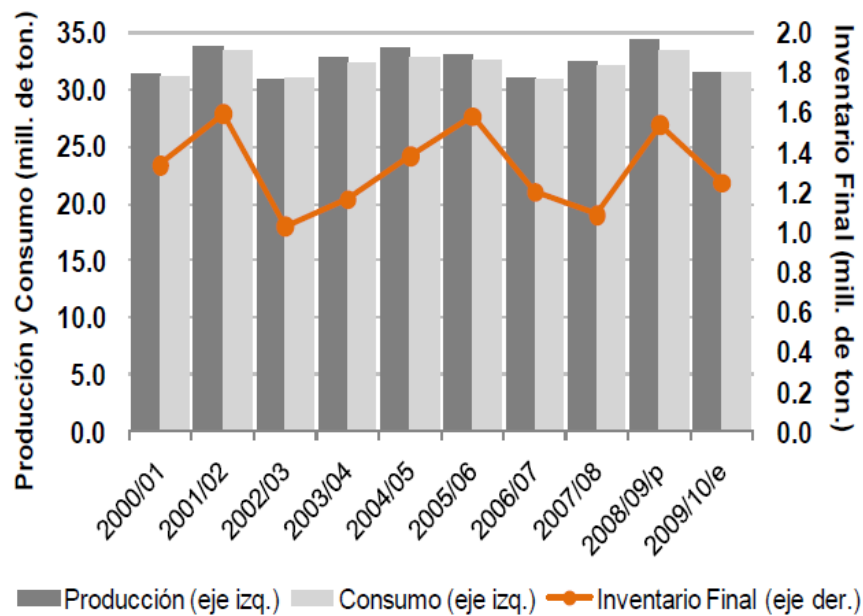
Ciclo	Área cosechada (mill. de ha)	Producción	Rendimiento (ton/ha)	Importación	Exportación	Consumo	Inventario Final
2000/01	22,76	31,42	1,38	1,78	1,92	31,20	1,34
2001/02	22,90	33,82	1,48	1,87	1,98	33,44	1,60
2002/03	21,31	30,86	1,45	1,75	2,06	31,12	1,03
2003/04	22,72	32,83	1,45	1,65	1,95	32,41	1,17
2004/05	21,56	33,61	1,56	1,80	2,27	32,92	1,39
2005/06	21,65	33,24	1,54	1,91	2,24	32,70	1,59
2006/07	20,33	31,04	1,53	1,95	2,39	30,97	1,21
2007/08	20,86	32,56	1,56	2,04	2,44	32,28	1,09
2008/09/p	21,17	34,47	1,63	1,87	2,34	33,56	1,54
2009/10/e	19,81	31,50	1,59	1,84	2,14	31,49	1,25

Fuente: elaboración propia con base en datos del USDA. /p cifras preliminares, /e cifras estimadas.

1.1 Producción mundial

La producción mundial de maní en el ciclo 2008/09 aumentó un 5,9% respecto al ciclo anterior al situarse en 34,47 millones de toneladas.

GRÁFICO N°2
Mundo: producción, consumo e inventario final de maní
(millones de toneladas)



Fuente: datos del USDA, /p cifras preliminares, /e cifras estimadas.

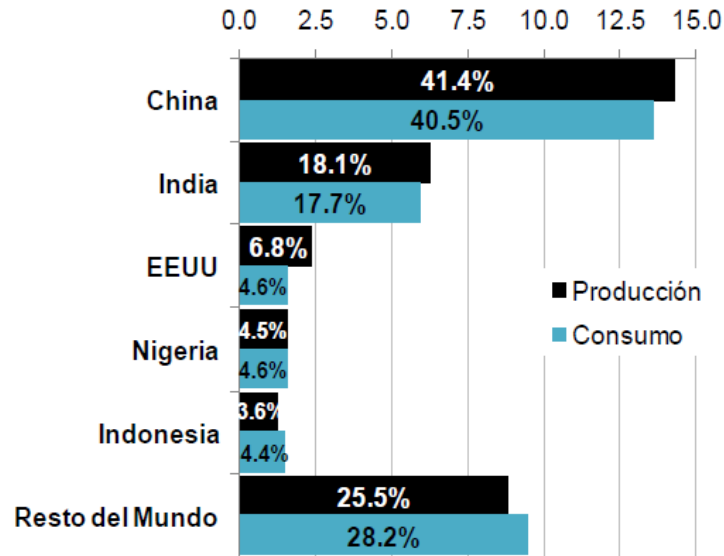
Se espera una reducción en la producción de 8,6% para el ciclo 2009/10 para ubicarse en 31,5 millones de toneladas, debido a una disminución de 1,36 millones de hectáreas cosechadas y al descenso del rendimiento esperado, el cual se estima pasará de 1,63 a 1,59 toneladas de producción por hectárea.

1.2 Principales países productores

De acuerdo con el USDA, los principales países productores de maní en el ciclo 2008/09 fueron China, India, Estados Unidos, Nigeria e Indonesia, los cuales en su conjunto produjeron poco menos del 75% del total mundial.

GRÁFICO N° 3

Mundo: principales productores y consumidores de maní (2008/09)
(millones de toneladas)



Fuente: USDA.

Además de los países antes señalados, existen otros productores que no superan el millón de toneladas. Entre estos países se encuentran, en orden de importancia, Argentina, Sudán y Vietnam.

1.3 Consumo

En el ciclo 2008/2009 el consumo mundial de maní se ubicó en 33,56 millones de toneladas, un incremento de cerca del 4% respecto al ciclo previo. Se pronostica que en el ciclo 2009/2010 caerá el consumo a 31,49 millones de toneladas, cifra que representa una reducción de 6,2%.

1.4 Principales países consumidores

La demanda de maní es muy alta en los principales países productores, los cuales consumen el 71,8% del total que se demanda en todo el mundo. Lo anterior debido a que

estos países utilizan el maní como materia prima para producir aceite y harina que posteriormente comercializan con el exterior o bien, consumen internamente.

La situación de la Argentina no es similar, en cuanto a consumo, a la de los principales productores, puesto a que si bien la Argentina no produce las mismas cantidades de maní que éstos, el consumo interno del país es mínimo lo que da lugar a la existencia de un alto saldo exportable que posiciona, por lo tanto, a dicho país como el segundo exportador de maní a nivel mundial.

1.5 Inventario final

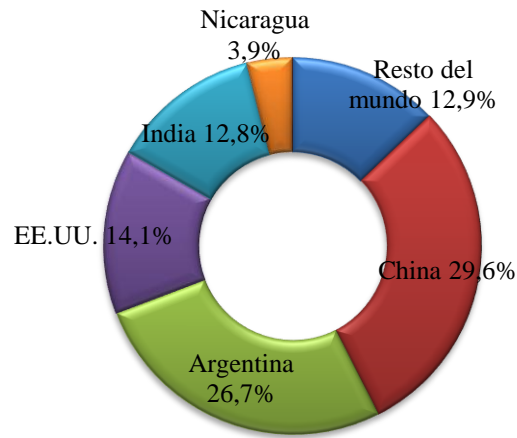
En el ciclo 2008/09 el inventario mundial de maní registró un aumento de 41,4% respecto al ciclo 2007/08 al ubicarse en 1,54 millones de toneladas. La estimación del inventario para el ciclo 2009/10 es de 1,25 millones de toneladas lo que representarían una disminución de 18,8% respecto al ciclo anterior.²

1.6 Principales exportadores

China fue el principal exportador de maní en el ciclo 2008/09 al contribuir con el 29,6% de las ventas totales. Le siguieron en orden de importancia, Argentina, Estados Unidos, India y Nicaragua. En su conjunto éstos países exportaron el 87,1% del maní que se comercializó a nivel mundial en el ciclo indicado.

El **GRÁFICO N° 4** muestra la participación de los países mencionados en las exportaciones mundiales de maní.

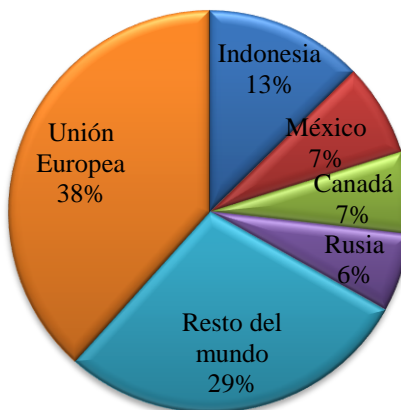
² **Fuente:** tomado del sitio del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), www.usda.gov, visitado el día 21-02-11.

GRÁFICO N° 4**Mundo: principales exportadores de maní (2008/09)****(porcentaje)**

Fuente: elaboración propia con base en datos del USDA.

1.7 Principales importadores

Por lo que se refiere a las importaciones, en el ciclo 2008/09 sobresalen la Unión Europea, Indonesia, México, Canadá y Rusia con el 71,4% de las importaciones totales.

GRÁFICO N°5**Mundo: principales importadores de maní (2008/09)****(porcentaje)**

Fuente: elaboración propia con base en datos del USDA.

1.8 Precio internacional

No existe para el maní confitería un precio de referencia internacional, principalmente porque no es un commodity: es un producto elaborado que dista de ser homogéneo, las diferencias de calidad entre granos de distinta procedencia son enormes además de sus múltiples calibres y variedades que brindan a cada tipo de grano atributos propios que no son fácilmente comparables con otros. Por ello el precio del maní surge de un acuerdo particular entre vendedor y comprador. Sin embargo suele utilizarse como guía orientativa los precios CIF del puerto de Rotterdam. El precio del maní es muy volátil y puede depender en gran medida de lo que ocurre en los principales países productores en materia de volumen como lo son China y Estados Unidos.

1.9 Sector del maní en China

China es, en la actualidad, el país con mayor producción, consumo y exportación de maní del mundo.

Por la amplia variedad de su oferta y sus precios competitivos, el maní es uno de los pocos productos agrícolas chinos competitivos en los mercados internacionales. El país tiene una ventaja comparativa importante respecto a otros países productores de maní por las siguientes razones:

- i) tiene grandes zonas propicias para su cultivo,
- ii) los rendimientos son relativamente elevados, y
- iii) la producción y procesamiento requiere mano de obra intensiva y barata que abunda en China. Esto hace que China pueda competir con precios muy bajos comparados con los de sus principales rivales comerciales.

En relación a otros productos oleaginosos, el maní se ubica en segundo lugar en producción luego de la soja (16 millones de toneladas) y por delante de la colza (12 millones de toneladas), el algodón (12 millones de toneladas) y el girasol (1,7 millones de toneladas), según los volúmenes estimados para la campaña de comercialización 2006.³

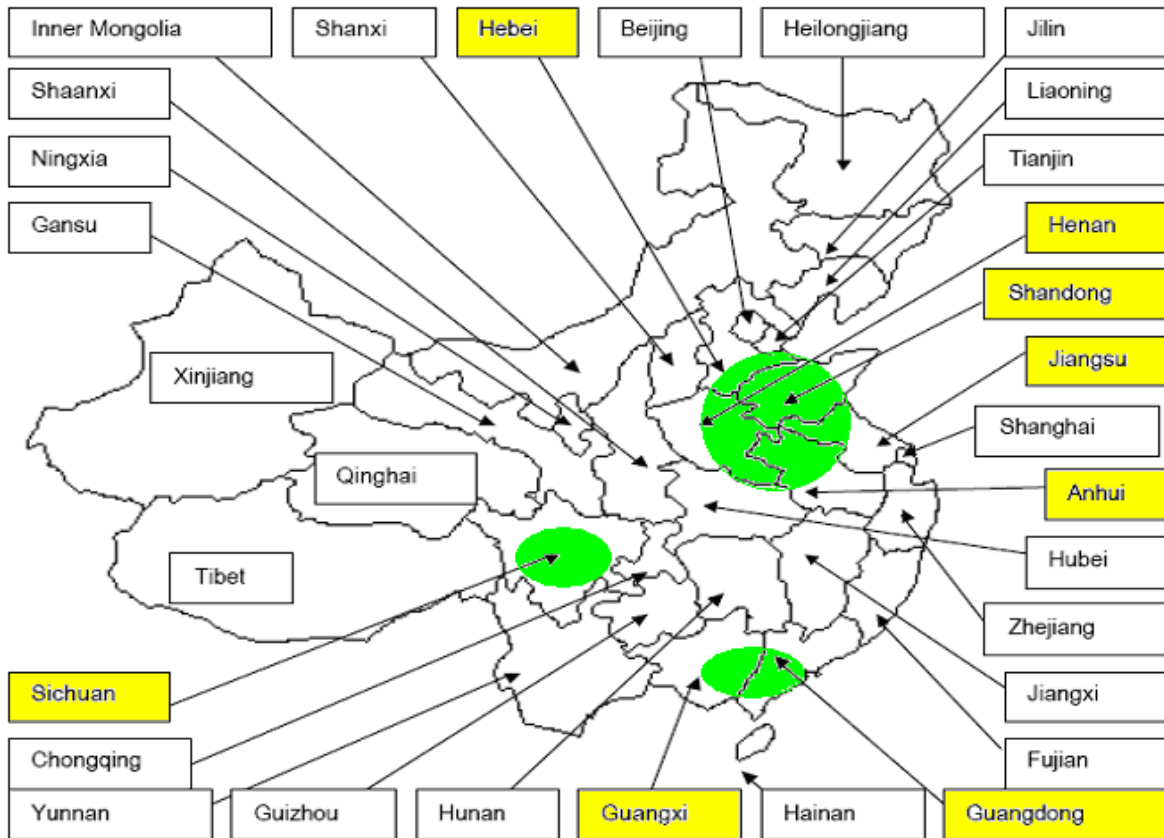
³ **Fuente:** Consejería Agrícola en Pekín, Embajada de Argentina en la República Popular China. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Informe: Sector del maní en China, marzo de 2007. Disponible en www.sagpya.mecon.gov.ar, visitado el día 26-02-11.

1.9.1 Zonas productoras de China

El maní se produce en tres zonas principales: 1) Shandong, Henan, Hebei, Anhui y Jiangsu; 2) Guangdong y Guangxi; y 3) Sichuan. Mientras la provincia de Henan cuenta con la mayor superficie sembrada, Shandong es la principal productora por volumen de producción, debido a su más alto rendimiento. Igualmente, la mayor zona de procesamiento se encuentra en la primera zona productora y las exportaciones se canalizan generalmente por el puerto de Qindao en la provincia de Shandong.

MAPA N° 1

China: principales zonas productoras de maní



Fuente: China Statistical Yearbook 2006.

La producción anual china ronda las 14 millones de toneladas anuales, duplicando el volumen producido por la India, que es el segundo productor mundial.

CUADRO N° 2**China: evolución de la producción de maní (1978/05) (miles de toneladas)**

Año	Volumen (1.000 ton)	Año	Volumen (1.000 ton)
1978	2.377	1996	10.138
1980	3.600	1997	9.648
1985	6.664	1998	11.886
1989	5.363	1999	12.639
1990	6.368	2000	14.437
1991	6.303	2001	14.416
1992	5.953	1002	14.818
1993	8.421	2003	13.420
1994	9.682	2004	14.342
1995	10.235	2005	14.342

Fuente: China Statistical Yearbook 2006.

La escasez de tierra, la presión poblacional y el hecho de que se trata de un cultivo de subsistencia son factores limitantes para el cultivo del maní a gran escala. Además, el maní compite con otros cultivos, tales como el algodón, cereales (maíz) y hortalizas y los campesinos toman sus decisiones de siembra en base a los precios que obtuvieron en la campaña de comercialización anterior.

En general, el sector no está tan desarrollado tecnológicamente como en otros países.

La mayor parte de la cosecha y descascarado se realiza todavía a mano, lo cual reduce daños y pérdidas. En las principales provincias productoras, la cosecha coincide con la estación seca, permitiendo a los campesinos secar el maní al sol. Las grandes empresas comercializadoras o procesadoras normalmente adquieren el maní descascarado a través de comercializadoras locales, pero en ciertos casos se realizan contratos de compra con los campesinos para asegurarse una provisión estable, e incluso se envía la producción a secadoras industriales. En general, el procesamiento de maní se realiza en pequeñas empresas locales equipadas con maquinarias y tecnología china. A diferencia de otros sectores agrícolas, el sector manisero no posee grandes nombres ni marcas reconocidas, aunque ha habido cierta inversión extranjera en la producción de aceite y el desarrollo de marcas.

China ha implementado medidas para limitar los niveles de aflatoxinas⁴, en particular cuando el producto está destinado al consumo humano.

Al mismo tiempo, debido a que se vende en el mercado externo menos del 6% de la producción nacional, los exportadores pueden elegir el maní de mayor calidad para destinarlo a la exportación.

1.9.2 Políticas públicas

El gobierno central chino no controla ni interviene en la producción o comercialización de maní. No otorga subsidios, de manera directa o indirecta. Sin embargo, los gobiernos provinciales de las zonas productoras tienen políticas de apoyo indirecto para el sector brindando facilidades de infraestructura en la etapa de comercialización. Asimismo, los centros de investigación y desarrollo relacionados con maní y otros productos reciben apoyos financieros desde distintas fuentes, incluyendo gobiernos a diferentes niveles.

1.9.3 Procesamiento y comercialización

El procesamiento y la comercialización del maní no están tan mecanizados ni desarrollados como en otros países. Como se señaló anteriormente, el procesamiento preliminar del maní, como descascarado, se realiza generalmente de manera manual en las granjas. En general, los molinos y exportadores adquieren el maní ya descascarado directamente desde los campesinos o desde pequeñas comercializadoras locales.

Algunos hogares realizan trueque, cambiando su maní por aceite comestible en los molinos locales.

Los campesinos pueden vender libremente su producción en el mercado local. Sin embargo, las grandes comercializadoras y molinos concluyen a menudo contratos de compra con los campesinos para asegurarse una provisión estable. Como la cantidad total de maní que cada productor vende es pequeña, los campesinos venden localmente sus

⁴ Son toxinas producidas por un moho que crece en nueces, semillas y legumbres. Son tóxicas y cancerígenas para animales, incluyendo humanos.

productos a los agentes de los molinos o comercializadoras que consolidan las diversas cantidades para luego transportarlas a plantas de procesamiento.

1.9.4 Destino de la producción

Casi la mitad de la producción nacional se destina a molienda para aceite (48% en 2006), alrededor del 40% a consumo humano interno y 6% a consumo como forraje, mientras que sólo un pequeño porcentaje restante (6%) se exporta. En lo que respecta al consumo humano, al maní no se lo percibe como un producto de base de la dieta china y se lo come principalmente como snack o aperitivo en casas y restaurantes. En general, el procesamiento se realiza en pequeñas empresas locales equipadas con maquinarias y tecnología chinas. A diferencia de otros sectores, no se cuenta en el sector del maní con grandes nombres ni marcas.

A pesar de que un porcentaje marginal de la producción china se destina al consumo externo, China es el mayor exportador de maní (sin procesar) del mundo, seguido por la Argentina y los Estados Unidos.

1.9.5 Otros productos procesados

Parte de la producción local para consumo humano doméstico como para exportación es destinada a la elaboración de maní tostado, maní frito y maní salado con cáscara. Algunos inversores han mostrado interés en desarrollar maní con alto nivel de proteínas para compensar el déficit de proteínas en la dieta china. También se elabora productos a partir de mezclas de harinas con proteínas de maní y leche de maní.

1.9.6 Comercio exterior de maní y subproductos

Los procesos de globalización e integración han llegado a China, haciendo que este país adopte posturas más abiertas en cuanto a sus políticas comerciales. Mientras esto sucede, también se dan procesos de cambio en los hábitos de consumo y preferencia por la

calidad por parte de los países consumidores, situación que ha generado para China una búsqueda de nuevos mercados para el maní.

1.9.6.1 Política comercial

China se comprometió durante el proceso de adhesión a la OMC a aplicar al maní y subproductos un derecho aduanero consistente en un arancel ad valorem.

Actualmente, los aranceles consolidados coinciden con los aplicados. Cabe destacar que los subproductos del maní procesado (excluyendo los aceites) están protegidos con picos arancelarios de 30%.

Por otra parte, China aplica un impuesto al valor agregado del 13% al maní sin procesar, aceites y pellets y del 17% para los demás subproductos del maní procesados.

También otorga un reintegro a las exportaciones en el marco de operaciones de drawback que varían entre 5 y 13%, según se trate de producto sin procesar o procesado.⁵

1.9.6.2 Exportaciones totales⁶

En el año 2006, las exportaciones totales de maní y subproductos registraron una caída del 5,77% en términos de valor respecto al año 2005, habiendo alcanzado los USD 593 millones. En general, China detenta alrededor del 30% del volumen de negocios de maní (sin procesar) del mundo, constituyéndose en el principal exportador, seguido por Argentina y Estados Unidos. Aun así, las exportaciones chinas apenas representaron el 6% de la producción total nacional.

Los productos líderes de exportación en el 2006 fueron: el maní sin cáscara (31,27%), maní tostado (30,36%) y “las demás preparaciones de maní no incluidas en otras posiciones arancelarias” (20,97%). La mayor parte de las exportaciones se realizan a través del puerto de Qingdao (provincia de Shandong).

⁵ **Fuente:** Organización Mundial del Comercio (OMC). Lista de concesiones de China. Disponible en www.wto.org, visitado el día 27-02-11.

⁶ **Fuente:** Consejería Agrícola en Pekín, Embajada de Argentina en la República Popular China. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Informe: Sector del maní en China, marzo de 2007. Disponible en www.sagpya.mecon.gov.ar, visitado el día 26-02-11.

Las exportaciones se han visto afectadas últimamente por una fuerte demanda interna y restricciones impuestas en mercados de exportación. Por ejemplo, Japón, el principal mercado para los productos chinos, implementó a partir del 1 de enero de 2006 niveles más estrictos de residuos de agroquímicos, mientras que la Unión Europea ha elevado en los últimos años los niveles máximos de residuos de aflatoxinas.

CUADRO N°3

China: exportaciones totales de maní y subproductos (2005/06) (en USD)

Posición Arancelaria	Descripción	2006	2005	Var. % 2005/2006	Part. % 2006
12021010	Semilla de maní con cáscara, sin cocer	37.399	3.694	912,43	0,01
12021090	Maní con cáscara, excl. semillas, sin cocer	58.467.980	56.464.382	3,55	9,86
12022000	Maní sin cáscara, incluso quebrantado	185.407.589	263.781.400	-29,71	31,27
15081000	Aceite crudo de maní	358.488	4.978.431	-92,80	0,06
15089000	Aceite de maní (excl. crudo)	15.019.136	17.108.747	-12,21	2,53
20081110	Maní preparados conservados al vacío	2.718.988	2.437.420	11,55	0,46
20081120	Maní tostado	180.010.399	164.458.953	9,46	30,36
20081130	Manteca de maní	25.726.435	20.071.585	28,17	4,34
20081190	Otras preparaciones de maní	124.332.338	99.190.897	25,35	20,97
23050000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de maní	890.297	757.532	17,53	0,15
	Total	592.969.049	629.253.041	-5,77	100,00

Fuente: aduana de China.

1.9.6.3 Destino de las exportaciones

En el 2006 los principales destinos de exportación por valor fueron: Japón (17,33%), Corea del Sur (6,05%), Rusia (5,65%), Filipinas (5,28%) y Holanda (5,11%). Mientras las exportaciones a Japón y Corea del Sur continuaron aumentando, las de Rusia, Filipinas y Holanda cayeron significativamente respecto al 2005. Sin embargo, éstas se vieron compensadas con mayores exportaciones a Indonesia, ex Yugoslavia, Irán y Rumania.

CUADRO N° 4**China: destino de las exportaciones de maní y subproductos (2005/06) (en USD)**

Rango	Destino	2006	2005	Var. %	Part. %
1	Japón	102.767.341	93.660.183	9,72	17,33
2	Corea del Sur	35.879.101	31.100.342	15,37	6,05
3	Rusia	33.484.170	57.501.754	-41,77	5,65
4	Filipinas	31.335.694	35.536.416	-11,82	5,28
5	Holanda	30.315.873	41.327.350	-26,64	5,11
6	España	26.598.139	29.413.268	-9,57	4,49
7	Emiratos Árabes	24.721.004	22.637.957	9,20	4,17
8	Argelia	23.851.972	25.008.039	-4,62	4,02
9	Hong Kong	19.459.705	21.167.784	-8,07	3,28
10	Malasia	17.515.020	15.846.972	10,53	2,95
11	Ucrania	17.267.185	30.697.099	-43,75	2,91
12	México	15.258.665	15.241.895	0,11	2,57
13	Indonesia	14.869.190	8.042.234	84,89	2,51
14	Ex. Yugoslavia	14.744.923	10.903.428	35,23	2,49
15	Reino Unido	14.718.548	17.557.191	-16,17	2,48
16	Canadá	13.406.385	13.884.087	-3,44	2,26
17	Irán	11.564.822	2.490.003	364,45	1,95
18	Estados Unidos	9.662.669	9.746.457	-0,86	1,63
19	Rumania	8.684.643	6.217.425	39,68	1,46
20	Alemania	8.217.737	9.761.123	-15,81	1,39
	Otros	118.646.263	131.545.280	-9,81	20,01
	Total	592.969.049	629.286.287	-5,77	100,00

Fuente: aduana de China, 2005 y 2006.

1.9.6.4 Origen de las importaciones

Las importaciones totales de maní y subproductos apenas representan el 0,03% de la producción total china, lo cual permite concluir que China es totalmente autosuficiente en materia de maní y subproductos.

Muy pocos países fueron proveedores de maní y subproductos a China en el año 2006: Indonesia, maní con cáscara (96,2%) y maní tostado (70,74%); Malasia, aceite de maní sin refinar (91,3%); España, aceite de maní refinado (62,23%); Estados Unidos, maní envasado (45%) y manteca de maní (85%); y la India, residuos de maní (100%).⁷

Argentina concentró la provisión de maní sin cáscara (94,2%), con un monto de U\$S 3,5 millones (4.600 toneladas). El crecimiento de las exportaciones argentinas a China desde un nivel prácticamente nulo en los dos años anteriores pareció deberse a una brusca

⁷ Ibidem

demanda insatisfecha por una disminución temporal en la oferta doméstica china, que llevó a incrementar las importaciones y a disminuir las exportaciones de este producto (en un 29,7%) y de los aceites.⁸ Los factores que llevaron a la suba del precio del maní explican la situación acontecida. Aún resulta prematuro concluir si se trata del inicio de una tendencia favorable a la Argentina.

1.10 Recapitulación

Como se pudo percibir a lo largo de este capítulo China, India y Estados Unidos son los principales países productores de maní a nivel mundial con una producción anual de 14, 6 y 2,5 millones de toneladas respectivamente para la campaña 2009/2010. A su vez estos tres países representan los principales consumidores del producto en cuestión. Aunque el rendimiento por hectárea es mayor en la India que en China, el segundo cuenta con mayor superficie sembrada. Se puede apreciar que la India no es uno de los principales países exportadores de maní ya que el mercado interno consume casi la totalidad de lo que produce, sin dejar saldos significantes que lo posicionen como uno de los principales exportadores de dicha legumbre.

En tanto China, Argentina y Estados Unidos son los mayores exportadores de maní a nivel mundial. Existe un buen pronóstico para la producción de Argentina ya que, aunque no es uno de los principales productores a nivel mundial se ha convertido, en los últimos años, en el segundo exportador de éste, debido al escaso consumo de este bien en el mercado interno y a su excelente calidad, que ha llevado a desplazar a China y a Estados Unidos de los mercados más exigentes pudiéndose posicionar, el maní argentino como el de mejor calidad mundial. Además de lo expuesto, es de destacar que tanto China como Estados Unidos están disminuyendo la superficie plantada de maní lo que arroja buenas posibilidades para la producción argentina.

Por otro lado, entre los principales países importadores están los países de la Unión Europea principalmente Holanda y Reino Unido; luego están otros países como Rusia, Canadá y México.

⁸ **Fuente:** tomado del sitio de la Cámara Argentina del Maní, www.camaradelmani.com.ar visitado el día 01-03-11.

CAPITULO II

MANÍ: SITUACIÓN DE ARGENTINA

2 Introducción

Originario del noroeste andino de Argentina y Bolivia y cultivado en pequeñas superficies desde los tiempos coloniales, el maní viene atravesando un proceso de mejoramiento cualitativo y de incremento de volúmenes, que podría convertir a la Argentina en el primer exportador mundial del tipo confitería.

Si bien el maní tiene un alto contenido graso que determina que en el mundo se destine buena parte de la producción a la obtención de aceite comestible de excelente calidad, se halla en pleno crecimiento su comercialización como fruto comestible, en forma de maní tipo confitería, segmento del mercado mundial en el que la Argentina está cobrando un lugar de liderazgo en lo referente a exportaciones.

2.1 El cluster del maní en Córdoba

El reconocimiento del producto "maní de origen argentino" en el exterior, la inversión en plantas industriales con sistemas que garantizan y aseguran la calidad,

posicionan a la Argentina en el mercado internacional como el segundo exportador mundial, después de China y desplazando de ese puesto a los Estados Unidos.

El maní argentino es un patrimonio casi exclusivamente cordobés, ya que el 94% de la producción nacional se cultiva en esta provincia, seguida por Salta 2,95%, San Luis 1,39%, Formosa 0,56%, Santa Fe 0,52%, Jujuy 0,36%, y Corrientes 0,18%.⁹

En Córdoba, la actividad manisera se concentra en el centro-sur de la provincia, constituyendo una economía regional exclusivamente dedicada a la exportación. La industria manisera exporta el 90% de su producción.

La actividad manisera es mucho más que una cadena productiva y que un proceso lineal de empresas transformadoras de insumos en productos, sino que reúne todas las características de un cluster: proximidad geográfica, masa crítica, especialización, innovación e instituciones afines.

Un cluster es una concentración geográfica de compañías e instituciones en un campo determinado, interconectadas entre sí. El cluster permite a las empresas desarrollar ventajas competitivas a través de mejoras en un ambiente externo, en el que se potencian los esfuerzos individuales, y en el que se tienen más posibilidades de éxito que las situadas en un ambiente poco coordinado. Las relaciones entre empresas pueden venir por el lado de la integración vertical, o por usar los mismos recursos e infraestructura. El cluster revaloriza la importancia de la ubicación geográfica y las estrechas relaciones entre empresas e instituciones del rubro. Abarca los conceptos de cadena y de red, ya que se trata de un ambiente, en el que una cadena de valor, convertida en red, puede expresar todo su potencial y su máxima capacidad competitiva.

Por proximidad, se entiende una localización geográfica definida y acotada, que presenta esta industria en la provincia de Córdoba.

La red, es el conjunto de vínculos que se establece entre los actores económicos del cluster, los que no se limitan a relaciones contractuales formales, sino que, principalmente, incluyen las relaciones informales basadas en la confianza mutua y la palabra como garantía. La red incluye relaciones con eslabones que no están directamente conectados entre sí, pero que reconocen su mutua interdependencia. Eso genera una conciencia de

⁹ **Fuente:** Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Encadenamiento productivo del maní, pág 3. Disponible en www.sagpya.mecon.gov.ar, visitado el día 02-03-11.

socios estratégicos en un negocio que necesita el aporte de todos para alcanzar una sinergia conjunta.

La competitividad de todo cluster radica en el trabajo conjunto de instituciones públicas y privadas de diversa índole.

La institución más importante del cluster manisero es la Cámara Argentina del Maní (CAM). Constituida hace años por industriales del sector, cumple un rol clave en lo que respecta a la integración de la cadena, a la coordinación de actividades de distintos actores, a la promoción de un producto de calidad, a la apertura de mercados externos, a la investigación científica aplicada y a cualquier otra actividad que redunde en beneficios –a corto o largo plazo- para el cluster como un todo. Es, además, interlocutor natural del gobierno nacional, provincial y local en todo lo que respecta al maní.

La CAM, actualmente, está integrada por industriales, productores y exportadores, los que financian sus actividades mediante cuotas sociales. También trabajan estrechamente con la Cámara otras instituciones pertenecientes al cluster pero no dedicadas a la elaboración de maní, como son las empresas fabricantes de maquinaria agrícola. Estas empresas participan de las actividades de la cámara pero no están integradas a través de un aporte social.

Los aportantes de la CAM también financian las actividades de la Fundación Maní, el brazo científico de la cámara. Esta fundación administra los proyectos científicos impulsados por el sector manisero. Su consejo de administración cuenta con representantes del Centro de Ingenieros Agrónomos (CIA) -entidad privada formada por todos los ingenieros agrónomos que trabajan para las empresas de la cámara-, del INTA, de los productores y de los industriales. Las líneas de investigación a seguir son determinadas por consenso y los beneficios de la actividad científica, disfrutados por todo el sector. Trabajan junto con el INTA, el Instituto de Fitopatología y Fisiología Vegetal (IFFIVE), las Universidades Nacionales de Córdoba y Río Cuarto, la Agencia Córdoba Ciencia y el Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos. La Fundación Maní es en gran medida responsable de la permanente innovación que mantiene al maní argentino en la frontera científico- tecnológica mundial.

Otra institución novedosa es el Consorcio de Intendentes de la región manisera reunidos a instancias de la CAM, conscientes de que sus comunidades descansan en lo

económico, social y laboral en la actividad manisera. Los intendentes no aportan dinero pero si voluntad política, apoyando a la CAM en todas las gestiones tendientes a obtener beneficios para la actividad manisera. El Consorcio de Intendentes trabaja con la premisa de la promoción del maní como política de Estado. Existen en la zona, puestos de promoción del maní instalados por dicho consorcio.

Por otro lado, la especialización se da como parte del proceso de creación del cluster. A medida que la región fue creciendo en sofisticación, se fue dando una economía compleja dentro del mismo, donde cada agente logró el mayor nivel de concentración de la técnica en su propio negocio, colaborando de ese modo a la competitividad global del cluster manisero.

La innovación es la clave del proceso y es el factor que da valor agregado al cluster. La propia dinámica del cluster fue generando nuevos negocios, nuevos productos y nuevas maneras de hacer. La competitividad actual no se basa en los costos ni en la localización geográfica de las empresas, sino que surge de la productividad con la que se utiliza los recursos. Existe una destacada diferencia entre "capacidad productiva" y "capacidad tecnológica", en la que la primera se refiere a la capacidad de producción de una empresa con una tecnología determinada, mientras que la segunda se refiere a la capacidad de la empresa de generar y administrar la innovación tecnológica.

La actividad manisera de Córdoba presenta un alto grado de innovación que se refleja en la capacidad tecnológica del cluster del maní cordobés.

Como se mencionó anteriormente, el cluster manisero también se extiende a la industria de fabricantes de maquinaria agrícola, la que produce bienes de capital para la producción manisera de la región: arrancadoras, descapotadoras y otros implementos, como así también maquinaria industrial para las industrias procesadoras. El estar establecidas en la misma zona, les da la oportunidad de contactarse directamente con los usuarios, atendiendo sus demandas y desarrollando soluciones en procesos de aprendizaje bidireccionales.

2.2 Producción primaria

Como se advirtió en el **CÁPÍTULO I**, el maní no es un oleaginoso. Botánicamente es una legumbre, pero en el marco del comercio internacional está inscripto en el capítulo de las nueces, junto con las avellanas, castañas, pistachos. Asimismo, el maní confitería no es un commodity, sino un producto alimentario elaborado, una manufactura de origen agrícola (MOA) con un extraordinario componente de valor agregado. Sólo los granos de baja calidad son destinados a molienda para la elaboración de aceite.

En los últimos cuarenta años la producción total de maní ha sido oscilante, aunque los rendimientos promedio han ido creciendo hasta superar los 21 q/ha en la campaña 2004/05, en la que se produjeron 418 mil toneladas. El récord de cantidad producida fue en la campaña 1997/98, con 626 mil toneladas.¹⁰

Por sus características, el monocultivo del maní implica riesgo de degradación de suelos, porque debe ser arrancado de la hilera por una arrancadora-invertidora para luego ser cosechado por una descapotadora que separa las vainas del resto de la planta. También se suele usar un removedor para acelerar el secado en la hilera o quitar el exceso de tierra adherida a las vainas.

Este aspecto de la cosecha mecánica agresiva al suelo, más la aparición de enfermedades -hongos- cuando se repite el cultivo en el mismo lote, obliga al productor a no sembrar maní en el mismo lote por tres o cuatro años, rotándolo con maíz, soja o pasturas.

Esto hace que aproximadamente el 80% de la producción se realice en campos alquilados, ya que pocos productores pueden realizar la rotación de cultivos necesaria, generando una competencia muy grande por el alquiler de tierras.

2.3 Sector industrial

Los costos y el riesgo inherente a la producción del maní han incentivado a productores e industriales a buscar sinergias asociativas, haciendo que la mayoría de los

¹⁰ **Fuente:** Ibidem, pág 12

productores tenga alguna forma de asociación con la industria procesadora de maní. Existen numerosos beneficios para el productor que se asocia con empresas industriales, desde el financiamiento de la semilla y agroquímicos hasta el asesoramiento técnico especializado.

A su vez, la industria está interesada en hacer un seguimiento de los cultivos, para asegurarse que la calidad del maní sea óptima y pueda cumplir con las normas sanitarias internacionales.

Según la Cámara Argentina del Maní, en las últimas campañas, la industria ha sembrado más del 80% del área por su cuenta, ya sea en campos propios o alquilados, para asegurarse la producción en tiempo y forma.

Por otra parte, algunos productores están muy vinculados al sector industrial a través de la producción bajo contrato, asumiendo menos riesgos y por lo tanto menores márgenes. Otros pocos productores prefieren ser independientes, enfrentando mayores riesgos, pero con mejor rentabilidad.

Más allá de la concentración de la actividad en pocos actores, la ausencia de un mercado internacional de referencia -dadas las características del producto- y las barreras de entrada y salida del sector industrial, el cluster manisero revela condiciones de transparencia de mercado, en función de aspectos tales como el acceso a la información y la formación de precios internos en base a los mercados internacionales, principalmente Europa.

2.4 Producción de maní en la provincia de Córdoba

La producción en caja para la campaña 2009/2010 para la provincia de Córdoba fue de 501.395 toneladas (351.000 tns. en grano), lo que representa una disminución de 33,8 % respecto de la campaña 2008-2009 en la que se obtuvo 757.647 toneladas en caja.

La producción nacional 2009/2010 de maní en caja según el Ministerio de Agricultura de la Nación se ubica en el orden de los 609.982 toneladas. De acuerdo con las estimaciones de la Bolsa de Cereales de Córdoba, la provincia participa en la producción nacional con un 94 %.

Si bien la superficie plantada cayó considerablemente respecto de la pasada campaña, recordando que la misma fue de 263.390 has. (44% inferior), la producción ve

amortiguado su descenso debido a los mayores rendimientos obtenidos 34 qq/ha versus 29 qq/ha del ciclo anterior.¹¹

En el siguiente cuadro se puede observar los rendimientos finales de maní de la provincia de Córdoba para la campaña 2009-2010.

El Departamento Juárez Celman fue el que mostró las mayores diferencias positivas, seguido del Departamento Santa María y Río Cuarto.

CUADRO N° 5
Córdoba: estimación de rendimiento de maní en caja
(qq/ha)

Estimación de rendimiento en caja			
Departamento	Rendimiento (qq/ha)	Final	
		ponderado	Diferencia
		(qq/ha)	(qq/ha)
	05/02/2010	12/12/2010	
Río Segundo	30	28	2
Santa María	13	23	10
Tercero Arriba	30	32	2
San Martín	35	37	2
Río Cuarto	30	31	1
Juárez Celman	28	34	6
Pte. Roque S. Peña	35	37	2
General Roca	35	36	1

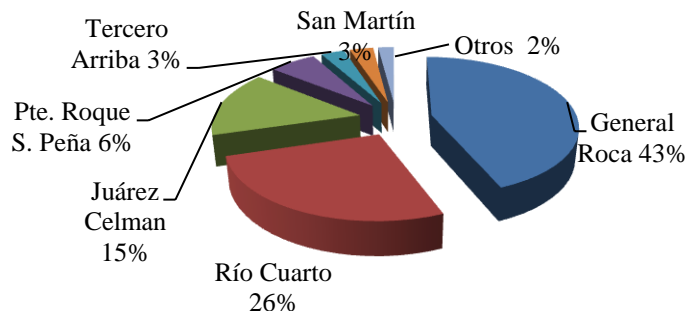
Fuente: elaboración propia con datos del sistema de información de la Bolsa de Cereales de Córdoba.

Los mejores rendimientos se dieron hacia el este y el sur de la zona manisera en la provincia de Córdoba, relevándose el mayor rendimiento promedio en los departamentos Presidente Roque Sáenz Peña y San Martín con 37qq en caja, seguido por General Roca con 36qq y Juárez Celman con 34qq. Al ser estos valores promedio departamentales, es posible que haya habido valores mayores y también menores a lo señalado, según planteos productivos puntuales.

¹¹ **Fuente:** tomado del sitio de la Bolsa de Cereales de Córdoba, www.bccba.com.ar, visitado el día 02-03-11.

GRÁFICO N° 6

Córdoba: participación relativa de los departamentos en el total de la producción de maní (2009/10) (porcentaje)

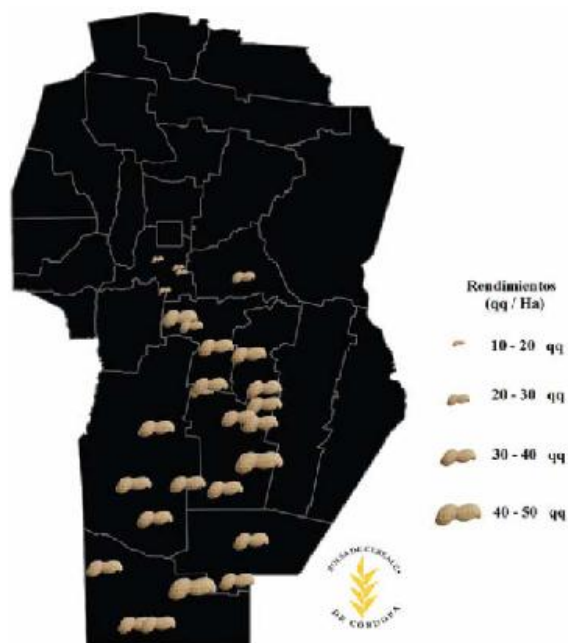


Fuente: elaboración propia con datos del sistema de información de la Bolsa de Cereales de Córdoba.

Los seis departamentos elegidos explican el 99% de la producción de la provincia de Córdoba.

Mapa N° 2

Córdoba: localización de la cadena y distribución de la producción (qq/ha)



Fuente: sistema de información de la Bolsa de Cereales de Córdoba.

CUADRO N° 6**Córdoba: listado de plantas procesadoras de maní confitería**

Empresa	Ubicación
Angel Riga	Despeñaderos
Golden Peanut Argentina S.A.	General Cabrera
Olega	Charras
Maglione	Las Junturas
A.G.D.	General. Deheza
Prodeman	General Cabrera
Lorenzati	Ticino
Industrias M.C.	Dalmacio Velez
Baselica	Las Perdices
MANISUR	La Carlota
Gastaldi	General Deheza
Georgalos	Río Segundo
Beherens	Villa María
Urquia Peretti	General Deheza
INTERAGRI	Villa María
Cooperativa Arrollo Cabral	Arroyo Cabral
Carrisel S.A.	General Cabrera
Agua dulce	Ucacha

Fuente: elaboración propia con datos de la CAM.

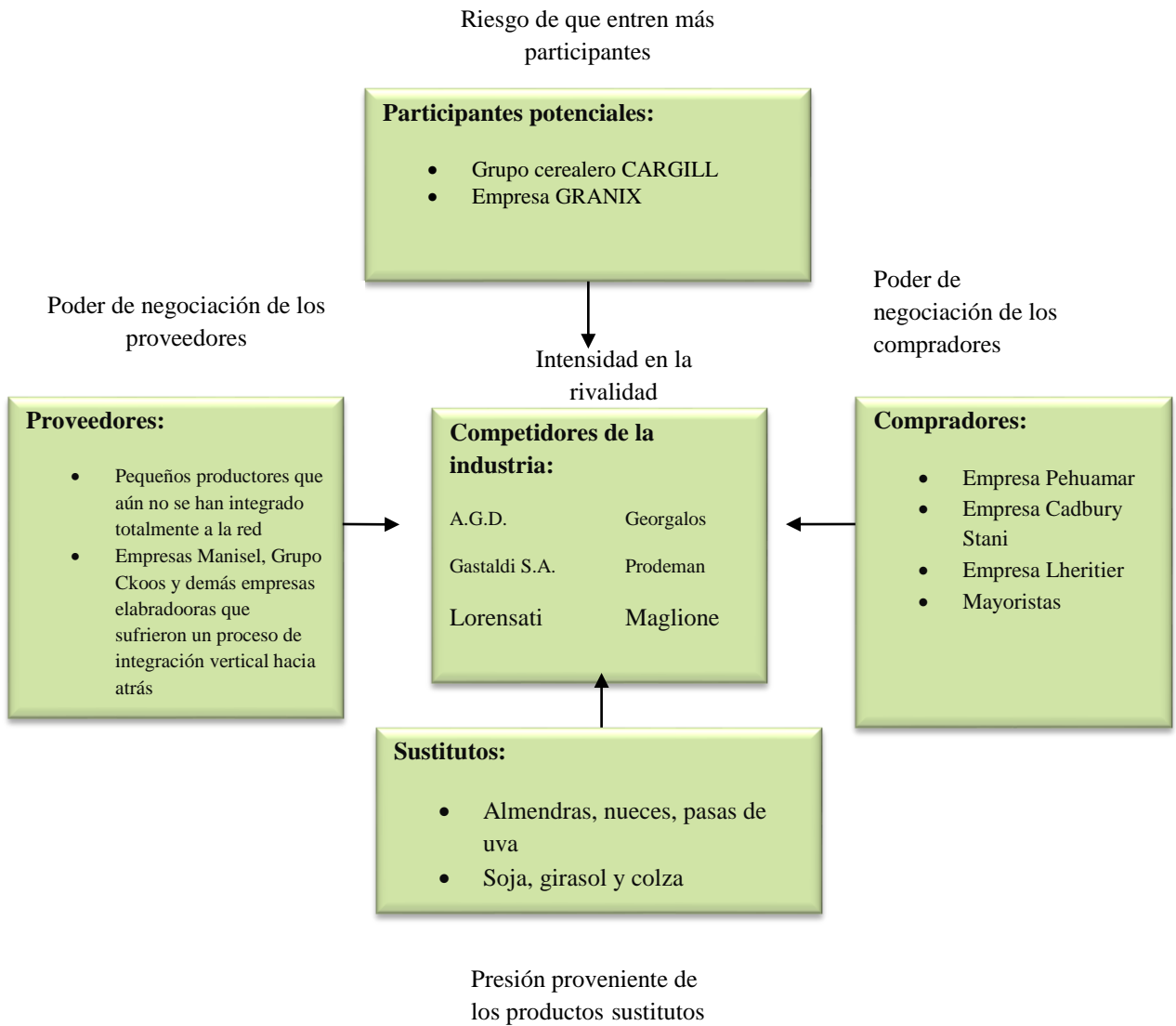
2.5 Análisis del sector industrial argentino

El análisis del sector industrial mediante la técnica de las cinco fuerzas competitivas, permite a los participantes de la industria, recordarse a sí mismos qué lugar ocupan dentro de la misma y analizar cuáles serán sus futuras acciones en torno a su actividad. Por otro lado, permite a potenciales aspirantes considerar los pros y los contras y las posibilidades reales de entrar en la industria ya instalada.

A continuación se analiza el sector industrial del maní con el objeto de observar los aspectos mencionados.

DIAGRAMA N° 1

Diagrama de las cinco fuerzas competitivas de Porter en el sector industrial



Fuente: elaboración propia.

2.5.1 Intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales

En la industria del maní existen, como se demostró en el esquema, numerosas empresas competidoras con grandes capitales invertidos y especialización en la elaboración de productos.

Estas empresas ya instaladas compiten entre sí a través de la mejora continua de sus procesos de calidad, tecnología y valor agregado.

Esta actividad tiene gran relevancia para toda la región y genera un flujo económico importante que en buena parte moviliza otros factores de la producción puesto que el agregado de valor a lo largo del encadenamiento productivo es superlativo.

Prácticamente toda la producción de maní es industrializada en el país. El volumen de grano que se destina a cada uno de los posibles usos es variable año tras año, ya que depende fuertemente de la calidad del mismo.

Al ser esta una actividad desarrollada dentro de un cluster, las condiciones de las empresas integrantes del mismo son generalmente similares, la diferenciación se da en la capacidad de utilizar la tecnología instalada para hacer un producto de calidad superior.

Dentro del análisis de la intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales se encuentra al “costo de cambio” como uno de los factores determinantes de la misma. Este argumenta que cuando mayor facilidad tengan los clientes para cambiar de productos dentro de una industria dada, mayor será la intensidad de la rivalidad. Por lo tanto, se puede afirmar que el costo de cambio de los productos de la industria en cuestión es bajo, ya que se ha logrado una especialización y cuidado de la calidad por todas las industrias tales que no sería difícil encontrar productos iguales o similares en estos aspectos, en las diferentes empresas elaboradoras de la industria del maní. Por lo que dichas empresas deben competir entre sí dando incentivos como créditos, facilidades de pago, para conservar a sus clientes y ganar nuevos compradores.

Por otro lado, se estima que en la actualidad levantar una planta industrial manisera requiere una inversión promedio del orden de USD 20 millones, por lo que el “requerimiento de capital” constituye una fuerte barrera hacia la entrada de competidores potenciales.

Entre las barreras contra la salida de las empresas ya existentes se puede destacar los grandes costos fijos que ocasionaría dejar la actividad, entre ellos indemnización de personal al ser una actividad que requiere mano de obra intensiva.

2.5.2 Poder de negociación de los proveedores

Al analizar los factores que contribuyen al poder de los proveedores en la industria del maní, se percibe lo siguiente:

Existe contribución de los proveedores a la calidad de los productos de la industria: de hecho la calidad primaria del maní no se hace en la industria sino que deviene del proceso de producción primaria, la experiencia en las labores y el conocimiento del ciclo del maní, lo que haría del productor un actor clave de la cadena. Aun así, los productores de maní quedan subordinados a las empresas líderes al no tener otras alternativas de comercialización. La modalidad en que se presenta este compromiso es a través de acuerdos de palabras y esto se encuentra garantizado gracias a la relación estable existente entre la industria y estos productores independientes.

La mayor parte de la producción primaria se realiza bajo el sistema de alquiler de parcelas, puesto que este cultivo implica un alto riesgo de degradación del suelo, lo cual obliga a no sembrar maní en un mismo lote por lo menos tres años luego de su implantación.

En la cadena del maní se observa una tendencia creciente hacia la concentración de la producción primaria del maní por parte de la industria, esto es, el sector agroindustrial se ha ido autoabasteciendo cada vez en mayor proporción de la materia prima.

Alrededor del 80% de la superficie sembrada se realiza bajo arrendamiento, ya que pocos productores tienen la dimensión necesaria como para realizar la rotación de lotes que requiere la adecuada conservación de los suelos. Esta producción está en manos de la industria, ya sea en forma de contratos con los productores o en la forma del contratista. Existen entonces dos extremos, el productor independiente y el contratista; en el medio distintas formas de asociación entre la industria y el productor.

Este dato es crucial si se tiene en cuenta que el arrendamiento constituye uno de los componentes de mayor gravitación en el costo total.

Como los costos de siembra y producción también son elevados, las parcelas en las que se va a sembrar maní son rigurosamente seleccionadas, dado que un error de cálculo que no es evitado a priori, puede resultar caro.

Por esto, es poco usual que sean productores aislados quienes realicen la inversión y asuman el riesgo que conlleva la campaña agrícola. En general se da el caso de que las empresas maniseras se asocian a los productores para encarar la producción.

Otra razón para esta forma de operar reside en el hecho de que no existe un mercado interno plenamente desarrollado para la colocación de estos productos, por lo que la demanda se halla fuertemente expuesta a la competencia internacional, a las fluctuaciones de los precios y las condiciones más generales del mercado mundial. Por otro lado la importancia de la industria manisera es vital para los proveedores y productores independientes ya que al no haber un mercado local desarrollado se hace imprescindible para ellos colocar su producción en estas empresas.

Al ser demasiados los riesgos para que los pueda afrontar por sí solo el productor local, resulta habitual que la industria encare la siembra de forma casi exclusiva, con el objetivo de asegurarse la materia prima necesaria para su producción.

Se produce entonces una verdadera integración vertical hacia atrás, por contrato, al interior de la cadena productiva, que vincula aún más estrechamente a los eslabones involucrados.

Surge así una densa red de relaciones mutuas, en la que muchas veces las relaciones de mercado son complementadas por una serie de relaciones sociales hacia el interior del grupo, establecidas en forma duradera y con un bajo grado de rigidez organizativa.

Como se expuso en apartados anteriores el costo de entrar en la industria es elevado lo que no deja altas posibilidades a los productores de amenazar con una integración hacia adelante.

Por lo anteriormente expuesto se puede concluir que el poder de negociación de los proveedores se presenta coartado por la necesidad de integrarse a las grandes industrias mediante contratos que pactan los derechos y obligaciones de ambas partes, lo cual no les deja un amplio margen de negociación más que el que pueden procurarse a la hora de alquilar sus tierras.

Es posible observar a la industria en un proceso creciente de integración vertical hacia atrás y a los productores a abandonar la actividad o reducir gradualmente las hectáreas sembradas.

De esta manera, se hace notoria la capacidad del sector industrial para imponer condiciones de precio y calidad a los productores.

2.5.3 Riesgo de que entren más participantes

La industria del maní no es una industria en la que exista fácil acceso de nuevos participantes, esto es debido a diversos factores.

Como se mencionó anteriormente las tierras dedicadas al cultivo de maní son alquiladas en su mayoría, o propiedad de productores independientes con quienes las grandes empresas ya instaladas realizan contratos, esto genera que las tierras ya estén cultivadas y comprometida su producción. En dichos arreglos se establece que la empresa transformadora intervenga activamente en el suministro de los medios de producción: insumos, servicio técnico y asesoramiento, control de los métodos de producción y asunción de los riesgos. Además, se dispone que la empresa retenga la propiedad del bien producido durante toda su etapa, pudiendo retirar éste en el momento que desee. Por su parte, el productor aporta el trabajo y las instalaciones y debe vender la producción a la empresa con la que se asoció.

Así convergen el acceso preferencial a materias primas, la ubicación favorable y se suma a ello la curva de aprendizaje de las industrias ya instaladas para la producción de un bien de alta calidad y muy competitivo.

Pero aún existe una barrera a la entrada más impenetrable, como se mencionó anteriormente, que es la gran inversión que debe realizarse para levantar una planta industrial manisera.

Quienes podrían hacer frente a esta situación son el grupo cerealero CARGILL y la empresa GRANIX, ambos dedicados a la industria de los cereales y que cuentan con el capital suficiente para entrar y permanecer en la industria del maní.

2.5.4 Presión proveniente de los productos sustitutos

Una causa de disminución de rentabilidad para las industrias es la que representan los productos sustitutos.

La industria del maní cuenta con dos grandes grupos de sustitutos. La primera pertenece a las oleaginosas, en mayor medida por la elaboración de aceites. Los aceites de soja, girasol, canola son grandes sustitutos que no sólo quitan cuota de mercado a la industria del maní sino que toman las tierras donde se cultiva este cuando el cultivo de aquellos es más rentable, disminuyendo así la producción de materia prima y su consecuente industrialización.

Un segundo grupo de productos sustitutos es el perteneciente al de los “frutos secos” entre ellos las almendras, nueces, avellanas, pasas de uva.

En este segundo grupo es donde se encuentra sustitutos cercanos del producto en estudio. Ya que ante una suba en el precio del maní los compradores lo sustituirían por almendras, nueces u otro de estos frutos. Así el costo de cambio no resulta ser un gran impedimento para pasar de comprar maní a comprar otro fruto seco. Lo que hay que tener en cuenta es que la Argentina no es industrializadora a gran escala de almendras o nueces como lo es de maní, si podrían competir en este sentido las pasas de uva.

Las acciones de la industria del maní en su conjunto, vista como un todo tendiente y pujante hacia un mismo objetivo de comercialización son las que llevan al maní a crear una atmósfera de protección contra sus sustitutos. Así como la existencia y fuerte presencia de instituciones dedicadas netamente a apoyar la industria manisera con fuertes esfuerzos de publicidad y marketing.

Se puede concluir, entonces, que en cuanto a la transferencia de demanda, serán los consumidores en última instancia los que decidan qué productos comprar y consumir.

2.5.5 Poder de negociación de los compradores

Los compradores son quizás, de las fuerzas analizadas, quienes presenten el mayor poder de negociación frente a la industria del maní.

Cuando se habla de comprador dentro de la cadena del maní debe tenerse en cuenta la proporción de maní que se consume en el mercado interno y externo. Sabiendo que la actividad manisera de la Argentina se concibe como casi netamente exportadora, es de considerar el poder de negociación que presentan los compradores locales del producto analizado.

El maní confitería no es un commodity: el tamaño y calidad del grano varía mucho y por ello no se lo puede considerar uniforme, es un producto alimentario elaborado, una manufactura de origen agrícola (MOA) con un extraordinario componente de valor agregado por ello no existe en el mercado interno un precio de referencia para el maní. Ocasionalmente, la Bolsa de Cereales de Córdoba informa el precio de algunos negocios realizados, al igual que la Bolsa de Cereales de Buenos Aires, pero son precios que reflejan operaciones puntuales y no alcanzan a establecer una referencia. Así, los precios del maní fluctúan según la oferta y demanda del mercado. Los compradores podrán negociar el precio de compra.

En lo referido al comercio del maní, no existe un mercado de referencia en relación a los precios de compra y venta. Sin embargo en muchas ocasiones se utilizan como cotizaciones orientativas, los precios C&F que ofrece el puerto de Róterdam en Holanda.

Por otro lado, no se debe dejar de analizar la posibilidad que tienen los compradores locales de generar bajas en los precios de las empresas competidoras, ya que el maní ofrecido por las mismas es similar en calidad, estos pueden optar por comprar a una u otra empresa sin perder la calidad pretendida.

2.5.6 Recapitulación

En términos de rivalidad competitiva, se puede concluir que las empresas ya instaladas en la industria son muy fuertes y con el paso de los años han ido tomando posesión de todos los procesos que atañen a la cadena de producción y elaboración del maní, generando mayor especialización en cada proceso gracias, en gran medida, al acceso a la última tecnología, hecho que ha posibilitado que crezcan e impongan barreras a la entrada de nuevos competidores.

En cuanto a las barreras a la salida se mencionó que existirían grandes costos fijos si se abandonara la actividad y se incurriría en cuantiosos montos por indemnización del personal.

En lo que respecta a la rivalidad entre los competidores, si bien existe un gran número de empresas conformando la industria, todas están en condiciones de aprovechar las oportunidades que el mercado les presenta. Al formar parte de un cluster, las condiciones de las empresas son generalmente similares, la diferenciación se da en la capacidad de utilizar la tecnología instalada para hacer un producto de calidad superior.

El análisis de la fuerza de los proveedores, arrojó que existen aún pequeños productores individuales que corren con todos los riesgos del cultivo, cuidado y cosecha del maní, pero son los menos, ya que la industria es quien alquila las tierras donde se siembra maní y realiza contratos con los dueños de las mismas para que le destinen el producto.

En conclusión y a fin de analizar el atractivo del sector industrial del maní en Córdoba se puede decir, que es un sector muy atractivo si se cuenta con los medios, primero para sortear las barreras de entrada y luego para permanecer dentro de la industria, lo que exige una continua inversión en innovación tecnológica y en la aceleración de los procesos de aprendizaje, condiciones que no constituirían un gran problema para los participantes potenciales nombrados en el diagrama. Quien tenga los recursos necesarios para ingresar se asegura la permanencia en una industria que no se verá atacada por presiones de proveedores ni de compradores locales.

CAPITULO III

EL PRODUCTO

3 Breve historia del maní

El grano de maní es originario de Sudamérica, con una antigüedad estimada en 1.200 a 1.500 años AC. Se encontraron maníes silvestres en el norte de Argentina, en Brasil, Paraguay, Bolivia y Perú. A partir de esta zona, durante la época precolombina los aborígenes difundieron las semillas hacia otras regiones de América del Sur, las Antillas, y probablemente América Central y México.

A fines del siglo XV los europeos llegaron al nuevo continente, pero no fue sino hasta el siglo XVIII que llevaron el maní a otras latitudes. Los portugueses introdujeron el grano en la costa occidental de África, donde tuvo una rápida y amplia difusión, mientras los españoles lo introdujeron en Europa, especialmente España e Italia.

La teoría supone que desde África pasó a los Estados Unidos por medio del tráfico de esclavos, mientras que las variedades encontradas en Asia hacen suponer que existió algún contacto precolombino con América, por la similitud con las variedades peruanas.

En Argentina, el maní comenzó a cultivarse en las poblaciones indígenas del NOA y NEA, siendo el dato estadístico más antiguo el área sembrada en el periodo 1872/73 con 2.388 ha.

A partir de la cosecha 1896/97 los datos son continuos. Para aquella campaña el 48% de las hectáreas sembradas correspondió a Santa Fe, 30% a Entre Ríos, 14% a Corrientes y sólo 2% a Córdoba. Hasta 1920 las provincias del litoral concentraron la producción.¹²

Con la llegada de los años '20, la producción cordobesa cobró fuerte impulso y desde aquellos años centralizó la siembra del maní en la Argentina. La producción obtenida en las provincias del norte quedó relegada a abastecer pequeñas necesidades de los mercados regionales.

3.1 Clasificación y descripción botánica¹³

El maní es un miembro de la familia de los chícharos, del género *Arachis*. Las plantas con las cuales está relacionado, incluyen muchas especies de importancia económica y muchas otras con valor ornamental.

Arachis hypogaea L es una planta anual herbácea, erecta, ascendente de 15-70 cm de alto con tallos ligeramente peludos, con ramificaciones desde la base, que desarrolla raíces cuando dichas ramas tocan el suelo.

Después de que las flores han sido fertilizadas, el pedicelo verdadero se desarrolla en un tallo o estaquilla de 3-10 cm de longitud que gradualmente empuja el ovario dentro del suelo.

Las vainas, enterradas a 3-10 cm debajo de la superficie, son de 1-7 cm de largo, abultadas en su interior, y con una a 4 semillas, de color café amarillento, con bordes prominentes reticulados y más o menos deprimidos entre las semillas. La testa es de color rojo claro o rojo oscuro.

Se reconocen dos grupos principales de variedades, las de planta erecta y las de tipo rastrero.

¹² **Fuente:** tomado del sitio de la Dirección de Industria Alimentaria, www.alimentosargentinos.gov.ar, visitado el día 19-04-11.

¹³ **Fuente:** tomado del sitio del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), www.inta.gov.ar, visitado el día 19-04-11.

3.2 Cultivo¹⁴

Los maníes progresan bien en un clima cálido, ya que son susceptibles a las heladas.

En general son cultivados desde una latitud norte de aproximadamente 40° a una latitud sur de aproximadamente 40°. Requieren por lo menos de 4 meses para su madurez.

La semilla de maní necesita un suelo cálido y húmedo para germinar y emerger rápidamente. La temperatura óptima de siembra se da cuando el suelo supera los 16°C a 10 centímetros de profundidad durante tres días consecutivos. Para determinar estas condiciones se realizan mediciones diarias entre las 8 y 9 horas de la mañana.

Las lluvias presentadas a intervalos frecuentes durante el período de su desarrollo vegetativo, son benéficas, pero pueden ser perjudiciales si se manifiestan cuando las vainas están desarrollándose o madurando. En muchos países tropicales los maníes son sembrados durante la estación de lluvias en suelo seco, o durante la estación de sequía en suelos que pueden regarse, como por ejemplo en campos de arroz, en donde ya ha sido efectuada la cosecha. Sin embargo, si el suelo es demasiado húmedo puede presentarse pudrición y constituir un problema serio.

A diferencia de otras leguminosas, el maní es muy particular en lo que respecta a sus requerimientos del suelo. Este debe ser de estructura suelta, fértil, bien drenado, con alto contenido en calcio, (pH superior a 7.0) así como en fósforo y potasio. Las plantas son agotadoras, de tal manera que es necesario fertilizar los cultivos siguientes como parte de una buena práctica de producción, lo cual se debe tener muy en cuenta en la selección de los suelos para su cultivo.

El crecimiento del cultivo de maní se divide en dos componentes básicos: el vegetativo (hojas y tallos) y el reproductivo (flores, clavos y vainas).

El crecimiento vegetativo está vinculado al alargamiento de tallos y aparición de nuevas hojas, un proceso lento que abarca los primeros 40-50 días a partir de la siembra, y que luego sufre un rápido incremento hasta que las plantas alcanzan los 100-110 días de vida.

Dentro del desarrollo reproductivo se encuentra la floración. Esta etapa comienza a los 35-40 días después de la siembra en los nudos cercanos al eje de la planta. El número

¹⁴ Ibidem

más elevado de flores es alcanzado a los 30-40 días posteriores a la aparición de las primeras flores. Estas se abren de noche, son autopolinizadas en las primeras horas de la mañana y se marchitan a media tarde. Los ovarios, que se convertirán en la semilla dentro de la vaina después de ser fertilizados, están ubicados en la base de la flor. Las células halladas inmediatamente debajo de los ovarios comienzan a alargarse y forman el comúnmente llamado "clavo". El clavo es atraído hacia la tierra y en 5-7 días penetra en el suelo hasta una profundidad de 3 a 5 cm., siempre y cuando el suelo no sea seco y duro. Después que el clavo alcanza la máxima profundidad en el suelo, el extremo del mismo - que contiene los ovarios fertilizados- comienza a alargarse horizontalmente formando las vainas y semillas.

El período de formación de vainas se extiende entre los 60 y 100 días después de la siembra, luego el número de vainas formadas se estabiliza. Este momento coincide con el cese del crecimiento vegetativo y a partir de allí comienza el período de llenado de granos. Tan pronto como las flores producen la estaquilla que va al suelo, se suspende toda clase de cultivos próximos a las plantas. Después de que las flores aparecen, los frutos estarán listos para su cosecha en un tiempo que dura de 8 a 10 semanas.

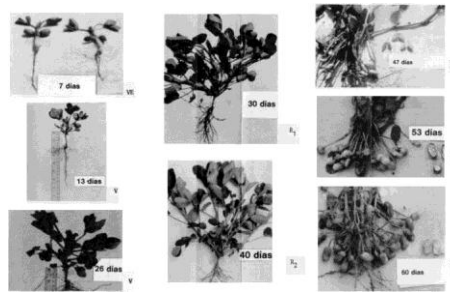
Los maníes son sembrados con espaciamiento de 30 a 40 cm en surcos separados de 40 a 50 cm. La capacidad de siembra es de 3 a 5 cm colocando 2 semillas en cada mata. En forma aproximada, son requeridas entre 130 y 200 kg de semilla por hectárea.

La siembra puede hacerse a mano o usando una sembradora de tracción animal o mecánica.

Deben eliminarse las malas hierbas a intervalos frecuentes, para evitar la competencia excesiva hasta iniciada la floración. En seguida son sacadas del campo todas las malas hierbas y se forma bordo a las plantas hasta cerca de los botones florales. Muchos productores forman bordo para las plantas más de una vez, con el objeto de hacer que se extiendan y que cubran toda el área de crecimiento.

IMAGEN N° 1

Ciclo reproductivo del maní



Fuente: INTA.

3.3 Cosecha

La cosecha del maní tiene dos etapas: arrancado y descapotado. La cosecha oportuna es aquella que permite que las vainas hayan alcanzado su máximo peso y que las vainas más maduras no se desprendan, ocasionando una reducción de los rindes. El momento del arrancado afecta los rendimientos y la distribución del tamaño de granos, lo que determina, a su vez, el valor recibido por el productor.

El amarillamiento de las plantas de maní indica el inicio del período de cosecha. Una vez aparecido este síntoma, para determinar con mayor precisión el momento de cosecha, se arrancan varias plantas de diferentes surcos para observar si la mayor parte de las vainas están maduras. La cáscara de una vaina madura es consistente y su interior color café negruzco; las semillas deben tener su cubierta de color rosado o rojo, la cual debe desprenderse fácilmente y estar despegadas internamente de la vaina. Si se obtiene entre 75 y 80 % de frutos maduros, debe procederse a la cosecha.

3.3.1 Arrancado de maní

La mecanización de la cosecha ha sido incrementada año tras año, lo cual ha permitido cosechar más rápido y con menos trabajo humano, pero también ha aumentado el requerimiento de capital y de conocimientos técnicos. A menudo, una cosecha incorrecta niega los beneficios de las buenas prácticas de producción, por pérdidas durante la

recolección o disminución de la aptitud del maní para confitería. Por muchos motivos, la cosecha puede ser una de las operaciones más críticas en la producción de maní.

La demanda y el precio del maní están relacionados al sabor del grano, el cual puede ser considerado la medida más importante de calidad. Para obtener una producción de maní de buen sabor, es necesario cosechar la mayor cantidad de granos maduros. Esto se logra con un correcto arrancado de un cultivo en su periodo de máxima madurez.

Existen varios sistemas de cosecha en forma mecanizada, según la maquinaria utilizada:

- a) la arrancadora: extrae la planta únicamente;
- b) la arrancadora-sacudidora: extrae la planta y la sacude eliminándole la tierra; y
- c) la arrancadora-sacudidora-hileradora: extrae las plantas de 1 a 4 hileras, las sacude y las acomoda en una sola línea. Es el sistema de cosecha más adecuado para áreas grandes.

Una vez realizada la cosecha, los frutos deben secarse en el campo, expuestos a la acción directa del sol entre 1 a 2 semanas, hasta que la humedad baje a un 8 o 10 %, sin que queden en contacto con el suelo.

3.3.2 El descapotado

Una vez arrancado el maní, el cordón invertido permanece en el lote perdiendo humedad hasta que se pueda iniciar el descapotado. Si se dispone de cosechadoras tricilíndricas de dientes flexibles y secado artificial, se podrá trabajar con valores del 22 al 18% de humedad. Por el contrario, si se realiza secado natural y se trabaja con bolsones o en sitio de campaña, con o sin aireadores, el contenido de humedad será del 13 al 15%. Adelantando la cosecha se disminuyen los daños y pérdidas de vainas y se previene al ataque de hongos como *Aspergillus flavus*, causante de la contaminación con aflatoxinas. El descapotado es una parte de la cosecha que incide directamente sobre las pérdidas en cantidad y calidad del maní.

Para proceder al desgrane y almacenamiento, la semilla debe tener un porcentaje de humedad de 8 a 10 %.

El desgrane consiste en la rotura de las cápsulas para separar las semillas, labor que se realiza mecánicamente.

Para almacenar grano destinado a semilla, el mismo debe estar tratado contra insectos. Si es para la siembra de la próxima temporada, es preferible almacenarlo en las cápsulas, ya que así la semilla se conserva mejor.

La viabilidad de la semilla de maní puede durar hasta dos años en condiciones de buen almacenamiento.

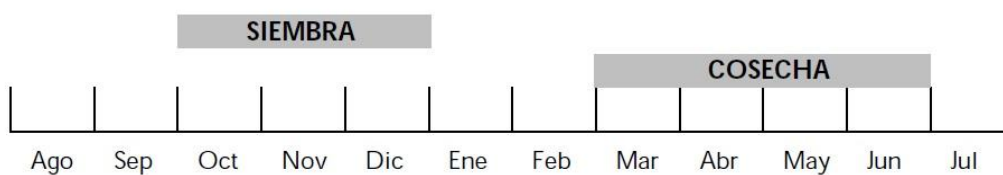
Cuando el grano es para consumo humano, no debe tratarse con plaguicidas y debe mantenerse en muy buenas condiciones de almacenamiento como baja humedad, buena ventilación y libre de roedores.

3.3.3 Perdidas de calidad

El primer eslabón de la cosecha hacia la calidad total implica utilizar descapotadoras a granel de dientes flexibles que producen el mínimo daño a las vainas. Las vainas húmedas deben ser prelimpiadas e inmediatamente después secadas sin superar los límites de temperatura, para posteriormente ser almacenadas con una humedad inferior al 10%.

DIAGRAMA N° 2

Argentina: calendario de siembra y cosecha del maní



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA).

3.4 Trabajo en la planta

Una vez terminada la cosecha del maní es transportado a la planta de elaboración donde se le darán los cuidados necesarios para su destinación a consumo o bien para someterlo al proceso de transformación correspondiente según su calidad.

3.4.1 Control de calidad en recepción

Terminada la cosecha de las vainas, cuando los camiones llegan a planta provenientes del campo son tomadas las muestras para determinar la calidad de la mercadería recibida. Se realizan análisis físico y químico para detectar la presencia de aflatoxinas.

3.4.2 Ingreso en planta

Una vez ingresado en planta, el maní es sometido al primer control de calidad físico y determinada su sanidad, pasando a una limpieza preliminar donde se separa la tierra suelta y todos aquellos cuerpos extraños de mayor tamaño del maní en caja, lo que permite un secado más eficiente o un almacenamiento en mejores condiciones. En esta etapa el maní que presente alta humedad es destinado al sistema de secado artificial que, con carros acondicionados a tal efecto, reduce el porcentaje hasta llevarlo al adecuado para su proceso (9 %). El maní pre limpiado, secado, identificado por su origen y calidad es depositado en celdas de acopio para su posterior selección

3.4.3 Pre limpieza

En este punto el maní sufre otro proceso de pre limpieza más completo, separando todo tipo de cuerpos extraños (piedras, palos, tierra, etc.) y todo tipo de impurezas, dejándolo en óptimas condiciones para la siguiente etapa del proceso. El mismo, en este nivel, provoca la separación de los granos sueltos de las vainas, destinándolos a un depósito para su posterior envío a fábrica para la extracción de aceite, fabricación de pellets con la pulpa, etcétera.

3.4.4 Descascarado

Toda la materia prima proveniente de la pre limpieza ingresa al sistema de descascarado para la ruptura de la cáscara a través de cilindros utilizando para la primera

etapa tres, para la segunda dos y para la tercera uno, lo que asegura la separación de vainas de los granos por tamaño. La cáscara producto de este tratamiento es transportada a través de un sistema de aspiración a un depósito para su posterior destino: fabricación de alimento balanceado, combustible para calderas, etcétera.

3.4.5 Vibrado

Todo el maní procedente de la etapa anterior es sometido al proceso de separación de impurezas a través de mesas vibradoras neumáticas que, mediante un sistema de flujo de aire, separan por peso específico todo cuerpo extraño, granos rotos producto del descascarado, etcétera. Todo el rechazo producto de este proceso es almacenado para su posterior destinación.

3.4.6 Selección por máquinas electrónicas

Máquinas fotoeléctricas bicromáticas separan los granos que presenten algún daño, cuerpos extraños, granos de otro color que difieran del color estándar del maní confitería que se quiere obtener. El rechazo se almacena juntamente con el de la etapa anterior hasta su posterior destinación.

3.4.7 Inspección final (picoteo)

El maní procedente de la selección electrónica ingresa a una inspección final con el factor humano, con granos de maní conducidos a través de una cinta transportadora donde personal especializado elimina todo cuerpo extraño, grano defectuoso o de otro color que la etapa anterior no hubiere separado.

3.4.8 Clasificación por tamaño

El maní seleccionado ingresa al proceso de tamañado mediante zarandas planas a efectos de definir granulometría de acuerdo a estándares ya establecidos en cantidad de

granos en la onza. La determinación de la granulometría se realiza con zarandas planas de agujeros redondos o tajo de acuerdo a la necesidad.

3.4.9 Embolsado, etiquetado y almacenaje

Finalizado el proceso de selección, el maní es depositado en tolvas por calibre, especialmente acondicionadas con balanza de corte automático para su envasado en bolsas de yute o polipropileno de 25, 50 ó 1.250 kilogramos cada una. Una vez finalizada esta etapa el maní seleccionado, embolsado por calibre se predispone para su almacenamiento en depósitos que reúnen condiciones óptimas de temperatura, humedad e higiene.

3.5 Características distintivas

Para lograr un maní de excelente calidad debe atenderse los cuidados que éste necesita desde el momento de su cultivo. Controlando los procesos se logra un maní sano y de buen sabor.

3.5.1 Calidad inicial

En el campo se logra la calidad primaria, donde la premisa básica es considerar a la vaina como el mejor envase que pueda tener el maní para su conservación. Para ello debe mantenerse intacta la vaina del maní durante las etapas de cosecha y postcosecha hasta llegar a los centros de acopio y selección. El maní cosechado en vainas debe estar sin daño mecánico, limpio, sano y almacenado seco.

3.5.2 Sanidad del maní

La sanidad, hace referencia principalmente a la ausencia de aflatoxinas. Argentina es uno de los países con mejores condiciones agroclimáticas para poder producir maní libre de aflatoxinas. Las aflatoxinas son sustancias, producidas por hongos, (*Aspergillus* sp) tóxicas para la salud humana y animal siendo una de las principales limitantes para algunos

países exportadores de granos. En general las tolerancias están entre 1 y 3 ppb (partes por billón), mientras que algunos países tienen un nivel cero de tolerancia. Los factores adversos que predisponen el ataque de estos hongos son: falta de madurez, exceso de madurez, estrés hídrico en el periodo de madurez, daño mecánico, daño por insectos, impurezas, alta humedad de los granos, condiciones de alta humedad y temperatura ambiente durante el almacenaje. Es muy importante que se limpien cuidadosamente los equipos de transporte, sobre todo las bocas de descarga, ya que comúnmente son fuentes de contaminación que a veces no se tienen en cuenta.

3.5.3 Sabor

El aroma y el sabor característico del maní surgen de una serie de combinaciones de productos químicos y enzimáticos. El sabor puede ser alterado por una serie de factores adversos, como inmadurez, daño mecánico, incidencia de patógenos, agentes climáticos desfavorables, secado y almacenamiento incorrectos.

3.6 Variedades clásicas de maní¹⁵

Como fue mencionado anteriormente, se reconocen dos grupos principales de variedades, las de planta erecta y las de tipo rastrero.

Variedad Virginia: tienen vainas grandes y de paredes gruesas. Se cultiva para la producción de aceite, forraje y consumo humano. El cultivar tipo Runner corresponde al tipo botánico “Virginia”, es de crecimiento rastrero (runner), no posee flores en el eje central y presenta una abundante ramificación, siendo su disposición de yemas productivas de tipo alternada. La planta alcanza una altura de 20 cm en promedio. El tallo es de color verde con algo de rojizo, los folíolos son verdes y las piezas florales de la corola son anaranjadas. El fruto (vaina) presenta un promedio de 36 mm de longitud, 18 mm de diámetro (3 mm más ancho que el cultivar “Tegua”) y posee dos semillas. Su superficie es

¹⁵ **Fuente:** tomado del sitio de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA), www.sagpya.mencon.gov.ar, visitado el día 21-03-11.

lisa, y el peso de 100 frutos es de 273 gramos. La semilla posee un tegumento de color rosa pálido, mide 19,8 mm de largo y 13 mm de ancho, es de forma cilíndrica con los extremos romos y no presenta adherencia a la pared del fruto. La época de siembra apropiada es mediados de octubre, y su ciclo de emergencia a madurez es de alrededor de 150 días.

Variedad Española: tienen vainas pequeñas de paredes delgadas con escasas semillas en su interior. No es de alta producción siendo más difícil para descascarar, de tal manera que se utiliza principalmente para tostarse o para cocerse.

3.7 Maní Alto Oleico¹⁶

El maní como alimento es una excelente fuente de nutrientes y energía, posee entre un 25-28% de proteínas y 50-55% de lípidos. Los ácidos grasos predominantes en el maní tradicional corresponden generalmente a oleico (45-50%) y linoléico (30-35%), lo cual lo hace un producto muy beneficioso desde el punto de vista nutricional, pero de baja estabilidad por ser sensible al desarrollo de sabores y aromas rancios. A diferencia de los maníes normales que contienen entre 45-50% de ácido oleico, el maní Alto Oleico presenta 75-80% de ácido oleico (monoinsaturado) y 2-3% de ácido linoleico (poliinsaturado) lo que da una relación (oleico/linoleico) superior a 15, muy por encima de la relación que presenta normalmente cualquier maní tipo runner convencional (entre 1 y 1,5) y, en consecuencia, se genera una mayor estabilidad frente a procesos oxidativos o sea que posee mayor persistencia sin ponerse “rancio” y mantiene la calidad durante más tiempo.

Además de conservarse más tiempo “fresco”, el ácido oleico es del tipo monoinsaturado -característico del aceite de oliva, de las aceitunas y del aguacate- y ejerce una acción beneficiosa en el organismo humano, favoreciendo las lipoproteínas de alta densidad (colesterol bueno) y reduciendo las de baja densidad (colesterol malo), lo que reduce el riesgo de afecciones cardiovasculares.

Debe destacarse, que los maníes Alto Oleico se originaron por cruzamientos artificiales entre maníes, por lo tanto no son OGM (organismos genéticamente modificados).

¹⁶ **Fuente:** tomado del sitio del Criadero el Carmen, www.criaderoelcarmen.com.ar, visitado el día 21-04-11.

3.7.1 Maní Alto Oleico a nivel comercial

Hasta la fecha no existe coincidencia absoluta a nivel comercial, sobre las cantidades de ácido oleico y ácido linoleico o la relación entre ambos, que debe tener un maní para ser considerado Alto Oleico. De todas maneras, la acepción generalizada indica que el porcentaje de ácido oleico debería ser aproximado a 80% - el mayor posible - y el ácido linoleico inferior al 5% o el menor posible.

3.7.2 Grados de contaminación

Evitar la contaminación de un maní Alto Oleico con cualquiera de tipo normal, es una de las principales tareas que deben cumplir los distintos responsables de la producción, manipuleo y procesamiento de estos maníes. La única manera de comprobar si existe contaminación, es recurriendo a análisis de cada semilla en forma individual. De esta forma podrá determinarse si alguna de ellas no es Alto Oleico. Cuando se analizan muestras “globales”, por ejemplo superiores a 100 o más gramos, puede que las cifras – a priori – sean aceptables, pero pequeñas contaminaciones pueden quedar totalmente enmascaradas, ya que la extracción del aceite para efectuar el análisis, provoca una mezcla total entre ellas. Las contaminaciones siempre serán dañinas, pero obviamente será menos grave, si con ese maní se desea obtener un producto donde la semilla pierde su identidad individual, (aceite, manteca de maní, etcétera).

3.7.3 Cuidados especiales para disminuir riesgos de contaminación

Se debe lograr absoluta limpieza en las máquinas curadoras de semilla, sembradoras, arrancadoras, tolvas, cintas transportadoras, camiones, carros secadores, cintas elevadoras, tolvas de recepción, plantas de procesamiento, etcétera.

3.7.4 Consideraciones generales

Con respecto al comportamiento de la primer variedad obtenida en la Argentina, “granoleico”, puede señalarse que se ha adaptado perfectamente a todos las regiones de producción y prácticamente no ha mostrado diferencias agronómicas significativas, con su parental más conocido y difundido, la variedad Tegua, en lo que refiere a ciclo evolutivo, comportamiento ante enfermedades, calidad comercial y rendimiento. Sí, puede afirmarse que produce semillas de mayor tamaño en granometrías (35/38 y 38/42).

3.7.5 Comportamiento y estabilidad genética de variedades de maní Alto Oleico en distintos ambientes de producción

Debido al alto contenido de aceite de la semilla de maní -se informan rangos entre el 35,8% al 54,2% con un promedio de alrededor del 45%- la composición del aceite tiene una importancia clave en la definición de la calidad del maní confitería, cuyo mejoramiento es asociado generalmente con un incremento en el nivel de saturación de los ácidos grasos.

Aunque más de 12 ácidos grasos han sido reconocidos en maní, solo tres componen el 90% del contenido de aceite del maní: palmítico, oleico y linoleico, aportando los últimos dos el 80%, aproximadamente, del contenido total distribuidos casi en parte iguales. La variación en el contenido de estos ácidos grasos tiene la mayor importancia en la determinación de las características físicas y la estabilidad en la góndola del maní o sus productos. El aumento del contenido de ácido oleico (moninsaturado) en detrimento del linoleico mejora la estabilidad (tiempo de desarrollo de los procesos de rancidez) y su efecto benéfico sobre la salud humana.

El comportamiento agronómico de estas variedades y líneas selectas muestra la existencia de una amplia variabilidad para diversos caracteres de interés, como rendimiento y tamaño de granos, que en algunos casos supera el comportamiento de las variedades tradicionales; a pesar de la relativamente estrecha base genética supuesta para esta especie.

También, los resultados de diversos ensayos sugieren que algunos materiales alto oleico muestran semillas de calidad no inferior, y en algunos casos superior, a los cultivares

testigos tradicionales respecto poder germinativo y vigor de plántulas y que estas características se ven fuertemente afectadas por el ambiente.

En conclusión, la industria manisera argentina cuenta con nuevas variedades de mejor calidad y por ende mayor valor, lo que mejora su competitividad en los mercados internacionales. Estas variedades son estables y no presentan características negativas en cuanto su comportamiento agronómico, comparadas con las variedades tradicionales.

3.7.6 Comportamiento de maníes Alto Oleico ante las principales enfermedades

La incidencia de las principales enfermedades causadas por patógenos de suelo en la Argentina no está relacionada con la característica Alto Oleico, observándose materiales Alto Oleico con menor y otros con mayor incidencia que los materiales comunes.

Esto refleja que el comportamiento frente a estas enfermedades no está influenciado por la relación de ácidos grasos sino por otras características morfológicas y fisiológicas de los materiales.

3.8 Productos de la industria

La industria manisera elabora las siguientes manufacturas:

- a) Maní confitería entero (shelled)
- b) Maní confitería partido (split)
- c) Maní blanchado (blanched): es el maní confitería, al cual se le saca piel o tegumento, esto se obtiene por calentamiento y enfriamiento súbito
- d) Maníes preparados y/o saborizados
- e) Pasta de maní: producto semisólido obtenido por molienda del maní blanchado y tostado. Se envasan en tambores metálicos, cajas de cartón o potes plásticos
- f) Manteca de maní: se obtiene y comercializa de forma similar a la pasta de maní
- g) Grana de maní

- h) Aceite de maní: usa como insumo los granos que no cumplen la norma de calidad y/o contienen aflatoxinas
- i) Harina y pellets de maní: subproductos de la producción de aceites

Los porcentajes de la producción dedicados a cada producto dependen del volumen, calidad, y sanidad de la cosecha. En años buenos, la gran mayoría es destinada a consumo directo, es decir, a las siete primeras categorías. En años malos, se consigna un porcentaje mayor a la elaboración de aceites, harinas y pellets.

Las plantas procesadoras de maní reciben la materia prima siguiendo la norma de calidad para la comercialización de maní, del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

3.9 Subproductos de la industria

De las 400.000 a 500.000 toneladas de maní en caja que son cosechados anualmente en la Argentina, quedan unas 120.000 toneladas de cáscara que se usa como insumo para producir carbón activado.

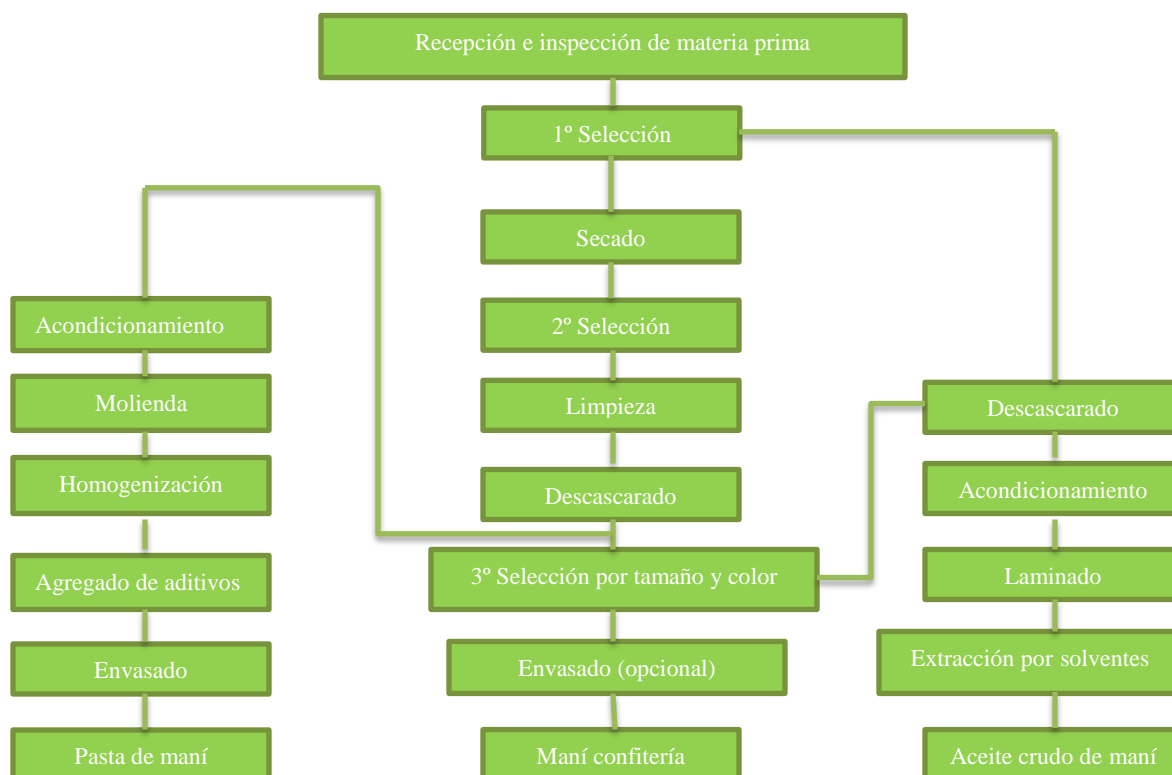
En el mundo son consumidas por año, 850.000 toneladas de carbón activado. Estados Unidos produce y utiliza algo más de 200.000 toneladas. La Argentina emplea 4.500 toneladas, hasta hace poco todas importadas. El uso más corriente es medicinal, aunque también es usado en elaboración de vinos, mostos, jugos, cervezas, sodas y gaseosas, en la potabilización del agua, en la producción de jarabes y de ácido tartárico, en la industria azucarera, en la minería y en la industria farmacéutica.

Por otra parte, desde hace una década, la empresa Aceitera General Deheza (AGD) utiliza dos tercios de cáscara de maní y un tercio de cáscara de girasol para generar energía eléctrica, utilizando unas 120 mil t/año de cáscara de maní y 60 mil t/año de cáscara de girasol, representando una alternativa limpia de generación de energía. La energía anual generada es de 63.360 MWh.

El **DIAGRAMA N° 3** que se exhibe a continuación, muestra el proceso de producción del maní, exponiendo los procesos llevados a cabo para lograr los diferentes productos elaborados.

DIAGRAMA N° 3

Proceso industrial del maní



Fuente: elaboración propia con datos de la SAGPyA.

3.10 Maní y salud

El análisis expuesto a continuación, explica los beneficios que el maní brinda a la salud de las personas que lo consumen.

3.10.1 Composición¹⁷

Vitaminas: contiene vitaminas E, B1, B2, B3 y B6, además de folatos, fundamentales en la formación del tubo neural de los embriones.

¹⁷ Fuente: tomado del sitio de la Cámara Argentina del Maní, www.camaradelmani.com.ar visitado el día 21-03-11

Fibra: mejora la digestión y reduce el colesterol que obstruye las venas y las arterias.

Minerales: potasio, sodio, hierro, calcio, magnesio, flúor, zinc, cobre y selenio.

Grasas insaturadas: ácido oleico y linoleico, benéficas para la salud cardiovascular y el funcionamiento del cerebro.

3.10.2 Beneficios ¹⁸

El maní es altamente rico en antioxidantes necesarios para proteger al organismo de padecimiento asociado a las enfermedades coronarias o al cáncer.

Además de antioxidantes (también presentes en otras frutas secas como nueces, almendras y avellanas) el maní contiene altos niveles de proteínas y de grasas monoinsaturadas, que tienden a reducir el colesterol en la sangre.

Con pequeñas cantidades de esta legumbre el organismo obtiene casi la mitad de las 13 vitaminas que requiere, como la E, B1, B2, B3 y B6. Los nutricionistas recomiendan consumir diariamente 50 gramos de maní, cantidad que aporta al organismo el 24% de las proteínas requeridas.

También contiene minerales muy importantes para el cuerpo. Entre los más significativos están el potasio, sodio, hierro, calcio, magnesio, flúor, zinc, cobre y selenio, porque colaboran en la conformación ósea, funciones del cerebro, formación de dientes sanos y principalmente en la prevención de agentes anticancerígenos.

La carga protéica del maní produce sensación de saciedad, por lo que lo recomiendan en las dietas. Además, contiene grasas insaturadas que son fuente importante de vitaminas liposolubles.

A su vez la riboflavina lo hace útil en los procesos de respiración de las células de la piel, las uñas y el cabello, y la niacina (vitamina B3) lo convierte en un ingrediente vital para el fortalecimiento muscular.

Esto sin contar que contiene vitamina A y E, por lo que se le atribuyen funciones antioxidantes y de regeneración celular.

¹⁸ Ibidem

El maní es una fuente indiscutible de minerales, en especial calcio, fósforo y magnesio, vitales para el crecimiento y desarrollo osteomuscular. Especialmente rico en fósforo, pues una porción de 50 gramos aporta el 13.6% del requerimiento diario de este mineral y también aporta hierro en un 100% de las necesidades diarias.

De ahí que se lo considere una alternativa saludable para personas con anemia o convalecientes y para mujeres embarazadas.

Aunque no en gran proporción, también contiene fibra (3 gramos por cada 100), importante para las funciones digestivas y el barrido del colesterol LDL (malo).

De su composición nutricional puede concluirse que el maní contribuye a la prevención de males como osteoporosis y calambres.

Este alimento que crece en pequeñas vainas bajo la tierra puede ser también un ingrediente regulador en la dieta de las personas con diabetes o hipoglucemia.

Puede también usarse en pacientes dislipidémicos, con desordenes en los niveles de grasa y colesterol aumentado.

CAPÍTULO IV

MERCADO OBJETIVO: MÉXICO

4 Ficha país

Los Estados Unidos Mexicanos están situados al centro del continente americano y se extienden hasta el inicio del istmo centroamericano. Limitan al norte con los EE.UU. al sur con Guatemala y Belice, al este con el Golfo de México al oeste con el Océano Pacífico. El territorio mexicano es elevado y montañoso, con llanuras en la costa y mesetas en el interior. El relieve se caracteriza por ser muy accidentado y alojar múltiples volcanes.

Nombre oficial: Estados Unidos Mexicanos

Capital: Ciudad de México, Distrito Federal

Superficie: 1.972.550 km²

Población: 107.550.697 habitantes

Densidad: 54 hab/km²

Tasa de crecimiento población: 0,85%

Temperatura max/min: 45°/-20°

Tipo de Gobierno: República Federal

Idioma: Castellano

Moneda: Peso Mexicano \$

Uso horario México: GMT -6

Uso horario Argentina: GMT -3

Diferencia horaria con la Argentina: -3 horas

IMAGEN N° 2

Bandera de México



Fuente: Ministerio de Turismo de México.

4.1 Datos económicos –financieros 2010

PIB per cápita: USD 13.400

Inflación: 6.5%

Tasa de interés: 7.9%

Superávit/deficit público: +8.7%

Deuda pública: 27% del PIB

Exportación de bienes: 291.342 millones de dólares

Importación de bienes: 308.603 millones de dólares

Saldo bruto comercial: 17.260 millones de dólares

Saldo bruto cuenta corriente: -15.724 millones de dólares

Deuda externa: 129.883 millones de dólares

Reservas internacionales: 85.441 millones de dólares

Tipo de cambio al dólar: 11,75 pesos MXN/USD (al 16 de mayo de 2011)

4.2 Estructura económica ¹⁹

Se destaca a continuación, la participación de las principales actividades económicas de México en el PBI (año 2009) y la ocupación de la población activa en cada una de ellas.

4.2.1 Actividades primarias

Son agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Constituyen el 4,3% del PIB en 2009. Este sector ocupa al 14 % de la población activa del país. Los principales cultivos son: arroz, alubias, maíz, sorgo, trigo y gran variedad de frutas.

4.2.2 Actividades secundarias

Entre las mismas son encontradas: minería, industria manufacturera, construcción, generación de electricidad y agua.

Constituye el 35% de PIB. Ocuparon al 24% de la población activa de México. Entre las principales industrias manufactureras de México se encuentra la industria automotriz, cuyos estándares de calidad son reconocidos mundialmente, de ahí que la industria maquiladora se haya convertido en el sector industrial más conocido del comercio de México.

4.2.3 Actividades terciarias

Servicios sociales y personales; financieros, venta de seguros y bienes inmuebles; transporte, almacenaje y comunicación; comercio y turismo.

Constituye el 62,5% del PIB. Este sector ocupó al 62% de la población empleada. El apoyo al sector turístico por parte del gobierno es creciente, con una importante

¹⁹ **Fuente:** tomado del sitio de la Secretaría de Economía de México, www.economia.gob.mx, visitado el día 16-05-11.

contribución al PIB nacional, así como sector generador de empleos y receptor de inversión extranjera.

4.3 Comercialización

Algunas ciudades de México han desarrollado grandes núcleos comerciales, situación que ha hecho crecer el comercio internacional del país y por lo tanto, ha sido visto necesaria la regulación de las relaciones comerciales que surgen debido a estos procesos de crecimiento e internacionalización.

4.3.1 Principales zonas comerciales

Las principales regiones empresariales de México son: Jalisco, con 101.756 empresas; el Distrito Federal, con 96.065; Querétaro, con 48.006; Guanajuato, con 35.744, Veracruz, 33.078 y Yucatán con 30.294 corporaciones. La región sur se caracteriza por su producción agrícola, la norte por la maquila y su desarrollo industrial, y la central por su orientación al mercado doméstico.

4.3.2 Principales canales de distribución

El Código Civil y el Código Comercial regulan la relación con los agentes comerciales. La vía más común de penetración en el país es el importador-distribuidor, que factura, vende y entrega a las grandes y pequeñas superficies. Sin embargo, es una figura que tiende a desaparecer, ya que las grandes superficies cuentan cada vez más con agentes propios en los países proveedores. Los bienes de capital suelen comercializarse a través de agentes que demandan en función de las necesidades de los compradores.

4.3.3 Régimen de comercio²⁰

En materia de comercio exterior, México ha firmado doce tratados de libre comercio (TLC) con 44 países en 3 continentes, en línea con su política de apertura al exterior, convirtiéndose en la economía más abierta de Latinoamérica.

Los puntos principales del TLC México-UE contemplan la liberalización progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios.

El Tratado con Estados Unidos, principal socio comercial de México, y Canadá elimina toda barrera arancelaria entre ambos países.

4.4 Infraestructura de transporte²¹

México presenta una amplia gama de accesos a las principales zonas productivas de sus grandes ciudades. Es uno de los países latinoamericanos que más ha invertido en su infraestructura de transporte en cuanto a la construcción de carreteras, puertos, aeropuertos, no así en cuanto al tendido y mantenimiento de vías férreas.

4.4.1 Carreteras

La red de carreteras de México cuenta con una extensión de 366.341 kilómetros. Varios ejes conectan la ciudad de México con la costa del pacífico (DF-Morelia-Guadalajara-Hermosillo-Nogales), centro norte (D.F.-Chihuahua-Ciudad Juárez), centro-este (D.F.-San Luís Potosí-Salttillo- Monterrey-Nuevo Laredo), centro (D.F.-Veracruz), suroeste (D. F.- Acapulco / D.F.- Oaxaca- Golfo de Tehuantepec-Chiapas- Guatemala). Asimismo existe una carretera que une las principales ciudades de la costa atlántica.

²⁰ **Fuente:** tomado del sitio de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), www.aladi.org, visitado el día 16-05-11.

²¹ **Fuente:** tomado del sitio de la Secretaría de Economía de México, www.economia.gob.mx, visitado el día 16-05-11.

4.4.2 Ferrocarriles

El transporte por ferrocarril está falto de inversión y renovación (26.717 Km.) y se limita casi exclusivamente al transporte de carga, con un movimiento cercano a los 70.010 millones de toneladas/km. durante el último año si bien el gobierno es consciente de la conveniencia de mejorar la infraestructura debido a sus ventajas de coste en el transporte de mercancías frente a otros medios.

4.4.3 Aeropuertos

México cuenta con la infraestructura aeroportuaria más completa de América Latina, con 61 aeropuertos internacionales y 24 aeropuertos domésticos. Se calcula un volumen anual de 87 millones de pasajeros. Los principales aeropuertos son: Ciudad de México, Guadalajara, Cancún, Monterrey y Toluca.

4.4.4 Puertos

México cuenta con un total de 114 puertos (marítimos y fluviales) repartidos en ambas costas. Los 16 principales puertos de altura están repartidos 9 en el Pacífico y 7 en el Atlántico. Dentro de los principales puertos los más importantes a destacar son: Puerto de la Ensenada, Puerto Industrial Lázaro Cárdenas y Puerto Manzanillo en el área del Pacífico, y Puerto Industrial de Altamira y Puerto de Veracruz por la parte del Atlántico.

Los convenios de transporte marítimo internacionales de los que México es signatario son TLCAN (México, Estados Unidos de América y Canadá); el Grupo de los Tres (Colombia, México y Venezuela); Convenio Interamericano para Facilitar el Transporte Acuático Internacional (Convenio de Mar del Plata), entre otros.

4.5 Producción mexicana de maní

Cada vez se refuerza más la tendencia a la baja que sufre la producción de maní en México debido a la opción de los productores por destinar las tierras a otros cultivos.

4.5.1 Superficie sembrada y cosechada

Del año 2000 al 2008, la superficie sembrada ha mostrado una clara tendencia a la baja al pasar de 92.672 hectáreas sembradas en el 2000 a 53.126 en 2008, es decir una disminución de 42,7%. De manera similar, la superficie cosechada se redujo en 43,3% durante este periodo.

4.5.2 Producción y rendimiento

La producción de maní ha estado fuertemente vinculada con la superficie cosechada, pues el rendimiento ha permanecido relativamente constante a lo largo del periodo mencionado, situándose en 1,55 toneladas por hectárea en el 2008. En ese mismo año, la producción se ubicó en 80.734,5 toneladas, lo que representó una reducción de 2,5 % respecto al año anterior y de 43,2% respecto al año 2000.

El maní se produce en su mayor parte, un 96,8%, en el ciclo primavera – verano. Asimismo, la mayor producción es de temporal, un 78,9%. Un 77,2% de la producción total se realiza bajo temporal en el ciclo mencionado.

CUADRO N° 7

México: producción de maní (2000/08) (en toneladas)

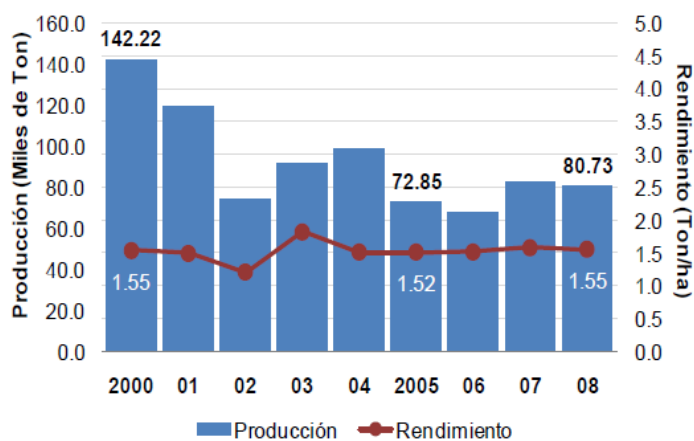
Año	Producción en tn	Superficie(hectáreas)		Rendimiento (ton/ ha)		R + T
		Sembrada	Cosechada	Riego (R)	Temporal(T)	
2000	142.261,40	92.672,00	91.756,00	2,43	1,37	1,55
2001	119.519,90	80.155,30	79.427,30	2,55	1,33	1,51
2002	74.643,50	63.998,40	62.009,70	2,49	1,03	1,20
2003	91.616,00	50.742,90	50.221,90	2,95	1,63	1,82
2004	98.940,50	67.225,50	65.537,50	2,52	1,36	1,51
2005	72.853,20	65.535,30	48.013,80	2,80	1,23	1,52
2006	68.242,50	45.671,00	44.863,00	2,77	1,35	1,52
2007	82.809,00	54.154,20	52.236,40	2,49	1,45	1,59
2008	80.734,50	53.125,70	52.026,00	2,73	1,39	1,55

Fuente: elaboración propia con datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (SIAP- SAGARPA).

Al comparar los años 2007 y 2008 se puede inferir que la producción de maní ha decrecido, esto debido a la reducción del área sembrada mencionada.

GRÁFICO N° 7

México: producción y rendimiento de maní (miles de toneladas)



Fuente: SIAP-SAGARPA.

4.5.3 Principales estados productores

Sinaloa fue en el año 2008 el mayor productor de maní en el país, al producir 20.125 toneladas, cifra que representó el 24,9% del total nacional. Cabe destacar que este estado mantuvo el 100% de su producción en zonas de temporal y que su liderazgo se debió, más que a su rendimiento, a la extensa superficie sembrada, ya que cerca del 32% de la superficie total de maní se sembró en este estado.

GRÁFICO N° 8
México: principales estados productores de maní (2008)
(porcentaje)



Fuente: elaboración propia con base en datos de SIAP- SAGARPA.

Chiapas, Chihuahua, Puebla y Oaxaca también son importantes productores, en conjunto generaron poco más de la mitad de la producción nacional, el 51,3%.

4.5.4 Comercio exterior de México

La balanza comercial del maní presentó entre los años 2000 y 2009 cifras negativas crecientes. Lo anterior debido a la tendencia a la baja de las exportaciones y al incremento en las importaciones. De tal suerte que el índice de seguridad alimentaria, medido como aquella parte del consumo aparente nacional que se satisface con la producción del país, ha disminuido también a un ritmo acelerado, ya que un 56,6% del consumo fue importado en 2009, a diferencia de un 37,3% en el año 2000.²²

²² **Fuente:** tomado del sitio de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (SIAP- SAGARPA), www.siap.sagarpa.gob.mx, visitado el día 17-05-11.

CUADRO N° 8

México: consumo y comercio exterior de maní (2000/09) (en toneladas)

Año	Producción en tn	Importaciones	Exportaciones	Balanza comercial/1	Oferta nacional/2	Consumo aparente/3	Índice de Seguridad Alimentaria/4
2000	142.261,40	79.129,90	9.104,70	-70.025,20	221.346,30	212.241,60	62,70%
2001	119.519,90	82.595,50	4.108,20	-78.487,30	202.115,20	198.007,00	58,30%
2002	74.643,50	92.414,20	1.319,90	-91.094,20	167.057,60	165.737,70	44,20%
2003	91.616,00	77.062,30	480,00	-76.582,30	168.678,30	168.198,30	54,20%
2004	98.940,50	98.614,60	16,70	-98.597,90	197.555,10	197.538,40	50,10%
2005	72.853,20	101.392,60	40,50	-101.352,10	174.245,80	174.205,30	41,80%
2006	68.242,50	102.862,50	220,70	-102.641,80	171.105,00	170.884,30	39,80%
2007	82.809,00	114.157,20	1.156,60	-113.000,60	196.966,20	195.809,60	41,70%
2008	80.734,50	104.280,70	805,70	-103.475,00	185.015,20	184.209,50	43,40%
2009	N/D	107.838,70	865,80	-106.973,10	N/D	N/D	N/D

Fuente: elaboración propia con base en datos de SIAP- SAGARPA, INEGI y banco de México.1/Exportaciones-Importaciones
2/Producción + Importaciones, 3/Producción + Importaciones- Exportaciones, 4/(1 (Importaciones/Consumo aparente))*100.
N/D: datos no disponibles.

Las exportaciones en el 2009 se ubicaron en 865,8 toneladas, lo que representó un incremento de 7,5% respecto al año anterior, en el cual se enviaron 805,7 toneladas al exterior. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones del maní mexicano, pues en el 2008 el 97,5% del producto exportado fue vendido a ese país y en 2009 este porcentaje se incrementó a 100%.

Al estudiar los datos que se reportaron en el año 2008 (último año con que se cuentan estadísticas completas para realizar el análisis del consumo aparente) se puede percibir que, al haber México producido 80.734,5 toneladas de maní, importado 104.280,7 toneladas y exportado 805,7 toneladas, el país presenta un consumo aparente (producción de México de dicho producto + las importaciones - las exportaciones del mismo) de 184.209,5 toneladas.

Así se deslumbra que México consume mucho más de lo que produce. Esta demanda es suplida por la importación de maní confitería desde Nicaragua, Estados Unidos, China y Argentina.

Sin embargo, la tendencia del mercado chino y estadounidense de los últimos años muestra que ambos países están disminuyendo paulatinamente sus exportaciones de maní

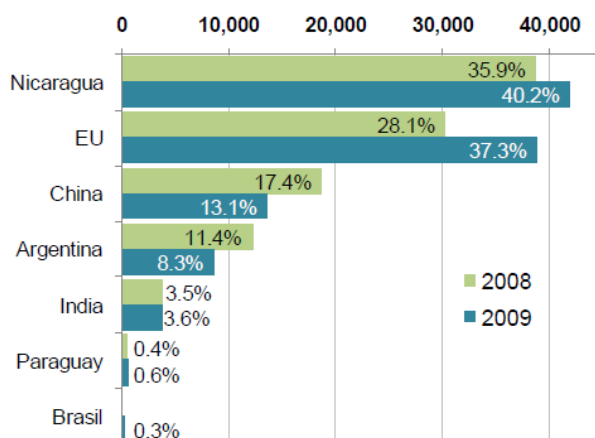
por causa de un creciente consumo interno. Otras de las causas de las bajas en las exportaciones de estos países se debe a que los mercados internacionales, entre ellos México, como uno de los principales importadores de maní a nivel mundial, son cada vez más exigentes a la hora de importar productos destinados a consumo humano lo que genera que países como China y también Estados Unidos, aunque en menor medida, vean limitadas sus exportaciones por no cumplir su maní con las exigencias del mercado como lo son las de calidad, tamaño del grano, sabor y más aún que esté libre de aflatoxinas. Frente a este panorama, Argentina es el país que presenta las mayores calidades de maní a nivel mundial, por presentarse libre de dicha bacteria y ser uno de los mejores maníes tanto en calidad, sabor y tamaño.

Según estadísticas del SENASA, la Argentina exportó a México en el año 2009, 8.286 toneladas de maní lo cual lleva a interpretar que la Argentina suple el 7,5% del total de maní confitería importado por México.

Por su parte, las importaciones en 2009 ascendieron a 107.838,7 toneladas, 3,4% más que las registradas en 2008. El origen del maní importado es más diverso que en el caso de las exportaciones, ya que son Nicaragua, Estados Unidos, China y Argentina los principales países abastecedores de esta legumbre, los cuales en su conjunto vendieron a México cerca del 96% del total del producto importado en los años 2008 y 2009.

GRÁFICO N° 9

México: origen del maní importado (2008/09) (en toneladas)



Fuente: Secretaría de Economía de México.

4.6 Usos del maní confitería en México

Como se mencionó anteriormente, la industria mexicana se vale de la producción propia de su país para obtener la materia prima de los productos que llegan al consumidor final pero en los últimos años se ha notado un incremento de las importaciones de maní para abastecer los requerimientos de la industria transformadora.

El maní mexicano no es de buena calidad y presenta, con frecuencia, altos niveles de aflatoxinas esto genera que se derive a la producción de aceites o de otros productos de industria y no a consumo humano. Por esta causa y las exigentes normas de calidad que deben cumplir los alimentos destinados a consumo humano, México importa maní confitería desde Argentina para la industrialización de productos que destinará a consumo directo.

Los procesos a los que es sometido el maní de tipo confitería argentino son los siguientes:

- Enchilado
- Tostado y salado
- Frito
- Industrias de chocolates
- Productos de panadería
- O bien, se consume el maní tal cual se lo importa sin ninguna modificación o agregado

4.7 Estimación de la demanda

Al realizar el análisis de la demanda de maní confitería en México, ha sido constatado que el mercado de los snaks es la plaza más propicia para encontrar el consumidor de este producto ya que las costumbres de los mismos y los nuevos hábitos de consumo han entrado en una sinergia que lleva a elegir productos de mayor calidad y más saludables y, como se demostró anteriormente, el maní cumple con estas expectativas y deseos del consumidor actual.

4.7.1 El mercado de snacks en México

El snack es un producto que puede ser consumido a cualquier hora del día, y se percibe como tentempié o antojo.

Al hablar de los snacks en México, debe hacerse referencia a las botanas. Los “bocaditos”, “botanas”, “boquitas”, o como se quiera llamar a los snacks (su nombre en inglés y que define un tipo de comida que es ingerida como entremés entre comidas y es adquirido normalmente en tiendas de barrio), son una parte ya natural de las costumbres de los habitantes mexicanos y constituyen un mercado de miles de millones de dólares.

En una primera división de snacks, según su sabor, se encuentran los salados y dulces. Dentro de los primeros están las papas fritas, el maní, las semillas fritas o tostadas. Los dulces son básicamente las palomitas, cereales, semillas y algunas frutas.

La venta de snacks salado genera ventas anuales de más de USD 2.950 millones, con una producción de 6.755 millones de bolsitas individuales de 41 gramos.

Si bien, durante el 2006 y 2007 la producción registró una ligera contracción, en los primeros siete meses del 2008, tuvo un aumento de 7,2%. Por volumen y por nivel de ventas, las papitas fritas son líderes del segmento.²³

El 86% de los mexicanos consumen algún tipo de snack (maíz, papitas fritas, maní o extruidos), al menos una vez cada 15 días. Las compras, tanto para consumo dentro como fuera del hogar, se realizan de manera impulsiva, no son planeadas. El consumo per cápita, está entre 3,5 a 4 kilos.

La producción de snacks en México tiene un comportamiento cíclico ligado a las ventas del producto, donde la producción y las ventas están relacionadas a ciertas épocas del año principalmente cuando aumentan las convivencias familiares o hay concurrencia masiva de personas a eventos sociales, deportivos, educativos, entre otros. Enero es un mes donde la producción disminuye considerablemente. El resto del año existen patrones más o menos regulares de producción.²⁴

²³ **Fuente:** tomado del sitio de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), México, www.canacindra.mx, visitado el día 17 -05- 11.

²⁴ *Ibidem*

México es el principal consumidor de refrescos a nivel mundial y estos generalmente se toman acompañados de un bocadillo o snack, lo que torna a la población mexicana en una de las principales consumidoras de snacks del mundo.

Tanto consumidores, procesadores y gobiernos intentan encontrar mejores alimentos, más nutritivos y balanceados, que puedan adaptarse al gusto de todos los consumidores. Dentro de esta problemática se destaca la elaboración de snacks más sanos.

En los últimos años, en México, las nueces, el maní, las mezclas de frutos secos y los productos conocidos como “trail mixes”, han tomado gran impulso, convirtiéndose en serios contrincantes contra las demás categorías de snacks, a medida que la demanda es por opciones más sanas, saludables y de gran conveniencia.

En este campo los procesadores también traen sus innovaciones, como incorporar pequeñas bolsas con nueces y maní a las mezclas que vienen listas para preparar ensaladas como un ingrediente más de la ensalada.

Por último, en lo que parece ser una especie de “vuelta a lo básico” el movimiento en la industria alimentaria, los procesadores de alimentos están bombardeando el mercado con sus productos envasados con alto contenido de fibra, en un intento para hacer un llamamiento a los consumidores conscientes de la salud y ayudar a combatir la obesidad.

Dentro de estos nuevos hábitos de consumo, los habitantes mexicanos son conscientes de las bondades del maní de tipo confitería lo que lo torna en un producto de consumo masivo. Es un producto elegido por grupos etarios diversos. Es consumido desde personas de 5 años, aunque no son quienes lo compran sino que lo compran sus padres para reemplazar las papas fritas, hasta personas de 70 años, no habría por tanto una clasificación demográfica de la demanda.

En México a la cabeza de la industria de snacks se encuentra la empresa Pepsi-Co, propietaria de Sabritas, empresa que se destaca como líder en el sector con una participación del 70%, le sigue el Grupo Industrial Bimbo con su compañía Barcel con 20% del mercado. Por su parte Xignux participa desde el 2003 con las marcas Encanto, Leo y Snaki. En cuanto, Procter & Gamble, tiene en el mercado mexicano su marca Pringles; y vale destacar a FEMSA que también participan en el negocio de los snacks en México, a través de su embotelladora Arca, que produce y comercializa marcas de Coca-Cola, que está en el mercado después de adquirir la empresa Botanas Bokados.

CAPÍTULO V

OPERATORIA DE EXPORTACIÓN

5 Consideraciones generales

México, a lo largo de su historia, ha firmado variados acuerdos con los países del mundo.

Entre los más importantes, en cuanto a que atañen al objeto de estudio, se encuentran los siguientes:

5.1 ALADI

México es miembro del mayor grupo latinoamericano de integración junto con Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, representando en conjunto 20 millones de kilómetros cuadrados y más de 500 millones de habitantes.

El Tratado de Montevideo 1980 (TM80), marco jurídico global constitutivo y regulador de ALADI, fue suscrito el 12 de agosto de 1980 estableciendo los siguientes principios generales: pluralismo en materia política y económica; convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano; flexibilidad; tratamientos diferenciales en base al nivel de desarrollo de los países miembros y multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

5.2 NAFTA

El Tratado norteamericano de libre comercio (NAFTA) entró en vigencia el 1º de enero de 1994 entre Canadá, México y los Estados Unidos, creando una zona de libre comercio.

5.3 México y Argentina

México y Argentina firmaron un Acuerdo de Complementación Económica en enero de 2001, que otorgaría preferencias arancelarias a cerca del 93% de la tarifa de importación entre ambos países. Se concretó además un acuerdo automotor que tendría vigencia de un año, donde cada país tendría una cuota de 18.000 unidades que gozarían de un arancel preferencial de 8%. En el sector agropecuario México obtuvo preferencias en dátiles, café orgánico y aguacate, mientras que Argentina obtuvo preferencias arancelarias en peras y cigarros. Para productos eléctricos para el hogar se negociaron preferencias para electrodomésticos, calentadores y productos químicos.

En materia de maní, en cuanto que atañe al objeto del presente trabajo, no se cuenta, hasta el momento, con un acuerdo firmado entre ambos países.

5.4 Regulaciones y normas ambientales

Desde la firma de NAFTA, México comenzó a implementar las diferentes formas y regulaciones de los Estados Unidos para muchos de los productos.

En la actualidad, alrededor de 200 productos se encuentran sujetos a permisos de importación o cuotas, los cuales son controlados por la Secretaría de Economía y se concentran en algunos productos agropecuarios, petróleo y gas, equipos de transporte y, en menor escala, en algunas mercancías del sector alimentos, bebidas y tabaco.

En materia de agricultura y agroindustria, en cuanto atañe al producto objeto del presente trabajo, los productos de origen agrícola requieren certificado fitosanitario y zoosanitario según corresponda.

5.5 Prohibiciones

México no prohíbe la entrada de maní confitería de la Argentina a su territorio.

5.6 Tarifas

En Julio de 1988, México adoptó como Nomenclatura Arancelaria o Código de Clasificación, un sistema armonizado para todas sus transacciones con el exterior.

5.7 Derechos arancelarios

El Impuesto General de Importación se aplica de acuerdo a la tarifa establecida por la ley publicada en el Diario Oficial de 18/12/95 y sus posteriores modificaciones dispuestas por la ex Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

El 18 de junio de 2007 entró en vigencia en México la nueva Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación que contiene las modificaciones dispuestas en el Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías. A esta ley se han sumado modificaciones posteriores de la tarifa de las cuales la más reciente tuvo lugar el 16 de diciembre de 2008.

Los derechos ad-valorem oscilan entre 0% y 35% para casi todo el universo arancelario excepto para ciertos productos agropecuarios cuyas tarifas mayores son

resultantes de la arancelización de restricciones cuantitativas desmanteladas como consecuencia de la Ronda Uruguay del GATT de 1994.²⁵

5.8 Impuestos adicionales

Las importaciones de bienes y servicios están gravadas con el IVA a la tarifa del 15%. Para calcular el impuesto tratándose de bienes tangibles se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación.

5.9 Normas para empaques y etiquetas

Los productos empacados, envasados o adquiridos por fabricantes, importadores o comerciantes deberán ostentar en su empaque, envase, envoltorio y etiqueta, a continuación de la frase contenido neto la indicación de la cantidad de materias o mercancías que contengan. Tal cantidad deberá expresarse de conformidad con el Sistema General de Unidades de Medida con caracteres legibles y en lugares en que se aprecien fácilmente. (Ley federal sobre metrología y normalización, 18 de junio de 1992).

5.10 Ítems a considerar en el proceso de exportación

Dentro de la operatoria de exportación se debe seguir un minucioso proceso de clasificación y valoración de la mercadería, escoger los medios más apropiados para el envío de la misma según lo pactado con el importador, enmarcarla dentro del término de venta pactado, etcétera. A continuación se desglosan los puntos a tener en cuenta en el mencionado proceso.

²⁵ **Fuente:** tomado del sitio la Secretaría de Economía de México, www.economia.gob.mx, visitado el día 18-05-11.

5.10.1 Posición arancelaria

Es el código numérico de las mercaderías según el sistema de clasificación utilizado en la nomenclatura arancelaria para establecer la declaración de aduana.²⁶

Permite la identificación del tratamiento que se debe dar a la mercadería tanto en el país de origen como en que recibirá la misma cuando llegue al país de destino, en materia arancelaria como no arancelaria, retenciones, porcentaje de reintegros de los derechos de exportación, derechos de importación en el mercado de destino, impuestos internos, derechos compensatorios y antidumping, prohibiciones, cupos de importación, restricciones cambiarias, cláusulas de salvaguardia, normas de empaque, entre otras.

5.10.1.1 Posición arancelaria de maní confitería (MERCOSUR - Argentina)

1202.20.90.190k

Los demás.- maní confitería según resolución ex SAGYP 530/93 (r.747/95 MEYOSP).-Los demás.-sin cascara, incluso quebrantados. Maníes (cacahuates) sin tostar ni cocer de otro modo, incluso sin cascara o quebrantados.

5.10.2 Derechos de exportación

Para la posición arancelaria 1202.20.90.190k, corresponde 10%.

5.10.3 Reintegro a la exportación

Para la posición arancelaria 1202.20.90.190k, corresponde 3,4%.

5.10.4 Derechos de importación en México

Para la posición arancelaria 1202.20.90.190k, corresponde 0%.

²⁶ **Fuente:** tomado del sitio de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) www.aladi.org, visitado el día 17-05-11.

5.10.5 Logística de exportación

La elección del medio de transporte en el cual se envía la mercadería está condicionada a la misma, su empaque, peso, volumen, lugar de carga, distancias desde el punto de carga y el destino final, el costo del flete del medio elegido y la disponibilidad y frecuencia del servicio.

En el caso del objeto del presente trabajo se utilizará un medio de transporte terrestre para enviar la mercadería desde la provincia de Córdoba, Argentina, que pasará en tránsito (entra y sale de Chile con el único propósito de llegar a puerto y realizar la descarga y carga pertinentes al buque correspondiente, para enviar la mercadería al puerto de destino) hasta Chile y desde ahí se dirigirá, por vía marítima, hacia México. Se utilizarán los servicios del transporte marítimo con el objeto de enviar la mercadería hasta Puerto de Manzanillo (Colima, México) este servicio corre por cuenta y orden del importador. Por último, la mercadería será transportada por carretera desde Puerto de Manzanillo hasta el depósito del importador ubicado en Guadalajara, Jalisco, ya que existe sólo una distancia de 300 kilómetros entre ambos puntos.

5.10.6 Acceso marítimo²⁷

México, posee una gran infraestructura portuaria que le permite y le facilita sus operaciones comerciales con el resto del mundo, cuenta con 22 puertos ubicados estratégicamente sobre el Océano Atlántico y Pacífico. Los cuatro principales puertos del país, por los que pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías, son Puerto de Altamira y Puerto de Veracruz en el Golfo de México, y Puerto de Manzanillo y Puerto de Lázaro Cárdenas en la costa del Pacífico.

²⁷ **Fuente:** tomado del sitio de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte de México, www.sct.gob.mx, visitado el día 18-05-11.

5.10.7 Información de los principales puertos

Veracruz es el puerto principal de México; constituye uno de los puntos más importantes para el abasto de graneles y productos industriales para los principales centros productivos y comerciales del país. Está estratégicamente ubicado en el Golfo de México y se conecta con 3.000 km de vías que le permiten llegar a las diferentes regiones del país, operando cargas provenientes y con destino hacia todo el territorio mexicano.

El Puerto de Altamira es el único puerto industrial del Golfo de México y es considerado como el desarrollo portuario más extenso del país; ocupa el primer lugar en el manejo de fluidos petroquímicos. Cuenta con un área total de 3.075 hectáreas, en las cuales se manejan más de 8,5 millones de toneladas, cubriendo el 85% de la actividad económica del país en un radio de 550 km.

El Puerto de Manzanillo ubicado en el Pacífico, cuenta con 437 hectáreas que incluyen zonas de agua, muelles y zonas de almacenamiento. Actualmente posee 17 posiciones de atraque, grandes áreas de almacenamiento y se encuentra conectado con 13,5 km. de vías férreas y 5,4 km. de vialidades. Su ubicación lo hace un punto de trasbordo ideal para los países de centro y Suramérica.

Este último es el puerto de destino convenido ya que, como se mencionó anteriormente, su ubicación es ideal para las exportaciones de centro y Suramérica. Otra de las razones de la elección de este puerto es su cercanía con la ciudad de destino y además el gran diferencial en el tiempo de viaje ya que es más corto por el Pacífico que por el Atlántico, estimándose trece (13) días de viaje por Pacífico y veinticinco (25) por Atlántico.

5.10.8 Figura del comerciante exportador

El comerciante exportador es un intermediario, ya sea una persona natural o jurídica que está dedicada a enviar productos nacionales o nacionalizados al exterior, legalmente, con el objeto que aquellos sean usados y consumidos en el extranjero.

A fines de enmarcarlo dentro de las responsabilidades que genera una operación de exportación bajo los diferentes términos de venta, se lo considera como comprador para la cláusula EXW y vendedor para la cláusula FOB (términos utilizados en el presente trabajo)

bajo el cual asume todos los riesgos pertinentes y vende en el mercado internacional por su propia cuenta.

5.10.9 Término de compra EXW (Ex Works)

El presente trabajo utiliza el término Ex Works para la compra de la mercadería por parte del comerciante exportador (comprador) quien adquiere la misma en la planta del productor (vendedor). De esta manera este último se desliga del despacho de exportación de la mercadería y de la carga de la misma en el vehículo que la transportará al puerto además de todos los gastos que se ocasionen en adelante.

5.10.10 Término de venta FOB (Free on Board)

A los términos del presente trabajo se ha considerado que el comerciante exportador (considerado por el término como vendedor) entrega las mercaderías cuando la misma traspasa la barandilla del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el importador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida y daño que pudieren sufrir las mercancías desde aquél punto. Habiendo sido éstas, debidamente despachadas por el comerciante exportador.

5.10.11 Costos logísticos

Puntos que se encuentran dentro de la condición FOB y corren por cuenta y orden del comerciante exportador:

- Costos de traslado interno de la mercadería-General Dehesa / Puerto San Antonio, incluye:
 - Traslado de contenedor vacío
 - Llenado de contenedor
 - Flete interno a puerto
- Seguro desde planta o depósito del exportador hasta la puesta a bordo

- Gastos en puerto de origen
 - Gate in (naviera)
 - Control Sello
 - Ingreso a puerto (terminal portuaria)
 - THC (Origin terminal handling charge)
 - Toll fee (dragado)
 - Emisión de B/L
 - Agente de transporte aduanero
- Gasto de emisión de certificados
 - Calidad
 - Fitosanitario
 - Origen
- Gastos despachante de aduana por Tn

5.11 Organismos intervinientes en el país de origen

En toda operación de comercio internacional intervienen diversos organismos que reglan, controlan y ayudan al exportador a lo largo de todo el desarrollo del proceso. En los siguientes apartados se detallan los organismos que intervienen en el presente trabajo.

5.11.1 Dirección General de Aduanas (DGA)

La Dirección General de Aduanas (DGA) de la Argentina, es uno de los tres Organismos que integran la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), junto con la Dirección General Impositiva (DGI) y la Dirección General de los Recursos de la Seguridad Social (DGRSS).

Tiene a su cargo la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercaderías, como así también el control del tráfico de los bienes que ingresan o regresan en el territorio aduanero.

Su función principal es valorar, clasificar, verificar y controlar la entrada y salida de mercaderías, como así también los medios en que son transportadas, asegurando el cumplimiento de las disposiciones vigentes.

5.11.2 Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)

Es un organismo sanitario rector de la República Argentina, cuyo objetivo principal es la fiscalización y certificación de los productos y subproductos de origen animal y vegetal, sus insumos y residuos agroquímicos, así como la prevención, erradicación y control de enfermedades animales, incluyendo las transmisibles al hombre, y de las plagas vegetales que afectan a la producción agropecuaria del país.

A los efectos del presente trabajo, el SENASA es el encargado de la emisión del certificado fitosanitario correspondiente a la mercadería.

5.11.3 Empresas certificadoras de calidad

Empresas privadas a quienes se les encarga la certificación de calidad del producto en cuestión a fin de que se cumplan los estándares establecidos para declararlo inocuo y apto para el consumo humano.

5.12 Documentos pertinentes para la operatoria de exportación

- Factura comercial
- Lista de empaque o packing list
- Certificados:

En la operatoria de exportación es muy importante el papel que cumplen los diversos certificados que se piden según cual sea el producto a exportar. En el caso del presente trabajo, al tratarse el maní confitería de un producto destinado a consumo humano, los certificados que deberán acompañar a la mercadería son los siguientes:

Certificado fitosanitario: certificado oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material vegetal

inspeccionado se considera exento de plagas. En Argentina la autoridad estatal encargada de emitirlo es SENASA, determinando para el maní confitería, el nivel de aflatoxinas, humedad, peróxidos, nivel de oxidación del maní.

Certificado de calidad: documento en el que una entidad de certificación declara la conformidad de un producto, en este caso, con una determinada norma o estándares de referencia. Éstas realizan los análisis pertinentes durante el consolidado del contenedor y luego emiten los documentos. Tal certificado le permite al comprador asegurarse de que se le remite la mercadería tal como él la ha contratado.

Certificado de origen: documento oficialmente válido que acredita que las mercancías amparadas en él son originarias de un determinado país. Es emitido por cámaras empresarias, de exportadores o bien, por la Cámara de Comercio Internacional del país de origen.

- Manifiesto de cargas (transporte por carretera)
- Bill of lading

5.13 Medios de pago internacionales

Uno de los tantos factores de los que depende el éxito de una exportación es el medio de pago elegido. La elección del medio de pago adecuado está condicionada a una serie de factores:

- Número de operaciones anteriores realizadas con el importador
- Grado de confianza entre exportador e importador
- Monto de la operación
- Frecuencia de la operación
- Existencia del medio de pago escogido, o que se pretende escoger, en el país del importador
- Costos bancarios que generen los instrumentos utilizados
- Términos negociados en el contrato

5.13.1 Principales medios de pago utilizados en las operaciones de comercio internacional

- Cheque
- Transferencia bancaria internacional
- Orden de pago
- Carta de crédito

5.13.1.1 Transferencia bancaria

Una transferencia bancaria es una operación bancaria por la que una persona (física o jurídica), ordena electrónicamente a su banco que tome parte de sus fondos en una cuenta bancaria y los deposite en la cuenta bancaria de otra persona (física o jurídica) ya sea en el mismo banco, o en diferentes bancos en diferentes países o entre cuentas de diferentes titulares. El medio electrónico más utilizado es el sistema SWIFT que garantiza una comunicación rápida y segura.

Por lo tanto el medio de pago a utilizar en la presente operación será la transferencia bancaria debiéndose realizar un depósito del 30% al cerrar el contrato y depositándose el 70% restante 7 días posteriores al zarpe del buque. Acto seguido, el comerciante exportador enviará los documentos originales al importador para que pueda liberar la carga.

5.13.1.1.1 Ventajas del uso de la transferencia bancaria

- Menores riesgos: ya que no es necesario el uso del dinero en efectivo y al ser una transferencia electrónica no existe el riesgo de falsificación del dinero
- Fácil acceso: no existen exigencias mayores para quien desea obtener una cuenta bancaria y luego transferir fondos
- Sencillez: el ordenante sólo debe informar los datos de la cuenta del beneficiario, el importe a transferir, divisa y el concepto por el cual se efectúa el pago
- Agilidad y rapidez: es más rápido que los medios de pago documentarios sólo basta ordenar la transferencia con los datos pertinentes del beneficiario

- No implica costos para el beneficiario ya que las comisiones se aplican al ordenante.
- Las comisiones de las transferencias bancarias son bajas y menores que las aplicadas a los medios de pago documentarios
- Finalmente, es el medio más utilizado en operaciones a granel como lo es el objeto de la presente investigación

5.13.1.1.2 Desventajas del uso de la transferencia bancaria

- No ampara el riesgo de no cobro, la iniciativa es del deudor. En caso que la mercadería se entregue en una fecha anterior a la pactada para el pago, el beneficiario tendrá que fiar que el ordenante haga la transferencia el día pactado
- En caso de impago, no se cuenta con un respaldo legal como en el caso de cheques y pagarés, por lo que se tendría que documentar toda la operación de crédito para intentar su cobro

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO

6 Consideraciones especiales

El presente capítulo se aborda con el objeto de demostrar la viabilidad económica y financiera del proyecto, planteando un supuesto de una secuencia de exportación de 6 envíos anuales, de un contenedor de 40 pies cada uno, con un contenido de 500 bolsas de 50 kilogramos de maní tipo confitería.

El producto es obtenido por el comerciante exportador directamente en la planta de elaboración Gastaldi S.A. situada en General Dehesa, provincia de Córdoba, listo para su carga al medio de transporte terrestre.

Para este análisis, debe darse especial consideración a la rentabilidad pretendida por el intermediario, esta se ha estipulado en un 25% del costo operativo.

El seguro contratado cubre la mercadería ante cualquier siniestro desde el momento en que sale el contenedor cargado desde la planta de elaboración, situada en General Dehesa, hasta el puerto de origen convenido, en este caso, Puerto de San Antonio en Chile.

El medio de pago acordado con el importador, es una transferencia bancaria con un anticipo del 30% del valor de la operación a fecha de firma del contrato y un depósito del 70% restante a los 7 (siete) días posteriores al embarque, una vez obtenido el importe total, el comerciante exportador enviará los documentos originales para que el importador pueda liberar la carga.

6.1 Supuestos

Se debe tener especial atención al supuesto de que los costos y precios de venta permanecerán invariables en el periodo comprendido por la operación, al igual que el tipo de cambio, el cual permanecerá constante al valor de USD 1 = \$ 4,07 (tipo de cambio vendedor del Banco de la Nación Argentina al día 16/05/2011).

- La operación de exportación se realiza por cuenta de un comerciante exportador.
- La mercadería se adquiere directamente en planta de elaboración Gastaldi S.A. situada en General Dehesa, Córdoba. El contenedor de 40 pies se cargará con 500 bolsas de 50 kilogramos de maní cada una lo que hace un total de 25 toneladas de maní. El precio de la tonelada de maní es de USD 950,00 EXW por lo que la inversión total de la compra de maní es de USD 23.750,00 EXW
- La rentabilidad pretendida es del 25% por encima del costo, habiendo sido obtenido tal importe luego de ser calculado el precio FOB mediante la fórmula correspondiente
- La mercadería será cargada en un camión en la planta de elaboración de General Dehesa para ser transportada hasta el Puerto de San Antonio, Chile
- Se cuenta con la contratación de un seguro que cubre la mercadería de cualquier siniestro desde el momento en que sale el contenedor cargado desde la planta de elaboración hasta el puerto de origen convenido
- Se realizarán 6 envíos anuales, los cuales están destinados a abastecer la demanda de la industria “botanera” de México

6.2 Costos soportados por el comerciante exportador

- Flete interno a puerto de origen
- Emisión de certificados de origen, calidad y fitosanitario
- Gastos portuarios por cada operación particular
- Gastos de operador logístico
- Emisión de documentación: Bill of Lading
- Honorarios despachante de aduana: serán abonados por cada operación particular.
El importe acordado es de USD 5,50 por Tn
- Gastos bancarios: c/ transferencia tendrá un gasto por comisión de 0,3% sobre FOB
- Gastos de courier por el envío de la documentación

CUADRO N° 9
Costos logísticos de la operación

Conceptos	Importe en USD
Traslado interno de la mercadería a puerto, incluye: <ul style="list-style-type: none"> • Traslado de contenedor vacío • Full • Flete interno a puerto 	1.135,66
Emisión de certificados/ documentos <ul style="list-style-type: none"> • Origen --- \$40,00 (USD 9,83) • Calidad --- USD 53,00 • Fitosanitario --- \$12,50 (USD 3,07) • Bill of Lading --- USD 50,00 	115,90
Seguro interno de la mercadería	138,75
Gastos en puerto de origen <ul style="list-style-type: none"> • Gate in --- USD 26,83 (naviera) • Control Sello --- USD 24,00 • Ingreso a puerto --- USD 35,00 (terminal portuaria) • THC --- USD 50,00 (Origin terminal handling charge) • Toll fee ---USD 45,00(dragado) • Agente de transporte aduanero --- USD 50,00 	230,83
Honorarios despachante de aduana ---USD 5,50 por Tn	137,50
Gastos de courier	50,00
Costo total	1.808,64

Fuente: elaboración propia.

CUADRO N° 10
Cálculo del costo

Importes	USD por Tn	USD por cont de 40'	Pesos (\$) por Tn	Pesos (\$) por cont de 40'
Producto	950,00	23.750,00	3.866,50	96.650,00
Honorarios del despachante de aduana	5,50	137,50	22,38	559,62
Flete terrestre (Córdoba- Chile)	45,43	1.135,66	184,88	46.22,13
Gastos portuarios	9,23	230,83	37,57	939,47
Emisión de documentos	4,64	115,90	18,86	471,71
Seguro de la mercadería	5,55	138,75	22,58	564,71
Courier	2,00	50,00	8,14	203,50
Costo total intermedio del producto	1.022,35	25.558,64	4.160,95	104.023,66
Tipo de cambio	4,07			

Fuente: elaboración propia.

6.3 Cálculo del precio FOB²⁸

$$\text{FOB} + (\text{R} * \text{FOB}) = \text{TDUM} + (\text{U} * \text{FOB}) + (\text{G} * \text{FOB})$$

$$\text{FOB} = \text{TDUM} + (\text{U} * \text{FOB}) + (\text{G} * \text{FOB}) + (\text{A} * \text{FOB}) - (\text{R} * \text{FOB})$$

$$\text{FOB} = \text{TDUM} - \text{FOB} (\text{R} - \text{G} - \text{U})$$

$$\text{FOB} + \text{FOB} (\text{R} - \text{G} - \text{A} - \text{U}) = \text{TDUM}$$

$$\text{FOB} = \text{TDUM} / (1 + \text{R} - \text{G} - \text{A} - \text{U})$$

$$\text{FOB} = 25.558,64 / (1 + 0,034 - 0,003 - 0,1 - 0,25)$$

$$\text{FOB} = 25.558,64 / 0,681$$

$$\text{FOB} = 37.531,04$$

Siendo:

TDUM = Total de desembolsos en unidades monetarias,

R = Reintegro,

G = Gastos

A = Arancel

U = Utilidad

²⁸ Fuente: FRATALOCCHI, Aldo. Cómo exportar e importar. Buenos Aires. Editorial Cangallo, 1991.

6.4 Cálculo de la inversión inicial y del precio de exportación

CUADRO N° 11

Inversión inicial

Concepto	Importe en USD
Costo de adquisición (500 bolsas de 50 kg)	23.750,00
Honorarios del despachante de aduana	137,50
Flete terrestre hasta puerto de origen convenido (Córdoba- Chile)	1.135,66
Gastos portuarios	230,83
Emisión de documentos (certificados de origen, calidad y fitosanitario; emisión de B/L)	115,90
Seguro de la mercadería desde Córdoba hasta Chile, puerto San Antonio	138,75
Courier	50,00
Costo total intermedio del producto	25.558,64
Derechos de exportación 10% del precio FOB	3.753,10
Gastos bancarios y comisión cobranza 0,3% del precio FOB	112,59
Total inversión antes de devolución de reintegro	29.424,33
Reintegro a la exportación 3,4% sobre el precio FOB	(1.276,06)
Total inversión inicial	28.148,29

Fuente: elaboración propia.

El precedente cuadro, muestra la inversión inicial que debe ser realizada para llevar a cabo el proyecto. Se tienen en cuenta, para su cálculo, además del costo del producto y los gastos que genera la propia operación de exportación en cuanto a términos logísticos de envío, emisión de documentos, honorarios de despachante, los derechos de exportación y los gastos bancarios que genera la operación, por otro lado se deduce el porcentaje del reintegro a la exportación correspondiente a la mercadería en cuestión.

Siguiendo con este análisis, en el cuadro siguiente se exhibe el precio FOB de la mercadería, el mismo fue obtenido aplicando de la fórmula demostrada anteriormente.

CUADRO N° 12
Cálculo del precio de exportación en dólares

Concepto	Importe en USD
Costo de adquisición del producto	23.750,00
Honorarios del despachante de aduana	137,50
Flete terrestre hasta puerto de origen convenido (Córdoba- Chile)	1.135,66
Gastos portuarios	230,83
Emisión de documentos (certificados de origen, calidad y fitosanitario; emisión de B/L)	115,90
Seguro de la mercadería desde Córdoba hasta Chile, puerto San Antonio	138,75
Courier	50,00
Costo total intermedio del producto	25.558,64
Derechos de exportación 10%	3.753,10
Gastos bancarios y comisión cobranza 0,3%	112,59
Utilidad pretendida 25%	9.382,76
Reintegro 3,4%	1.276,06
Precio FOB total	37.531,04
FOB por Tn	1.501,24
Tipo de cambio (pesos por dólar)	4,07

Fuente: elaboración propia.

6.5 Análisis financiero

El análisis financiero del presente proyecto de inversión se realiza a través del cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y de la Tasa interna de Retorno (TIR) los cuales indicarán si el negocio resulta o no rentable.

6.5.1 El Valor Actual Neto (VAN)

Por VAN de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados, de todos los flujos netos de fondos esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Es un indicador de rentabilidad que además, mide el costo de oportunidad del proyecto.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo significa que el mismo es capaz de:

- Devolver el capital o inversión inicial
- Pagar un interés o sea la tasa de descuento utilizada
- Proporcionar un excedente o utilidad

Entre dos o más proyectos que presenten un VAN positivo, el más rentable es el que tenga el VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que la que se obtendría si se invirtiera en otro proyecto que presente un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada. Un VAN negativo indica que el proyecto no es rentable y por lo tanto no se debe invertir en él.

6.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se denomina TIR a la tasa de descuento que hace que el VAN de una inversión sea igual a cero.

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

Si la TIR es mayor a la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista llevando adelante el proyecto de inversión será mayor que el que obtendría colocando el dinero en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizarlo.

Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, para el inversionista es indiferente realizar una u otra inversión.

Para seguir con el análisis del proyecto se hace necesario realizar una serie de aclaraciones:

El proyecto necesita de una inversión inicial que se realiza en el período cero.

Los períodos a considerar son seis bimestres, en cada bimestre se enviará un contenedor de 40'.

La tasa de descuento a utilizar será igual a la tasa ofrecida por el plazo fijo del Banco de la Nación Argentina que se encuentra en orden al 10% más dos puntos porcentuales (2%) adjudicados al riesgo implícito del proyecto, dando como resultado una

tasa de descuento de 12%. Esta decisión se toma con motivo de evaluar el costo de oportunidad del proyecto de inversión, ya que el inversionista debe evaluar el costo de colocar su dinero en una inversión y no haberlo hecho en otra.

Sigue invariable el supuesto de que durante el lapso de tiempo en que se desarrollan las operaciones de exportación, el tipo de cambio (USD 1 = \$ 4,07), el costo de compra y el precio de venta permanecen constantes.

CUADRO N° 13
Flujo de fondos proyectado

Concepto/Período	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Capital de trabajo (I ₀)	-28.148,29						
Ingresos por ventas		37.531,04	37.531,04	37.531,04	37.531,04	37.531,04	37.531,04
Costo de ventas		28.148,29	28.148,29	28.148,29	28.148,29	28.148,29	
Resultado Bruto		9.382,75	9.382,75	9.382,75	9.382,75	9.382,75	37.531,04
II BB 3%		281,48	281,48	281,48	281,48	281,48	1.125,93
Resultado neto		9.101,27	9.101,27	9.101,27	9.101,27	9.101,27	36.405,11
Impuesto a las Ganancias 33%		3.003,42	3.003,42	3.003,42	3.003,42	3.003,42	12.013,69
Beneficio neto		6.097,85	6.097,85	6.097,85	6.097,85	6.097,85	24.391,42

Fuente: elaboración propia.

6.5.3 Cálculo del VAN

$$VAN = -I_0 + \frac{BN}{(1+i)^n}$$

$$(1+i)^n$$

$$VAN_{(12)} = \text{USD } 5.527,32$$

CUADRO N° 14**Análisis de sensibilidad, variable: tasa de descuento**

Tasa de descuento	VAN en USD
12%	5.527,32
14%	3.419,80
16%	1.576,88
17%	743,25

Fuente: elaboración propia.

El presente análisis muestra que el proyecto de inversión es rentable ya que el VAN arroja un resultado positivo cuando se le exige la tasa de descuento empleada para evaluar el proyecto. A medida que la tasa exigida es mayor, la rentabilidad dada por el proyecto disminuye.

En estos términos se puede afirmar que el proyecto:

- Devuelve la inversión inicial
- Pagar un interés del 12%.
- Proporcionar una utilidad de USD 5.527,32

CUADRO N° 15**Análisis de sensibilidad, variable: costo de adquisición del producto**

Aumento porcentual del costo de la Tn	Aumento del costo por Tn	Aumento del costo de adquisición de 25 Tn en USD	I inicial en USD con aumento	VAN en USD
10%	1.045,00	26.125,00	28.714,63	3.836,98
11%	1.054,50	26.362,50	28.962,13	3.098,29
12%	1.064,00	26.600,00	29.189,63	2.419,30
13%	1.073,50	26.837,50	29.427,13	1.710,49
14%	1.083,00	27.075,00	29.674,63	971,77
15%	1.092,50	27.312,50	29.912,13	262,93
16%	1.102,00	27.550,00	30.139,63	-416,07

Fuente: elaboración propia.

El presente análisis de sensibilidad demuestra que a medida que aumenta el costo de adquisición de la mercadería disminuye el VAN, esto sucede hasta que el costo aumenta en un 16%, punto de inflexión en el cual el VAN pasa a arrojar valores negativos. Esto significa que si el costo de adquisición del maní sube un 16% o más, el proyecto no es rentable, es decir, no pagaría la tasa de descuento, ni devolvería la I_0 y consiguientemente no proporcionaría utilidad. Si tal situación aconteciera, no sería aceptable seguir con el proyecto, por lo tanto el mismo deberá ser abandonado por el inversor.

A continuación se calcula la TIR para la inversión planteada originalmente.

CUADRO N° 16
Comparación TIR y tasa de descuento

TIR	18%
Tasa de descuento	12%

Fuente: elaboración propia.

6.6 Recapitulación

Por último, teniendo en cuenta la inversión inicial, la utilidad pretendida del 25% y la tasa de descuento de un 12%, el resultado que arroja el cálculo de la TIR es de 18%, lo que significa que al proyecto se le puede exigir hasta una tasa de rendimiento del 18%, o sea 6% más de lo exigido actualmente. Esto proporciona un resultado alentador ya que la inversión proyecta una buena rentabilidad, pero se debe prestar mucha atención a los factores exógenos no controlables por el inversor, por ejemplo el costo de adquisición del producto, también algún cambio que pudiera surgir en el porcentaje de los derechos de exportación, reintegros o subas en alguno de los costos que no dependen de la voluntad del inversor.

CONCLUSIONES

Realizado el presente trabajo de investigación se puede afirmar que existe una gran demanda de maní confitería a nivel mundial y que aunque esta haya caído unos puntos porcentuales en los últimos años, tal situación no representa problema alguno para la Argentina ya que sus principales competidores (China y Estados Unidos) han aumentado considerablemente su consumo interno, lo que genera una situación ventajosa para la Argentina ya que estaría en condiciones de apropiarse de mercados demandantes. Esto último debido a la escasa y casi nula demanda interna de maní dentro de la Argentina que permite que casi el total de la producción se destine a la exportación.

Como se mencionó anteriormente, el maní confitería en su variedad Alto Oleico es un producto que se encuadra dentro de los nuevos hábitos de consumo, ya que es un alimento sano que puede ser consumido bajo diversas formas y en todos los horarios. Además, es un producto buscado por las industrias de todo el mundo por su mayor tiempo de oxidación, lo que permite mayor durabilidad y por consiguiente de las preparaciones que lo contengan.

Otra de las ventajas de esta variedad es que es relativamente nueva a nivel mundial y no ha sido totalmente desarrollada para la comercialización en algunos países que compiten con la Argentina en otras variedades, situación que genera que la Argentina esté preparada para suplir la demanda creciente de esta variedad antes que sus competidores más próximos.

En términos del sector industrial, el análisis permite visualizar que las plantas procesadoras ya instaladas han hecho, a lo largo de los años, un gran trabajo de tecnificación que ha permitido mejores rendimientos o aprovechamiento de la producción. También se percibe que los productores han sufrido el proceso, generado por la industria, de la integración vertical hacia atrás y es ahora ésta la que programa las siembras, las variedades a sembrar, las cosechas, etcétera. Se presenta entonces un sector muy fuerte, especialmente en la zona de Córdoba, donde las empresas se han agrupado y han fortalecido el cluster, lo que ha permitido su especialización y crecimiento.

Por su parte, México, como mercado de destino escogido ha demostrado ser una plaza con un consumo creciente de maní confitería e interesado por las nuevas variedades

saludables, libres de hongos y de mayor calidad, ya que es un gran consumidor de snack e interesado por los nuevos hábitos de consumo que promueven una mejor calidad de vida.

Al ser Estados Unidos uno de sus principales proveedores de maní confitería de México y al haber incrementado éste su consumo interno, ha dejado una porción de mercado sin satisfacer, donde la Argentina puede aprovechar para participar. La calidad del maní argentino le posibilitaría ganar cuota de mercado para expandirse, afianzarse y crear fidelidad.

En cuanto a la rentabilidad del proyecto, el desarrollo del plan de negocios y el consiguiente flujo de fondos, arrojan un resultado positivo para el período analizado, del cual se puede inferir que es una inversión conveniente de realizar ante la mejor opción disponible y que dicho resultado sería mayor en caso de que se decidiera continuar el proyecto.

Cómo se mencionó anteriormente, si bien en el proyecto se plantean seis envíos anuales, debido a la coyuntura mundial del sector existen posibilidades de ampliar los envíos una vez que el producto sea conocido en destino.

Por último, el presente trabajo deja plasmada la aceptación de la hipótesis planteada, dando como resultado la corroboración de que una buena gestión de la información, un seguimiento exhaustivo de los procesos de análisis referidos a la actividad a realizar conducen a concretar operaciones exitosas, generando rentabilidades deseadas y con amplios horizontes de crecimiento.

Fuentes de información

1 Fuentes primarias

- Entrevista realizada a la señorita Mariana Peroni, ingeniera química, febrero de 2011.
- Entrevista realizada al señor Ariel Zucotti, licenciado en comercio internacional y forwarder, abril de 2011.
- Entrevista a la señorita Cecilia Lucero, despachante de aduana de la empresa Global S.A., Córdoba, abril y mayo de 2011.

2 Fuentes secundarias

2.1 Bibliografía

- PORTER, Michael E. Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México. Compañía Editorial Continental, 2001.
- HAX, Arnaldo. Estrategias para el liderazgo competitivo: de la visión a los resultados. Barcelona Editorial Granica, 1997.
- FRATALOCCHI, Aldo. Cómo exportar e importar. Buenos Aires. Editorial Cangallo, 1991.
- CANDIOTI, Eduardo M. Administración financiera a base de recetas caseras. Entre Ríos, Editorial de la Universidad Adventista del Plata, 1996.

2.2 Páginas de internet visitadas

- Cámara Argentina del Maní, www.camaradelmani.com.ar
- Bolsa de cereales de Córdoba, www.bccba.com.ar

- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), www.senasa.gov.ar
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), www.inta.gov.ar
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA), www.sagpya.mecon.gov.ar
- Criadero el Carmen, www.criaderoelcarmen.com.ar
- Aduana Argentina, www.aduanaargentina.com
- Administración Federal de Ingresos Públicos, (AFIP) www.afip.gov.ar
- Agencia ProCórdoba, www.procordoba.org
- Fundación ProMendoza, www.promendoza.com
- Embajada de México en Argentina, www.embamex.int.ar
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, www.usda.gov
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), www.aladi.org
- Secretaría de Economía de México, www.economia.gob.mx
- Secretaría de Comunicaciones y Transporte de México, www.sct.gob.mx
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (SIAP- SAGARPA), www.siap.sagarpa.gob.mx
- Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) de México, www.canacindra.mx
- Ministerio de Turismo de México, www.portal.sre.gob.mx
- Organización Mundial del Comercio, www.wto.org
- Banco Mundial, www.bancomundial.org
- Fondo Monetario Internacional, www.imf.org

DETALLE DE GRÁFICOS

Número	Detalle	Página
GRÁFICO N° 1	Mundo: principales oleaginosas producidas (2008/09) (porcentaje)	13
GRÁFICO N° 2	Mundo: producción, consumo e inventario final de maní (millones de toneladas)	14
GRÁFICO N° 3	Mundo: principales productores y consumidores de maní (2008/09) (millones de toneladas)	15
GRÁFICO N° 4	Mundo: principales exportadores de maní (2008/09) (porcentaje)	17
GRÁFICO N° 5	Mundo: principales importadores de maní (2008/09) (porcentaje)	17
GRÁFICO N° 6	Córdoba: participación relativa de los departamentos en producción de maní (2009/10) (porcentaje)	34
GRÁFICO N° 7	México: producción y rendimiento de maní (miles de toneladas)	70
GRÁFICO N° 8	México: principales estados productores de maní (2008) (porcentaje)	71
GRÁFICO N° 9	México: origen del maní importado (2008/09) (en toneladas)	73

DETALLE DE CUADROS

Número	Detalle	Página
CUADRO N° 1	Mundo: producción, consumo y comercio de maní (millones de toneladas)	13
CUADRO N° 2	China: evolución de la producción de maní (1978/05) (miles de toneladas)	20
CUADRO N° 3	China: exportaciones totales de maní y subproductos (2005/06) (en USD)	24

CUADRO N° 4	China: destino de las exportaciones de maní y subproductos (2005/06) (en USD)	25
CUADRO N° 5	Córdoba: estimación del rendimiento del maní en caja (qq/ha)	33
CUADRO N° 6	Córdoba: listado de plantas procesadoras de maní confitería	35
CUADRO N° 7	México: producción de maní (2000/08) (en toneladas)	69
CUADRO N° 8	México: consumo y comercio exterior del maní (en toneladas)	71
CUADRO N° 9	Costos logísticos de la operación	92
CUADRO N° 10	Cálculo del costo	93
CUADRO N° 11	Inversión inicial	94
CUADRO N° 12	Cálculo del precio de exportación en dólares	95
CUADRO N° 13	Flujo de fondos proyectado	97
CUADRO N° 14	Análisis de sensibilidad, variable: tasa de descuento	98
CUADRO N° 15	Análisis de sensibilidad, variable: rentabilidad pretendida	98
CUADRO N° 16	Comparación TIR y tasa de descuento	99

DETALLE DE MAPAS

Número	Detalle	Página
MAPA N° 1	China: principales zonas productoras de maní	19
MAPA N° 2	Córdoba: localización de la cadena y distribución de la producción (qq/ha)	34

DETALLE DE DIAGRAMAS

Número	Detalle	Página
DIAGRAMA N° 1	Diagrama de las cinco fuerzas competitivas de Porter en el sector industrial	36
DIAGRAMA N° 2	Argentina: calendario de siembra y cosecha del maní	50
DIAGRAMA N° 3	Proceso industrial del maní	60

DETALLE DE IMAGENES

Número	Detalle	Página
IMAGEN N° 1	Ciclo reproductivo del maní	48
IMAGEN N° 2	Bandera de México	64