



MANÍ

La producción mundial de maní ronda las 45,5 millones de toneladas (2017/18) según datos del USDA. Históricamente, ha presentado una marcada concentración en tanto China suma el 40% del total de la producción a nivel mundial, porcentaje que se ha mantenido a lo largo de los años. Seguido por India representando el 16% de la producción mundial.

China ha conseguido posicionarse como primer productor aprovechando sus ventajas comparativas en términos de condiciones de suelos y zonas productivas, rendimientos y mano de obra. Sin embargo, el sector se encuentra muy atomizado a nivel local y se ha atrasado en tecnología y calidad a diferencia de otros países productores.

En paralelo, Estados Unidos enfrenta costos elevados de producción pero prevalecen las políticas de ayuda interna en forma de subsidios, compensaciones, préstamos y desembolsos contracíclicos, lo que le ha permitido competir con un diferencial de precios considerable. Asimismo se destacan África (particularmente Nigeria), Estados Unidos, Asia y Argentina.

Del total producido a nivel mundial sólo se comercializa un 8% del maní crudo, fundamentalmente porque la mayoría de los países productores son a su vez importantes consumidores y procesadores de maní. El procesamiento abarca desde el tratamiento con temperatura para eliminar la piel, luego comercializado como maní sin cáscara o confitería, hasta aceite de maní, pellets, maní en conserva o bien avanzando en la cadena como snacks, pasta de maní, maní con chocolate, y otros productos de confitería.

La oferta de China en particular se caracteriza por su inestabilidad por la necesidad de satisfacer su demanda de consumo local.

China consume el 40% del total a nivel mundial, seguido por India con un 13% y por Nigeria con un 7% del total. El principal producto comercializado por el sector a nivel mundial es el maní sin cáscara. El principal país exportador es India, seguido por Estados Unidos y por Argentina en tercer lugar. Los primeros 5 exportadores (India, Estados Unidos, Argentina, Brasil y China) conforman el 85% del total



comercializado a nivel mundial.

El 29% de las importaciones mundiales de maní sin cáscara corresponden a la Unión Europea. Su demanda se caracteriza por las elevadas exigencias en términos de calidad y sanidad y el producto se destina fundamentalmente como materia prima para la elaboración de snacks y/o golosinas o bien se fracciona para consumo minorista. Su principal proveedor es Argentina, que ha logrado a lo largo de los años cumplir con los elevados estándares de calidad y salubridad que exige este mercado.

La demanda mundial de maní sin cáscara se encuentra bastante atomizada. Entre otros países consumidores, se destacan también México, Rusia, Canadá, Argelia, Tailandia, Sudáfrica, Malasia.

El segundo producto en importancia para el sector es el maní elaborado, es decir, preparado o en conserva. El principal exportador es Argentina, con 42% del total exportado a nivel mundial. Estados Unidos nuclea el 11,4% de las compras mundiales de maní preparado o en conserva, seguido con un porcentaje similar (11,3%) por Japón, por Corea (7%) y por Canadá (7%).

Por otro lado, China es un importante consumidor de aceite de maní. Su principal proveedor es Argentina, principal exportador, con 44% del volumen total comercializado a nivel mundial. El 50% del mercado de aceite de maní en bruto lo nuclea China, seguido por la UE con un 31% del mismo y por Estados Unidos con un 12%.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Favorables condiciones agroecológicas para la producción primaria, fundamentalmente en Córdoba (clúster manisero).
- Actividad asociada a una economía regional. Coordinación entre la producción primaria, la industria y el sector exportador. (clúster manisero)



- Cámara Argentina del Maní, que nuclea distintos actores de la cadena. No solo en la producción y comercialización sino también en la investigación (en conjunto con la Fundación Maní Argentino).
- Integración de la cadena con organismos públicos y autoridades de aplicación (INTA, SENASA, Pro Córdoba, entre otros).
- Los rendimientos en el complejo del maní se incrementaron considerablemente a lo largo de las últimas décadas.
- Buena infraestructura, con inversiones constantes a lo largo de los años.
- Fuerte posicionamiento del maní argentino y subproductos en el mundo.
- Consolidación como proveedor en un mercado como la UE, con elevados estándares de calidad y salubridad, lo que posibilita el acceso a otros mercados.
- Implementación de sistemas de certificación que incluyen BPA, BPM, HCCP, ISO, control de laboratorios y procedimientos para el etiquetado y exportación.
- El sector se diversificó en términos de mercados: más de 80 destinos.
- Constante inversión en I+D. Desarrollo y mejoramiento de semillas. Know-how y especialización en la producción, industrialización y comercialización.
- Producto de buena calidad: alto oleico. El resto de países productores no cuentan con maní alto oleico.
- Concientización, desarrollo e implementación de técnicas promoviendo la sustentabilidad en todo el sector.

OPORTUNIDADES

- La mayoría de los productores de maní a nivel mundial son también importantes consumidores, lo que no ocurre en Argentina, por lo que cuenta con un margen considerable para la exportación en comparación con la competencia.
- El mercado mundial del maní evoluciona hacia el maní confitería en detrimento de los derivados como el aceite y pellets. En este punto Argentina posee una fortaleza, con relaciones comerciales consolidadas y, a su vez, oportunidades en mercados nacientes.



- Posibilidad de agregar más valor en origen ante las variantes de consumo potenciales desarrollándose en el mundo, como snacks, frutos secos, productos de confitería como chocolate, entre otros.
- Cupos tarifarios que otorga Estados Unidos y no se cumplen en su totalidad (maní confitería y pasta de maní).
- Aumento de la demanda de países asiáticos, donde si bien China e India son más competitivos que Argentina, su oferta como señalamos es volátil ya que se encuentra atada al consumo interno. Ej.: Filipinas, Malasia, Sri Lanka, entre otros.
- La Unión Europea (principal mercado para Argentina) registra un crecimiento sostenido de su demanda en el tiempo y a su vez su consumo se caracteriza por adaptarse a tendencias en el valor agregado de alimentos, una oportunidad para el desarrollo continuo del sector.
- Argentina ya tiene mercados en Asia: China, Japón, Filipinas, lo que puede significar una entrada para otros asiáticos en desarrollo.
- Oportunidades en África, ya que Nigeria no exporta. Particularmente: Argelia, Sudáfrica, donde Argentina ya posee alguna participación.
- Oportunidades en Medio Oriente: Turquía, Líbano, Arabia Saudita, entre otros, donde Argentina ya posee alguna participación.

DEBILIDADES

- Servicios de exportación deficitarios en el interior. Necesidad de revisión de los recursos de Aduana, SENASA, en relación a la demanda.
- Bajo consumo interno. Poco conocimiento de las propiedades del maní (bajo en materia grasa y a la vez rico en omega 9 y omega 6)¹.
- Cupo tarifario para pasta de maní que otorga Estados Unidos a Argentina de 3.650 toneladas y no llega a cumplirse en su totalidad. En 2017 se cumplió con el 28% de la misma².

¹ Según Fundación Maní Argentino.

² Fuente: SSMA



- Cupo tarifario para maní confitería que otorga Estados Unidos a Argentina de 43.901 toneladas anuales y no llega a cumplirse en su totalidad dado que depende de la producción propia de Estados Unidos. En la campaña 2017-2018 se llegó a cumplir el 31% de la misma³.

AMENAZAS

- Subsidios a la producción en Estados Unidos (Farm Bill 2018). Discrecionalidad en las políticas comerciales y de ayuda interna, a través de la implementación de políticas de incentivo a la producción local y restricciones comerciales de tipo no arancelario.
- Competencia China (aunque volátil por la necesidad de satisfacer la demanda de consumo local y de menor calidad).
- Competencia India. Aunque también depende de su demanda interna para consumo.
- Enfermedad del carbón del maní, de difícil control y provoca pérdidas en los rindes del 30% o más. Durante 2018 las mayores pérdidas se dieron en la zona norte de Córdoba.

³ Fuente: SSMA