

Luis Pagani es uno de los más exitosos empresarios de la industria alimenticia. En este artículo, remarca el potencial de la agroindustria y propone una política que permita el crecimiento de las exportaciones con valor agregado, que significan más divisas y empleo en el país. Pagani es también presidente de la Asociación Empresaria Argentina.

La historia del desarrollo económico argentino, pero también el presente, están fuertemente ligados al desempeño agroindustrial del país. Desde nuestros orígenes como Nación, el campo ha sido el centro de la actividad económica nacional, aunque no siempre ha recibido la atención que ese rol protagónico requiere.

A pesar de su excesiva dependencia del agro, la Argentina no ha implementado políticas públicas definidas y perdurables para el sector agroindustrial. Es claro que la actividad primaria ya no puede ser la locomotora del desarrollo como lo fue en el pasado. Los notables avances tecnológicos que caracterizaron al siglo pasado mejoraron notablemente la competitividad del sector agropecuario y permitieron la incorporación de nuevos países competidores que hasta hace apenas unos años tenían un potencial agrícola poco relevante.

En mi opinión, la Argentina debiera dejar de lado cuanto antes su posición de productor y exportador de bienes primarios para transformarse en una economía capaz de elaborar y ofrecer al mundo productos agroindustriales con alto valor agregado, que esté en condiciones de competir a nivel internacional en los mercados más exigentes. La experiencia nos muestra que la dependencia casi exclusiva de las exportaciones de commodities agropecuarios no es suficiente para poner en marcha un modelo de desarrollo sostenido capaz de generar empleos productivos. En cambio, mediante la creación de las condiciones apropiadas, es posible pensar en el surgimiento de nuevos emprendimientos agroindustriales que incorporen mano de obra al proceso productivo.

Estoy convencido de que para ello es necesario coordinar esfuerzos desde los sectores público y privado. La participación pública es esencial, por ejemplo, para alentar la creación de carreras que aseguren una formación de excelencia. Actualmente existen dificultades para cubrir determinadas posiciones en la industria, por lo que la cooperación Empresa-Estado es fundamental para avanzar en la puesta en marcha de programas de educación técnica que permitan suplir paulatinamente estas carencias.

El sector privado, por su parte, debe asumir el compromiso de apoyar la inversión en investigación y desarrollo de conocimientos aplicables a las actividades productivas, con especial énfasis en el sector agroalimentario.

La exportación de valor agregado es, a mi entender, una de las claves para generar empleo y divisas. Para mencionar sólo un ejemplo, el precio de la tonelada de maíz para exportación es de unos 85 dólares. Si, en cambio, exportamos productos procesados derivados del maíz, los precios se incrementarán notablemente y oscilarán entre los 200 y los 600 dólares por tonelada.

Por ejemplo, el constante crecimiento a nivel mundial del mercado de alimentos orgánicos puede significar para la Argentina una posibilidad muy concreta para posicionarse como un proveedor calificado de productos naturales. Esta alternativa necesita ir acompañada por una legislación clara, en los ámbitos local e internacional, que brinde seguridad al consumidor sobre la calidad y origen de los alimentos, pero que no constituya una barrera sanitaria o paraarancelaria que dificulte el acceso de nuestros productos a otros países.

A pesar de las dificultades internas y de las trabas que se nos presentan en algunos mercados, la Argentina ha demostrado ser un país competitivo en materia agroindustrial. Hoy, el contexto regional e internacional nos ofrece una buena oportunidad para mejorar esa competitividad mediante la negociación de acuerdos comerciales convenientes para nuestros productos.

Las negociaciones a nivel hemisférico, con la Unión Europea o con la India, por mencionar sólo algunas, constituyen una ocasión inmejorable para dejar a nuestra oferta exportable agroalimentaria en una posición beneficiosa para competir en nuevos mercados y consolidar los más tradicionales.

En esta misma línea, es importante comenzar a reducir en forma gradual las retenciones a las exportaciones hasta su eliminación definitiva. Se trata de impuestos distorsivos que le restan competitividad a nuestros productos, especialmente a aquellos que por no ser commodities deben competir en otros mercados con marcas reconocidas internacionalmente.

Estoy seguro de que, en un mundo cada vez más competitivo, las empresas necesitan crear marcas que las diferencien de sus competidores para asegurarse un lugar de privilegio entre las preferencias de sus clientes. En este sentido, la inversión en investigación y desarrollo de conocimientos aplicables a las actividades productivas y la actualización tecnológica son una necesidad impostergable para continuar agregando valor a nuestra producción. Es hora de que los argentinos comencemos a trabajar con decisión para instalar nuestras marcas en otros mercados y, lo que es más importante aún, para que la misma palabra Argentina adquiera un valor de marca.

Esto se hace mucho más necesario aún en el sector agroindustrial, en el que somos naturalmente muy competitivos y podemos acceder, por precio y calidad, a los mercados más maduros y exigentes. Este es un momento propicio para que el mundo comience a identificar a nuestro país por la calidad de sus productos y de sus marcas, y no tan sólo por los commodities agropecuarios que podemos exportar. Para ello necesitamos políticas consistentes y duraderas.

Tras años de trabajo, los países pioneros en esta materia han sabido asociar sus nombres a las marcas de sus empresas más reconocidas, o bien de sus productos con valor agregado que más los distinguen. Según los resultados de un estudio reciente hecho en una prestigiosa escuela de negocios de Brasil, la gran mayoría de sus estudiantes no pudo mencionar ni siquiera una marca argentina. Revertir cuanto antes esta situación es un desafío enorme que los argentinos tenemos por delante, a fin de generar nuevas oportunidades de negocios para nuestra producción agroindustrial e impulsar así la creación de puestos de trabajo cada vez más calificados.

Luis Pagani Presidente de Arcor y de la Asociación Empresaria Argentina