

INFORME DE MERCADO



Setiembre de 2014

Ec. María Noel Sanguinetti*

Gerente General Asociación Cultivadores de Arroz

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente la revista arroz dedica sus primeras páginas al análisis del mercado del arroz. Esto se debe a la importancia que tiene el mismo, en particular para el sector arrocerero uruguayo que exporta más del 95% de su producción y que se destaca por los precios y destinos de sus exportaciones. Dado que ya hace unos años los precios internacionales a los que vende arroz Uruguay se vienen manteniendo y las perspectivas de posibles mejoras no están a la vista, el análisis de mercado y la segmentación son temas que cobran relevancia.

¿POR QUÉ EL ANÁLISIS DE MERCADO?

El estudio de mercado nos permite profundizar cuál es la respuesta del mercado ante un determinado producto a los efectos de poder definir cuál es la estrategia de comercialización más adecuada. El mercado es un concepto que se puede definir como aquel espacio (teórico) donde se realizan los intercambios y por este motivo está definido por la oferta y la demanda que terminan definiendo un determinado precio y cantidad transada. Muchas veces en sentido amplio lo vemos como el conjunto de compradores o vendedores de un determinado servicio.

En el mercado existe una gran cantidad de productos similares o en apariencias similares, producidas por distintas empresas. Pero ¿por qué los productos de unas empresas o de algunos tienen más éxito que los de otras? Y ¿cuál es la causa de que unas empresas vendan más que

otras? ¿Cómo se logra acceder a determinados mercados? ¿Cómo podemos mejorar en precio? ¿Qué características valoran los potenciales clientes? ¿Dónde tenemos potenciales clientes? ¿Cómo podemos vender a mejores precios? ¿Cómo hacemos para entrar en determinados mercados? Para poder analizar estas interrogantes es necesario profundizar en cada uno de estos elementos, en particular nos interesa aplicarlo para el caso del arroz.

Sobre cuatro conceptos básicos es que debemos profundizar nuestro análisis. En primer lugar, definiremos el producto; luego, el precio y por último, a quién y cómo se le ofrecerá. También debemos conocer los productos

Elementos básicos del mercado.



similares que existen en el mercado: su precio, sus características, entre otros. Las conclusiones que obtengamos del análisis de estos elementos nos permitirán conocer las posibilidades de nuestro producto y elaborar una adecuada estrategia comercial, lo que implica tener claridad sobre cual es nuestra realidad, la de los potenciales y actuales mercados, nuestros competidores y cuáles serán las acciones a llevar adelante para el logro de determinados resultados.

Los logros ya alcanzados por el sector uruguayo en cuando al producto, mercados, precios y colocaciones se han basado en parte en estos conceptos y en toda una cadena orientada a estos objetivos. En momento donde los números aprietan es necesario reforzar en todos los niveles la lupa, en búsqueda de mejorar la realidad del sector. Es por esto que nos dedicamos a poner en análisis estos conceptos que son tan importantes en la búsqueda de mejorar la ecuación de ingresos y gastos.

¿POR QUÉ UN ENFOQUE ESTRATÉGICO?

El marketing estratégico trata de conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado po-

tenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar al sector o empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados. Las empresas, en función de sus recursos y capacidades, deberán plantearse las estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y conseguir ventajas respecto a la competencia. De esta forma en el mundo actual, en particular en los negocios internacionales, el marketing estratégico es indispensable para que el sector pueda no solo sobrevivir, sino posicionarse y mantenerse en un lugar destacado en el futuro.

Definir una estrategia de marketing supone el análisis y selección de los mercados a servir, la definición de los objetivos a alcanzar y la combinación de los instrumentos de marketing (producto, precio, distribución y promoción) para alcanzar los objetivos propuestos.

En este marco el desarrollo de herramientas de análisis y de gestión son fundamentales. La herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva, es el plan de marketing. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes opciones a llevar adelante para alcanzar el conjunto de objetivos que se han marcado. Disponer de un plan de marketing nos aporta una claridad respecto al futuro ya

TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN AL PRECIO DE GENERACIONES ANTERIORES.



▶ PLAN ZAFRA DE LUBRICANTES CHEVRON TEXACO, toda la calidad del mundo para el agro y el transporte a precios muy especiales.



**LÍNEA
PREMIUM**

URSA PREMIUM TDX 15W/40 → Balde 20 litros → \$ 2.810
URSA PREMIUM TDX 15W/40 → Tambor 200 litros → \$ 26.250

TDH OIL / CHEVRON 1000 THF → Balde 18,93 litros → \$ 2.660
TDH OIL / CHEVRON 1000 THF → Tambor 208 litros → \$ 27.300

RANDO HD 68 → Balde 18,93 litros → \$ 2.310
RANDO HD 68 → Tambor 200 litros → \$ 22.710



**LÍNEA
ESPECIAL**

CHEVRON HIDRAULIC OIL AW 68 → Balde 18,93 litros → \$ 2.140
CHEVRON HIDRAULIC OIL AW 68 → Tambor 208 litros → \$ 21.610

CHEVRON TRACTOR FLUID → Balde 18,93 litros → \$ 2.470
CHEVRON TRACTOR FLUID → Tambor 208 litros → \$ 25.460

Promoción válida desde el 1° de setiembre al 30 de noviembre del 2014 y/o hasta agotar stock. Precios por envase IVA incluido. En venta en la red de estaciones ANCAP y distribuidores autorizados.

que nos proporciona una visión clara el objetivo final, del estado de situaciones y de las acciones necesarias para llegar a él, cuantificando metas, resultados, etc.

Un abordaje muy desarrollado es el de las 4P que determina la interrelación entre los 4 conceptos fundamentales que son producto, precio, distribución y promoción (concepto que viene del inglés (product, price, place y promotion) y a partir de este abordaje se pueden definir acciones a futuro y los posibles escenarios.

COMENTARIOS FINALES

Nos interesó detenernos en estos conceptos ya que tenemos “que afinar el lápiz”. La realidad del sector nos obliga a profundizar en todos los números, donde uno de los aspectos claves tiene que ver con los mercados externos y la competitividad. El trabajo de los mercados es interminable y nos obliga profundizar en información, conocimiento y búsqueda de alternativas. Para los logros ya alcanzados tanto mantenerlos como mejorar nos obliga a innovar, ser creativos y reforzar los grados de profesionalización a los efectos de poder lograr precios, colocaciones, obtención de determinados segmentos, diferenciación y todo esto para una visión de futuro. De los mercados externos, de los precios alcanzados, de la diferenciación e nuestros producción y de las estrategias de promoción y comercialización, además de las innovaciones a nivel de la producción, calidad del grano, políticas públicas de promoción del sector entre otros, depende el futuro y continuidad del sector.

Tenemos que avanzar en el análisis y estudios de mercados claves como lo es Centro América, que son potenciales consumidores de nuestro producto y potenciales compradores de nuestro arroz, profundizar en las características de estos potenciales compradores, la realidad institucional y la competencia. Revisemos la agenda de análisis para revisar y concretar una estrategia.

SITUACIÓN ACTUAL

Estamos por comenzar una nueva siembra y las incertidumbres son muchas. En términos generales los productores están preocupados por los altos costos de producción que obligan a tener rendimientos exageradamente altos para poder sacar algunas bolsas de ganancia. Por otra parte, también preocupan las exportaciones y los mercados internacionales ya que de ellos dependen mejorar esta relación ingresos costos.

La decisión de siembra no es fácil. Y entre los costos, la dificultad de mejorar los precios de exportación, así como el clima, la realidad del productor se hace cada vez más difícil de sobrellevar.

¿Qué pasa a nivel de los mercados mundiales? ¿Qué nos dicen los principales pronósticos respecto a la producción y al comercio mundial?

En su informe de septiembre sobre las perspectivas del mercado mundial del arroz, para 2014-2015, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA) pronostica que la producción mundial de arroz elaborado será de alrededor de 477 millones de toneladas. Este pronóstico estima que la producción mundial del grano estará levemente por encima de las toneladas alcanzadas en 2013-2014 que fueron estimadas en 476.1 millones.

El aumento de la producción mundial estimada se explica a partir de un aumento en el área sembrada. En concreto el organismo estadounidense estima que la superficie mundial cultivada de arroz será de alrededor de 161 millones de hectáreas en 2014-2015, que determina un incremento levemente por encima de la del año pasado. El aumento se debe al incremento previsto de la superficie cultivada de arroz en Camboya, China, Indonesia, Filipinas y EE.UU.

En términos de los rendimientos esperados a nivel mundial se pronostica que el rendimiento mundial promedio del arroz será de 4.42 toneladas por hectárea (sobre una base de arroz en cáscara), casi sin cambios respecto al año pasado. Este rendimiento casi sin cambios muestra algunas heterogeneidades entre regiones. En concreto se espera que la producción de arroz sea más baja este año en los Estados Unidos, Corea del Norte y Corea del Sur, así como en la Unión Europea, debido a las condiciones meteorológicas adversas. Pero a pesar de la caída de producción en estos países que se destacan puede que otros compensen con un aumento en la producción. Entre los países que podrían aumentar su nivel de producción se encuentra Australia, Guyana y Cuba.

En lo que refiere al consumo de arroz se estima que consumo mundial del grano y el uso residual serán de 481.8 millones de toneladas, un aumento del 1% en comparación con el año pasado. Los principales incrementos se re-



Ciclo "El Niño"



gistrarán probablemente en Bangladesh, Birmania, China, India, Indonesia, las Filipinas y EE.UU.

INCERTIDUMBRE Y AÑO NIÑO

La amenaza de El Niño influye en los niveles de incertidumbre, ya que el impacto de esta anomalía meteorológica dependerá en gran manera del momento en que se produzca y de su intensidad. Por ejemplo, si El Niño se produjera en el último trimestre del año tendría efec-

tos limitados en las cosechas principales de arroz de 2014, que ya se habrían recogido. Las consecuencias serían más graves para las cosechas secundarias de 2014 en los países del hemisferio norte y las primeras cosechas de 2015 en los del hemisferio sur, que se plantarán a fines de 2014 o en la primera parte de 2015. Aun con esta advertencia, las perspectivas para la temporada de 2014 ya se habían visto afectadas por la llegada lenta de las lluvias estacionales, cuyos resultados serán particularmente decisivos en los meses venideros. Aunque la situación mundial ha cambiado poco desde abril, a escala nacional las perspectivas para

la producción en 2014 han estado sujetas a variaciones importantes. En particular, las perspectivas empeoraron para la India, Indonesia, Filipinas y Sri Lanka, pero también para la Argentina, Australia, el Brasil, Colombia, el Ecuador y el Senegal, debido, en la mayoría de los casos, a la sequía y a las precipitaciones intempestivas. En cambio, la FAO aumentó sus pronósticos para las cosechas en China (continental), pero también en Bangladesh, Camboya, el Chad, Egipto, el Iraq, la República Democrática Popular



SU CONFIANZA ES
NUESTRO MAYOR LOGRO



Montevideo
Plaza Independencia 812 / Piso 3
Tel: +598 2908 0374

Rio Branco
Cno. Los Saladeros s/n
Tel: +598 4675 2036 / 2874

José Pedro Varela
Gral. Artigas s/n
Tel: +598 4455 9014 / 9247

Artigas
Ruta 30 km 134.5
Tel: +598 4772 9230

Lao, Malí, Myanmar, el Pakistán, el Perú, la Federación de Rusia, Sierra Leona, la República Unida de Tanzania y Viet Nam.

¿Qué pasa con Centroamérica y el arroz? Existen oportunidades en estos mercados?

A diferencia de nuestro país, los países centroamericanos consumen entre 60 y 70 kg gramos de arroz per cápita por año. Este se constituye en uno de los principales componentes de la canasta alimenticia de la población en todos los estratos socioeconómicos. En general tienen importantes problemas a nivel productivo dado los sistemas de cultivo y los bajos rendimientos a los que se suma importantes sistemas de subsidios y protecciones a estos sectores.

Programas públicos y clima. El dilema del arroz y la intervención pública.

Recientemente en muchos de estos países se viene discutiendo la existencia de estas intervenciones y subsidios habiendo posiciones a favor y en contra de las tendencias e intentos de eliminación y disminución de estos programas públicos. El tema en casi todos los casos se ha transformado en un problema político relevante y en general, las tendencias a la reducción de estos programas se han visto frenadas dados los rechazos a estas medidas por parte de importantes sectores de estos países.

Por otra parte, tanto a nivel académico como de parte de la opinión pública se atribuye los problemas de productividad de estos sectores a la existencia de estos tipos de programas que generan importantes distorsiones a nivel de la productividad y competencia. A su vez, dichos programas tienen conflicto con los acuerdos fijados en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). La realidad es compleja y tiene diferentes perspectivas y se ha visto agravada por los recientes fenómenos climáticos en la región que han llevado a una caída de los rendimientos.

Según cifras del Centro Francés de Investigación Agrícola

para el Desarrollo Internacional (Cirad)**, en los últimos 20 años, "...el consumo de arroz se ha duplicado en la región, mientras que la producción apenas reporta un crecimiento del 40% y los rendimientos por hectárea son muy bajos". En términos generales es posible afirmar que "la poca competitividad del sector ha provocado una caída en las áreas sembradas frente a otros cultivos más rentables". Estiman que el bajo rendimiento de las hectáreas sembradas y la preferencia por otros cultivos más rentables generarán un aumento sostenido en la importación de arroz en Centroamérica.

Algunas realidades recientes a comentar. A modo de ejemplo.

PANAMÁ

En este mes de setiembre Panamá tras una ardua de negociación, acordó que el agricultor recibirá \$24,50 por quintal de arroz (equivalente a U\$S 27.44/bolsa de arroz seco y limpio). Los molineros le comprarán al productor el quintal del grano húmedo en cáscara a \$17 y el Gobierno subsidiará los \$7.50 restantes. Aunque los productores aspiraban a \$27 el quintal, el precio pactado es bueno porque es el más alto pagado en los últimos 10 años. Todavía no se ha definido cómo será el mecanismo de pago del subsidio, pero los arroceros esperan que sea en un plazo no mayor a 30 días. El precio, aspectos climáticos y la falta de financiamiento ocasionarán que no se logre la meta de sembrar 67 mil hectáreas de arroz en la cosecha actual. Sin embargo, el jerarca de la Asociación de Productores de Arroz de Chiriquí (Apach), Carlos Santanach, dijo que en el mercado local no habrá desabastecimiento de arroz y además se encuentra en curso la nueva cosecha. En el último inventario realizado en la primera semana del mes de agosto se contabilizó en los molinos y supermercados la existencia de 1,4 millones de quintales, lo que asegura el consumo local por unos tres meses, más lo que produzca la actual cosecha informan los medios de prensa locales.

No obstante, Santanach explicó que existe la posibilidad de que el sector no llegue a la meta de sembrar 67 mil hectáreas, a causa del problema en los precios, aspectos del clima y financiamiento. En el país no hay seguridad respecto a la superficie ya que todo indica que va a ser difícil que se llegue al área de cultivo programada. Se está hablando de una posible importación de arroz hasta febrero próximo que es cuando se realizará un nuevo inventario. "Hay suficiente arroz y en el campo en estos momentos". En caso de no resolverse este problema, las consecuencias podrían empezar a sentirse. El país podría dejar de sembrar aproximadamente 20.000 hectáreas,



afirmaron fuentes cercanas al sector. Hay quienes opinan, fundamentalmente del lado de los productores y empresas de elaboración que hay un conjunto de temas que deberán seguir discutiéndose con el gobierno como el financiamiento, la utilización de sistema de riego, el reordenamiento de las importaciones y la adecuación de las tierras. Siendo el arroz un alimento de tanta importancia en este país, el riesgo de la falta de abastecimiento preocupa por sus impactos en el conjunto de la población.



COSTA RICA

En Costa Rica hubo un dilema que se suma a los debates y marchas y contramarchas en los programas de subsidios que se da por los temas climáticos y sus impactos respecto a los precios de arroz, en particular el precio de venta al consumidor final debido a la caída en la oferta y a la distorsión de precios. ¿Aumentará el precio del arroz frente a la crisis climática? Las opiniones son diversas y contrarias, pero los riegos de problemas a nivel del consumidor final son preocupantes.

Estas dos realidades, que son similares a las de otros países de la región muestran que los programas públicos de subsidios están en revisión y que a pesar de los intentos de modificación y como dijimos marchas y contramarchas, la realidad apremia y las consecuencias sobre la población

son relevantes. Desde nuestro sector tenemos que estar atentos a las posibles oportunidades que surjan y a las perspectivas futuras.

***Economista egresada de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República (FCEyA - UdelAR). Especialista en Marketing y Maestría en Marketing (FCEyA - UdelAR)**

**** El CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement, en francés: «centro de cooperación internacional en investigación agronómica para el desarrollo») es un establecimiento público de carácter industrial y comercial (EPIC) francés creado en 1984 y especializado en la investigación agronómica aplicada a las regiones cálidas.**

