

Lic. Juan F. Carreras

Economista - Universidad de Buenos Aires (UBA)-
CEO of Pulses Argentina, una firma de Brokerage de Buenos Aires,
Argentina, con 12 años de experiencia en el mercado.

e-mail. juan@pulses.com.ar
web. www.pulses.com.ar
Office tel. + 54 9 11 43946631
Cel. + 54 9 11 70379159



ENTREVISTA A FEDERICO AROSTEGUI; Arveja Argentina 2020/2021



En esta oportunidad vamos a entrevistar a Federico Arostegui, Gerente de Exportaciones de Uranga Trading, empresa relacionada con la firma Agro Uranga.

Agro Uranga es una empresa familiar tradicional Argentina y de gran trayectoria en el mercado de cereales y legumbres, fundada en 1857 por Ignacio Uranga, contando su familia con 163 años de trayectoria, siendo hoy una de las empresas más reconocidas que cuenta con dos importantes establecimientos rurales ubicados en la Prov de Córdoba y Santa Fe

En el año 2018 Agro Uranga se escinde y crea Uranga Trading, la firma esta conformada por los mismos accionistas. Fue creada con el fin principal de separar el negocio agrícola y productivo del negocio de compra, proceso y exportación. La firma tiene dos plantas propias, ambas zonas primarias aduaneras y autorizadas para exportar arveja a China.

JC: ¿Como viene la cosecha de Arvejas en Argentina? ¿El periodo de siembra y recolección fueron en las ventanas normales este año? Podría describir la situación climática de las principales zonas de producción?

FA: Este año fue un año muy complicado al inicio de la temporada por la falta de agua y posteriormente a causa de las heladas. La campaña 2019/2020 fue una campaña excelente para la ar-

veja, las calidades fueron muy buenas y el mercado se mantuvo muy firme, con gran demanda y por ese motivo la intención de siembra para la campaña 2020/2021 fue un 30% mayor. Los productores en ese sentido son muy tradicionales, si una campaña un producto es exitoso se repite la intención de cultivo del mismo.

Para 20/21 Se sembraron unas 65.000 hectáreas y se esperan unas 130.000 toneladas de producción, cuando en una campaña promedio la producción argentina es de 50.000 hectáreas y 70.000 toneladas promedio. El saldo exportable del ciclo se podría estimar en 80.000 TM. La siembra de arveja amarilla fue poco significativa esta campaña.

Si bien la campaña 20/21 comenzó mal, en los últimos 20 o 30 días del cultivo, que son los más importantes a nuestro criterio, el clima fue muy bueno, por lo tanto esperamos una buena temporada por lo menos en cuanto a calidad de grano.

JC: ¿Qué expectativas tienen en relación a calidades, tamaños, y calibres de arveja verde y amarilla este año? ¿Podrían comparar contra una campaña promedio Argentina?

FA: De momento no hemos cosechado, estamos iniciando en los próximos días los primeros procesos de trilla,



Federico Arostegui, Gerente de Exportaciones de Uranga Trading.

pero dado que la situación climática al final de la campaña fue muy buena, esperamos buenas calidades, tamaños grandes y un producto de buena calidad. Eso es lo que se esperaría, no obstante eso, vamos a ir viendo el producto a medida que vayamos cosechando.

JC: Agro Uranga ha sido uno de los impulsores para que Argentina logre la comercialización de arvejas con China. Una gran noticia para el país y especialmente para el sector. ¿Como ve la comercialización actual con china de arveja? ¿Que perspectiva ve a futuro de incremento de intercambio comercial con el gigante asiático?

FA: Nosotros venimos trabajando la intención de cooperar con China desde

el año 2012 cuando fuimos a la SIAL de Shanghai. Es claro que China es un mercado potencial por el volumen de negocios y su pujante economía en constante crecimiento. Fue por esta razón que nuestra empresa y algunos colegas exportadores, representados por nuestra Cámara de Legumbres (CLERA) incluso colaboramos financieramente para que la delegación del país asiático viniese a Argentina para negociar la exportación directa, tras mucho tiempo de negociaciones por vía institucional finalmente podemos exportar al gigante asiático, es una gran noticia.

Sin embargo consideramos de vital importancia para lograr el aprovechamiento del acuerdo comercial, que Argentina logre tener costos más competitivos incluyendo la eliminación de los de impuesto a las exportaciones, para poder hacer frente a los precios y términos que brindan otros países originadores de arveja fundamentalmente Canadá. Hoy en día con los mercados abiertos nos está impidiendo el ingreso de nuestro producto en forma masiva la falta de competitividad logística y los costos operativos de nuestro país.

JC: Este año Canadá tuvo una cosecha record en Arvejas Verdes, siendo la cosecha total de todos los tipos muy importante. Es decir por el lado de la oferta habría un volumen disponible bastante significativo, sin embargo los precios parecen estar firmes. ¿A que cree que se debe la sustentación de los precios en este contexto?.

FA: En nuestra opinión se debe a varios motivos, cuyo orden de importancia es difícil de medir, comenzando por la gran demanda de China, muy



estimulado por el diverso uso que se le dan a las legumbres en general, tienen a nuestro parecer una función no solamente para alimentación y consumo humano sino que además se ha abierto un gran mercado para alimentación de animales domésticos (pet food).

En el caso de la arveja la condición descrita se acentúa ya que se le agrega una fuente de proteína de origen vegetal de extraordinaria competitividad comparada con las restantes fuentes. Esta característica se evidencia cuando se analiza la alta correlación entre las curvas de precios de la arveja amarilla con la harina soja por ejemplo.

En nuestro país también funciona como reserva de valor, es decir, el productor en ocasiones prefiere estar posicionado en grano, incluso que posicionarse en dólar, pesos Argentinos

u otros activos, por lo tanto si bien este año hubo una buena cosecha en Canadá y Argentina, los precios domésticos se mantienen firmes.

El contexto actual frente al COVID.19 es un contexto de una gran incertidumbre, donde la economía global está muy volátil e incierta, las legumbres y cereales son productos perecederos pero de una gran fidelidad, es decir, pueden estar años almacenados y si los mismos están en un lugar apropiado conserva su vida útil por mucho tiempo, los alimentos secos son productos que en una coyuntura como la actual toman un valor diferencial ya que pueden ser utilizados para múltiples usos tales como consumo humano, para mascotas como perros y gatos, para animal feed (Ganado Vacuno, porcino, etc) y como reserva de valor. La mentalidad del productor es propia, y a veces se desprende de la opinión que maneja quienes analizan

el mercado internacional, los corredores o traders, por lo antedicho; es decir por la tenencia física del grano como reserva de valor.

JC: Como ve la demanda actual y dinámica (a mediano y largo plazo) de los mercados tradicionales para Argentina como Brasil, Centroamérica, Italia, Rusia y Oeste de África?

FA: Es difícil determinar que pasara en el futuro con los mercados. Cuando inicio el COVID.19 hubo un boom de demanda de países vecinos como Chile y también de muchos otros mercados.

Los precios se afirmaron y se exporto mucha mercadería, actualmente la demanda parece estar un poco mas aquietada. Creemos que también los mercados de



demanda están esperando a que el producto este disponible, esperando a ver como evolucionan los precios y a donde va el precio de equilibrio. La pregunta del millón es: el mundo quedara mas rico o mas pobre luego de la pandemia. Si se aceptara que la segunda opción es la que viene, se restringirá la capacidad de compra incluso de los alimentos?

JC: Si tuviera que dar una opinión sobre como viene la cosecha argentina en cuanto que diría?

FA: Nuestros clientes pueden esperar un buen producto para esta campaña. Comenzó mal pero luego se recupero, por lo que se espera un volumen igual o superior al del año pasado, con calidades y tamaños muy buenos o excelentes y precios firmes.

