

Informe de coyuntura

Sector oleaginoso argentino: Aceite de Girasol

Repercusión de la devaluación del peso argentino en las exportaciones de aceite de girasol.

Producción primaria e industrial

Dentro del sector oleaginoso se distinguen dos actividades: la producción de granos oleaginosos, la elaboración de aceites y subproductos. Las semillas oleaginosas son utilizadas por la industria para la extracción de aceites, mientras que los residuos constituyen subproductos utilizados con diferentes fines. Los aceites pueden destinarse a la alimentación humana (girasol, soja, maní, algodón) o para uso industrial (lino, tung, cártamo, jojoba). Los subproductos reciben el nombre de concentrados proteicos de origen vegetal que se destinan a la producción de alimentos balanceados para la ganadería.

Argentina es el segundo productor y primer exportador mundial de aceite de girasol. Las exportaciones de girasol están integradas por granos, aceites (crudo y refinado) y los pellets. El cultivo de girasol es el segundo cultivo oleaginoso en importancia a escala nacional siendo la soja el primero.

El 92 % del grano de GIRASOL producido en la Argentina es procesado. El 70 % de ese valor se exporta como aceite crudo a granel y harina proteica y 30% restante como aceite refinado envasado. A partir de una tonelada de girasol se extrae un 41% de aceite, 42% de subproductos y 7% de desperdicio. Este es el aceite comestible más utilizado para la alimentación

La producción primaria se encuentra atomizada, mientras que se va concentrando la actividad a medida que se avanza en los procesos de industrialización, como así también en la exportación. La actividad industrial se localiza en Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba. Las principales empresas exportadoras son Cargill, Oleaginosas Moreno, Molinos Río de la Plata, Nidera, Vicentin y Aceitera General Deheza. La industria aceitera es de capital intensiva, no requiere de mucha mano de obra, pero moviliza servicios comerciales y de transporte.

Importancia del sector

El sector oleaginoso contribuye con el 17% de las exportaciones del país y con el 35% de las correspondientes al sector primario y MOA (manufactura de origen agropecuario).

La producción mundial de aceite de girasol es de 9,7 millones de toneladas, Argentina es el segundo productor en importancia con aproximadamente 2 millones de toneladas.

Estas exportaciones tienen alto valor agregado haciéndolas económicamente más rentables para el país que la simple exportación de granos (commodities).

Las cifras del primer trimestre de 2002 muestran una caída del 13 % del volumen exportado de aceite de girasol, respecto de igual período en 2001 (cuadro 1) Esto no puede atribuirse al efecto de la devaluación ya que los volúmenes exportados en dicho período están por debajo del promedio histórico. Es por tal motivo que el primer trimestre de 2002 no es representativo para observar el efecto de la devaluación.

Tomando el semestre completo se observa un aumento del 7% en el volumen exportado respecto al mismo periodo del año anterior.

La devaluación del peso produjo un sensible aumento en los ingresos del sector ya sea por traslado a los precios internos de los precios internacionales o sencillamente por ganancias en la liquidación de divisas provenientes de la exportación. Este efecto se potenció a escala internacional por los bajos rendimientos que se registraron en países competidores, lo que provocó una notable disminución de la oferta.

Cuadro 1: Evolución del precio y volumen exportado durante el primer semestre de 2002

Exportaciones	Ene-Mar 02 vs. 01	Volumen (miles de ton)	Enero-junio 02 vs. 01	Volumen (miles de ton)
Aceite de girasol	↓ 13 %	196,5	↑ 7 %	384,5
Precios	Mar 02 vs. 01	Precio FOB promedio	Agosto 02 vs. 01	Precio FOB promedio
Aceite de girasol	↑ 24 %	489 u\$/ton	↑ 31 %	572 u\$/ton

Fuente: INDEC

Entre el 65% y el 75% del grano de producido en Argentina se vende al exterior, mayoritariamente como aceite crudo a granel y pellet de girasol (Argentina es el principal exportador de pellets) y en menor proporción, como grano o aceite refinado envasado. En el gráfico 1 se observa el destino de las exportaciones en 2002, llevándose una gran parte de lo exportado los Países Bajos y Francia. Especialistas afirman que el consumo mundial de aceites vegetales durante 2002/03 podría alcanzar 92.2 millones de toneladas, un aumento del uno por ciento sobre el año actual, con lo cual muestra una proyección alentadora de la demanda.

El análisis del consumo interno por tipo de aceite indica que el 70 % es de girasol (350.000 t) seguido por soja, con 26 %, con volúmenes muy bajos de maíz y oliva.

Gráfico 1: Destino de las exportaciones Argentinas en el primer semestre de 2002



Fuente: Dirección de industria alimentaria sobre la base de datos de INDEC.

Principales dificultades

Bajos precios internacionales

Desde el año 2000 ha comenzado una fuerte declinación del precio de aceite de girasol (408 dólares) debido a mejores condiciones para la palma, el aumento de los rendimientos de soja y un estancamiento del consumo mundial de aceites, motivado por las crisis recurrentes en diversos lugares del mundo (Asia, Rusia y Brasil).

Argentina al ser el primer exportador mundial, incide con su oferta en la determinación de los precios, los que son afectados por la producción y oferta de otros granos oleaginosos sustitutos (soja, palma, colza por ejemplo).

El aceite de girasol argentino es muy competitivo respecto del de otros orígenes, seguido de cerca tan sólo por el aceite de girasol ucraniano. Pero para competir con el aceite de soja, argentino y brasileño, y el de palma del sudeste asiático, sería necesario que disminuyeran los costos al menos en un 20 %.

La comercialización de grano de girasol es más importante entre marzo y junio mientras que la de aceites es mayor entre marzo y agosto, a partir de este mes al incorporarse la oferta de Europa del Este y de Rusia decae nuestra incidencia.

Con la reimplantación de las retenciones al sector agropecuario cambiaron las reglas de juego para todo el sector primario y exportador. Los derechos de exportación actuales para cereales, harinas y aceites son del 20% para cada uno. Las consecuencias de estas acciones se verán en el corto plazo ya que las industrias tenderán a reducir los costos, lo que podría impactar en la producción.

A raíz de la fuerte participación de la semilla de soja en la oferta mundial, a medida que ésta aumenta, y en razón de que se destina su molienda principalmente a producir harinas proteicas, derrama sobre el mercado de aceites una sobreoferta de producción de menor precio relativo que, si bien no reduce la prima de valor del girasol (medida en términos porcentuales), contribuye a disminuir el precio promedio de los aceites en general.

Distorsiones comerciales en el mercado mundial

Las distorsiones en los precios del mercado están representadas entre otras por la aplicación por parte de algunos países desarrollados de subsidios explícitos, trabas a la importación del producto industrial para favorecer la sustitución de importaciones y aplicación de derechos a la exportación de semilla para disminuir el costo doméstico a los sectores manufactureros.

Entre los países de América Latina, Chile y Ecuador aplican aranceles de importación y banda de precios, Perú y Colombia aranceles a la importación, Venezuela aranceles y cupos al igual que Uruguay. México tiene, con el ingreso al TLC¹ (NAFTA, según las siglas en inglés), un acuerdo con Estados Unidos para reducir progresivamente sus aranceles de importación hasta llegar a 0% en el 2003 para el aceite de girasol. China tiene un arancel de importación del 10 % con cuotas pequeñas, casi nulas.

Por su parte la Unión Europea aplica una serie de medidas directas que distorsionan fuertemente el mercado como precios mínimos para el productor, precios garantidos, pagos directos a productores, retiros anticipados, subsidios al biodiesel y diferenciales arancelarios.

Los productores de Estados Unidos, en el marco de los Low Deficiency Payments, reciben precios mínimos para girasol con los mismos mecanismos que para soja. También disponen de seguros a la producción agrícola subsidiados por el Estado.

Otros mecanismos de ayuda son los créditos para la exportación de palma a tasas subsidiadas en Indonesia y Malasia. Finalmente, la formación de bloques comerciales impide la participación activa de la Argentina en diversos mercados.

Como se ve, se requiere una activa acción diplomática y comercial para que la Argentina logre eludir la competencia desleal de los países ricos, y la fuerte protección de los países pobres.

Factores climáticos y tecnológicos poco propicios

Entre otros factores tecnológicos que caracterizan al cultivo de girasol pueden mencionarse:

No se adapta a la siembra directa, lo que implica mayores exigencias en la preparación de la cama de siembra.

No responde a mayores densidades: altas densidades producen vuelcos.

El cultivo está sujeto a fuertes condicionantes sanitarios.

Efecto negativo de la fase cálida de El niño caracterizada por un aumento de precipitaciones y humedad relativa, con una disminución de radiación.

Alta competencia con la soja por el uso del suelo, especialmente la generalización de la adopción de variedades transgénicas resistentes a glifosato que requieren menos prácticas culturales. Esto afecta directamente los costos comparativos entre ambos cultivos mostrando una diferencia favorable a la soja

¹ Tratado de Libre Comercio (México, EEUU y Canadá)

Dentro de los fenómenos climáticos, en 1998/99 se produjo la fase fría del fenómeno La Niña. Esto hizo que las precipitaciones fueran superiores a las normales en febrero y marzo de 1999, trayendo en consecuencia la sequía en la Pradera Pampeana en el año 2000/01 lo que ocasionó pérdidas en el cultivo.

Calidad del producto nacional

Un objetivo a alcanzar en la exportación de aceite de girasol es la diferenciación de la producción esto resulta indispensable para poder acceder a nichos de mercado con un mayor poder de compra.

La diferenciación implica evitar la mezcla durante la recolección, transporte y almacenaje. La mayor parte de la infraestructura de almacenamiento en la Argentina está preparada para la mezcla y no para la segregación de productos. Cualquier intento de segregación implica nuevas inversiones: ampliando la capacidad de almacenamiento en origen o modificando la existente.

Conclusión

El tipo de cambio actual impulsa la actividad exportadora. La persistencia de esta ventaja dependerá de las acciones gubernamentales (en cuanto a medidas a tomar para controlar o no evolución del dólar, la inflación, la aplicación o eliminación de aranceles etc.). Por otro lado no puede soslayarse la necesidad por parte del gobierno de mantener controlado el nivel de precios internos al mismo tiempo que genera una fuente de recaudación, lo que hace poco probable que se eliminen las retenciones en el corto plazo. La persistencia de esta medida desalentará a los integrantes de la cadena productiva y muy probablemente el cultivo de soja resulte beneficiado en las decisiones productivas (de no mediar otras variables, la rentabilidad de este cultivo desalentará la producción de girasol). Es obvio que la competitividad de las exportaciones agrarias de la Argentina no puede basarse exclusivamente en el tipo de cambio. El mantenimiento de condiciones favorables en el mercado externo está estrechamente relacionado con la innovación tecnológica, la capacidad de negociación, las políticas gubernamentales de apoyo y fomento, etc.

El desafío es la posibilidad de exportar el aceite diferenciándolo del resto de los aceites en el mercado, encontrando nichos y buscando satisfacer las necesidades de los futuros clientes. Todo parece indicar que las inversiones en tecnología que se deberían hacer (plantas de envasado y procesamiento) serían recuperadas a mediano plazo por las perspectivas de acceder a mercados con mejores precios.

Fuentes y links relacionados

- <http://www.clarin.com.ar/>
- <http://www.asagir.org.ar/historia.asp>
- <http://www.ciara.com.ar/estadis1.htm>
- <http://www.ag.uiuc.edu/~asala/espanol/market/USJul02.htm>
- <http://www.sagpya.mecon.gov.ar/>