

Ing. Alim. Daniel Franco  
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

# Girasol y soja



Hace varios años que la producción e industrialización de oleaginosas protagoniza un crecimiento sostenido. Los aumentos de la superficie implantada y de la producción primaria reflejan la competitividad de los actores, en tanto que las continuas inversiones en la industria, dirigidas a modernizar plantas e incrementar la obtención de aceite y *pellets*, la han transformado en una de las más eficientes del mundo. El denominado “*complejo oleaginoso*” es hoy el principal bloque exportador y uno de los pilares de la economía nacional. Las estrellas que hacen brillar la producción argentina de oleaginosos en el contexto mundial son el girasol y la soja, que continuamente mejoran su genética y protagonizan incrementos en la producción.

- ❖ El principal cultivo del complejo oleaginoso es la soja, seguida en importancia por el girasol. También se producen, aunque en muy pequeña proporción, cártamo, colza y lino.
- ❖ La producción sojera de la campaña 2009/2010 se estima en 54 millones de toneladas, cifra que constituye un nuevo récord para el cultivo. El área implantada con esta oleaginosa alcanzó los 18,5 millones de hectáreas.
- ❖ Las principales provincias productoras son Córdoba, Santa Fe y Buenos Aires, que en conjunto representan el 84 % del total nacional.
- ❖ En la última década el área sembrada con soja mostró crecimiento constante, a una tasa anual promedio del 6,3 %. La producción mostró igual tendencia, más allá de caídas puntuales como la registrada en la campaña 2008/09 debida a la importante sequía.
- ❖ La superficie destinada a girasol siguió una tendencia opuesta a la soja; pasó de 3,6 millones de toneladas en 1999/2000 a 1,55 millones en la campaña 2009/2010. Para esta última campaña, se estima una producción de 2,25 millones de toneladas, el valor más bajo de los últimos 22 años.

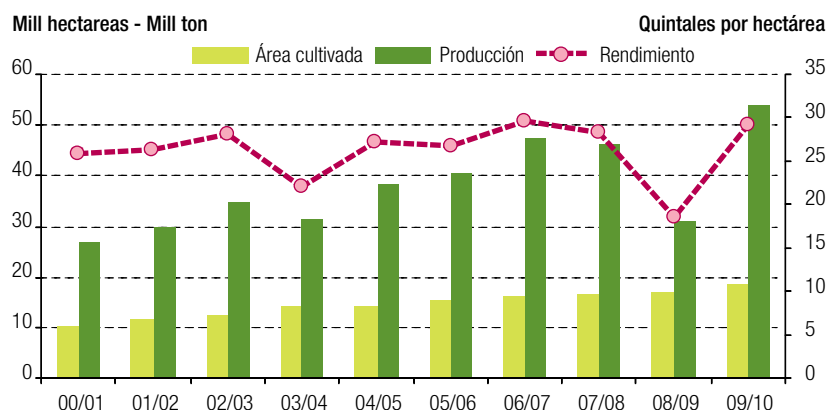
### Girasol: mejoramiento y desafíos

- ❖ En el período 1975-1995 el rendimiento del grano de girasol a campo se incrementó casi un 170 %. Esto se debió al reemplazo de las variedades por híbridos, al mejoramiento de estos híbridos, y a la

optimización de las prácticas agronómicas.

- ❖ Entre 1982 y 2006 el rendimiento de aceite se incrementó a razón de 11,5 kg por hectárea / año.
- ❖ Durante los últimos años se mantuvo el rendimiento de grano obtenido a campo, contrarrestando la declinación de la “*calidad del ambiente*” asignado al cultivo.
- ❖ En el transcurso de las últimas dos décadas, el mejoramiento del girasol en la Argentina ha dado resultados positivos, local y globalmente, a pesar del entorno desfavorable en el que tuvo que desenvolverse.
- ❖ Según trabajos de especialistas, el girasol cuenta con una tasa de desarrollo tecnológico menor que la de los cultivos alternativos y a su vez, existe una reducción de la inversión global destinada a investigarlo y desarrollarlo.
- ❖ En otro sentido, el girasol actual cuenta con algunas ventajas: presenta alto valor agregado, perspectivas favorables de inclusión en el portfolio de aceites para consumo humano, y una demanda sostenida en mercados exigentes.
- ❖ Por su parte, ante el avance de una agricultura cada vez más evolucionada, el cultivo enfrenta varios desafíos:
  - ◆ No soporta altas densidades, lo cual limita su potencial de rendimiento.
  - ◆ Requiere mejorar la siembra directa y la interseembra,
  - ◆ Es necesario determinar las causas por las que sufre variación estacional en su rendimiento.
  - ◆ Se necesita caracterizar los ambientes girasoleros y estrechar la relación genotipo-ambiente.

### Cultivo de soja



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

- ❖ Es en esta dirección que en nuestro país, se orientan distintos proyectos de investigación impulsados por representantes de la cadena del cultivo.

### Capacidad de molienda

- ❖ La producción de soja y girasol, mostró en los últimos años un incremento ininterrumpido. Trepó de los 30 millones de toneladas en la campaña 2000/01 a más de 56 millones en 2009/10.
- ❖ La industria acompañó este aumento con inversiones destinadas a incrementar la capacidad de molienda.
- ❖ En 2003 la cantidad máxima de granos que podía procesarse en el total de las plantas era de 98.000 toneladas diarias y su porcentaje de utilización superaba el 86 %.
- ❖ El continuo crecimiento de la producción primaria y la expectativa de una fuerte expansión de la demanda, impulsaron nuevas inversiones destinadas a aumentar el nivel de molturación.
- ❖ En 2009 la capacidad de procesamiento de la industria alcanzó las 160.000 toneladas diarias.
- ❖ Ese aumento se contraponía con la disminución del número de unidades industriales. En 2003 se llegó a un mínimo de 47 debido al cierre de pequeñas plantas. En 2009 la apertura de nuevas unidades procesadoras elevó ese número a 54.
- ❖ Las industrias más importantes se hallan en la región de Rosario y San Lorenzo - San Martín, en la provincia de Santa Fe, localización favorable para la exportación. Las ventajas competitivas que presenta la zona favorecieron una concentración de la capacidad instalada en la provincia de Santa Fe, que en 2009 alcanzó el 79 % del total nacional.
- ❖ Además de las obras tendientes a incrementar los volúmenes procesados, también se realizaron inversiones destinadas a aumentar la capacidad de refinación y envasado.
- ❖ El volumen de aceite que puede ser refinado en el total de las plantas creció de 4100 toneladas diarias en el año 2001 a casi 6300 en 2009.
- ❖ El personal empleado en forma directa por la industria supera los 10.000 empleados. El sector es, además, un importante multiplicador de empleo indirecto.

### Inversiones y plantas

- ❖ En diciembre de 2008, Bunge construyó una planta de

refinado de aceite que puede producir 500 toneladas por día. Las nuevas instalaciones se sitúan en Puerto San Martín, provincia de Santa Fe.

- ❖ Hasta entonces, la multinacional concentraba la producción de refinado en San Jerónimo Sud, donde posee una planta de 200 toneladas diarias de capacidad.
- ❖ En julio de 2010, Aceitera Martínez, embotelladora exclusiva de aceites de Bunge en el país, amplió sus instalaciones para incrementar la capacidad de embotellamiento de 5.000 a 12.000 toneladas mensuales. Esto le permitirá a la empresa ampliar sus servicios a Bunge y crecer en el mercado interno con sus marcas propias, Alsamar y Siglo de Oro.



- ❖ A mediados de 2008 Aceitera Martínez había firmado un convenio con Bunge S.A. para ampliar su capacidad de producción y mudar su planta desde la ciudad de Rosario a San Jerónimo Sud, asegurando de esa manera el abastecimiento directo de aceite desde la planta de **crushing** que la firma posee en dicha localidad.
- ❖ Aceitera Martínez es la mayor embotelladora nacional de aceites que carece de molienda propia, mientras que Bunge, a diferencia del resto de las grandes exportadoras de aceite envasado, no tiene integrado este último proceso.
- ❖ La planta es una de las más eficientes e integradas porque dispone de la más moderna tecnología, no sólo para la elaboración de sus aceites sino también para la fabricación de la totalidad de los envases utilizados (con una capacidad de

producción superior a 14 millones de unidades mensuales).

## Industrialización

- ❖ En el período 2000-2007 se observó un incremento sostenido de los volúmenes industrializados, que acompañó la creciente producción de granos. La tendencia se revirtió en 2008. Uno de los motivos fue la menor producción primaria ocasionada por la caída de los rindes. Asimismo, el normal abastecimiento de las industrias se vio afectado por un paro agropecuario realizado durante los primeros meses del año.
- ❖ En 2009, el nivel de industrialización se redujo por segundo año consecutivo. La disponibilidad de materia prima fue aún menor

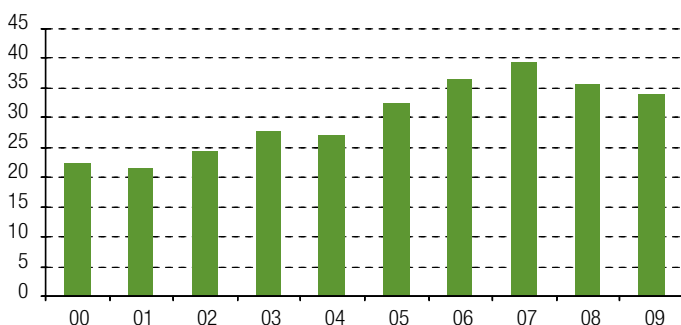


## Comercio exterior

- ❖ En línea con la tendencia de la producción primaria y la industrialización, la exportación de aceite de soja tuvo un importante crecimiento. Si se analizan los diez últimos años, a lo largo del período 2000 – 2007 el incremento fue continuo. En 2008 las ventas al exterior descendieron respecto al año anterior debido a una menor industrialización.
- ❖ En 2009 se produjo una nueva reducción de los volúmenes exportados, a causa de la menor industrialización y a una retracción del mercado mundial producto de la crisis financiera internacional.
- ❖ Las ventas externas de aceite de soja alcanzaron en 2009 los 4,45 millones de toneladas. Con un precio promedio de 733 dólares por tonelada, el valor de los embarques superó los 3.260 millones de dólares. Casi la totalidad se comercializa como aceite crudo, sin refinar.

### Industrialización de las principales oleaginosas

Millones de toneladas



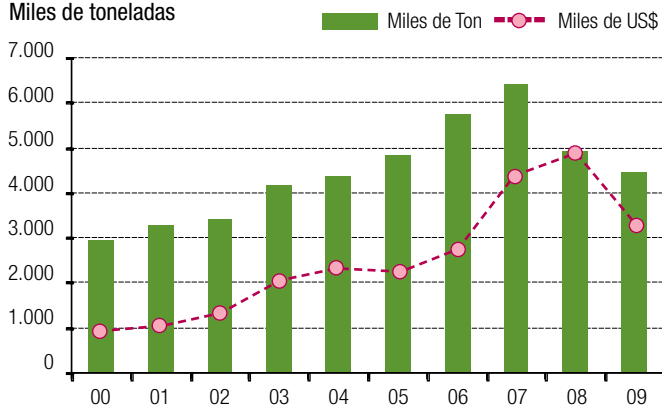
FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

ya que la cosecha se vio fuertemente afectada por una sequía. Esta situación se refleja en la caída de los rendimientos, que se contrapone con el aumento de la superficie implantada.

- ❖ En 2000, la soja representaba el 76 % del total industrializado; en 2009 esta participación se elevó al 89 %.
- ❖ El aceite, una vez refinado, se destina al consumo doméstico y también al uso industrial.
- ❖ El volumen de aceite refinado comercializado para uso doméstico en grandes supermercados, distribuidores y mayoristas alcanzó en 2009 los 450 millones de litros, valor equivalente a un consumo *per capita* de 11,2 litros por habitante por año. Este total se compone principalmente de aceites de soja, girasol o sus mezclas. En menor proporción se vende aceite de maíz.
- ❖ Dentro de las aplicaciones industriales se destaca su empleo en la elaboración de aceites hidrogenados, margarinas, panificados, galletitas, aderezos y conservas, entre otros.

### Exportaciones de aceite de soja

Miles de toneladas



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca sobre datos del INDEC.

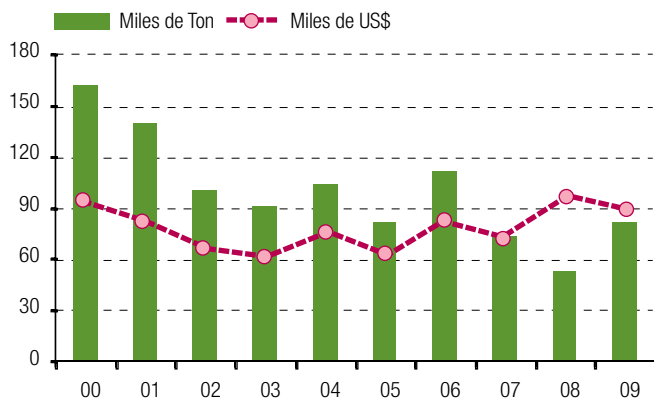
La tabla siguiente muestra los principales destinos de los embarques de aceite de soja, producto que Argentina exporta a casi 70 países.

Destino	Volumen	%	Valor mil US\$
China	1.987.760	45%	1.444.440
India	643.590	14%	472.320
Bangladesh	262.340	6%	200.900
Egipto	220.340	5%	152.360
Perú	183.270	4%	131.990
Corea	138.900	3%	98.950
Resto	1.009.840	23%	762.540
<b>Total</b>	<b>4.446.040</b>	<b>100%</b>	<b>3.263.500</b>

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos del INDEC.

Por su parte, en 2009 se comercializaron casi 945.000 toneladas de aceite de girasol por un valor que superó los 734 millones de dólares. El precio FOB promedio fue de 778 dólares por tonelada, y el 7 % del total de las ventas correspondió a aceite refinado.

### Exportaciones de aceite de girasol



FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca sobre datos del INDEC.

El aceite se exporta a casi 70 países. La siguiente tabla detalla los principales destinos.

Destino	Volumen	%	Valor mil US\$
China	161.110	17%	118.440
Irán	131.010	14%	96.400
Egipto	120.040	13%	91.950
Países Bajos	101.710	11%	74.700
Sudáfrica	83.630	9%	63.230
India	69.190	7%	47.650
Resto	277.950	29%	242.300
<b>Total</b>	<b>944.640</b>	<b>100%</b>	<b>734.670</b>

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con datos del INDEC.

### Mercado mundial

- ❖ Argentina es el tercer productor mundial de aceite de soja: aporta un volumen que representa el 18 % del total. Los niveles de elaboración lo ubican detrás de China y Estados Unidos, y por encima de Brasil.
- ❖ También es el principal exportador del mundo de aceite de soja, con una participación mayor al 50%, que supera a la de Brasil y Estados Unidos.
- ❖ La demanda de este aceite se concentra en China e India, que en conjunto reciben el 35 % de las importaciones mundiales.
- ❖ En lo referido a la producción de aceite de girasol, nuestro país representa el 9 % del total mundial, por detrás de Rusia, Ucrania y la Unión Europea.
- ❖ En términos de exportación, la participación de Argentina crece al 20 %, porcentaje que lo sitúa como segundo exportador mundial después de Ucrania.
- ❖ La Unión Europea demanda casi una cuarta parte del volumen comercializado a nivel internacional.

Los volúmenes de oleaginosas producidos, industrializados y exportados explican la importancia estratégica alcanzada por el complejo oleaginoso en la economía nacional. Esta realidad, sumada a las inversiones que siguen realizándose y a las investigaciones en curso sobre mejoramiento genético, permiten suponer que en los próximos años el sector continuará profundizando el camino de logros iniciado hace más de una década.



## ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACIÓN

Sabido es que una de las características de la producción agrícola es su carácter “atomizado”, puesto que la llevan a cabo miles de productores. Esta situación contrasta con un reducido número de demandantes en el mercado interno, tanto exportadores como procesadores. La participación de los corredores de cereales posibilita concentrar la oferta dispersa en lotes de mayor volumen para negociar los precios en condiciones de mayor equilibrio.

La mayor parte de los productos agrarios se cosechan y afluyen al mercado en un lapso breve, lo cual provoca que, ante una demanda estable a lo largo del año, los valores tiendan a disminuir en la época de cosecha y se recuperen a medida que la oferta disponible se reduce.

La producción de cada rubro de la actividad agraria se concentra regionalmente por razones ecológicas y de rentabilidad.

El hecho de que la mayor parte de nuestras cosechas tengan como destino final su venta al exterior, sea como grano o como producto elaborado o semielaborado, determina que los precios del mercado interno sean altamente dependientes de las cotizaciones de los mercados internacionales. De ahí que conocer el circuito comercial permite distinguir varias etapas. La primaria comprende las transacciones entre productores y acopiadores o cooperativas. La comercialización secundaria comprende la relación entre el acopio o las cooperativas, y la exportación o la industria.

Como en numerosos casos el productor negocia directamente con la industria o la exportación, esta clasificación no es estricta,

pero sirve para apreciar la perspectiva general.

Los productores tienden a utilizar más de un canal de comercialización para su producción, y estos canales varían según el tamaño de sus establecimientos.



Dentro de los actores que participan en la intermediación de la etapa secundaria se hallan los corredores de cereales, cuya función principal es acercar la oferta y la demanda. Los corredores no sólo operan entre el acopiador y el industrial, exportador o mayorista, sino que pueden participar en toda la cadena de comercialización. En general, se desenvuelven en el marco institucional de una Bolsa o mercado, y al facilitar el ingreso de nuevos compradores contribuyen a que la oferta pueda moverse mejor frente a una demanda menos concentrada.

Las Bolsas de comercio o de cereales, que también

actúan en esta etapa, facilitan el encuentro de oferentes y demandantes, y al dar una difusión amplia de los precios y condiciones de las transacciones realizadas facilitan una formación más objetiva de los precios.

La formación de precios sigue el camino contrario al flujo de la mercadería. De ahí que para conocer cómo se forman los precios localmente resulte necesario informarse sobre lo que sucede con éstos en el mercado internacional.