

MODERADOR Ing. Alberto Ospital, Oleaginosa Moreno / ASAGIR

## ¿Por qué el Mercado de Girasol es diferente al de Soja?

DISERTANTE Lic. Adrián Seltzer\*

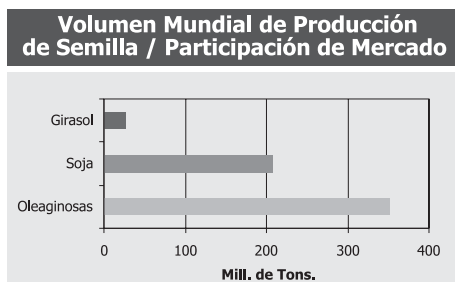
Comenzaremos por hacer una breve reseña de las diferencias que tenemos entre un mercado y otro, vamos a tomar como punto de partida las similitudes entre el girasol y la soja a pesar de que tengan mercados tan diferentes.

Ambas son oleaginosas, en ambos casos estamos hablando de “commodities”, de producción extensiva que tienen cotizaciones transparentes en el mercado internacional y que sus derivados (harina y aceite) son altamente sustitutos entre sí; a pesar de estas similitudes, estamos hablando de tener diferencias que podemos dividir en diferencias macro y en diferencias del mercado interno.

Como diferencia fundamental, tenemos que partir hablando del **volumen de producción** de cada una de estas oleaginosas y su participación en el Mercado Internacional de Oleaginosas; como se puede observar en el **Gráfico 1**, estamos hablando de una producción total del orden de los 350 millones de toneladas de oleaginosas con una participación de soja del 59% , 206 - 207 millones de toneladas de soja a nivel mundial y una producción del orden de 23 a 25 millones de toneladas de **girasol**, donde estamos hablando de un 7.5%.

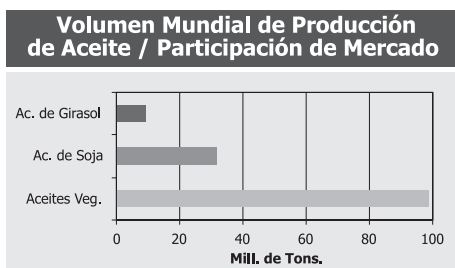
\* *Licenciado. Especialista en análisis de cereales.  
Actualmente asesor en la materia para GRANAR S.A.  
Contacto: seltzer@granar.com.ar*

GRAFICO 1



Lo mismo sucede cuando pasamos al Mercado de Aceites Internacional (**Gráfico 2**), estamos con una producción proyectada para esta campaña del orden de los 99 millones de toneladas, la participación de la soja del 32,3 % con 32 millones de toneladas, es el aceite vegetal con mayor producción en el mundo y una producción de aceite de girasol de 9 millones de toneladas con la participación como vemos del 9,2 %, . Entonces partimos de una influencia muy distinta de una oleaginosa y otra en el mercado.

GRAFICO 2



Por otra parte, tenemos algunos factores que influyen en el mercado de aceite, como pueden ser el **gusto**: para el aceite de girasol, hay algunos consumidores que están dispuestos a pagar un premio por sobre otros aceites vegetales, como pueden ser fundamentalmente soja y palma, por el sabor que les da a las comidas, estamos hablando de uso para alimentación humana.

La **calidad** es diferente, hay quienes pueden apreciar, valorar y pagar diferencias de precios entre un aceite y otro, por la calidad del aceite de girasol con respecto al resto de la calidad de los aceites vegetales.

CUADRO 1

	Girasol = Aceite Soja = Proteína	
	Soja	Girasol
<b>Aceite</b>	18,5%	42%
<b>Harina/Proteína</b>	78,5%	40%

Tenemos un factor que venimos mencionando, que es la existencia de algunos mercados que están dispuestos a consumir aceite de girasol dependiendo de cuál es el **diferencial de precio** que hay entre el aceite de girasol y el resto de los aceites (aceites de palma y de soja).

¿Cuáles son las diferencias en la formación del precio de un producto y del otro?

El precio del **girasol** está formado o influenciado por el precio del **aceite** ya que en la molienda, tenemos un 42% de aceite, mientras que cuando hablamos de **soja**, estamos hablando de **proteína vegetal**, en la molienda, hay un 78% de proteína y hoy por hoy la soja es la mayor fuente de proteína vegetal en el mundo. En un estudio realizado por ASAGIR en el que se analizó: **¿Cuál es la participación del precio del aceite en la formación del precio de la semilla?**. Se observó tomando el período '97-2001, el precio del aceite y el precio de la semilla; el 80% de la variabilidad en el precio de la semilla, estaba dada por la variación del precio del aceite, por lo tanto vemos claramente que existe una directa relación entre ambos.

### Diferencias del Mercado Local

¿Cuáles son los usos o los destinos que se le da al girasol?. Tenemos tres destinos fundamentales: como es la **exportación de semillas, la exportación de aceite crudo, la participación de aceite refinado** y el **mercado interno de aceite refinado**.

En el **Cuadro 2** también estamos comparando soja y girasol y la participación de cada uno de estos destinos en cada uno de estas oleaginosas en la Argentina. También podemos ver la diferencia de peso en el mercado interno por la producción de cada una de estas oleaginosas, tenemos la participación de la exportación de semilla de girasol que en los últimos años es del orden de las 300 mil toneladas, con lo que no estamos llegando al 10% de la producción nacional. El mayor destino es el procesamiento y de ese procesamiento estamos teniendo alrededor de 1,400 mill. ton. de aceite, donde cerca de 1,100 mill. ton. de ese aceite, se exportan (tenemos un 80% de la producción de aceite de girasol que va al mercado externo); por lo tanto tenemos una clara influencia en el precio del girasol en el mercado local.

CUADRO 2

<b>Argentina: Producción, Consumo y Exportación de Oleaginosos, 2002 (en miles de tn)</b>			
	<b>Producción</b>	<b>Exportación</b>	<b>Part. Export.</b>
Grano de Soja	30000	6170	20.6%
Aceite de Soja	3970	3590	90.4%
Harina de Soja	16940	17054	100.7%
Grano de Girasol	3840	310	8.1%
Aceite de Girasol	1370	1075	78.5%
Harina de Girasol	1260	1145	90.9%

Fuente: INDEC Y SAGPyA

Entonces acá tenemos que destacar cuáles son los participantes y cuál puede ser la influencia del mercado local en cada momento, tenemos que tener en cuenta que la demanda fundamental es por parte de las industrias que exportan **aceite crudo** de girasol, estas son las que dan la base de precio al mercado local, son quienes se llevan el 80% de la semilla del mercado.

Los exportadores de semilla influyen este mercado de girasol local, pero en momentos puntuales del año, tenemos que destacar dos momentos: uno es el **momento de precampaña**, cuando comienzan a tomar posiciones y otro momento fundamental es el mismo **momento de cosecha**, cuando muchas veces tienen que completar algún vapor en un puerto determinado. Por lo tanto, podemos ver alguna variación importante en el precio en días puntuales, hay que tener en cuenta que el costo de un vapor varado en un puerto un día extra, está en el orden de 10 mil dólares, por lo tanto, esa cantidad de dinero la prefieren asignar a asegurarse la provisión de mercadería, a completar el vapor, sacarlo del puerto, en vez de esperar a que llegue mercadería que tengan comprada con anterioridad.

Después, tenemos la influencia del mercado de las **aceiteras** que venden aceite refinado en el mercado interno; hay aceiteras que en momentos determinados del año, pueden llegar a tener algún convenio puntual con una cadena de supermercados para abastecerlos de determinada cantidad de aceite de girasol con marca propia del supermercado. En ese momento esa aceitera está mucho más interesada en concretar la compra de todo el girasol que necesita para cerrar esa operación, para abastecer ese convenio puntual, que en ganar 2, 3 ó 5 dólares más por aceite refinado. Entonces pueden llegar a pagar valores mayores a los que puede pagar un exportador de aceite crudo en ese momento puntual, hasta que terminan esa operación; tenemos la influencia en ese momento puntual y no a lo largo de todo el año (igualmente, siguen comprando el resto del año para seguir vendiendo y abasteciendo al mercado interno).

Por otro lado, en el tema de las **industrias**, lo que hay que tener en cuenta al momento de diferenciar es: ¿por qué son tan distintos los mercados de soja y de girasol, cómo están distribuidas las industrias en Argentina?, en **soja** la molienda está concentrada en la zona de Rosario, en **girasol** la molienda está dispersa en la provincia de Bs. As. de Santa Fe y de Córdoba. Por lo tanto es muy distinto el mercado de soja, donde se negocia en Rosario un precio y a partir de ahí las operaciones en general se anotan en X volumen de soja a una fábrica, o a un exportador, y no hay mucho más que negociar porque el precio ya está hecho.

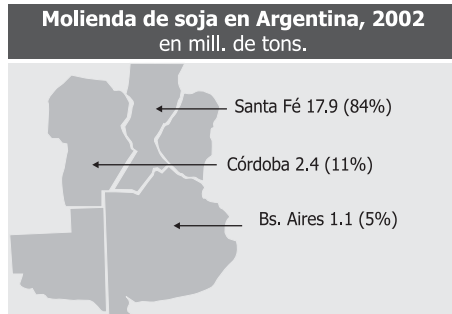
En cambio en girasol, cada zona puntual y cada momento puntual determinan un mercado que es distinto, entonces al girasol se lo puede negociar con el comprador, mientras que en la soja se anota el negocio.

En la **Figura 1** se puede observar cuáles son las proporciones de molienda en cada uno: como pueden ver en **soja** tenemos el 84% de la molienda en la provincia de Santa Fe y de ese 84% casi la totalidad está en Rosario, lo que no está en Rosario está en zonas



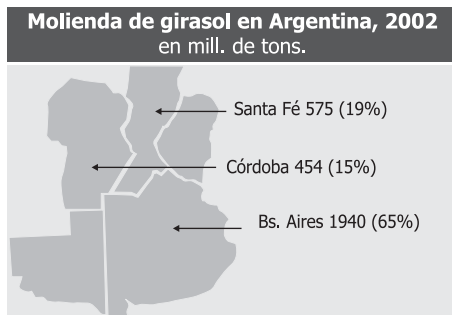
aledañas de Rosario, así que tenemos un **mercado concentrado**.

FIGURA 1



En el caso del **girasol (Figura 2)**, la molienda está más distribuída, donde tenemos mayor concentración de molienda es en la provincia de Buenos Aires, con un 65% del total de la industrialización, pero a su vez, no es que tengamos todas las industrias en una región determinada, en una localidad determinada, sino que tenemos la mayor capacidad de molienda situada en las zonas de Daireaux, Gral. Villegas, Junín, Cañuelas, Bahía Blanca y Necochea, entonces cada uno de estos puntos son mercados puntuales y diferentes entre sí.

FIGURA 2

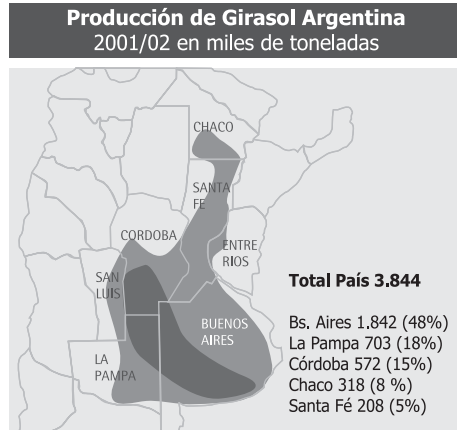


Por otro lado también caracterizando el mercado local, tenemos que ver cuáles son las zonas de producción, ya que tenemos zonas de producción muy distintas y muy distantes entre sí y lo que determina también es un ingreso a mercados totalmente diferente. Entonces, al tener distinta fecha de ingreso, se encuentra el productor en el momento de comercializar ese girasol con mercados totalmente distintos, es muy diferente la evalua-

ción de un girasol primicia proveniente del Chaco, que un girasol del sur bonaerense en marzo o abril.

La **Figura 3** muestra la distribución de la producción de girasol en la Argentina, como se puede ver está fundamentalmente localizada en Buenos Aires, dependiendo de cada zona tenemos distintas fechas de ingreso, distintas situaciones de mercado, distintos valores y distintas posibilidades de negociar.

FIGURA 3



Como conclusiones, ¿cuáles son las cuestiones básicas a tener en cuenta en el momento de pensar en el mercado de girasol y qué es lo que lo diferencia del resto?

Tenemos cuáles son los diferentes destinos del producto y qué se va a lograr con eso, destacábamos antes la **semilla de girasol** que nos influencia el mercado en momentos puntuales, fundamentalmente en cosecha, las **aceiteras** que proveen al mercado interno de **aceite refinado**, en determinados momentos ejercen cierta influencia sobre el mismo. Por otro lado están las aceiteras que hacen fundamentalmente exportación de **aceite crudo**, son las que tienen mayor participación en el mercado y compran a lo largo del todo el año. Tenemos que tener en cuenta quién es el demandante en cada momento puntual y lo que también tenemos que tener muy en cuenta, es las diferentes zonas de comercialización.

Algo importante para destacar en las diferentes zonas de producción, es que es muy distinto el actuar del productor del Chaco, que comienza sobre fin de noviembre con la cosecha de girasol y que cuenta con ese ingreso de girasol en su finanzas, con respecto a la actitud que tiene un productor del sudeste bonaerense, que habitualmente girasol es el producto que guarda para especular.

En nuestro país, el girasol, es el producto de mayor especulación en el sector agrícola.

## Situación Actual del Mercado Internacional

¿Qué es lo que podemos esperar de acá hasta fin de año, con el girasol que nos queda? Tenemos que tener en cuenta, que está ingresando la producción de girasol de la Unión Europea, que es nuestro principal cliente; tenemos una caída de producción en la Unión Europea, por el tema clima, que es conocida por todos y esa caída de producción va a ser abastecida por un incremento en la producción de países de Europa del Este y Central; es por eso que en el último mes vimos una caída en los precios del girasol en el mercado interno, ya que todo lo que salía a partir de ese momento hacia adelante llegaba a Europa en el mismo tiempo que ingresaba la producción de girasol de la Unión Europea y Europa del Este. Estamos compitiendo con la cosecha nueva de ellos y por eso nuestros precios fueron mostrando bajas importantes. Tenemos una fuerte competencia por parte del aceite de soja, con menor precio, con un menor incremento en la producción por parte de los EE.UU. y a mayor competencia mayores dificultades para colocaciones en el mercado internacional.

## Situación Actual del Mercado Local

¿Cuál es la situación actual en nuestro mercado?. Tenemos una fuerte retención por parte de los productores que se quedaron a la espera de mejores precios, que hasta el momento no llegaron y van a ir vendiendo a medida que vaya avanzando el año. Tenemos una caída en el consumo interno de aceite refinado, esa caída se debe fundamentalmente a una pérdida de mercado en manos de otros aceites, fundamentalmente en manos del aceite de soja. Tenemos importantes existencias de aceites en la industria, se estima los stock de aceites locales en el orden de 130 mil toneladas, con una idea de exportación de embarques de unas 65- 70 mil toneladas todos los meses y una idea de consumo interno del orden de las 12 mil toneladas.

Así que estamos hablando de que hoy por hoy, Argentina tiene existencias de aceite de girasol de 130 mil toneladas, una demanda estimada mensual del orden de 70 – 80 mil toneladas y a eso hay que agregarle que se espera la proyección de molienda, de aquí hasta fin de año de unas 200- 220 mil toneladas mensuales, con lo cual se estaría produciendo todo el volumen demandado mensualmente; así que llegaríamos a fin de año con al menos 130 – 150 mil toneladas de existencia de aceites para la próxima campaña.

Tenemos que destacar algunos factores que son favorables para el mercado de aceite de girasol argentino: un acuerdo con **México**, con posibilidades de recuperar este mercado. México actualmente abrió una cuota de 150 mil toneladas de aceite de girasol para importar con menores aranceles (con arancel del 5%), cuando el arancel nuestro es mucho mayor y estábamos compitiendo con aceite de girasol ingresado desde EE.UU. sin ningún arancel (como resultado del NAFTA que es el acuerdo económico que ellos tienen con EE.UU. que los abastecía hasta el momento).

Hay un acuerdo con **India** donde también hay una cuota de 150 mil toneladas, donde el arancel de esa cuota de aceite de girasol va a ser del 50%, actualmente el arancel de exportación a India es del 95% sobre el precio SIF contra un 45% de arancel que pagan el

aceite de palma y de soja, entonces tenemos una cuota de 150 mil toneladas para aceite de girasol que van a ingresar con un 50% de aranceles; sólo un 5% por encima del arancel del aceite de soja, lo que nos permite competir en mejor situación.

Hay que tener en cuenta también como dato general, el tema de crecimiento poblacional que tenemos, un crecimiento del 1,5 % anual de la población que se debería reflejar en consumos de aceites y grasas, también en una proporción similar.

Las exportaciones de nuestros aceites en el último año (**Cuadro 3**), fueron a la Unión Europea con el 58%, lo que quería destacar que es la situación de India y de América en general donde se perdió participación en forma bastante importante, tenemos a Asia con un 37% de nuestras exportaciones en el año '96, contra una participación sólo del 15-16% el año pasado y en América también una reducción de casi el 50% en las exportaciones entre el '96 y el año actual.

CUADRO 3

Exportaciones de Aceite de Girasol por continente (1996 y 2002)		
	1996	2002
<b>EUROPA</b>	6.30%	58.00%
<b>ASIA</b>	37.20%	15.80%
<b>AMERICA</b>	27.60%	14.50%
<b>AFRICA</b>	27.10%	9.10%
<b>OCEANIA</b>	1.80%	2.70%
<b>Total Tons</b>	1,479,314	1,064,473

¿Qué fue lo que pasó con nuestras exportaciones a México? (**Gráfico 3**), en el '96 llegaban a las 140 mil toneladas, representando un 10% aproximadamente de las exportaciones de aceite en ese año, contra una exportación ínfima de 3.000 - 5.000 toneladas, fueron el año pasado un mercado inexistente.

GRAFICO 3



Con la India (**Gráfico 4**), también tuvimos en el año 2000 nuestro mejor desempeño con 500 mil toneladas de exportaciones, que era el 33% de las exportaciones de ese año, contra actualmente también 7.000 - 8.000 toneladas de exportaciones.

GRAFICO 4



No podemos apuntar a recuperar las 130 mil toneladas de exportaciones a México, ni las 500 mil toneladas de aceite a India, pero sí creemos que son posibilidades para incrementar exportaciones.