

Moderador: Hernán Busch

Socio ASAGIR. Miembro de la Comisión Organizadora del Congreso. Banco Galicia

¿PUEDE SER LA ARGENTINA NUEVAMENTE LÍDER MUNDIAL DEL COMERCIO DE ACEITE DE GIRASOL?

DISERTANTE: JORGE DOMÍNGUEZ

Ingeniero Agrónomo egresado de la Facultad de Agronomía de la UBA. Durante los últimos 24 años se ha desempeñado como analista y trader de commodities agrícolas.

Actualmente, tiene bajo su responsabilidad la compra de materias primas de origen agropecuario de la empresa Molinos Río de La Plata.



Lo que intentaremos hacer es revisar el mercado mundial de semillas, las diez principales oleaginosas, y el mercado internacional de los aceites. Después, revisaremos dos temas que han tenido una influencia de mucho peso en las últimas tres o cuatro campañas y que creo que van a seguir siendo omnipresentes en las próximas cinco o diez, como son la molienda de soja en China y la estrecha relación que se está dando entre el mercado energético, la fluctuación del precio del petróleo y la fluctuación del precio de los aceites vegetales en forma conjunta.

Luego, nos adentraremos en los números específicos de la oferta y demanda del grano de girasol y de su aceite en el mundo. Repasaremos cuál es el cuadro de oferta y demanda en el mercado argentino. Y finalmente, le dedicaremos un capítulo especial al espinoso tema de los derechos de exportación que tanto nos afecta, no sólo por cómo está armado el esquema en Argentina, sino también por cómo está armado en los principales países competidores.

El mercado mundial de oleaginosas muestra, para la campaña 2009/2010, una muy fuerte recuperación en el nivel de producción, que alcanzará este año un nivel record de casi 437 millones de toneladas (ver Figura 1). Esto se debe fundamentalmente al gran crecimiento de la producción de soja, también en un nivel record de casi 259 millones, de los cuales Argentina ha aportado tan sólo 22/23 millones de toneladas. Ha

habido una muy buena cosecha en Estados Unidos y en el resto de los países sudamericanos (Brasil y Paraguay). También tenemos una fuerte recuperación en la producción de otras oleaginosas de menor volumen, como el maní o el algodón. En la campaña 2009/10, solamente se registra una retracción en el volumen cosechado de girasol. Además de la baja fuerte que tuvimos en la Argentina, también se produjo una fuerte caída en Rusia y, en menor medida, en países como Estados Unidos, Sudáfrica, México.

Este volumen de producción permitirá alcanzar un record de consumo del orden de las 414 millones de toneladas, dedicadas, principalmente, a la molienda. A pesar de este volumen incremental y este consumo record, tendremos hacia septiembre de 2010 unas diferencias finales en franca reconstitución respecto de lo que fue el exiguo nivel de la campaña 2008/2009, poniéndose una situación de stocks finales similar a lo que fue la campaña 2006/2007.

Esta holgura en balance de oferta y demanda de semillas oleaginosas debería traducirse en precios mucho más bajos de los que estamos viendo actualmente, circunstancia que no se da o no se ha dado con la magnitud esperable. Esto se debe a la muy fuerte retención que está ha-

./ Figura 1: MERCADO MUNDIAL DE OLEAGINOSAS

10 Oleaginosas	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Stock inicial	72,9	83,2	69,9	59,7	82,1
Producción	405,9	390	393,8	436,6	439,5
Soja	237,6	220,4	211,3	258,9	253,8
Girasol	30,4	29,3	34,7	31,3	34,2
Oferta Total	478,8	473,2	463,7	496,3	521,6
Consumo	395,7	403,3	404	414,2	434,7
Soja	225,5	232,3	225,1	234,4	248,3
Girasol	31,1	28,5	34,4	32,3	33,9
Stock Final	83,2	69,9	59,7	82,1	86,9
Soja	71,4	59,6	45,8	70,3	75,8
Girasol	1,7	2,5	2,8	1,8	2,1

FUENTE: OIL WORLD 2010

ciendo, no solamente el productor argentino con la ya sabida retención de 25 o 30 millones de toneladas en silo bolsa, sino también en Brasil, producto del atraso cambiario que registra el Real, que hace que sea poco atractivo vender en moneda local a estos precios a los productores brasileños. Incluso ya ha pasado el principal período de movimiento físico de cosecha en Estados Unidos. Allí, los productores están reteniendo muy fuertemente la mercadería. Por eso es que, para el complejo oleaginoso en general, todavía estamos teniendo niveles de precios mucho más altos de lo esperable, más altos que los promedios históricos, si bien por debajo de los picos enormes de precios gigantescos que tuvimos en julio de 2008.

Algunas expectativas para la próxima campaña, basadas en las intenciones de siembra, en el avance de la siembra en el Hemisferio Norte, nos hablan de que esta holgura en el mercado de oleaginosas continuaría, clima mediano. Pero, según la publicación Oil World, tendríamos un nivel de producción de las diez principales semillas oleaginosas de, por lo menos, lo mismo o algo más que lo que fue la campaña pasada. Lo que nos permitirá volver a tener un volumen incremental record de consumo del orden de los 435 millones de toneladas y, así y todo, tener una existencia final en crecimiento, stocks finales más altos de los que aún vamos a ver en la campaña 2009/2010. Esto, claro, si se dan las condiciones climáticas apropiadas para obtener los rindes de tendencia con el que están basadas las proyecciones.

LOS ACEITES

Si analizamos el conjunto de los principales 17 aceites vegetales y grasas, vemos que la campaña 2009/2010 muestra una fuerte recuperación de la producción y también un muy fuerte incremento del consumo, lo que hace que, al final del ciclo, hacia septiembre de 2010, los stocks finales no crezcan como ocurre con el conjunto de las 10 principales semillas oleaginosas, sino que, incluso, haya una retracción, es decir, una caída de 1 millón de toneladas en el stock final de aceite (ver Figura 2). Esto muestra una oferta y demanda de aceite bastante más ajustada que lo que se ve para el conjunto de las 10 principales semillas oleaginosas. Además, hay un incremento en el consumo del orden de las 6,5 millones de toneladas, 3 millones de las cuales se explican por el mayor consumo de aceite

./ Figura 2: MERCADO MUNDIAL DE ACEITES

17 Aceites y grasas	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Stock inicial	15,47	17,20	16,87	17,80	18,18
Producción	147,97	152,13	159,24	162,84	168,67
Soja	34,91	36,57	37,72	35,86	37,88
Girasol	10,99	11,26	10,16	12,83	11,70
Colza	18,20	18,46	19,48	21,15	23,29
Palma	36,02	37,82	42,69	44,39	46,81
Oferta Total	163,44	169,33	176,10	180,64	186,85
Consumo	145,67	152,09	157,98	162,90	169,48
Biodiesel Prod.	5,93	8,92	13,69	14,62	17,50
Stock Final	17,20	16,87	17,80	18,18	17,25

FUENTE: OIL WORLD, 2010 / F.O. LICHT, 2010.

vegetal para el biodiesel. Fíjense que ya el consumo para biodiesel está superando el 10% del consumo total. Es decir, una cifra muy importante. De allí la conveniencia de seguir el mercado energético, el del petróleo, el del gasoil, los futuros de gasoil y su asociación con los mercados de aceite vegetales. La influencia es muy directa.

Quizás acá tenemos una buena noticia y esta situación de oferta y demanda sí justifica los niveles actuales de precio en los aceites, que están bastante por encima de los promedios históricos, con la excepción del año 2008, donde hubo exuberantes valores. Desde el lado de la producción mundial de aceites, todavía no está publicada por Oil World la campaña 2010/2011, pero, en base a algunas publicaciones del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, podemos prever que va a haber un aumento de producción, un aumento del consumo en línea con lo que veníamos trayendo. Además de los 3 millones que se incrementó el consumo de aceite vegetal para biodiesel, todos los años necesitamos para ir acompañando tan solo el crecimiento vegetativo de la población 3,5 millones más. Piensen que todos los años tenemos que alimentar en el mundo dos Argentina, o sea, todos los años hay 90 millones de habitantes más y solamente manteniendo el consumo per cápita se requieren como 3 millones de toneladas adicionales de aceite para sostener este

crecimiento poblacional. Paradójicamente, donde está la mayor población y la que más dinámica de crecimiento vegetativo tiene, que es el sudeste asiático y toda Asia en general, tiene consumos per cápita muy por debajo de lo que son los países desarrollados. Por eso, es de esperar que incluso, año a año, vaya creciendo el consumo per cápita promedio de la población mundial. Esto generará una demanda para consumo humano, no para consumo de combustible, cada vez mayor. En lo que hace a consumo de biodiesel, hay que pensar que la capacidad instalada fue mucho más rápida de lo que es la producción. Todavía no está del todo asentada la demanda internacional, si bien la mayoría de los países, incluso Argentina, han ido consolidando esquemas de *blending* de, por lo menos, hasta un 5% del gasoil que se consume a partir de biodiesel, la verdad que creemos que, a futuro, tenemos un gran crecimiento esperable de la demanda de aceite vegetal para dedicarlo a la producción de biodiesel.

CAMBIOS MUNDIALES

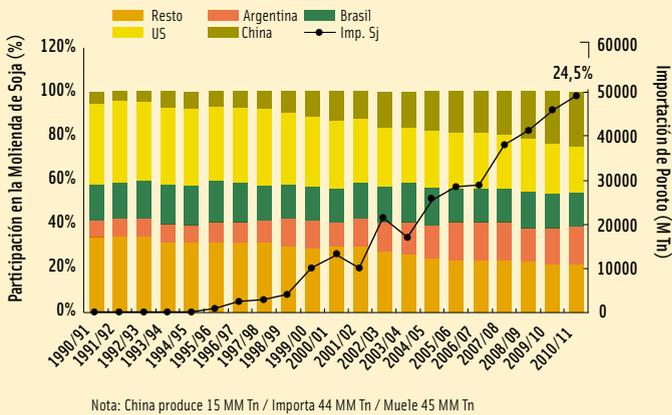
Más allá de las situaciones de oferta y demanda y de las cosechas, hay dos factores que han tenido una influencia decisiva en el comportamiento del complejo oleaginoso y que la van a seguir teniendo, por lo menos, en las próximas cuatro o cinco campañas. En primer lugar, la molienda de soja en China, y en segundo lugar, la influencia del mercado energético sobre el mercado de los aceites vegetales.

China, por su población, es uno de los principales centros de consumo de aceite del mundo y muy dependiente del nivel de importación. China necesita importar 10 millones de toneladas por año para satisfacer su mercado interno. De ese total, tan sólo 2 millones corresponden a aceite de soja. La participación de las importaciones chinas sobre el total de comercio mundial de aceites llega, aproximadamente, al 20%. Ahora, esta cantidad de 10 millones de toneladas (el grueso es, mayoritariamente, aceite de palma, luego colza y algo de girasol) podría llegar a ser el doble casi, o unos 8 millones de toneladas más, si no fuera porque China no se hubiese embarcado con una decisión estratégica nacional en un plan de expansión de su capacidad instalada de molienda que lo está llevando a que, en la campaña 2010/2011, sea el país con más molienda de soja del mundo, con unos 51 millones de toneladas. Hay que tener en cuenta que su producción no supera los 15 millones y que, prácticamente

toda está dedicada a usos distintos de la molienda como, por ejemplo, el desactivado de soja para la producción de balanceados.

China, a través de una política proteccionista a su industria, ha desarrollado la industria sojera más grande del mundo sin tener la materia prima. El nivel esperado que el gigante importe de Estados Unidos, Brasil y Argentina es de 45 millones de toneladas este año y de 50/51 millones la próxima campaña. Con ello abastecerá esa industria que le permite sustituir 8 millones de toneladas de aceite de importación (ver Figura 3). Esto tiene un impacto muy fuerte, dado que le pone mucha presión al mercado de poroto de soja y, por otro lado, desactiva 8 millones de tonelada de demanda del mercado de aceite. El dato es muy importante porque, para el caso de Argentina, donde se da una competencia clara de alternancia de cultivo o el girasol tiene que competir por área, esta actividad presiona hacia arriba el mercado internacional de soja y presiona hacia abajo el mercado internacional de aceites. Esa es una de las causas también por la cual se explica, desde precios relativos internacionales, que la soja sea bastante más competitiva en precios que el girasol.

./ Figura 3: LA INFLUENCIA DE CHINA EN EL COMPLEJO OLEAGINOSO

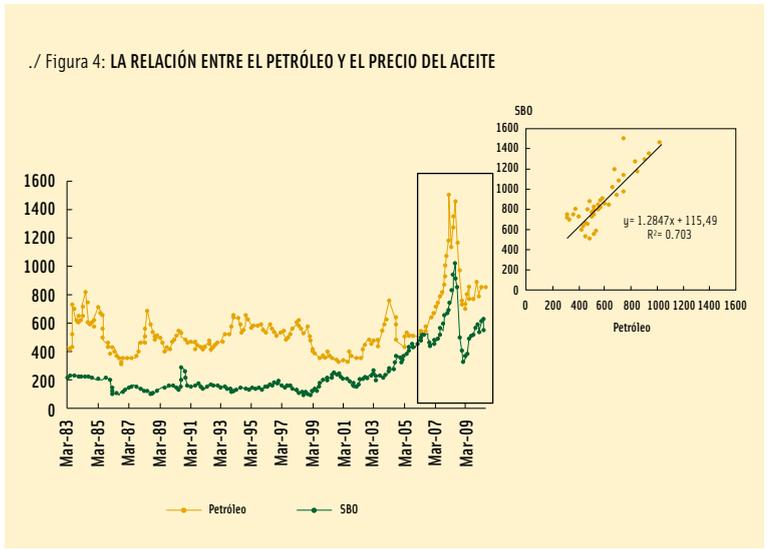


FUENTE: PS&D, USDA - 2010.

¿Se podrá mantener este modelo en el tiempo? ¿Será China capaz de seguir expandiendo su capacidad instalada? ¿Seguirá la soja en Sudamérica y en Estados Unidos? Son algunas de las preguntas que nos vamos a tener que contestar para ver cómo se va a desarrollar a futuro este factor determinante en el comportamiento del mercado.

El otro factor de influencia decisiva, más allá de la situación particular de rendimientos en el mundo y de la evolución del consumo per cápita de aceites vegetales, es la asociación que se está dando, particularmente en los últimos 36 meses, entre el precio del barril de petróleo y el de los aceites vegetales. Si vemos en la década del '80, cada uno hacía su vida, cada uno iba por su camino sin tener una influencia relativa uno sobre el otro. Pero si nos concentramos en los últimos tres años, vemos que tenemos una correlación con un coeficiente de regresión de 0,70 entre el precio promedio del barril de petróleo en el New York Stock Exchange, y el precio de la soja en Chicago para la posición más cercana (ver Figura 4). Con lo cual es una asociación muy fuerte, incluso más fuerte si la vinculamos con el precio del gasoil. Y a los analistas nos pone en la obligación de tener que formar una opinión sobre la dirección del barril de petróleo a

./ Figura 4: LA RELACIÓN ENTRE EL PETRÓLEO Y EL PRECIO DEL ACEITE



la hora de ver qué puede pasar con el precio del aceite. Si se cumplieran las expectativas de que el petróleo se va a estar moviendo en una banda de entre 60 y 80 dólares el barril, si fuera cierta esta regresión, implicaría que el rango de precios en Chicago para el aceite de soja estaría entre los 30 y 40 dólares por libra, por cada 100 libras. Si lo traducimos a dólares por tonelada, esto implicaría precios de soja en Chicago de 680 a 850 dólares. Es algo a tener en cuenta. Es interesante la correlación y creo que, a la hora de tomar decisiones, no solamente tenemos que mirar cómo están la oferta y la demanda de aceite y de girasol, sino también leer los reportes de energía para saber de qué manera el precio del barril de petróleo nos va a afectar en el nivel absoluto de los aceites.

PRECIOS Y ACEITE

La cosecha mundial de girasol se ha visto reducida significativamente en la campaña 2009/2010, principalmente por la caída en Argentina. Pero también se dio una muy fuerte reducción en Rusia, de aproximadamente 1 millón de toneladas. Fue algo menor la caída en Ucrania, pero bastante fuerte, de casi 1 millón de toneladas, en el resto de los países en el que está metido China, Sudáfrica, Estados Unidos y México, como países más relevantes (ver Figura 5).

Esto nos lleva a que el nivel de consumo y el nivel de molienda tengan que reducirse. Vamos a enfrentar una situación tirante en el verano con una caída de los stocks muy fuerte, de 2,6 millones de toneladas a 1,8 millones hacia septiembre/octubre del año 2010. Esta situación se ve reflejada en las cotizaciones, donde, poco a poco, el descuento con el que funcionaba el mercado de aceite de girasol respecto del aceite de soja a nivel internacional (del orden de los 40/50 dólares por tonelada) se transformó en un premio del orden de los 50/70 dólares. Quizás se haya dado algo más en Argentina por la tirantez especial de cosecha que tenemos. Así se justifica que hoy tengamos precios del orden de los 810/815 dólares en el Mar Negro para el aceite FOB ucraniano y del orden de los 870/875 dólares. En realidad, no hay mucha oferta en el mercado argentino hoy. El mercado está demandado por los compradores del exterior en el orden de los 850 dólares, pero sin muchas ofertas podríamos estimar que el mercado podría valer entre 875/880 dólares por tonelada. Obviamente, una situación que no nos hace para nada competitivos en des-

./ Figura 5: MERCADO MUNDIAL DE GIRASOL

Girasol	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Stock inicial	2,25	2,40	1,70	2,50	2,60	1,80
Producción	30,3	30,2	29,3	34,5	31,2	33,78
EU-27	5,72	6,41	4,97	6,67	6,77	7,05
Rusia	6,44	6,35	5,50	7,30	6,30	7,50
Ucrania	4,95	5,55	4,88	7,02	6,80	7,00
Argentina	3,84	3,12	4,60	3,02	2,25	3,40
Otros	9,35	8,77	9,35	10,29	9,08	8,83
Oferta Total	32,5	32,6	31,0	37,0	33,8	35,6
Consumo	30,10	30,90	28,50	34,40	32,00	33,50
Molienda	26,56	27,61	25,27	31,11	28,60	29,75
Otros Usos	3,54	3,29	3,24	3,30	3,40	3,75
Stock final	2,40	1,70	2,50	2,60	1,80	2,08

FUENTE: OIL WORLD 2010.

tinos clásicos del aceite de girasol. El saldo exportable que tenemos se está colocando en países del Cono Sur básicamente. Hay alguna que otra bodega complementando otros embarques de aceite que están yendo para el Hemisferio Norte, pero tenemos un aceite claramente muy poco competitivo a esta relación de precios.

Para la próxima campaña, según Oil World, tendríamos una muy fuerte recuperación en el nivel de producción, especialmente en Rusia y Ucrania. Allí, el cultivo de trigo ha tenido problemas con las heladas, lo que incrementa aún más las expectativas de siembra del girasol. Se sembrarían 6,5 millones de hectáreas en Rusia, que producirían 7,3/7,5 millones de toneladas, aunque tal vez los rindes sean menores que los de Ucrania. En Ucrania se sembrarían 4,7 millones de hectáreas y la cosecha podría rondar los 7,1 millones de toneladas. Para los que tuvimos la suerte de ir hace diez o doce años atrás a Ucrania, fue impresionante ver que decían cómo iban a ir acortando la brecha de rendimientos que tenían en ese momento con Argentina. Hoy tienen rendimientos que le permiten obtener una cosecha de más de 7 millones de toneladas, con un área de algo más de 4,5 millones de hectáreas.

En Argentina ojalá se cumpla el optimismo de Oil World, que prevé que podríamos llegar a tener 3,4 millones de toneladas. Esto se debe basar en un área sembrada del orden de las 2 millones de hectáreas. Hoy, las expectativas son muy variables, según con quien uno hable, según cómo esté el clima, si la zona donde uno llama ha sido muy atacada por la paloma o no.

Esta posible recomposición de la producción se hará sentir en el mercado, permitiendo un mayor consumo y una mayor oferta de aceite de girasol en el mercado internacional. El stock quedará dentro de un nivel más cómodo, pero tampoco exuberante respecto de la campaña pasada (ver Figura 6).

El aceite de girasol, con una producción que está bastante estancada alrededor de los 12 millones de toneladas, con una campaña de menor nivel de molienda y de sostenimiento del consumo, va a tener una reducción. Este es el efecto que estamos viendo hoy sobre los precios: un aceite de girasol bastante demandado, especialmente con precios muy por encima de los niveles históricos y muy por encima del nivel de precio de soja, en el caso, sobre todo, del aceite de girasol argentino.

Para la próxima campaña, si se cumplen estos aumentos de producción, obviamente vamos a tener una situación mucho más holgada y tendremos a los amigos ucranianos peleando por su cuota de mercado mucho más agresivamente que lo que vimos en esta campaña.

./ Figura 6: ACEITE DE GIRASOL EN EL MUNDO

SfO	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Stock inicial	0.87	1.09	0.99	0.93	1.41	1.01
Producción	11.67	12.18	11.70	11.74	11.73	12.10
Eu-27	2.21	2.29	1.82	2.59	2.50	2.44
Rusia	2.37	2.47	2.00	2.89	2.47	2.61
Ucrania	1.99	2.25	1.90	2.69	2.72	2.64
Argentina	1.63	1.32	1.58	1.48	1.04	1.53
Otros	2.77	2.65	3.68	1.32	2.24	2.88
Oferta Total	12.54	13.27	12.69	12.66	13.15	13.11
Consumo	10.64	11.41	10.20	12.25	12.17	11.64
Stock Final	1.09	0.99	0.93	1.41	1.01	1.47

FUENTE: OIL WORLD 2010.

LA SITUACIÓN ARGENTINA

En Argentina, este año, el número esperado de cosecha quizá sea uno de los más pesimistas. Las opiniones más optimistas piensan que podría llegar a 2,4/2,5 millones de toneladas. Es decir, vamos a tener una campaña muy baja de producción que nos permitirá moler con suerte 2,5/2,6 millones de toneladas, lo cual se traducirá en una producción de algo más de 1 millón de toneladas de aceite que, después de abastecer al mercado local con sus clásicas 390/400 mil toneladas, nos permitirá tener un saldo exportable de menos de 700/800 mil toneladas.

Para la campaña que viene, las encuestas que estamos haciendo hablan de una intención de siembra de 1,5/1,9 millones de hectáreas. Eso podría traducirse en una cosecha de 2,5/3 millones de toneladas, 3,2 si se alcanzaran las 1,9 millones de hectáreas.

Más allá de los precios relativos, no solamente comparando con las alternativas agrícolas, sino incluso en muchas zonas, hoy, comparar el margen del girasol con la actividad ganadera hace complicada la elección del cultivo.

Creemos en la vocación por darle importancia a la rotación. Ojalá tengamos un piso de 2,5/3 millones para la próxima campaña, lo que nos permitiría obtener una producción de aceite del orden de 1,2 millones de toneladas y, después de abastecer el mercado local de aceite, tener un saldo exportable algo mayor, pero siempre por debajo del millón de toneladas.

Esta situación argentina de reducción del nivel de producción, de las 7 millones de toneladas que alcanzamos en la campaña 98/99 a hoy que no superamos las 2,5 millones de toneladas, nos ha hecho perder el rol preponderante que tuvimos en la década del 90. Hay un factor determinante del mercado mundial de aceite de girasol: en términos de comercialización, la Argentina ostentaba un 50/60% de participación sobre el comercio total mundial de aceites, era el abastecedor de aceites del mundo; por nuestro devenir en el área sembrada y por las acciones que se tomaron en Rusia y en Ucrania para proteger la industria, hoy Ucrania es el abastecedor del mundo con un 50% de participación, tendencia que creemos que se va a seguir sosteniendo porque ya la industria está instalada, continúa con muy buenos márgenes y el precio del productor es muy remunerativo. Será esta historia una más de las sesiones de mercado que solemos hacer los argentinos.

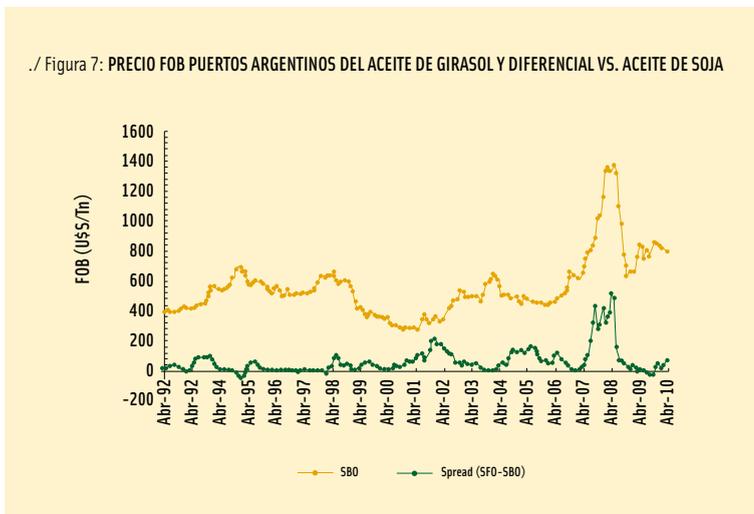
Sólo a modo de referencia, vemos un nivel de 850/875 dólares para el aceite de girasol FOB Argentina. Si excluyéramos los precios tremendos del 2008 (plena euforia del precio de los commodities, exportaciones prácticamente cerradas por alerta 14 en Argentina, contaminación de aceite ucraniano con sustancias tóxicas que hacían que Ucrania no pudiera entrar a Europa, precios que alcanzaron niveles por encima de los 1.500 U\$S/tn), estaríamos en niveles de precios de los más altos históricos. Es terrible lo que nos pasa, porque tener problemas de competitividad con el cultivo de girasol con un aceite por encima de 850 dólares es prácticamente inentendible.

El *spread* entre aceite de soja y aceite de girasol, por la presión ucraniana desde octubre del año pasado, llevó al aceite de girasol, hasta el verano argentino 2010, a un nivel de 50 dólares de descuento respecto del precio del de soja (ver Figura 7). Recién ahora, la falta de girasol argentino y la cada vez menor cantidad de los ucranianos hace que el *spread* en puertos argentinos esté en el orden de los 70 dólares por tonelada, pasando de -50 a +70. Esa es la buena noticia: el *spread* está subiendo y los 875 dólares se componen, entonces, de 70 dólares de premio y 800 dólares del nivel general para el precio de soja argentino. Un precio de soja argentino que está devaluado, entre otras cosas, por la acción de China, prohibiendo las importaciones de origen nacional. Esto no solamente presiona para arriba la soja mundial, sino que deprime el precio del aceite de soja y, particularmente, el argentino, que tiene que buscar alguna otra salida al no poder ir a colocar el millón de toneladas que usualmente le mandábamos a China.

LOS DERECHOS DE EXPORTACIÓN

Este tema no solamente nos afecta en Argentina sino que además nos afecta en comparación con nuestro competidor directo que es Ucrania. Rusia es muy relevante, pero es un neto importador, ahora más balanceado por el crecimiento de su producción propia de girasol. Desde hace unos cinco años, Rusia y Ucrania impusieron también derechos de exportación, pero solamente para el grano. Ucrania había empezado con un 15% y lo va reduciendo año a año. Este año ya están en 12% y, en un par de años caerá, al 10%. Esto ha hecho que casi todo el girasol producido en Ucrania quede allí para moler. Se exportan unas 500/600

./ Figura 7: PRECIO FOB PUERTOS ARGENTINOS DEL ACEITE DE GIRASOL Y DIFERENCIAL VS. ACEITE DE SOJA



mil toneladas solamente y todo el remanente se muele en Ucrania. En el caso de Rusia, nunca más movió el 20% que rige desde la instauración, lo que hace que sea prácticamente prohibitiva la exportación de semilla como grano.

En Argentina, después del fallido intento de las retenciones móviles, quedó en el nivel anterior: 32% para el grano, 30% para los productos. Dicho así suena como algo grave, pero me gustaría que nos laceremos juntos un poco más y lo veamos en términos de lo que significa como quita de valor para la cadena del girasol en Ucrania y en Argentina.

Veamos los precios que puede capturar la industria ucraniana y la industria argentina por el aceite y por los pellets: 810 dólares, un precio asociable a lo que fue la última compra de Egipto perfectamente, 843 con un flete... hasta 815 podría ser este valor. El rendimiento de aceite de la semilla ucraniana es un poco más alto porque el producto de la semilla genéticamente modificada es más alto que el de Argentina (44 contra 41 de rendimiento industrial, 185 para los pellets). Argentina está muy lejos de todos los centros de consumo. Tenemos el flete en contra, con lo cual tenemos 150 dólares más. Si aplicamos los coeficientes de rendimientos industriales obtenemos un valor internacional, para repartir luego inter-

namente, de 434 dólares por tonelada de semilla, equivalente al valor de los productos en Ucrania, y de 426 dólares para el girasol argentino. Hay 12 dólares de diferencia, fundamentalmente atribuibles a causas logísticas y de mayor contenido de aceite que tiene la semilla ucraniana.

Como Ucrania paga o de retención, la cadena de valor del girasol allí tiene 434 dólares equivalentes por tonelada de semillas para distribuir y retribuir a los puertos, a los camioneros, a los acopios, al costo industrial de transformación.

En el caso argentino, los 426 dólares que nos pagaría el mercado mundial se convierten en 298. Esto da 136 dólares de posibilidad de mayor precio o mayor valor para distribuir a lo largo de la cadena de valor en Ucrania. Incluso, si vamos por el lado de las semillas, si se exportaran todas las semillas, Argentina pagando 32 y Ucrania 12 (410 dólares vale la semilla ucraniana), nosotros tenemos que tener un descuento de, por lo menos, 30 dólares, porque estamos más lejos en el mundo. Eso nos da que tendríamos una paridad interna, ante todos los gastos logísticos, de 258 dólares contra 361, o sea, 100 dólares (ver Figura 8).

Esto quiere decir que la cadena de valor del girasol argentino tiene entre 100 y 140 dólares de menor valor. Si se lo sumáramos a los 240 dólares que hoy vale la semilla, imaginemos cuán distinta sería la historia del cultivo al compararlo con otras alternativas de siembra. Por ejemplo, imaginemos lo que sería un girasol de 300, en vez de un girasol de 240, con una soja de 220.

Además de tener este problema de competitividad internacional, hay que observar también el nivel de discriminación al que ha sido sometido el girasol como cultivo contra otras alternativas.

Veamos la evolución del precio del valor FOB puertos argentinos y de la alícuota de retención desde su reinstauración en el 2002. Cuando en marzo de 2002 volvieron las retenciones con un precio FOB para la soja de 175 dólares, la retención fue de 13,5%; con un trigo de 112 dólares, retención del 10%; un maíz de 86 dólares, 10%. En el caso del aceite de girasol, 5% con 505 dólares FOB. Rápidamente, el gobierno se dio cuenta de que había metido la pata con los niveles absolutos de precios relativos y, ya en abril de 2002, corrige y pone la retención de aceite en 20%. La harina de soja también pasa de 5 a 20%, a 23,5% el maíz, a 20% la soja y a 20% los cereales. En noviembre de 2007, ya con precios internacionales

./ Figura 8: SITUACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

		Aceite	Pellets	Productos	Semilla
	FOB (U\$S/Tn)	810	185	434	410
UCRANIA	Rendimiento industrial	0.44	0.41		
	Retenciones	0%	0%		12%
	FOB menos retenciones	810	185	434	361
	FOB (U\$S/Tn)	875	150	426	380
ARGENTINA	Rendimiento industrial	0.41	0.445		
	Retenciones	30%	30%		32%
	FOB menos retenciones	613	105	298	258
Diferencial Cap. Pago				136	102

muy altos, y previo a lo que fuera el intento de las retenciones móviles, con una soja de 397, se ponen las retenciones en 35% y, con un aceite en 1.260, se ponen las retenciones en 30%. Para la harina de soja en 300 dólares, las retenciones quedan fijadas en 32%. Obviemos el período de las retenciones móviles y la fluctuación de estos períodos, donde se fueron haciendo ajustes.

La harina de soja, que valía 300, ahora vale 305 y la retención es del 32%. El precio del aceite de girasol cayó 40% y el impuesto sigue siendo del 30%. En los cereales, por lo menos, se hizo alguna corrección. Con un trigo FOB que cayó de 300 a 227, se bajó de 28 a 23%, y con un maíz que cotizaba a 166 dólares aproximadamente, la baja fue de 5 puntos. Incluso, para trigo y maíz, hay un programa para pequeños productores que podrían reclamar el reintegro de estas retenciones (ver Figura 9).

Lamentablemente, el girasol quedó asociado a la suerte de las retenciones de soja, sin tenerse para nada en cuenta el nivel de fluctuación que ha tenido el precio del aceite. Por eso digo que hoy tiene un nivel totalmente discriminatorio. Si bien se ha tratado de explicar en todos los foros donde fue posible que nos atendieran, desde los funcionarios parece que es muy difícil tomar la decisión política.

./ Figura 9: SITUACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

Fecha	Soja		Trigo		Maíz	
	Precio	Alicuota	Precio	Alicuota	Precio	Alicuota
05-Mar-02	175	13.5%	112	10.0%	86	10.0%
06-Abr-02	163	23.5%	117	20.0%	86	20.0%
13-Ene-07	269	27.5%	199	20.0%	181	20.0%
12-Nov-07	397	35.0%	303	28.0%	172	25.0%
13-Mar-08*	528	38.1-48.7%	345	26.2-28.8%	218	22.8-36.4%
21-Jul-08	523	35.0%	325	28.0%	228	25.0%
23-Dic-08	352	35.0%	185	23.0%	153	20.0%
28-May-10	358	35.0%	227	23.0%	168	20.0%

Fecha	Aceite de Girasol		Harina de Soja		
	Precio	Alicuota	Precio	Alicuota	
05-Mar-02	505	5.0%	147	5.0%	
06-Abr-02	460	20.0%	143	20.0%	
13-Ene-07	626	20.0%	203	24.0%	
12-Nov-07	1260	30%	300	32%	
13-Mar-08*	1700	36.2-37.2%	354	34.-44.7%	Precio +101% / Impuesto +50%
21-Jul-08	1450	30.0%	396	32.0%	
23-Dic-08	620	30.0%	306	32.0%	
28-May-10	877	30.0%	305	32.0%	Precio -40% / Impuesto 0%

DE CARA AL FUTURO

Para dejar algún mensaje de optimismo de cara al futuro, y si tenemos alguna chance de recuperar parte del camino perdido con el cultivo de girasol en Argentina, habría que concentrar los esfuerzos en tres factores de éxito. Por un lado, adecuar el nivel de retenciones para evaluar algo de competitividad de cara a lo que hacen nuestros competidores directos, los ucranianos e, incluso, para que no tenga un problema de equidad interna respecto de otros cultivos en Argentina. Tenemos que tratar de que los factores de decisión política lo puedan entender y se pueda hacer algo en esta materia, porque si no, la mochila realmente es muy pesada para el cultivo.

Por otro lado, tenemos que seguir liderando la investigación. Si bien hoy el área sembrada es más importante en el Hemisferio Norte que en nuestro país, la investigación y la experimentación deberían continuar liderándolas la Argentina. Considero que el proyecto Brechas de ASAGIR es una de las piezas clave para ver si podemos llevar los rendimientos nacionales de 18 a 22 quintales y poderle cambiar, aunque sea desde los costos sanitarios de producción, parte de la competitividad que nos quita el esquema de retenciones tanto en Argentina como en Ucrania.

Finalmente, creo que tenemos que seguir insistiendo y profundizando el modelo de la actividad pública, la interacción entre el sector público y el sector privado. Entiendo que ASAGIR ha sido un muy buen ejemplo de cómo esto ha funcionado, a partir de convenios de investigación con fondos privados y con fondos de la Secretaría de Ciencia y Técnica. También debemos continuar las charlas que hemos tenido con muchos de los funcionarios. Creo que hay mucha gente en el Ministerio de Agricultura que entiende perfectamente de qué estamos hablando y qué es lo que nos pasa. Solamente nos faltaría poder ponernos de acuerdo los argentinos y tomar algunas decisiones que no son tan difíciles y que nos podrían cambiar bastante la historia.

Apuesto a que el girasol argentino sea un caso emblemático de cómo los argentinos, como sociedad, podemos superar nuestras diferencias y encolumnarnos en una visión compartida. Espero que seamos capaces de devolverle a la Argentina el posicionamiento que debería tener dentro del concierto de las naciones.

Conductor: Rodrigo Ramírez

Ingeniero Agrónomo egresado de la Universidad de Chile. Trabajó 16 años en empresas de comercialización de insumos. Fue director de empresas y vicepresidente de ASAGIR. Actualmente, es Gerente General de Anticipa y Director socio de Solapa 4 y Patagonia Sustentable.

PANEL: LA VISIÓN DE LA INDUSTRIA. ¿PUEDE LA ARGENTINA SER NUEVAMENTE LÍDER MUNDIAL DEL COMERCIO DE ACEITE DE GIRASOL?



DISERTANTE: VLADIMIR BARISIC

Ingeniero en Producción Agropecuaria. Se desempeña en el *trading* de oleaginosas desde hace 12 años. Actualmente, lo hace en Oleaginosa Moreno S.A.



DISERTANTE: ANDRÉS IOLSTER

Ingeniero Agrónomo egresado de la Facultad de Agronomía de la UBA. Fue *trader* de aceites vegetales en Continental. Actualmente, es responsable de aceites de Cargill.



DISERTANTE: SANTIAGO AGUSTÍN SÁNCHEZ PLA

Licenciado en Economía egresado de la UADE. Es Responsable del Departamento de Economía de la Cámara de Industria del Calzado y del Departamento de Research de Aceitera General Deheza desde el año 2007.

Conductor:

Me han encomendado una misión bastante difícil que es la de generar discusiones. La idea es poder entender cómo tenemos que actuar frente a estos escenarios con los cuales nos estamos viendo enfrentados. Por lo tanto, a los panelistas no les he pasado las preguntas que vamos a hacer, pero están en el contexto de lo que queremos entender como visión desde la industria hacia la cadena de valor del girasol.

Agrego sólo un concepto para poder darle marco a esta discusión que tiene que ver con que el pasado, el presente y el futuro siempre están re-

lacionados. El pasado, por definición, siempre fue mejor, independientemente de cómo haya sido. Eso genera mucho contexto. Y si uno ve todo lo que ha ido sucediendo con el girasol, veníamos viento en popa, dándole para adelante, con algunas caídas, más o menos, pero veníamos muy bien. Eso nos lleva a un presente en las dos últimas campañas, donde se nos vino a tierra todo lo que veníamos avanzando. Esto tiene que ver con lo que es la definición del presente. El presente, por definición, siempre es crítico. Siempre hay un problema con el presente y cuando uno lo ve en números se ve bastante más problemático. Eso nos lleva a tener una mirada hacia el futuro que, en realidad, no creo que sea única porque nadie tiene la verdad. Nadie puede predecir las cosas. Lo que sí podemos llegar a hacer es tratar de pronosticar. Hay una gran diferencia entre predecir y pronosticar. En base a los pronósticos, lo que podemos hacer es generar tres escenarios sobre los cuales nosotros podemos tomar esta discusión. Uno que tiene que ver con repensar el cultivo del girasol. Otro, no hacer nada, esperar lo que venga y adaptarnos a lo que suceda. Y un tercer escenario tiene que ver con el liderazgo.

En ese contexto, entendiendo un poco lo que se describió antes, la primera pregunta que deberíamos tratar de responder, a través de la visión de la industria, es: ¿realmente hay que seguir haciendo girasol en Argentina?

Disertante Vladimir Barisic:

Sí, desde ya que sí. Creo que tenemos que actuar para volver a atraer el girasol o el aceite de girasol que nosotros *tradeamos* y que le da el 85% del valor a la semilla. De esta manera, vamos a llevarlo nuevamente a ser competitivo frente al mundo y a nuestros competidores, en este caso, Ucrania. Creo que hay que buscar la unidad dentro de la diversidad y que tenemos que ir, en conjunto, para el mismo lado y tratar de reducir las retenciones, haciendo una sola política para volver a llevar el girasol a ser competitivo y poder competir frente a otros países.

Otro punto importante es que Argentina fue siempre muy competitiva en el mercado europeo. A fines de 2008, principios de 2009, dejó de serlo por el tema de los pesticidas. Por barreras para-arancelarias no podemos competir en el mercado europeo, un mercado muy consumidor de aceite de girasol. Hoy nos tenemos que ir al Hemisferio Sur, a Sudá-

frica, a Irán o un poco a India o China. Pero deberíamos volver a poder competir en el mercado europeo. Debemos hacer nosotros la tarea para reducir el uso de pesticidas, usar los que tienen bajo poder residual o no usarlos.

Lo que también perdimos, al no tener más el mercado europeo, es un mercado de referencia. Por la diversidad del girasol a nivel mundial y por la baja producción, a veces es muy difícil tener un mercado de referencia, como el mercado de la soja o el de Chicago. El mercado de Róterdam era de referencia y podíamos dar precios forward o precios de acá a ocho o diez meses. Hoy, el mercado de los seis puertos perdió mucha liquidez porque Argentina no participa. Lo podemos tomar como referencia, pero sabemos que no podemos ir a Europa. Entonces, muchas veces preguntan por qué no damos precios hacia delante, por qué no generamos precio forward. Lo que pasa que es muy difícil generar un precio forward si no tenés un mercado de referencia. Volviendo a la pregunta inicial, creo que nosotros tenemos que mejorar eso, nuestra calidad de girasol y nuestra calidad en los aceites. Por eso, menciono el tema de los pesticidas.

Conductor:

Andrés, siguiendo la línea de lo que estaba planteando Vladimir, ¿cómo reposicionamos el liderazgo de Argentina en el contexto mundial? Una aclaración más: todos queremos o deseamos que haya más girasol, pero ¿cómo le explicamos a los que tienen que hacer las inversiones que siembren girasol?

Disertante Andrés Iolster:

Por un lado, está el mejoramiento tecnológico y poder mejorar la calidad respecto a los pesticidas, de modo de acceder a los mercados. Pero es muy difícil con las desventajas arancelarias que tenemos en relación a nuestros competidores. Los números que mostró Jorge Domínguez son clarísimos: con 32% de retenciones, por más esfuerzo que hagamos, va a ser muy difícil que podamos volver a tener el liderazgo.

Por el lado de los aceites en particular, con el crecimiento que hay en la producción en la zona del Mar Negro, va a ser muy difícil que el aceite de girasol tenga una prima importante por arriba de lo que es el aceite de soja. La esperanza viene más del lado de los aceites en general, es decir,

por el aumento en la demanda de biodiesel y demás. Por los rendimientos industriales diferenciales, con un girasol rindiendo 41/42% de aceite, tendríamos la esperanza de que el precio de la semilla de girasol se aprecie más en relación a los cultivos competidores.

Conductor:

Para tratar de polemizar un poquito, diste la referencia a lo tecnológico como importante para poder hacer todo esto. ¿Cómo se puede hacer eso con un cultivo que viene cada vez más en picada?

Disertante Andrés Iolster:

Es el huevo y la gallina. Obviamente, si no hay incentivos, las empresas no van a invertir en tecnología. Creo que el puntapié inicial tendría que venir del lado del gobierno. Es muy difícil convencer a las empresas semilleras que inviertan en investigación genética, si cada año se les compra menos semillas. Me parece que el liderazgo tiene que venir del lado de nuestras autoridades.

Conductor:

Santiago, me dieron el pie para hacerte una pregunta que es difícil. ¿Quién tiene que hacerse cargo de lograr esa decisión política? Estamos todos de acuerdo con que hay que buscar y relacionar lo público con lo privado, a través de asociaciones como ASAGIR, pero ¿quién debe cumplir el rol de meterse con la política?

Disertante Santiago Agustín Sánchez Pla:

Creo que ASAGIR ha intentado empujar esa agenda. Volviendo a la pregunta que le habían hecho a Andrés, en los últimos treinta/cuarenta años ha habido un fuerte mejoramiento en el contenido de aceite, lo que va a ayudar, en cierta manera, a compensar o mejorar la competitividad del girasol. El alto oleico es otra demanda interesante que tiene Argentina, a diferencia de Ucrania y Rusia que vienen todavía un poco rezagados con el tema. Esperar que el gobierno lo haga de por sí es medio naïf, lo mismo que esperar que la mejora de la competitividad surja por motu proprio del gobierno. Toda la cadena, tanto la industria como los productores, las semilleras o la industria del fertilizante van a ser los que van a

tener que tomar, lamentablemente, para bien o para mal, la bandera de empujar esa agenda y ver qué se puede obtener. Creo que el gobierno tendría que tener en cuenta que hay un consumo interno de girasol bastante importante, de 400 mil toneladas al año. Si el cultivo sigue perdiendo área año tras año, va a empezar a pasar algo parecido a lo que vimos en trigo, para el que el área cayó tanto que empezó a peligrar hasta el abastecimiento interno de trigo para harina.

Conductor:

¿Y cómo ven la participación de la industria en ese contexto?

Disertante Santiago Agustín Sánchez Pla:

La industria está participando. Financia, en parte, el Proyecto Brechas y también participa en ASAGIR activamente. No sé hasta dónde puede empujar la industria la agenda del girasol. Obviamente, todo lo que podamos hacer lo estamos haciendo, pero nuestra relación con el gobierno tampoco es la mejor ni la óptima ni la que quisiéramos. Así que se hace lo que se puede, básicamente.

Conductor:

¿Los otros qué opinan?

Disertante Jorge Domínguez:

Aparte de lo que sería la pérdida de puestos de trabajo, del cierre de fábricas, desde la caída de los 7 millones de toneladas a este nivel –inferior a los 3 millones–, la única planta que se cerró, por suerte, era la más grande que teníamos: la planta de Molinos Río de La Plata en Avellaneda. Una consecuencia que va a haber es esa. Pero no es lo mismo para las empresas de origen nacional, que molemos el girasol de acá o el de acá, que para las empresas multinacionales, que pueden tener intereses tanto en Argentina como en Europa o Rusia. Eso es lo que tratamos de explicar. Creo que, a nivel de los funcionarios de carrera del Ministerio de Agricultura, lo entienden perfectamente. Pero se requiere una decisión política que hoy no está. Y no sé si será el Parlamento, si será una nueva gestión o una visión distinta de esta misma administración la que entenderá. Creo que ASAGIR tiene que seguir insistiendo en explicar, en comunicar

qué es lo que pasa. Acá no se trata de un interés sectorial, sino de una situación de inequidad ante lo que hacen nuestros competidores en el exterior e, incluso, hasta como si se tratara de los sueldos de empleados, es un tema de equidad interna. El girasol tiene un nivel de retenciones no justificable por la evolución del precio internacional. Como se ha hecho algo con el trigo, el maíz y el sorgo, se podría haber bajado también algo la retención. No estamos diciendo eliminen las retenciones, sino “hagámosle algún ajuste”. Pero como quedó pegado a la historia de la soja, teniendo un mercado totalmente distinto de competencia, hay un grave problema.

Disertante Vladimir Barisic:

Coincido totalmente con lo que dijo anteriormente Jorge Domínguez y quisiera agregar un tema referido a la recaudación por retenciones del girasol: a niveles de hoy (retenciones de un 32% para la semilla y 30% para subproductos), por cada punto porcentual de retenciones se obtienen alrededor de 9 millones de dólares, contra una soja que, por cada punto, son casi 200 millones de dólares. Estoy muy de acuerdo con que quedamos pegados a la soja, pero ahí tienen la diferencia muy clara de cuánto representa en la recaudación del gobierno por cada punto de girasol y por cada punto de soja.

Conductor:

Siguiendo esa lógica, es cierto que la industria se ha mantenido aportando datos y generando todo esto. ¿Cómo ven ustedes la participación de los productores en organizaciones como ASAGIR?

Disertante Santiago Agustín Sánchez Pla:

Desde ASAGIR, nosotros también hemos trabajado con la gente de AACREA, tratando de acercarnos a los legisladores, diputados, senadores cuando parecía el año pasado que había alguna chance de bajar retenciones. Nuestro objetivo es el mismo, conseguir esa baja de retenciones, que es la base fundamental para empezar a torcer la historia. No tenemos ningún problema. De hecho, apoyamos a AACREA, AAPRESID y otras organizaciones que abogan por lo mismo. No veo qué otra cosa podríamos hacer con los productores, más allá de apoyarlos y acercar los

pocos contactos con la política que podamos llegar a tener para que ellos puedan llevar ese mensaje adonde pueda ser escuchado.

Disertante Andrés Iolster:

Y comunicar también cuáles son las trabas que tenemos en los destinos. El tema de los pesticidas, por ejemplo, es un tema que lleva muchas reuniones. El problema es que el productor solo tampoco puede solucionar ese problema. Ahí también tienen mucho que ver las regulaciones del SENASA, que es muy estricto con el tema de la aparición de insectos vivos en los puertos. Donde tenemos plantas que no están en los puertos, uno puede recibir con insectos vivos y se puede manejar bastante bien el tema de pesticidas, pero en las plantas que están en el puerto, como son la mayoría, eso se hace prácticamente imposible. Entonces, también sería bueno poner flexibilidad de parte de las autoridades del SENASA. Hoy, al mundo le preocupa mucho menos la aparición de insectos en las cargas de barco y le preocupa muchísimo más el efecto que pueden tener los residuos de los pesticidas, no sólo en girasol, sino en todos los productos que exportamos.

Conductor:

La otra pregunta tiene que ver con parte del planteo que hacía Jorge Domínguez en su momento: el valor agregado que se pierde dentro de la cadena. Esto lleva a discusiones históricas generadas desde ASAGIR sobre cómo se reparte el valor dentro de la cadena. Habló de 136 dólares por tonelada, tomando como referencia lo de Ucrania. La pregunta es: ¿cómo se reparte ese valor? Es la vieja discusión sobre la transparencia de los precios.

Disertante Jorge Domínguez:

Tenemos que retomar algunos puntos referidos a las dificultades que hacen al girasol un cultivo distinto al de soja, y referidos al folclore histórico de la pizarra y Molinos y compañía y el sur y Rosario. Es decir, además de eso, el girasol tiene una distribución geográfica, tanto del cultivo como de las fábricas, que hace que no exista un mercado concentrador como es el principal mercado de entrega de Rosario en el caso de la soja, donde prácticamente hablar del precio de la soja es hablar del precio de Rosario.

En Argentina, el girasol está distribuido es una especie de semi circunferencia que va desde el Chaco, pasando por el oeste de Córdoba, San Luis, La Pampa hasta el sudeste y sudoeste de Buenos Aires. Tiene fábricas distribuidas donde estaba antes el cultivo, en Rosario y el norte de Santa Fe, en Córdoba, en el oeste de Buenos Aires, en el Gran Buenos Aires, en Cañuelas, en Junín, en Daireaux, en Villegas, Necochea. Eso genera una situación que resulta muy exasperante para el productor, porque ve que hay distintos precios. Hay toda una sensación que se llama “falta de transparencia” y que, en realidad, tiene que ver con que hay muchos precios distintos, porque hay situaciones distintas, fábricas que compran por razones distintas. No son lo mismo los que están exportando para llevar el aceite a Europa, con todo el tema de los pesticidas, que los que tenemos que conseguir aceite para vender a precio fijo en el mercado local. La competencia es feroz porque no alcanza. Es decir, las fábricas están trabajando en su conjunto a un 50% de la capacidad y así, cuando una fábrica está desesperada porque tiene un compromiso tomado (tal como entregarle a un supermercado o un comprador un negocio que ya había pactado previamente del exterior), sale y paga lo que es impagable, desde el punto de vista del margen y de la posibilidad de cubrir todos los costos. Hoy tenemos costos de transformación en fábricas, que trabajan al 50% de la capacidad, del orden de los 50 dólares por tonelada. Es decir, cinco veces más que un costo de transformación de soja. Piensen que cualquier planta de girasol, la que más muele este año, lo que va a moler en todo el año equivale a un mes de molienda de soja de una de las plantas más eficientes que tiene el sojero. Todo eso hace que, como hay precios en las distintas plantas, haya precios para Rosario, haya mercadería a fijar, la pizarra no refleje el precio del disponible...

No hay forward porque es muy difícil. El mercado es mucho más ilíquido. Decíamos 34/35 millones de toneladas de girasol en el mundo para la campaña que viene. Es la mitad de la cosecha de soja argentina casi. Ese pequeño volumen genera problemas de liquidez a la hora de comercializar. La liquidez, no para vender el *spot*, pero sí para tener luz larga. Entonces, los *traders* recurren a herramientas imperfectas de arbitraje de precio, como por ejemplo, dar un precio para el girasol en marzo y cubrirse con ventas de aceite de soja en Chicago. Esto, en vez de diversificar el riesgo puede multiplicarlo, porque puede agarrar una suba

del barril de petróleo y esa protección del mercado de aceite diferido de girasol...

Conductor:

Jorge, ¿cómo se fijan los puntos de referencia?

Disertante Jorge Domínguez:

Si quisiéramos construir un precio para marzo, tendríamos que decir “para el aceite en el Mar Negro hay precios disponibles del orden de los 810, 815 dólares”. Sabemos que van a sembrar más, pero seamos optimistas y pensemos en 810 dólares. Argentina va a tener que salir a colocar volúmenes exportables compitiendo con el Mar Negro. Estamos a cierta distancia de esos mercados. Entonces, tenemos que imaginarnos un precio FOB interesante para poder competir contra el girasol ucraniano en el Mediterráneo. Construimos un precio de 780 dólares. Supongamos que los pellets siguen valiendo 150 dólares, que la harina de soja mantiene su precio, que el productor sigue reteniendo en el mundo y que la soja no cae a 250 dólares, sino que sigue valiendo 300 dólares en el mundo. Tomemos el valor del pellet: no va a dar, porque yo había tomado 875 el precio FOB del aceite de girasol, y ahora tendría que tomar 780. Es decir, va a dar 250 dólares lo que antes daba 298 como valor FOB de los productos. Si le quitamos las retenciones, construimos 250 dólares FOB, a partir de los 300 que me daba la cuenta. Le quitás lo que querés conocer de tu costo industrial. Habrá un poco más de girasol, voy a tener un poco mejor el costo, en vez de 50 dólares de transformación industrial, voy a tener 35 dólares de absorción de fijos y variables de la planta. Eso me va a dar que tengo una determinada capacidad teórica de pago puesta en el puerto o puesta en la planta del interior. No es igual la capacidad de pago y la logística para llegar hasta el puerto que tiene una fábrica en Córdoba, que la que tiene una en Villegas y otra en el puerto de Necochea, o una planta que tiene que mover camiones, como Santa Clara en la circunvalación de Rosario hasta el puerto, que una planta como la de Cargill en el puerto de Bahía Blanca. Cada uno hará su cálculo poniendo todos esos costos. Cada uno de nosotros convalidamos un margen bruto y eso da una paridad teórica. En este contexto en el que hay girasol solamente para abaste-

cer, con suerte, el 60% de la capacidad instalada, seguramente lo que vamos a pagar en cualquiera de los destinos es más que esa capacidad teórica de pago.

Conductor:

O sea, van a estar buenos los precios.

Disertante Jorge Domínguez:

Los precios van a depender más de lo que nos pase afuera que de lo que nos pase adentro.

Conductor:

Yo tomaría la decisión de vender.

Disertante Jorge Domínguez:

Pero supongamos que, en un acto de desesperación, una industria sobrepaga 10 dólares la paridad teórica, que diga “para cumplir este compromiso voy a poner 10 dólares de mi bolsillo, voy a comprar el girasol, lo voy a transformar en aceite y voy a entregar ese aceite”. Siempre la discusión entre un eslabón de la cadena y el otro va a tener una magnitud del orden de los 10 dólares. A precios más altos, contrariamente de lo que piensan muchas veces los productores, para la industria es más fácil pagar más que pagar menos. Nosotros, en general, ganamos más plata cuando podemos pagar el girasol 200 dólares que cuando tenemos que pagar 220. Los 200 dólares son algo muy cercano al costo de producción, mientras que, en soja, los 220 tienen todavía como 60 dólares de margen por tonelada para el productor.

Conductor:

Quiero ir cerrando con dos o tres preguntas. Santiago, mencionaste que el rol político tenía que cumplirlo, de alguna manera, ASAGIR. ¿Cuáles son los tres factores clave que tiene que tener en cuenta la Asociación para poder cumplir este rol?

Disertante Santiago Agustín Sánchez Pla:

No sé si hay tres. Primero, seguir siendo un ámbito de discusión,

porque obviamente hay temas que son conflictivos, como el tema del precio. ASAGIR necesita seguir siendo un ámbito de discusión entre los distintos eslabones de la cadena para volcar todo en una única voz y una única opinión frente a terceros, en este caso, las autoridades del gobierno en general. Después, creo que hay que seguir insistiendo en todos los ámbitos y niveles del gobierno, ya sea en el Ministerio de Agricultura, en el Congreso y con los distintos funcionarios que nos atiendan.

Disertante Andrés Iolster:

Yo sumaría lo de pesticidas: seguir las gestiones con el SENASA como para que volvamos a abrir el mercado europeo. Y sumaría tener un mercado de referencia, por ende, tener precios forward.

Disertante Vladimir Barisic:

Coincido con los colegas. Siempre está el dicho “el que no llora, no mama”. Hay que buscar la unidad dentro de la diversidad e ir todos juntos a pelear por algo que creo que tiene que seguir estando en Argentina, que es patrimonio de Argentina. Todos tenemos que defender al girasol para ponerlo nuevamente en el mercado mundial.

Conductor:

En ese contexto, ¿qué competencia debería tener ASAGIR que hoy no tiene? ¿Capacidad de lobby? ¿Cómo se transforma de una cadena en una red?

Disertante Vladimir Barisic:

Creo que ASAGIR está haciendo un muy buen trabajo. El tema es que la contraparte no responde, no tenemos respuesta. Creo que los números son más que claros. El ejemplo más claro fue el de Jorge Domínguez cuando pasó los números, las diferencias en las retenciones o los distintos planos que se usaron para el trigo y maíz y cómo quedó apartado el girasol. Creo que tenemos que seguir e ir con los números hasta que nos den una respuesta.

Disertante Andrés Iolster: Es la primera vez que participo en una de estas reuniones de ASAGIR, y viendo lo que vi hasta ahora, creo que se están

manejando bastante bien. Es más un problema de no tener receptores que de comunicar el mensaje.

Conductor:

La última pregunta la voy a hacer dirigida en el contexto de la experiencia que yo tengo. Cuando uno trata de planificar hacia futuro, el tema se complejiza bastante por la cantidad de variables que inciden. Se dice que la planificación sirve sólo para dos cosas: primero, para entender o para saber que con el 100% de certeza el punto que uno pronostica no se va a cumplir; y segundo, para darles las explicaciones al jefe, al dueño o a quien sea de por qué hay que ir de arriba o por qué hay que ir de abajo. Cuando uno planifica, en el corto plazo, tiene que analizar tendencias, vemos lo que puede pasar la próxima campaña. Cuando vamos a la planificación del mediano plazo, solamente puede uno pensar en el hecho de decir “tomo la tendencia, más alguna matriz de eventos con probabilidad de ocurrencia e impacto en valor”, y allí pasan a ser relevantes los eventos que tienen baja probabilidad de ocurrencia, pero alto impacto en valor. Y para el largo plazo, en realidad, quedan sólo dos cosas que hacer: definir propósitos y voluntades. De otra manera, es imposible hacer una planificación hacia futuro. Queda pendiente la discusión de qué es lo que es corto, mediano y largo plazo. En una visión de futuro, me gustaría que Jorge nos contara cuáles son los propósitos y las voluntades que ve él, no sólo para el cultivo del girasol, sino también para ASAGIR.

Disertante Jorge Domínguez:

El interés que despierta todavía el cultivo es lo que nos empuja a todos. Confiamos en mantenerlo dentro del portfolio de alternativas agrícolas, especialmente para muchas regiones para las que la soja todavía no es un cultivo tan seguro. Creemos que, desde la demanda internacional, está todo a favor. No parece que vaya a haber problemas de colocación. Me parece que el interés común y el propósito central tienen que estar en seguir trabajando por el cultivo. El Proyecto Brechas debería empezar a generar resultados en tres o cuatro años sobre cómo adecuar el manejo a cada uno de los ambientes y acercar esa brecha, que hoy es del 45/50%, al teórico 25% del que habló Antonio Hall. Nos pondría en una situación competitiva mejor.

Estoy confiado a partir del capital social que hemos logrado construir en ASAGIR. Sería muy interesante que, además de la cadena y de algunos organismos públicos, como son las universidades y el INTA, que participan activamente, contar con funcionarios de carrera del Ministerio de Agricultura participando en nuestras reuniones. Las reuniones de la comisión directiva ampliada de ASAGIR son una caja de resonancia. No es que obviamos los problemas de distribución. Dentro de la cadena de valor se hablan, pero se hablan a calzón quitado, con sinceridad, construyendo capital social, contando la problemática a la hora de vender en el exterior, contando al productor qué le pasa que ve un precio distinto o el acopiador cómo le explica al productor un precio distinto del que había pactado con él. Cuando uno tiene un interés común, es capaz de obviar las diferencias que pueden resultar menores a la hora de agrandar la torta del girasol. Creo que si no hubiéramos armado la institución ASAGIR, hoy, ni siquiera hubiéramos tenido este 5° Congreso. La institución supera el estado de ánimo de las personas, aún de las que más luchan por el cultivo. Si no estuviera la institución ASAGIR con todos sus órganos, con las comisiones que organizan el Congreso, con los investigadores que trabajan más allá de la mala onda que le tiramos los que estamos viendo el mercado, y que, a veces, aunque sea para hacer catarsis, vamos a una reunión y transmitimos nuestra visión... los investigadores, como si no pasara nada, siguen trabajando en el largo plazo y haciendo investigación básica y experimentación. Creo que ahí está el valor de ASAGIR e invito a Ricardo Negri para ver cómo hacemos para que los funcionarios de carrera del Ministerio participen de las reuniones y vean los temas que discutimos. Cuanto más se entiende la problemática, es más fácil, algún día la verdad triunfa.