

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Panorama y oportunidades de las exportaciones agroindustriales argentinas

Desde la conformación del Estado Nacional hasta hoy, la Argentina es primordialmente exportadora de productos provenientes del agro. Los inicios del modelo agroexportador, a fines del siglo XIX, señalan el punto de partida de un esquema productivo que se mantiene, a pesar de que otros sectores se fueron sumando y creciendo a lo largo de la historia.

En el contexto actual, donde los alimentos son bienes de cambio fundamentales y la demanda mundial crece a un ritmo inigualado, ser proveedor de comida es una posición clave, que pocas naciones ostentan.

Sin embargo, pese al desarrollo que tiene la producción de commodities agrícolas en el país, es importante ampliar sus alcances y plantear nuevos objetivos que permitan mayores ingresos para productores y Estado, y protejan la seguridad alimentaria.

El objetivo de este informe es describir las características principales de las exportaciones agroindustriales argentinas y analizar las oportunidades de desarrollo.

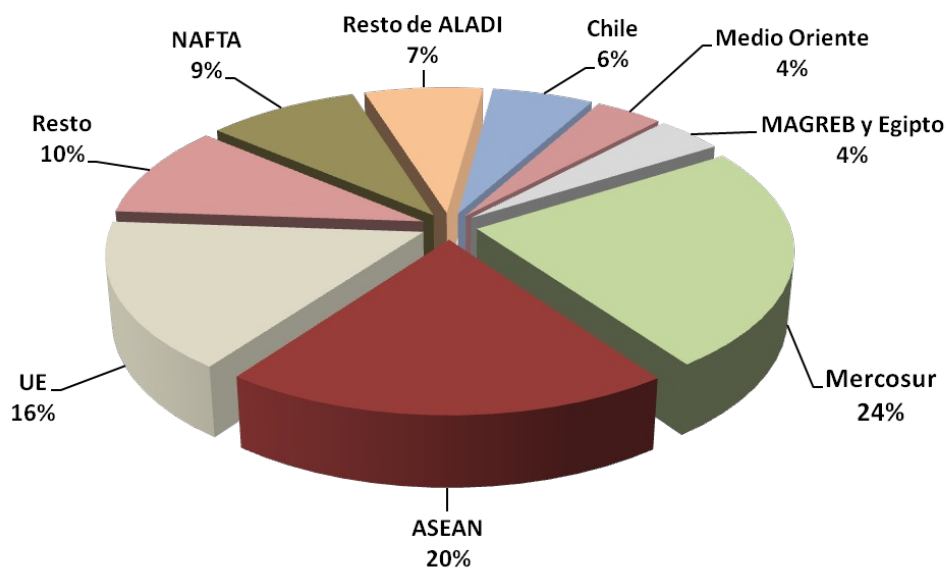
INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Situación del comercio exterior del sector agroindustrial argentino

La composición de las ventas externas de la Argentina, según datos oficiales, consiste en un 24% de productos primarios, un 33% de manufacturas agroalimentarias, un 34% de manufacturas de origen industrial y 9% de combustibles y energía. Esto marca que gran parte de las exportaciones están relacionadas con el mercado agroalimentario.

De acuerdo a la información del INDEC, los productos primarios aumentaron 69% en los últimos 12 meses, mientras que las manufacturas industriales, un 31%. Las manufacturas de origen agroalimentario crecieron un 6%.

Principales socios comerciales de Argentina (2010)



Fuente: INDEC

En cuanto a los socios comerciales, el Mercosur es el primero; el ASEAN sumado a China, Corea del Sur, India y Japón es segundo, y la UE, tercero.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA



Los principales productos del sector agroindustrial exportados por la Argentina se encuentran en el complejo sojero. Las tortas, el aceite y los porotos de soja representan las exportaciones de más valor. También se destacan el maíz, el trigo, la carne bovina, el aceite de girasol y el vino, entre otros.

Si se observa la importancia de la Argentina en el mercado de cada producto, se encuentra que es el primer exportador de tortas y aceite de soja, yerba mate, jugo de uva, jugo de limón concentrado, aceite de maní y carne de caballo. Además, es el segundo exportador de sorgo, tortas de girasol, maíz, maní preparado, tortas de maní, aceite de cártamo, aceite de girasol, limones y limas, ajo y miel natural.

Al mismo tiempo, según datos 2008 de FAO, Argentina también se destaca en aceitunas en conserva (3º), ciruelas secas (3º), harina de trigo (3º), soja (3º), maní sin cáscara (4º), alpiste (4º), jugo de manzana concentrado (4º), trigo (5º), carne de conejo (5º), frijoles secos (5º), arroz descascarado (6º), leche entera en polvo (6º), aceite de oliva (7º), cebada (7º), tabaco bruto (7º), pasas (8º), lana limpia (8º), vinos (8º) y carne de pollo (9º), entre otros.

Si bien muchos de los productos en los que Argentina ocupa un nivel destacado en el comercio internacional corresponden a cultivos de gran magnitud a lo largo del territorio nacional, como la soja, el maíz o los aceites derivados, también es importante destacar el protagonismo en el mercado de productos generados en economías regionales o de menor extensión, como los limones, jugos o vinos.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Exportaciones por rubro (2009-2010)				
	2009		2010*	
	Toneladas	Valor ('000 U\$S)	Toneladas	Valor ('000 U\$S)
Cereales, oleaginosas y subproductos	35.432.000	12.026.120	53.505.344	15.706.219
Productos, subproductos y derivados de origen animal	1.962.337	4.222.075	1.804.004	4.300.124
Frutas, hortalizas y legumbres	1.900.758	1.347.988	1.992.281	1.545.078
Otros productos (azúcar, té, yerba, semillas, etc.)	882.816	805.957	862.249	862.001
TOTAL	40.177.911	18.402.140	58.163.878	22.413.422

Fuente: Elaboración propia en base a SENASA / *10 primeros meses

Como indica SENASA, los cereales, oleaginosas y subproductos sobresalen en las exportaciones agropecuarias. De 2009 a 2010 se puede ver un incremento en las cantidades comercializadas, esto tiene que ver con la sequía que afectó a los cultivos la anterior campaña.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

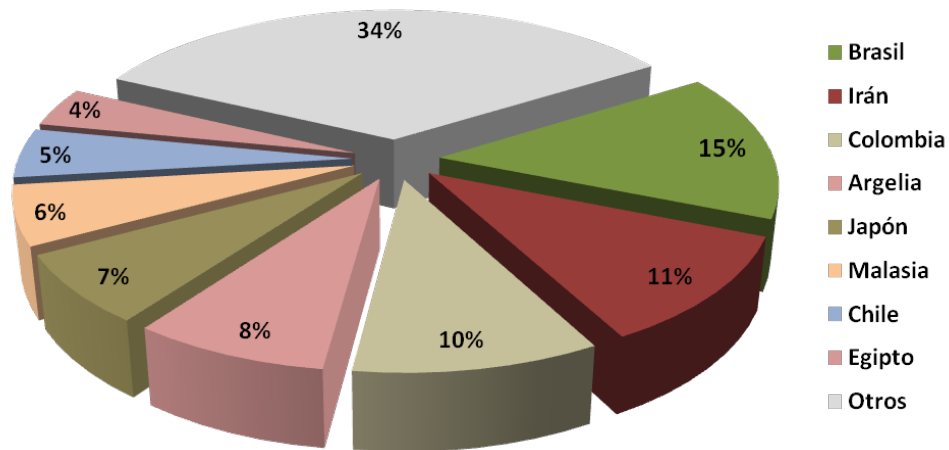
Cereales, oleaginosas y subproductos				
	2009		2010*	
	Toneladas	Valor ('000 U\$S)	Toneladas	Valor ('000 U\$S)
Oleaginosas	4.734.517	2.010.879	14.708.577	5.589.399
Soja	4.324.099	1.641.551	14.225.823	5.148.817
Maní	346.378	310.511	401.452	376.352
Otros(as)	64.040	58.817	81.302	64.230
Cereales	13.446.572	2.546.550	22.319.201	4.079.230
Maíz	6.844.045	1.112.912	16.603.059	2.768.827
Trigo	4.313.170	840.669	3.255.936	737.808
Arroz	503.897	206.687	447.859	216.123
Sorgo	799.546	96.730	1.429.430	178.251
Cebada	794.100	186.214	366.464	87.888
Otros(as)	191.813	103.338	216.453	90.332
Harinas	11.700.756	4.339.414	11.854.375	3.859.769
Harina de Soja	11.355.168	4.228.746	11.596.106	3.768.840
Otros(as)	345.588	110.668	258.269	90.929
Aceites	3.126.336	2.303.205	1.345.214	1.184.588
Aceite de soja	2.585.678	1.866.776	1.012.778	858.145
Aceite de girasol	475.026	369.908	230.631	205.636
Aceite comest. mezcla	27.980	28.210	56.537	62.685
Otros(as)	37.652	38.311	45.268	58.121
Pellets/Tortas/Expellers	1.989.852	667.533	2.785.183	790.984
Pellet de soja	1.247.023	459.301	1.832.940	568.602
Torta de soja	463.493	167.630	551.815	168.520
Pellet de girasol	131.449	19.392	142.790	25.362
Otros(as)	147.888	21.210	257.639	28.501
Otros(as)	433.969	158.538	492.793	202.249
TOTAL	35.432.000	12.026.120	53.505.344	15.706.219

Fuente: Elaboración propia en base a SENASA / *10 primeros meses

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

A su vez, los destinos de la producción de cereales y oleaginosas confirma la importancia del Mercosur, por un lado, y los países de Asia por otro.

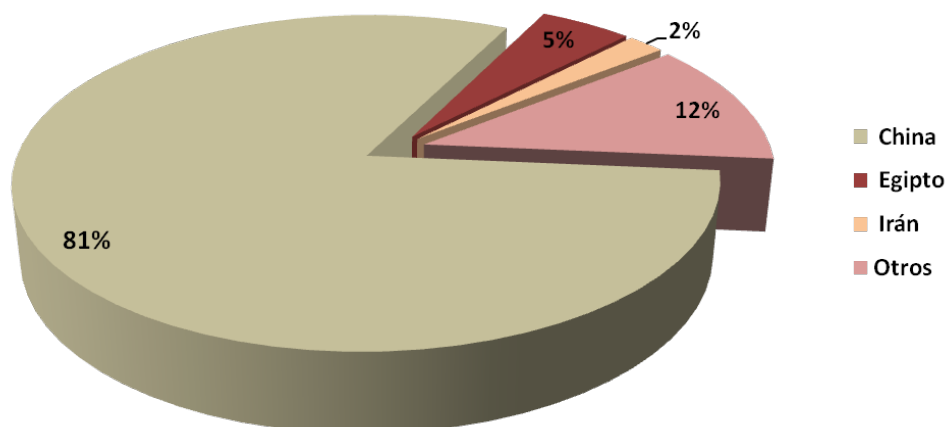
Cereales - Principales destinos en % (2010)



Con menor porcentaje: Perú, Indonesia, Marruecos, Taiwán, Vietnam, Arabia Saudita, Venezuela, Yemen, Corea del Sur, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos y Gran Bretaña.

Fuente: SENASA (Porcentajes en base a toneladas declaradas)

Oleaginosas - Principales destinos en % (2010)



Con menor porcentaje: Tailandia, Holanda, Siria, Colombia, Taiwán, Turquía, Indonesia, Malasia, Venezuela, Chile, Túnez, Argelia, Rusia, Grecia, Perú, Italia y Gran Bretaña.

Fuente: SENASA (Porcentajes en base a toneladas declaradas)

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

La importancia del complejo sojero

El complejo sojero es, entre los oleaginosos, el más importante del mercado agroalimentario. Según el USDA, la producción total de soja para 2010/2011 será de 257.777.000 toneladas. Por su parte, se estima que Argentina producirá 52.000.000 toneladas, que representan un 20% del total mundial. Con esa cantidad, el país se ubica como el tercer productor, detrás de Estados Unidos (91.854.000 tn) y Brasil (67.500.000 tn).

La combinación entre alta producción y relativamente bajo consumo doméstico pone a la Argentina en un lugar estratégico en el comercio internacional de porotos, harina y aceite. En el caso de este último derivado, el país se presenta como el principal exportador.

Del total producido por Argentina, 13.000.000 toneladas se exportarán como poroto en 2010/2011. Dicha cifra significa más del 13% de las exportaciones mundiales y el tercer puesto en el ranking de exportadores, nuevamente por detrás de Estados Unidos (43.273.000 tn) y Brasil (31.400.000 tn).

Según el SENASA, durante 2009 las exportaciones argentinas de soja totalizaron 4.400.530 toneladas, por un valor de 1.672.525.000 dólares. El principal comprador fue China, con una adquisición de 3.236.830 toneladas, por 1.214.602.000 dólares. A dicho país se destinó el 73,5% de las exportaciones argentinas de esta oleaginosa. Otros importadores fueron Irán, Egipto, Tailandia y Turquía. Durante los primeros 10 meses de 2010, en tanto, se exportaron 14.225.823 toneladas de soja por un valor de 5.148.817.000 dólares.

Sin embargo, la mayor de la producción argentina se destinará a la industrialización, especialmente a la obtención de aceite de soja. Para 2010/11, se espera que la producción de dicho aceite alcance las 7.500.000 toneladas, de las cuales 5.120.000 toneladas serán exportadas. Esto significa que las ventas argentinas al exterior representarán el 53% de las exportaciones mundiales de aceite de soja.

Las exportaciones de aceite de soja argentino durante 2009 alcanzaron las 2.776.755 toneladas y un valor de 2.020.389.000 dólares, según SENASA. Al igual que en el caso del poroto, China es el principal comprador con un total de 1.849.049 toneladas por 1.348.576.000 dólares, que representan el 66,5% de las exportaciones.

En los primeros 10 meses de 2010, las exportaciones de aceite de soja sumaron 1.012.778 toneladas por un valor de 858.145.000 dólares. Debido a las trabas que durante gran parte del año impidieron la exportación de este aceite a China (principal comprador desde abril a octubre), en lo que va del año se destacan mercados no tradicionales, siendo el mayor comprador República Dominicana con 194.125 toneladas por 164.704.000 dólares.

En cuanto a la harina de soja, SENASA informa que las exportaciones en 2009 totalizaron 12.974.139 toneladas por un valor de 4.859.817.000 dólares. Los principales compradores fueron Holanda, Indonesia, Italia, Vietnam y Filipinas. Durante los primeros meses de 2010, las exportaciones de harina de soja fueron de 11.596.106 toneladas por 3.768.840.000 dólares. Indonesia fue el principal comprador, mientras que Holanda ya no se encuentra entre los cinco mayores importadores.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Otros granos y derivados de importancia

La participación Argentina en el mercado de maíz también es destacable. Según el USDA, en 2010/11 se exportarán 92.000.000 toneladas, de las cuales cerca del 16% corresponden a maíz argentino. En los primeros 10 meses de 2010, indica SENASA, se exportaron 16.603.059 toneladas, por un valor de 2.768.827.000 dólares. Los principales compradores fueron Irán, Colombia, Argelia, Malasia y Egipto.

En el caso del trigo, Argentina es el quinto exportador mundial, detrás de Estados Unidos, la Unión Europea, Canadá y Australia. De enero a octubre de 2010, el país exportó 3.255.936 toneladas por 737.808.000 dólares. Brasil se presenta como el principal comprador, acaparando más del 90% de las ventas argentinas de trigo.

En el mercado de aceite de girasol, en tanto, Argentina se ubica como el segundo exportador detrás de Ucrania. En los primeros meses de 2010, se exportaron 230.631 toneladas por un valor de 205.636.000 dólares.

Por otra parte, Argentina también sobresale en el mercado de maní y algunos de sus derivados. En los primeros 10 meses de 2010 se exportaron 401.452 toneladas por 376.352.000 dólares. Holanda se ubica como el principal destino, seguido por Rusia y Gran Bretaña.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA
Productos, subproductos y derivados de origen animal

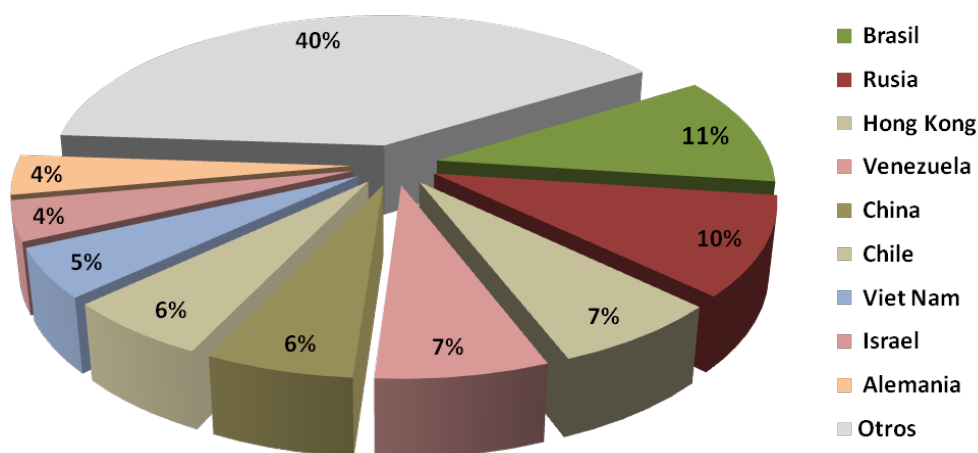
	2009		2010*	
	Toneladas	Valor ('000 U\$S)	Toneladas	Valor ('000 U\$S)
Bovinos	950.370	2.490.395	635.757	2.292.628
Carnes frescas (enfriadas y congeladas)	318.418	1.253.006	144.130	887.972
Cueros y pieles	72.487	199.203	86.295	330.280
Carnes procesadas	31.596	111.420	22.699	96.726
Menudencias y vísceras	127.298	175.295	91.239	150.188
Leches	147.754	345.373	121.413	420.679
Otros lácteos	72.057	123.294	60.304	154.432
Quesos	42.089	124.690	35.396	141.588
Demás comestibles	17.582	68.690	17.511	56.432
Otros(as)	121.090	89.425	56.770	54.331
Pescados	305.054	567.770	275.310	537.686
Pescados (F+P)	274.568	545.743	254.266	516.476
Otros(as)	30.485	22.027	21.043	21.210
Mariscos	103.469	379.050	103.844	488.340
Mariscos (F+P)	103.469	379.050	103.844	488.340
Harinas animales	-	-	-	-
Pollos	191.760	259.811	246.987	395.587
Carnes frescas	113.684	148.671	167.134	261.970
Subproductos aviares	44.249	50.611	44.504	66.148
Huevo y derivados	4.083	16.027	4.400	16.759
Harinas animales	20.909	13.363	21.701	15.592
Opoterápicos	120	14.994	108	13.789
Carnes procesadas	2.835	10.268	3.197	14.162
Otros(as)	5.880	5.877	5.944	7.167
Varias especies	302.900	205.304	430.692	218.772
Alimentos p/Animales	302.900	205.304	430.649	218.589
Otros(as)	-	-	43	183
Abejas	49.408	135.424	48.899	144.710
Miel	49.276	134.817	48.298	144.000
Otros(as)	132	606	601	710
Otros(as)	59.377	184.321	62.515	222.400
TOTAL	1.962.337	4.222.075	1.804.004	4.300.124

Fuente: Elaboración propia en base a SENASA / *10 primeros meses

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

En cuanto a los bovinos, las carnes frescas (enfriadas y congeladas) son el rubro que más se exporta. En los primeros 10 de meses de 2010 se exportaron 123.291 toneladas, por 623.169.000 dólares. Rusia se presenta como el principal comprador, seguido por Israel y Chile. En cambio, si se tienen en cuenta todos los productos bovinos, el destino más importante es Brasil.

Productos Bovinos - Principales destinos en % (2010)



Con menor porcentaje: Estados Unidos, Rep. Del Congo, Italia, Holanda, Taiwán, Colombia, Perú, Sudáfrica, Angola y Ghana.

Fuente: SENASA (Porcentajes en base a toneladas declaradas)

Otro producto de origen animal en el que la Argentina se destaca es la miel. Según FAO, en 2008 el país se ubicaba como segundo exportador mundial de miel pura. En los 10 primeros meses de 2010 se realizaron exportaciones por 48.298 toneladas a un valor de 144.000.000 dólares. Alemania fue el principal comprador, seguido por Estados Unidos e Italia.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Frutas, hortalizas y legumbres				
	2009		2010*	
	Toneladas	Valor ('000 U\$S)	Toneladas	Valor ('000 U\$S)
Frutas frescas	1.216.245	905.537	1.182.790	930.088
Pera	445.363	319.117	399.227	310.353
Manzanas	193.240	132.127	165.532	127.775
Membrillo	141	94	69	51
Cítricos	502.596	347.197	539.964	351.903
Limón	253.062	194.100	263.490	182.058
Mandarina	113.834	80.422	123.523	92.164
Naranja	117.911	62.969	141.814	71.456
Otros(as)	17.790	9.707	11.137	6.226
Otras frutas	44.292	52.234	54.199	72.173
Uva	42.533	50.775	53.056	71.336
Otros(as)	1.759	1.460	1.143	837
Berries	8.205	32.054	7.622	44.589
Arándano	3.277	26.051	4.058	39.752
Frutilla	4.917	5.968	3.562	4.822
Otros(as)	22.409	22.714	16.177	23.243
Hortalizas frescas	588.110	324.605	732.464	496.042
Legumbres	263.423	183.195	361.222	250.041
Poroto alubia	106.010	83.978	127.322	96.572
Poroto negro	79.491	45.292	122.764	84.736
Arveja	20.853	11.798	48.975	17.238
Poroto Cranberry	12.440	8.662	14.431	12.525
Poroto colorado	11.733	9.811	12.904	11.219
Garbanzos	13.855	9.140	10.086	7.480
Poroto blanco	9.504	7.565	10.435	8.366
Otros(as)	9.536	6.949	14.306	11.906
Hortalizas de bulbo	260.210	111.504	309.021	223.097
Ajo	72.135	66.065	59.932	116.625
Cebolla	188.075	45.439	249.089	106.472
Hortalizas de fruto	33.178	20.724	32.189	12.702
Tomate	12.252	13.485	12.222	4.876
Zapallo	14.634	4.449	13.537	4.873
Calabaza	4.937	1.557	4.563	1.228
Choclo	1.116	1.011	1.279	1.121
Otros(as)	31.300	9.182	30.032	10.203
Otros Productos	96.403	117.846	77.027	118.948
TOTAL	1.900.758	1.347.988	1.992.281	1.545.078

Fuente: Elaboración propia en base a SENASA / *10 primeros meses

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Entre las frutas y hortalizas, como se mencionó antes, Argentina tiene un rol protagonista en las exportaciones de pera, manzana, limón y ajo, entre otros.

Oportunidades de las exportaciones agropecuarias

Lo expuesto en el informe habla claramente de la posición que tiene la Argentina en la producción y comercialización de alimentos a nivel mundial. Exportaciones que crecen y nuevas sociedades comerciales en puerta avalan la vigencia del sector. El avance de las sociedades y el crecimiento de la población mundial hacen que expertos vaticinen la necesidad de triplicar la producción de comida a fin de no sufrir una catástrofe alimentaria. Se trata de un mercado cambiante, sobre todo por estar atado a modificaciones sociales, culturales y económicas que repercuten en los hábitos alimenticios.

En los últimos años viene observándose una tendencia a nivel mundial que consiste en el comercio de productos con valor agregado. El crecimiento de países como India, Rusia y Brasil amplió la capacidad adquisitiva de la clase media, lo que fomenta el consumo de productos de mayor calidad y que incluyan características que superen la mera aptitud para el consumo. La tendencia replica características que se dan en países que ostentan un gran poder adquisitivo, principalmente en Europa o Norteamérica.

También existen otros "nichos" de mercado, como los productos orgánicos, los alimentos con Denominaciones de Origen y otras certificaciones especiales. En el caso de los orgánicos, Alemania, Canadá, Estados Unidos y otras potencias tienen un mercado creciente de consumidores.

Esto constituye un aliciente para el agregado de valor a los productos primarios. Tanto en el caso del agregado de valor a través de la industrialización, como si se trata de una certificación orgánica o de calidad, los ingresos son mayores porque los consumidores están dispuestos a pagar más dinero.

Otro de los cambios que favorecen al sector es, como fue expresado más arriba, el aumento de población. Los países que no tienen los recursos suficientes para satisfacer las necesidades alimentarias de su población con la producción interna se verán cada vez más volcados a proveedores externos, como es el caso de Arabia Saudita o de la misma China, que siendo una de las principales productoras de alimentos necesita de todos modos complementar esa producción. A esto se suma una estrategia que muchos países (por ejemplo Australia) utilizan desde hace tiempo: oficinas en todo el mundo, destinadas a sondear los cambios en el gusto de los consumidores y captar esos mercados satisfaciendo esas modificaciones.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Consideraciones finales

Como se explicó en otros informes, en el corto plazo la disponibilidad de tierras y agua para cultivos será determinante. Ante el crecimiento de la población y los consecuentes aumentos en la demanda de alimentos, la Argentina se encuentra en una posición privilegiada para ayudar a abastecer esta necesidad.

La provisión de alimentos a gran escala es una de las orientaciones posibles para las exportaciones agroindustriales argentinas. Uno de los ejemplos más fuertes es el caso de las importaciones de soja y subproductos que realiza China, para alcanzar su objetivo de sumar proteínas a su dieta. En ese caso en particular la demanda no sólo está relacionada a una mayor población, sino también al incremento de los ingresos y sus consecuencias en los hábitos de alimentación.

Pero ser abastecedor de granos no es la única opción para la Argentina. Otra oportunidad se encuentra en los mercados menos masivos, los llamados nichos. En general, estos demandan productos con mayor valor agregado, como los vinos o jugos. La exportación de este tipo de productos favorece a las economías regionales y ayuda a la diversificación de la producción.

En este sentido, la certificación, como proceso independiente de verificación de determinadas características del producto, aparece como una alternativa para dar aún mayor valor y para alcanzar nuevos mercados.

Los cambios en las características del comercio agroindustrial, como la mayor y más exigente demanda, se presentan como una oportunidad para la Argentina, que cuenta con recursos naturales y capacidad de trabajo que prometen estar a la altura del desafío.

INFORME SEMANAL DE COYUNTURA

Fuentes

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

SENASA

INDEC

FAO

USDA

Secretaría de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales