Commodities

Argentina: cuarto exportador mundial de harina de trigo

FRANCO RAMSEYER

La finalizada campaña 16/17 reveló cifras muy alentadoras para la harina de trigo en nuestro país. No sólo aumentó la molienda de este cereal, que se ubicó sobre el promedio de los últimos 5 años, sino que además se alcanzó un muy buen nivel de ventas externas, que nos permitió posicionarnos como el cuarto exportador de este producto a nivel mundial.

Según datos del Ministerio de Agroindustria, la molienda de trigo pan durante la campaña 2016/2017 ascendió a 5,8 millones de toneladas, el cual es el valor más alto en cinco años y se encuentra por encima del promedio de molienda de las cinco campañas comprendidas entre 2011/12 y 2015/16, que es de 5,6 millones de toneladas. Estos datos se ilustran en la tabla que sigue.



El gráfico a continuación muestra la molienda por campaña comercial hasta el ciclo 2016/17 junto con el dato de la molienda promedio de los últimos cinco años. En relación a la campaña pasada, la industrialización de trigo del ciclo que terminó el último noviembre creció un 5%, en tanto que se ubica un 4% arriba de la media de los últimos cinco años.



Este crecimiento de la molienda de trigo se vio acompañado con un aumento aún mayor de las exportaciones de harina y otros subproductos que derivan de este proceso productivo. Datos relevados por el INDEC muestran que las exportaciones de harina de trigo en la campaña 2016/2017 alcanzaron las 700.000 toneladas, un 26% más que las de la campaña pasada y más del cuádruple de las que se registraron en 2012/2013, campaña en la cual una muy mala cosecha y una restricción cuantitativa de las exportaciones mediante los ya eliminados ROE habían repercutido en un nivel particularmente bajo de ventas al exterior. Desde entonces, cada año se exportó más que el anterior, logrando un crecimiento ininterrumpido en las últimas 5 campañas, como muestra el siguiente gráfico.



Por otra parte, resulta de gran relevancia analizar no sólo la cantidad de toneladas exportadas, sino también qué países fueron los principales compradores de nuestra producción. Como es sabido, Brasil es históricamente el principal importador de nuestros productos de molinería de trigo (es decir, de la suma de salvados y residuos, almidón, moyuelo, grañones, sémola y harina de trigo). En las últimas 6 campañas comerciales este país absorbió, en promedio, el 54% de nuestras exportaciones totales de estos rubros. Sin embargo, en los últimos años ha estado creciendo fuertemente la participación de otro país vecino en nuestras ventas de molienda de trigo: Bolivia. Este último pasó de captar el 11% de nuestras ventas en 2012/13 a un 37% en la recientemente finalizada campaña 2016/2017. Los destinos naturales de nuestras exportaciones se explican por una combinación de política comercial, en particular las ventajas para exportar por dentro del MERCOSUR en relación a los aranceles que deben pagar terceros países para ingresar mercadería, como así también la ventaja en fletes internacionales, la erogación de mayor peso en el total de costos comerciales. En el siguiente gráfico puede apreciarse la evolución de esta participación por destino de nuestras colocaciones de molinería de trigo.



Un último tópico digno de mención son las excelentes perspectivas a futuro que goza la molinería argentina en el mundo. Según datos del *International Grain Council* (ICG), en su 'Grain Market Report' publicado el 23 de noviembre del 2017, se estima para la campaña 2016/2017 un nivel de exportaciones de 1 millón de toneladas para nuestro país, que nos estaría permitiendo superar a Pakistán y posicionarnos como el cuarto país en el ranking mundial de exportaciones de harina de trigo. En tanto, para la campaña 2017/2018 el mencionado organismo estima que lograremos alcanzar las 1,1 millones de

toneladas exportadas, superando a la Unión Europea y afianzándonos en el podio internacional como tercer país exportador de este producto. Como nota, cabe aclarar que las mediciones del INDEC y del ICG arrojan resultados diferentes para las exportaciones argentinas de harina de trigo porque el primero toma como campaña comercial los meses diciembre/noviembre, mientras que el segundo considera los meses julio/junio.

