Commodities

Girasol: un cultivo que hay que cuidar y fomentar

Julio Calzada - Blas Rozadilla

La producción del girasol se ha conformado en una economía regional de la cual dependen miles de productores asentados en las regiones agrícolas más marginales del país.

La producción del girasol en nuestro país se ha conformado en una economía regional de la cual dependen miles de productores –en su mayoría pequeños y medianos- asentados en las regiones agrícolas más marginales del país, como son la provincia del Chaco y el norte de Santa Fe, el Este de La Pampa y el sudoeste de Buenos Aires. Más allá de los productores, gran parte de la actividad económica de estas regiones se mueve en torno al desarrollo de este cultivo.

La nobleza del cultivo ante situaciones de estrés hídrico y su estabilidad de rendimientos lo posicionan en estas regiones como la única alternativa agrícola en algunos casos o la más segura en otros, incluso frente a la soja. Además, desde el punto de vista financiero, el cultivo aporta un ingreso en una época del año que ninguna otra actividad agropecuaria lo hace. El girasol expande la frontera agrícola ya que puede sembrarse en los ambientes más desfavorables, donde otros cultivos no tienen posibilidades. En estos ambientes, la opción de los productores no es agrícola sino ganadera, con planteos de baja eficiencia y muy baja productividad.

Nuestro país lideró el comercio mundial del aceite de girasol –principal producto de exportación del complejo- acaparando a comienzos de este siglo el 73% del mercado. A partir de políticas que perjudicaron el desarrollo de este cultivo y condiciones de mercado que favorecieron a la soja, y a pesar de que el comercio y la producción mundial se duplicaron, Argentina fue desplazada por otros competidores como Ucrania, Rusia o la Unión Europea.

La coyuntura internacional y las proyecciones para los próximos años indican que es tiempo de revertir la tendencia y revitalizar la cadena de valor en Argentina con miras al crecimiento exportador. Para poder lograr este cometido resulta prioritario cuidar su rentabilidad, dado que es un cultivo que es fundamental para distintas economías regionales y que ha sufrido la carga de la reducción de los reintegros a la exportación y la reinstalación de las retenciones el año pasado. Estas y otras medidas afectaron al sector en general (productores, tecnología, nuevos híbridos, etc.) e impactaron negativamente en el ingreso de divisas perjudicando la competitividad de Argentina.

Resulta necesario estar atentos al esquema tributario para incentivar el crecimiento de la producción local, necesaria para aprovechar las oportunidades que se presentan en el contexto actual del comercio internacional. Con una demanda global de aceite de girasol que va en constante aumento y un virtual estancamiento productivo de Ucrania (el máximo exportador mundial del cultivo), las oportunidades que se abren para el negocio del girasol en Argentina son inmensas.

Ucrania, el gran dominador del mercado mundial de aceite con una participación del 56%, presenta un virtual estancamiento del área sembrada y rindes difícilmente superables en el corto plazo. Además se espera una caída en la producción para la campaña próxima. En un mercado muy dinámico con exportaciones globales que crecen al 7,4% anual y una demanda que se incrementa a un ritmo del 4,4%, la promoción de la producción local permitiría incrementar las exportaciones del complejo con la posibilidad de aumentar la recaudación del fisco.

A diferencia de lo que sucede en nuestro país, en Ucrania, nuestro principal competidor, el sector posee grandes ventajas. El país de la región del Mar Negro, tiene un trato comercial preferencial con la Unión Europea, principal importador del aceite de girasol, a partir de un acuerdo que le permite ingresar su mercadería con 0% de aranceles, mientras que la producción argentina de aceite debe afrontar una tasa del 6,24%. Las ventajas también son geográficas, la cercanía de Ucrania a los principales mercados de consumo generan importantes diferenciales en los costos de fletes.

Si bien se proyecta que en el marco del Acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea, Argentina elimine el obstáculo arancelario para acceder al principal demandante del aceite de girasol, mejorando su competitividad respecto a Ucrania, el tratamiento tributario a nivel nacional sigue siendo un tema a evaluar para que no afecte la posibilidad de aprovechar las nuevas oportunidades. Ucrania cuenta con reintegros a la exportación de impuestos internos del 10%, además de alícuotas diferenciales que incentivan el agregado de valor. Esto ha motivado un importante nivel de inversión y desarrollo tecnológico en la cadena, lo cual es diferente a la situación que rige en Argentina.

Aprovechar el potencial productivo de nuestro país

El contexto favorable y las oportunidades que se presentan para la cadena girasolera local se contrastan con la gran incertidumbre manifiesta en el mercado de la soja, donde la guerra comercial entre China y Estados Unidos ha hecho caer los precios y perjudicado los márgenes de procesamiento de la industria local respecto a la estadounidense, a lo

que se suma el fuerte impacto de la fiebre porcina africana sobre la demanda para alimentación animal. Esto, sumado a los stocks record en Estados Unidos y a nivel global, deja prever un panorama de precios en el que no se esperan subas significativas.

Nuestro país tiene capacidad para cubrir el 16% del incremento proyectado en la demanda mundial de grano de girasol, estimado según informes de ASAGIR en 5,13 millones de toneladas para los próximos cinco años. Sin embargo, para lograr ese objetivo se necesita que el cultivo gane mayor terreno en el área agrícola, una tendencia que se ha venido reflejando en los últimos cinco años. Con la eliminación de las retenciones en el 2015, el girasol ha experimentado un crecimiento en cantidad de hectáreas sembradas que lo volvieron a posicionar en el mapa de las rotaciones. Lamentablemente, las mismas fueron reinstauradas en conjunto con disminuciones en los reintegros a la exportación.

Según un informe elaborado por la Dirección de Estudios Económicos de la Bolsa de Cereales de Bahía Blanca, se observa que la superficie sembrada de girasol creció un 46% si se comparan los resultados de la última campaña con la 2014/15. De esta manera, el área pasó de 1,3 M ha a 1,9 M ha en el presente. En promedio, en las últimas tres campañas, el nuevo status de área quedó establecido en torno a 1.780.000 hectáreas, una cifra que aunque todavía está muy lejos de los promedios históricos, es un número que muestra una franca recuperación y una tendencia ascendente respecto a la última década.

Con respecto a la industria, nuestro país cuenta con capacidad para procesar alrededor de 5 millones de toneladas (Mt) anuales pero el volumen efectivamente industrializado apenas ha superado las 3 Mt en los últimos años. Mayores incentivos (o menores desincentivos) a la producción podrían ayudar a una mejor utilización de la capacidad existente y generar el desarrollo de proyectos de inversión para colaborar a modernizar las plantas existentes y mejorar la competitividad de la Argentina respecto a los principales exportadores en búsqueda de recuperar el terreno perdido en este mercado.

Todas estas consideraciones muestran la necesidad de cuidar y fomentar a un cultivo tan importante como el girasol para la República Argentina.

Agradecemos la información proporcionada para la realización de este informe al experto Lic. Jorge Ingaramo, asesor económico de ASAGIR, y al equipo de Estudios Económicos de la Bolsa de Cereales y Productos de Bahía Blanca – BCP.