Commodities

Las cadenas de valor mundiales y el comercio internacional del sector agroalimentario

Tomas Rodriguez Zurro – Emilce Terré

La globalización impulsa la apertura de mercados y la formación a las cadenas de valor mundiales, lo cual puede tener significativos efectos sobre la eficiencia y la competitividad de los mercados, mejorando la asignación de recursos y la productividad

Desde la creación de la Organización Mundial del Comercio en 1995 a la actualidad, se ha verificado un aumento significativo en el comercio internacional de productos agroalimentarios, aumentando de US$621.000 millones hasta alcanzar los US$1,8 billones en 2018. Este aumento encuentra su explicación en la creciente participación de los mercados emergentes y las economías en desarrollo en el comercio internacional. La mayor parte del intercambio agroalimentario corresponde al comercio de productos procesados procedente del sector alimentos. Los países de ingresos medios altos (categoría en la que se ubica Argentina) y bajos se ubican en una posición exportadora neta, lo cual indica la existencia de una industria de elaboración bien establecida e integrada a los mercados mundiales.



La existencia de mercados eficientes da lugar a que los productos agrícolas y alimenticios traspasen de regiones excedentarias a regiones deficitarias. Para América Latina, la mayoría de los productos agrícolas no tienen un destino regional, si no que se exportan a otras zonas, donde se suelen utilizar como insumos en la industria alimentaria. Las ventajas comparativas en la producción son los factores determinantes en estas pautas de comercio.

El impacto de los costos comerciales en el comercio agrícola es significativo. En un estudio (Reimer, J.J. y Li, M., 2010) que analiza los efectos de éstos (incluidos los relativos a obstáculos de políticas arancelarias, el flete, la información, la divisa y los procedimientos jurídicos y regulatorios) en el comercio agrícola, se determinó que una reducción de un 1% en el conjunto de costos comerciales podría incrementar el comercio mundial entre un 2% y un 2,5%.

El comercio internacional genera una economía globalizada, y permite a los países la ampliación de sus mercados. La globalización impulsa a la apertura de mercados, la reducción de obstáculos de políticas comerciales, y a una reducción de costos de transporte y comunicación consecuencia de avances tecnológicos.

Esta reducción de costos ha impulsado la formación de cadenas de valor mundiales, es decir, cadenas de producción que engloban al menos a tres países. Las empresas han aprovechado cada vez más las ventajas comparativas y las oportunidades de especialización que posibilita el comercio mundial, localizando las distintas fases del proceso de producción en los países con menor costo relativo. Se estima que alrededor de un tercio de las exportaciones agroalimentarias se comercializan dentro de una cadena de valor mundial. La integración al comercio internacional puede contribuir a la eficiencia económica, mejorando la asignación de recursos y potenciando la productividad. Estudios recientes revelan que la integración en cadenas de valor mundiales genera beneficios mayores que el comercio bilateral en materia de competitividad, inversión y acceso a la tecnología, según concluye la FAO (*Food and Agriculture Organization*) en un informe realizado.



Analizando el índice de participación en las cadenas de valor mundiales del sector agrícola que elabora la OMC y que tiene en cuenta tanto las vinculaciones regresivas (proporción del valor de los insumos importados en relación con la producción de productos exportados), como las vinculaciones progresivas (grado en que los productos exportados se utilizan en un punto posterior de la cadena de valor de otro país para exportarlos a un tercer país), se observa que Argentina verificó un aumento de su participación a principios de los 2000, pero que se vio afectada por la crisis financiera internacional de 2008, y redujo su participación en las cadenas de valor mundiales. Lamentablemente, no se encuentran datos posteriores a esa fecha para analizar la inserción global actual de nuestro país en las cadenas de valor globales.

Durante el último medio siglo, en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio y desde 1995 en el marco de la Organización Mundial del Comercio, se ha verificado una disminución en los aranceles a la importación de productos agrícolas, lo que contribuyó a la apertura de los mercados mundiales. Sin embargo, en comparación con otros sectores económicos, los mercados agroalimentarios siguen estando muy protegidos. Los aranceles medios que soporta

dicho sector son aproximadamente tres veces mayores que los impuestos a otros productos. Para cosechar los beneficios que provienen del comercio internacional a través de las cadenas de valor global, es necesario que se continúe en esta senda de apertura de los mercados.

La evolución de los mercados agrícolas observada en las últimas décadas ha transformado la estructura del mercado. La existencia de un número relativamente pequeño de empresas alimentarias multinacionales ha impulsado la coordinación vertical y otorgado mayor importancia a las cadenas de valor mundiales. Algunos segmentos del sector agroalimentario se caracterizan por un alto número de proveedores, mientras que en otros existe una considerable concentración, como es el caso de las semillas y los fertilizantes. Esta concentración puede verse impulsada por limitantes en la escala de producción, como el caso de los fertilizantes, en donde resulta más conveniente que pocas empresas abastezcan al mercado, ya que la escala mínima eficiente en la producción es lo suficientemente grande como para que una o pocas empresas sean los provisores. Otra razón puede encontrarse en la inversión de la investigación y desarrollo, como ocurre en el caso de las semillas, que generan barreras de entrada que obstaculizan el ingreso de nuevos participantes al mercado.

Tradicionalmente, se ha relacionado la concentración de mercado en las cadenas de valor con poder de mercado, entendido éste como la capacidad de fijar un precio superior al que existiría en condiciones de competencia perfecta. Sin embargo, la concentración de mercado no necesariamente indica la existencia colusión o de poder de mercado. Según el estudio publicado por la FAO, los datos sobre el abuso de poder de mercado son escasos, a pesar de la concentración en determinados segmentos de las cadenas de valor dominados por un número reducido de empresas.

Dos de las medidas más comúnmente utilizadas para medir la competencia en un mercado son, por un lado, la suma de las cuotas de mercado de las cuatro firmas de mayor tamaño, y por el otro, el índice Herfindahl-Hirschman (HHI), que suma los cuadrados de las cuotas de mercado de todas las empresas participantes, y que toma valores entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopólico).

Realizando un análisis del caso de las principales empresas exportadoras de granos y subproductos en el país, se observa que las cuatro mayores firmas dan cuenta de un 48% del total de exportaciones. En cuanto al índice HHI, para los datos correspondientes a la campaña 18/19, la estimación sitúa este dato en el orden de los 910 sobre un valor máximo de 10.000. Cabe destacar que, normalmente, se estima que para valores menores a 1.500, se considera que el mercado no es concentrado, para valores entre 1.500 y 2.500 la concentración es moderada, y para valores superiores a 2.500 la concentración es elevada, por lo que el valor hallado para el sector exportador de granos y subproductos de Argentina da cuenta de un mercado no concentrado.

En general, diversos estudios llevados a cabo no confirman la existencia de un abuso de poder de mercado sistemático, según encontró en su análisis la FAO. La penetración de grandes empresas alimentarias de los países desarrollados en las economías emergentes ha comportado un incremento de las tasas de participación en las cadenas de valor mundiales, pero no hay pruebas de que haya inducido al abuso de poder de mercado.

El intercambio agrícola basado en el mercado genera beneficios a través de la producción y venta de productos en los que los agricultores se han especializado y cuentan con una ventaja comparativa. Cada vez más, se observa un abandono de los mercados tradicionales al contado, trasladándose en favor de cadenas de valor integradas que se acompañan de contratos específicos sobre plazos, escala y parámetros de calidad. Estas cadenas funcionan como articuladores entre los agricultores y consumidores, generando así oportunidades mejoradas.

La participación en los mercados se encuentra atada a los costos de transacción basados en el mercado. Por ejemplo, una infraestructura deficiente, como en la accesibilidad por ruta, se traduce en gastos de transporte elevados. Otro elemento que integra los costos de transacción es la información. En zonas rurales, es posible que la información resulte costosa y los productores no puedan acceder a datos sobre compradores y precios.

Sin embargo, la aparición disruptiva de las tecnologías digitales y su adopción en la producción agrícola está reduciendo los costos de la información y las transacciones y mejorando la eficiencia. En los países desarrollados y las economías emergentes, el uso de la tecnología aplicada a la producción agrícola se encuentra muy avanzado. El avance de la innovación, que posibilita la recopilación, almacenaje y análisis de datos, está revolucionando los sistemas de producción y las cadenas de valor. Tal es el caso de la agricultura de precisión, que surge como una solución impulsada por la innovación en Argentina y otras regiones donde las grandes explotaciones proporcionan economías de escala y mayores rendimientos a la inversión en tecnología.

Asimismo, en los entornos digitales, los costos de búsqueda relacionados al descubrimiento de precios son muchos más bajos en comparación con el mundo físico. Esta reducción puede mejorar la correspondencia entre compradores y vendedores y puede reducir los costos de negociación y posiblemente, aumentar el poder de negociación del agricultor. En otras palabras, las innovaciones tecnológicas pueden influir sobre la información que disponen los participantes y puede tener una amplia variedad de repercusiones sobre la competitividad.

Referencias

Reimer, J.J. y Li, M. 2010. Trade Costs and the Gains from Trade in Crop Agriculture. American Journal of Agricultural Economics.