

Mercados

[Soja](#)

[Maíz](#)

[Trigo](#)

[Girasol](#)

[Pepino](#)

[Limón](#)

Economía

[Exportaciones agroindustriales ene/sep 2019](#)

[Índice Global de Competencia IGC](#)

SIO

[Soja/Maíz](#)

[Trigo/ Girasol](#)

[Carne bovina](#)

Links

[Abriendo mercados](#)

[Exportaciones](#)

[Mercados](#)

[Cuotas](#)

[DJVE](#)

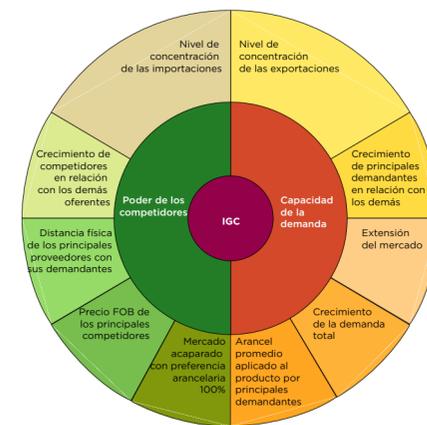
[FOB oficiales](#)

[Novedades](#)

[Publicaciones](#)

Índice Global de Competencia IGC

Este índice permite medir la intensidad de la competencia presente en los mercados de cada uno de los productos seleccionados, en base a un conjunto de indicadores que definen por un lado al poder de los competidores, y por otro la capacidad de la demanda.



Fuentes: INDEC sobre datos de Aduana.

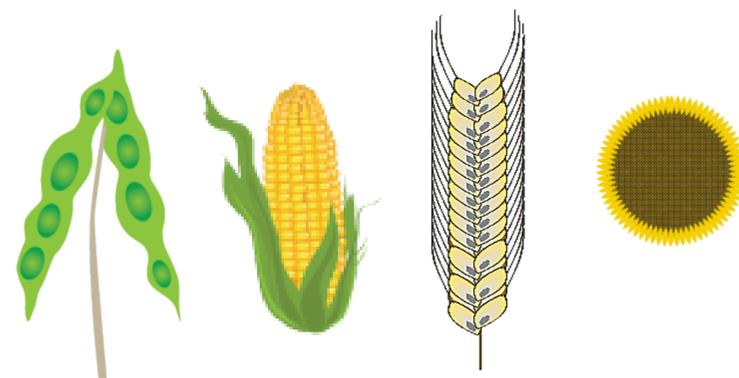
Balance de gestión

Jesús Silveyra

Edición de cierre del año. Número 12 de la Revista Mercados. Se termina una gestión. Uno quisiera expresar tantas cosas, pero hay que mantener la brevedad para la lectura amena. Hay cosas que quedaron por hacer en la Subsecretaría, pero muchas que se hicieron desde el comienzo de nuestra gestión el 11 de diciembre de 2015, cuando llegamos a un área nueva, que no tenía ni oficina y que sugiero, porque le pone mucho dinamismo a la gestión del Organismo, tanto en lo que se refiere al mercado interno como al externo, que continúe siendo Subsecretaría.

Informe SIO GRANOS

Operaciones declaradas diariamente en el SIO GRANOS del mes de OCTUBRE de 2019. Incluyen la totalidad de los contratos y rectificaciones.



Informe SIO CARNES

En los meses de septiembre y octubre el Sistema de Información de Operaciones de Carnes "SIO Carnes" arrojó un total de 2.570.618 cabezas destinadas a faena en todo el país.



Luis Miguel Etchevehere

Ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación

Jesús Silveyra

Subsecretario de Mercados Agropecuarios

Revista Mercados Agropecuarios

Editor General

Eduardo Siutti

Consejo Editorial

Rosario Martearena
Agustín Larralde
Cristian Zerzer
Eduardo Siutti

Colaboran en este número

María de los Ángeles Aramayo
Carolina Blengino
María Florencia Burgardt
Lorena D'Angelo
Andrea Dansa
Adriana Espósito
Santiago García Llorente
Juan Pablo Guevara Lynch
Agustín Larralde
José Passerieu

2019 - Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

sma@magyp.gob.ar

<https://www.argentina.gob.ar/agroindustria>

Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos de esta publicación, citando la fuente.



JESÚS MARÍA SILVEYRA

Subsecretario de Mercados Agropecuarios

Edición de cierre del año. Número 12 de la Revista Mercados. Se termina una gestión. Uno quisiera expresar tantas cosas, pero hay que mantener la brevedad para la lectura amena. Hay cosas que quedaron por hacer en la Subsecretaría, pero muchas que se hicieron desde el comienzo de nuestra gestión el 11 de diciembre de 2015, cuando llegamos a un área nueva, que no tenía ni oficina y que sugiero, porque le pone mucho dinamismo a la gestión del Organismo, tanto en lo que se refiere al mercado interno como al externo, que continúe siendo Subsecretaría.

Agradezco a los tres Directores y al Coordinador, que me han acompañado en esta gestión, Rosario Martearena, Cristián Zerzer, Agustín Larralde y Alejandro Monsegur, así como a los que se fueron yendo porque se jubilaron: Mario García, Carlos Pouiller y Mario Camarero, y a todos los colaboradores, porque sin trabajo en equipo, no hay resultado alguno. **En estos años, lo más importante fue el objetivo de dejar fluir el mercado sin intervenciones innecesarias del Estado, dialogar con los actores y contribuir a la resolución de conflictos mediante la búsqueda de consensos.**

En relación a los mercados, comenzamos la gestión eliminando los ROE's o cupos de exportación que afectaban al trigo, el maíz, la leche en polvo y las carnes,

entre otros, diseñando un nuevo sistema de Declaraciones Juradas de Venta al Exterior (**DJVE**) de granos y eliminando los requisitos de información para los otros productos.

En materia de granos, el nuevo sistema de **DJVE** permitió que hoy en día se puedan registrar negocios a un año vista, generando precios futuros que, a su vez, dotan de transparencia y fluidez al mercado y permiten financiar siembras y cosechas. El registro hoy es totalmente electrónico, utilizando distintas plataformas como el **VUCEA** (Ventanilla Única de Comercio Exterior Argentino) y el **TAD** (sistema de trámites a distancia) para su manejo.

Asimismo, realizamos acuerdos con la Bolsa de Cereales de Buenos Aires y distintas Cámaras para el refinamiento en la fijación de los precios **FOB** oficiales. Por otra parte, apoyamos desde el inicio la fusión del Mercado a Término de Buenos Aires con el de Rosario, siendo hoy, el **MATBA-ROFEX** un sólo mercado, con un fuerte crecimiento de las operaciones a término respecto al período anterior. Por otra parte, perfeccionamos el funcionamiento del **SIO Granos**, mediante la incorporación de nuevos productos, la creación del monitor, la instrumentación de *apps* telefónicas y el establecimiento de mayores controles. Asimismo, creamos el **SIO Carnes** (de bovinos, porcinos y próximamente de aves), con información de faena suministrada por la **AFIP**, que cuenta también con monitor y *apps* telefónicas y genera precios índices; apoyamos la instrumentación del mercado de futuros de carnes por parte de **MATBA-ROFEX**, que durante más de dos años ha suministrado precios futuros para el novillo. También creamos el Sistema de Precio de Referencia (**SPR**) de lanas, que permite estimar precios **FOB** futuros y mejoramos la información de precios de frutas y hortalizas a través de la instrumentación de diversos convenios, generando un monitor semanal para el seguimiento en distintos mercados concentradores y de consumo.

Es de destacar también, el cambio radical que realizamos en la página *web* y en el sistema de información de estadísticas de mercados, poniendo nuestro trabajo al servicio de los operadores y productores, sin ocultamiento de datos disponibles, resguardando la confidencialidad en los casos necesarios. Continuamos avanzan-

do en el desarrollo de las matrices de consumo de trigo, maíz y soja; así como realizando análisis de distinto tipo en materia de márgenes de producción y exportación, cadenas productivas, impacto de derechos de exportación y reintegros, ingreso de divisas, etc... Realizamos modificaciones en los cálculos de los costos de exportación (*fobbing*) y en los **FAS** teóricos de los principales granos y subproductos de los mismos y participamos mensualmente en las reuniones de estimaciones, aportando el análisis de *stocks*, embarques, importaciones temporarias y consumo industrial. Por último, en esta área de trabajo, podríamos destacar la realización anual de la Jornada de Perspectivas Agrícolas, así como las reuniones en el interior del país para la difusión de los Sistemas de Información de Operaciones (**SIO**).

En materia internacional, trabajamos codo a codo en la apertura de mercados con otras áreas del Organismo, especialmente con la Dirección Nacional de Relaciones Internacionales, el Senasa y otros Ministerios. En este sentido, me gustaría señalar el trabajo realizado para la apertura de la Agregaduría Agrícola en India, el viaje histórico a Bangladesh y distintas visitas oficiales, misiones comerciales a Marruecos, Argelia, Túnez, Egipto, Vietnam, China, India, Rusia, México, Colombia y el Reino Unido (por el *Brexit*). Por otra parte, asumimos la presidencia del **AMIS** (Sistema de Información de Mercados del G20) durante un año y participamos activamente en el Consejo Internacional de Cereales, así como en conferencias y congresos, como los de *Abitrigo* en Brasil, *Global Grain* en Suiza, *Globoil* en India, **CILS** de legumbres en Turquía, etc...

Desde el punto de vista técnico, no sólo contribuimos en el análisis de los acuerdos realizados por el Mercosur o que están en estudio avanzado (Unión Europea, EFTA, Canadá, Corea, etc...), sino en los estudios de la OCDE. Paralelamente creamos una "**Matriz de Estrategia Comercial**" y el "**Índice Global de Competencia**" (**IGC**) que recientemente hemos presentado ante áreas técnicas de diversos Organismos e Instituciones. Asimismo, a partir de que asumimos el manejo, en el corriente año, de nuevos cupos de exportación (a los existentes de tabaco, maní y pasta de maní), no sólo sistematizamos todo el proceso de inscripción y distribución (cuotas de carnes, lácteos y otros), sino que creamos los monito-

res de información que permiten conocer públicamente el estado de avance periódico del cumplimiento de las mismas. Por otra parte, logramos cambios sustanciales en los lineamientos de distribución, buscando siempre la transparencia y la atomización, como ha sido el caso reciente del cupo de quesos a los Estados Unidos. Por último, colaboramos en la aprobación comercial de eventos biotecnológicos, dictaminando sobre veintidós de ellos en los cuatros años de gestión.

En materia de infraestructura y logística, no sólo logramos junto con la Ciudad de Buenos Aires, el acuerdo histórico para el traslado del Mercado de Liniers a Cañuelas, luego de más de 50 años de intenciones fallidas; sino que completamos la transferencia de ex elevadores de la Junta Nacional de Granos a provincias, dando de baja las concesiones en el puerto de Buenos Aires y Mar del Plata; además, ideamos junto con el Ministerio de Transporte el revolucionario sistema **STOP** de cupos portuarios de camiones en puertos; también negociamos junto a ellos la instrumentación del sistema de tarifas de referencia del transporte automotor que son de libre fijación; impulsamos, junto a la Administración General de Puertos, la reducción de costos portuarios para las exportaciones en contenedores; y sistematizamos toda la información diaria sobre el estado de posición de camiones, vagones y buques en puertos, informando a los usuarios sobre nuevas normativas de transporte y realizando análisis de tarifas y costos.

Por último, en materia de *warrants*, asumimos el manejo de esta área durante el corriente año y no sólo modificamos el funcionamiento de su estructura; sino que mejoramos la información estadística, los controles a distancia y la realización de inspecciones; poniendo las bases del nuevo sistema de *warrant* electrónico y remitiendo al Presidente de la Nación un proyecto de Decreto para la negociación de estos certificados de depósito en mercados secundarios.

Estos son, a grandes rasgos, las acciones que fueron marcando nuestra gestión y de las que nos sentimos orgullosos por haber contribuido con la reinserción en el mundo, la apertura de mercados, la desburocratización y automatización de los sistemas y la búsqueda de mayor transparencia y competitividad.

Panorama internacional

El mercado de soja con la referencia en Chicago mostró una recuperación en sus valores a partir de expectativas de demanda por parte de China a la espera de firmar un acuerdo "parcial" de comercio con EE.UU.

Esta señal de demanda es el principal elemento de sostén del mercado cuando presiona el avance de la cosecha estadounidense.

La recolección demorada de la oleaginosa reduce la presión habitual en las cotizaciones del mercado de futuros de referencia, mientras que se posterga la definición del volumen de cosecha.

En el informe mensual del USDA de noviembre, los operadores esperaban un recorte en la cifra de cosecha por ajustes en los rindes y área cosechada, aunque sorprendió la ausencia de ajustes.

La producción 2019/20 de soja de EE.UU. quedó en 96,6 M de toneladas como el informe anterior, con el único ajuste dado en una

disminución de la molienda de 57,7 M de ton a 57,3 M de ton.

La reducción en el consumo doméstico llevó a aumentar los *stocks* finales de 12,5 M de ton a 12,9 M, dato que no era esperado por los operadores.

Así el ratio de *stock*/consumo, clave para el seguimiento del balance de oferta y demanda, mostró un aumento respecto del informe anterior pero que puede cambiar con ajustes futuros.

En EE.UU. las cifras pueden continuar cambiando dado los resultados de la cosecha que se está realizando así como las variables de demanda.

En este último punto, la clave está del lado de la exportación del poroto de soja, en especial con destino a China.

En el gráfico al pie se muestra la evolución de los compromisos de exportación de la soja estadounidense con destino a China. En el acumulado de la campaña 2019/20 hay una

reciente recuperación en el volumen luego de los avances en las negociaciones donde el país asiático se comprometió a comprar más productos agrícolas estadounidenses.

En el presente ciclo el volumen ya supera el año pasado a la misma fecha pero lejos de las campañas precedentes cuando no existía la disputa comercial entre las dos potencias.

De solucionarse el conflicto comercial, la demanda de importación china podría volver a EE.UU. aun cuando su consumo total de soja está afectado por la fiebre porcina que reduce su demanda de proteínas.

Panorama local

Las cotizaciones de la soja en el mercado de referencia mostraron mejoras que también fueron acompañadas por el mercado local donde la soja disponible alcanzó los US\$ 250.

La suba en el mercado local permitió que los productores mejoraran el precio de venta de la oleaginosa luego de estar ofertando a niveles más bajos en meses anteriores.

Además de aprovechar para cerrar precios realizados anteriormente bajo la modalidad a fijar precios.

El aprovechamiento de mejores valores se materializó en un aumento de las operaciones, tal como se refleja en el informe semanal de compras del sector exportador e industrial.

En el gráfico al pie se muestra el ritmo de negocios del ciclo 2018/19 en comparación con otras campañas. Al 6/11 el volumen acumulado asciende a 39,7 M de toneladas, un 16,6% arriba del año pasado a la misma fecha, de los cuales unas 24,9 M de ton se realizó a precio hecho y unas 14,7 M de ton a fijar precio, de las cuales unas 5 M de ton todavía restan por fijar.

El volumen de negocios también se adelantó para el ciclo 2019/20 donde a la misma fecha acumulan 7,78 M de toneladas frente a las 2,97 M del año pasado a la misma fecha.

El incremento del 161% respecto del ciclo precedente responde a los negocios que realizó el productor para reducir el riesgo de bajas

en los precios ante el cambio en los derechos de exportación a la suba que disminuye los precios pagados por compradores en el mercado interno.

Se observa que para el ciclo 2019/20 los negocios anticipados de soja están en el nivel máximo de los últimos años a pesar que los precios que se ofrecieron son más bajos.

Así el productor tomó coberturas a la baja de precios, -con negocios *forward* más futuros en los mercados institucionalizados-, por un volumen mayor aun cuando recién esta comenzando con las siembras de la oleaginosa.

La cobertura del área 2019/20 se proyecta con un incremento inicial en respuesta a la baja en la siembra de maíz por la demora en los trabajos y el ajuste en la rentabilidad proyectada a partir del riesgo del aumento de los derechos de exportación.

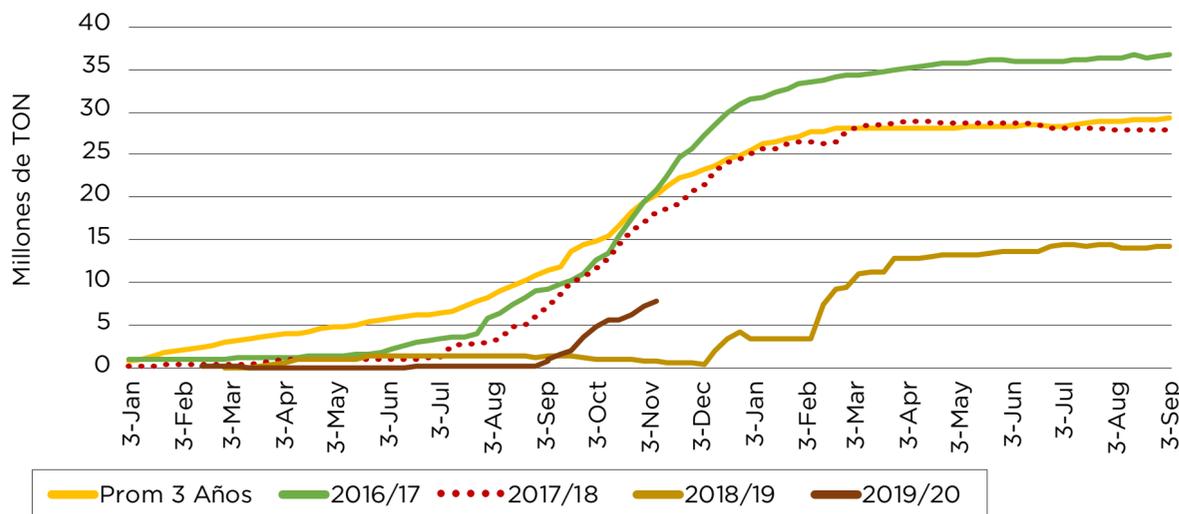
Con la actividad en los campos ya iniciada para la soja, está la incertidumbre de lo que puede pasar con los precios.

El contexto internacional continúa atento a la evolución de las negociaciones entre EE.UU. y China, la cosecha estadounidense y se vuelca a lo que sucede con el clima en Sudamérica.

El comienzo de la siembras de soja en Brasil fue más lento de lo habitual por la falta de precipitaciones, al igual que en nuestro país pero con el condimento local de esperar algunos cambios políticos que puedan despegar el comportamiento de los precios de Chicago con Argentina,

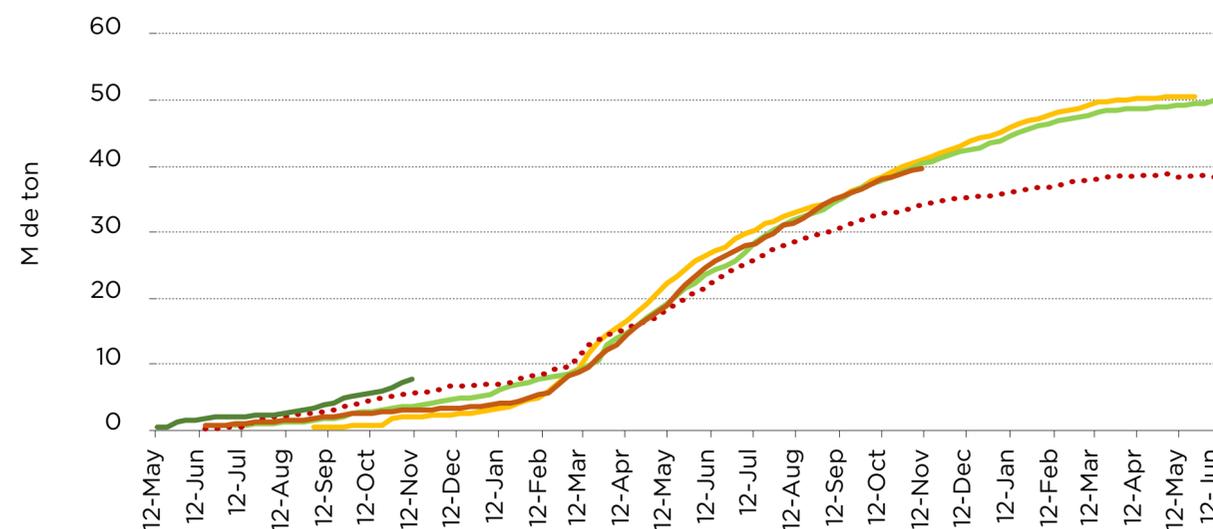
El productor que siembra soja en la próxima campaña tiene las herramientas para cubrirse de las oscilaciones de los precios futuros, solo tiene que armar su estrategia conociendo sus necesidades financieras y logísticas.

Compromisos China soja EE.UU.



Fuente: USDA.

Soja: Evolución compras totales



Fuente: SSMA.

Panorama internacional

Luego de que se publicara el último informe del USDA, el maíz mantiene su curso bajista al conocerse los datos de producción de USA, donde en forma generalizada se esperaba una caída más pronunciada a la que se produjo con 347 Millones de toneladas. De todas formas hay que destacar que no fue una sorpresa ya que el mercado calculaba lo publicado en un rango entre 340 y 350 Millones de toneladas que promediaban de 347 M.

En relación a los *stocks* finales, hubo discrepancias entre el mercado y el USDA donde el organismo publicó 46,15 contra los 48,52 Millones esperados. En resumen, para el ba-

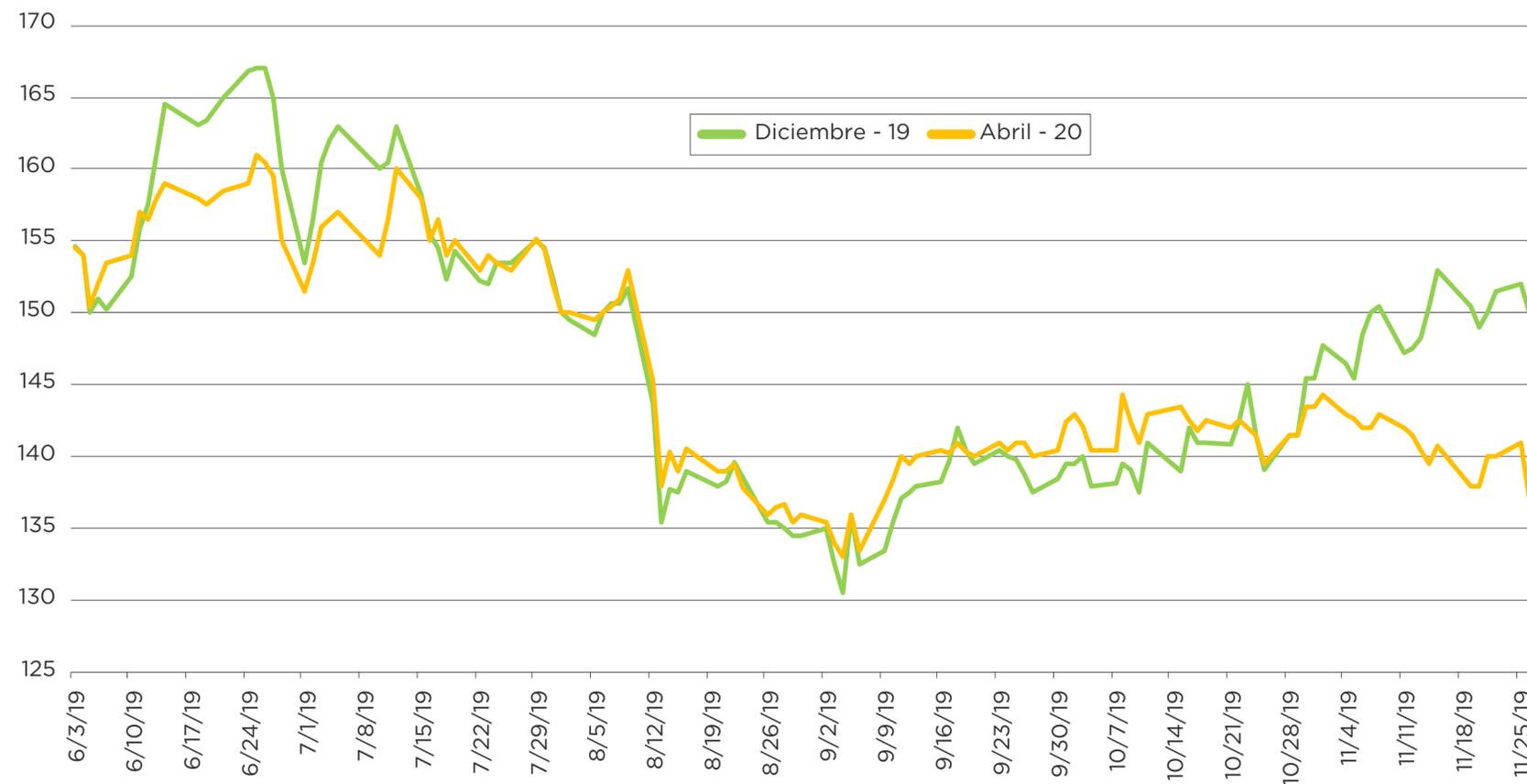
lance global, los *stocks* sufrieron una reducción de casi 7 millones de toneladas, principalmente de la mano de una caída de los *stocks* iniciales, leve baja en la producción y un aumento en el consumo doméstico total.

Entrando en los fundamentos de lo que está pasando a nivel global, hay que prestar especial atención a la finalización de la cosecha de EE.UU. donde lo que aún no fue cosechado se encuentra congelado y la pérdida de calidad de dicho grano podría ser un factor a tomar en cuenta. En la pérdida de peso hectolítrico de dicho grano, a mayor pérdida mayor cantidad se necesita para alimentar a un animal, con lo cual esto nos llevaría a un aumento del consumo del maíz no cosechado.

Con el maíz estadounidense ya definido la atención se centra en el sudamericano que ya se encuentra en etapas de siembra con algunos inconvenientes de humedad en Argentina y Brasil pero con lluvias que le dan un respiro a los suelos. Las posibilidades de ver fluctuaciones de precio fundamentadas del lado de la sequía se disipan frente a las precipitaciones de los últimos días. Al mismo tiempo, desde la demanda, con una muy escueta actividad por parte de los compradores, el mercado se ve un poco preocupado por la baja participación en los negocios en comparación a la misma fecha del año anterior.

En resumen, la oferta sin sobresaltos y la demanda con poca participación trae una

Posición MATba - Maíz diciembre 2019 en US\$



Fuente: CME.

Oferta y demanda argentina de maíz en millones de Ton			
Campaña	2018/19**	2017/18*	2016/17
Stock Inicial	7,34	5,70	1,40
Producción	57,00	43,46	49,50
Área sembrada (mill de ha.)	9,00	9,14	8,48
Área cosechada (mill de ha.)	7,20	7,14	6,48
Rinde (Ton/ha)	7,92	6,09	7,64
Oferta	64,34	49,16	50,90
Consumo Interno	21,22	19,37	19,55
Industrialización y otros usos (1)	3,69	3,60	3,51
Producción animal (2)	17,53	15,77	16,04
Exportación	38,00	22,45	25,65
Demanda	59,22	41,82	45,20
Stock Final	5,12	7,34	5,70
* estimado			
** proyectado			
Fuente: SSMA.			

estabilidad en los precios que podría mantenerse por un período de tiempo de seguir las condiciones actuales.

Panorama local

En el panorama local, la siembra que según lo relevado por la Subsecretaría de Agricultura alcanzaría las 9 millones de hectáreas, ya lleva implantada un 46% a diferencia del 58% que llevaba a la misma fecha del año pasado. Con algunas dificultades en algunas zonas por la falta de agua, que se vieron mitigadas por las lluvias de los últimos días y el pronóstico de algunas más que ayudaría a acelerar la siembra y aliviar a los cultivos ya implantados.

El mercado se encuentra en un momento de alta demanda desde el lado de la exportación de la campaña vieja (18/19) donde las DJVE ya se encuentran en 36,8 millones de toneladas, un record absoluto, y las compras se encuentran levemente por debajo de ella

en 36,3. Esto muestra que la exportación todavía no compró 500.000 toneladas de maíz para exportar que se refleja en el precio de su contrato de MATba más cercano (diciembre 2019) que escaló más de US\$ 15 desde principios de noviembre debido a la alta demanda del sector. Para la posición abril, el rumor de aumento de derechos de exportación por parte del nuevo gobierno generó el efecto contrario donde desde la misma fecha registra una caída de US\$ 6 por tonelada en su contrato de Abril 2020.

En conclusión, no se esperan grandes sobresaltos desde los valores internacionales, pero hay que estar atentos a la nueva administración y cómo impactan las políticas en los precios y la demanda.

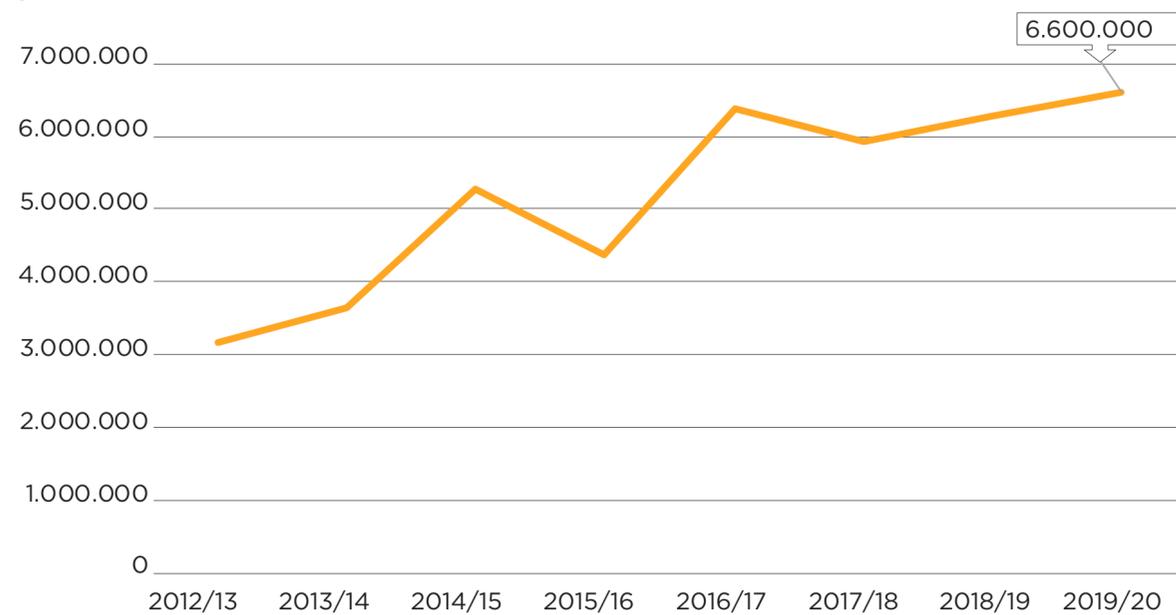
Panorama local

Transitando las últimas etapas, la superficie sembrada de trigo 19/20 sigue manteniéndose en 6.6 millones de hectáreas. Continúan las sequías tanto en La Pampa y oeste de Buenos Aires como parte de la provincia de Córdoba, mientras que el estado de las reservas hídricas para el resto de las zonas se encuentran entre óptimas y regulares, a excesivas. La proyección oficial es de 19.6 millones de toneladas, aunque habrá que seguir de cerca cómo se desarrolla el clima.

La molienda, por su parte, acumula un total anual al mes de septiembre de 4.522.248 toneladas superando por un aproximado de 365.000 toneladas la de su año anterior a la misma fecha y con un rendimiento promedio de harina de trigo de 74.72%.

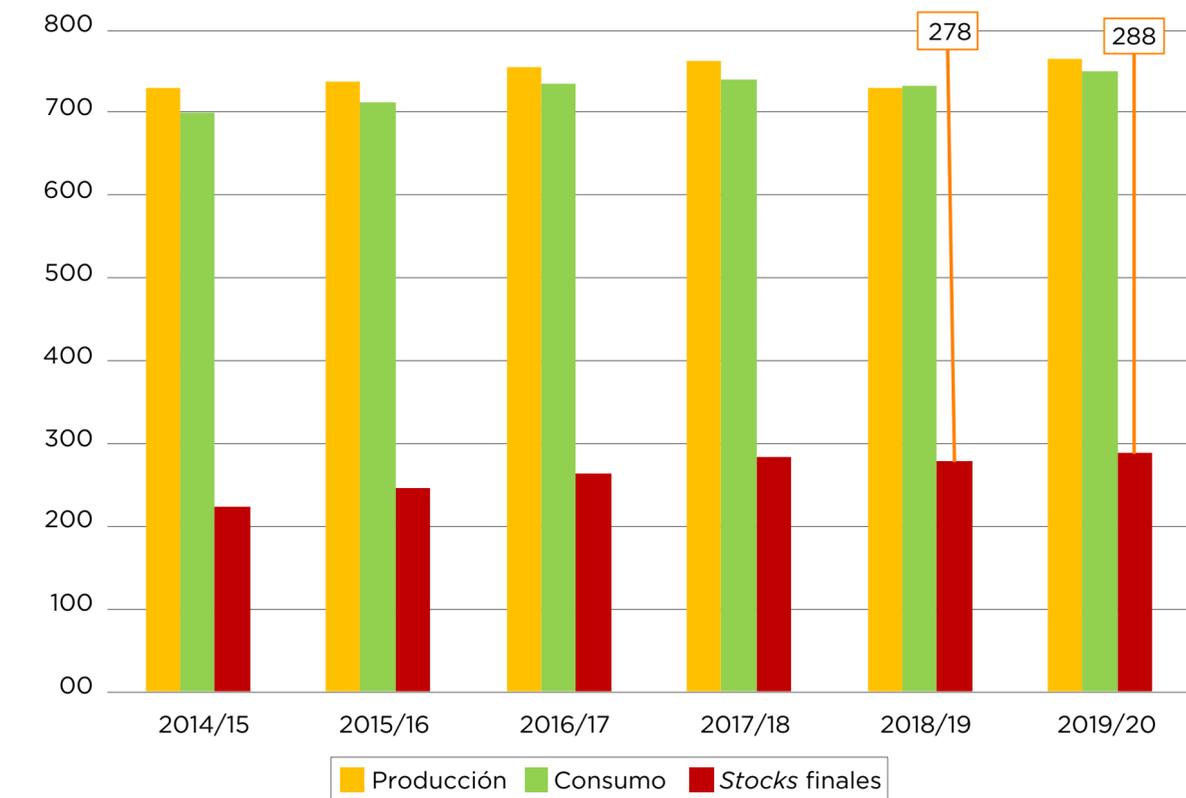
La campaña 18/19 se encuentra en su último mes comercial, las exportaciones estimadas al mes de octubre acumulan un volumen total de 10.62 millones de toneladas colocadas

Superficie sembrada en hectáreas



Fuente: Subsecretaría de Mercados Agropecuarios sobre datos de Estimaciones.

Producción, consumo y stocks finales



Fuente: USDA.

en 41 destinos diferentes, con Brasil como principal importador, seguido por Indonesia y Argelia.

Para la nueva campaña, ya se cuenta con compras para la exportación por 7.95 millones de toneladas (al 06/11) y un total de Declaraciones Juradas de Ventas al Exterior por un total de 7.70 millones de toneladas un volumen muy superior a las 5.90 millones de la campaña pasada a la misma fecha

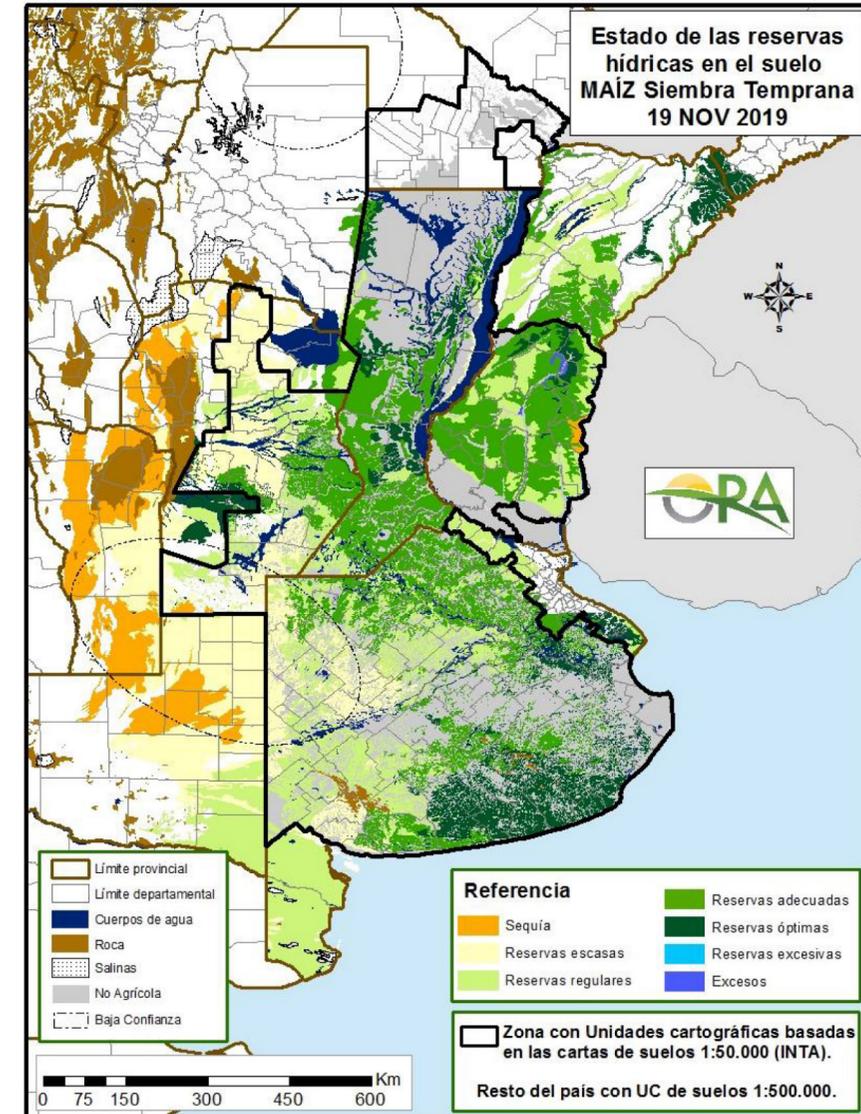
Panorama internacional

En el plano mundial, el último reporte de oferta y demanda del USDA informó menores producciones para Australia y Argentina pero las mismas fueron más que compensadas por aumentos productivos tanto en Ru-

sia como Ucrania, dejando una oferta mundial proyectada para la nueva campaña de 633.55 millones de toneladas (Proyección sin China) y trasladándose parte de este aumento a mayores exportaciones.

Luego de que en la campaña pasada, el consumo total superara a la producción, se

visualiza una recuperación del carry over al proyectarse una producción superavitaria con respecto al consumo, como puede visualizarse en el grafico arriba.



Fuente: https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/estimaciones/_archivos/estimaciones/190000_2019/191100_Noviembre/191121_Informe%20Semanal%2021%2011%202019.pdf

Panorama internacional

La baja estacional de la producción de aceite de palma sumada al aumento en el consumo tanto como alimento como para la elaboración de biocombustible, hizo reducir los *stocks* disponibles de este aceite lo que ha provocado una importante suba de los precios.

Los rendimientos del aceite de palma declinarán en varias partes de Malasia y de Indonesia en la segunda mitad del año, como consecuencia de varios factores que estarían afectando las plantaciones, por un lado la menor cantidad de aplicación de fertilizantes, la disminución normal que se da en el ciclo biológico, la escasez de mano de obra y un deterioro en las palmas causada por la falta de una replantación oportuna.

Esta desaceleración en la producción mundial de aceite de palma se mantendrá hasta diciembre y continuará durante todo el 2020.

Los precios del aceite de palma se apreciaron significativamente en 100 US\$/Ton o un 18% en relación al mes anterior. Al 17/11, el precio FOB de exportación cotizó a

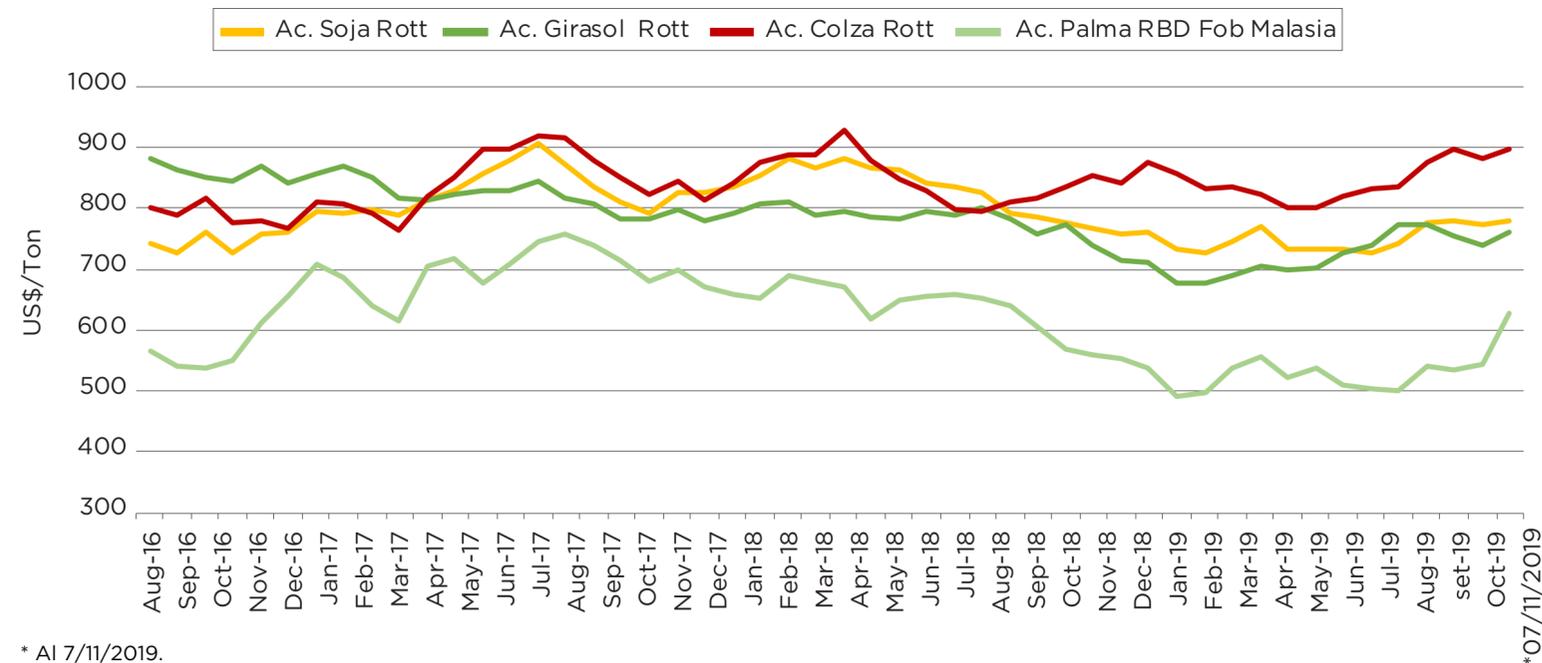
587 US\$/Ton para el aceite crudo de palma en Indonesia y 627 US\$/Ton para aceite RBD de oleína de palma en Malasia, ambos para embarque en el mes de diciembre del 2019.

El impacto en el aceite de girasol fue de ganancias de entre 20 y 30 US\$/Ton, esto a pesar de las nuevas revisiones hacia arriba tanto en la producción como en el volumen de ofertas de exportación en Rusia y Ucrania.

Los volúmenes de industrialización de la semilla de girasol de los dos grandes productores (Rusia y Ucrania), hablan de un incremento de 2 millones de toneladas en relación a lo industrializado un año atrás, proyectando un volumen total de 28,6 millones de toneladas para el ciclo 19/20, lo que determina una mayor producción de aceite de girasol que rondaría las 700 mil toneladas. La exportación mundial de aceite de girasol se estima en 12,1 millones de toneladas, registrando un aumento del orden de 610,0 mil toneladas en relación a la temporada previa.

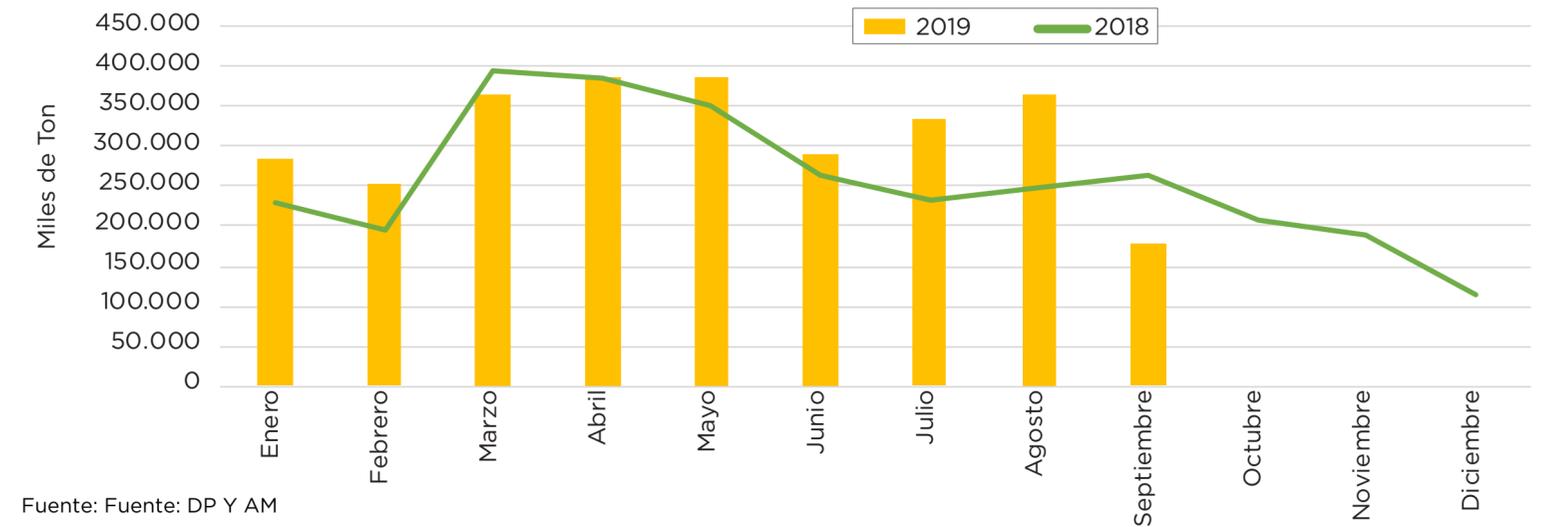
Rusia incrementaría su participación en el mercado

Precios de aceites vegetales en el mercado mundial



* Al 7/11/2019. Fuente: USDA.

Molienda de girasol - Acumulado Enero/septiembre 2,8 millones de Ton



Fuente: Fuente: DP Y AM

mundial de aceite de girasol alcanzando un volumen de entre 3,2/3,3 millones de toneladas en el 2019/20. En tanto, que Ucrania aumentaría sólo en 120 mil toneladas, estimándose un volumen de 6,16 millones de toneladas. La menor oferta de aceite de colza y como resultado el pronunciado aumento en el precio de dicho aceite en la U.E determinarán una firme demanda, como también se espera un incremento del consumo en China.

Mercado nacional

La molienda de girasol acumula un total de 2.836,5 miles de toneladas de enero/septiembre de este año, siendo un 10,6 % superior a lo industrializado en igual período del año anterior.

En el gráfico previo, se observa una fuerte caída en el ritmo de molienda para el mes de septiembre, si bien es el mes en donde comienza a disminuir el nivel de industrialización, en relación al año previo la baja fue 87 mil toneladas pero si lo comparamos con el promedio de las últimos 5 campañas (182 mil toneladas) equivaldría a casi 5 mil toneladas menos de lo molido este año.

Lo comercializado de aceite de girasol en el mercado internacional alcanza un total de 819 mil toneladas de enero a septiembre de este año, registrando un incremento del 38,6 % en relación a igual período del año anterior.

El volumen acumulado de lo exportado como grano "*ta/cua!*" asciende a 133,8 miles de toneladas y lo exportado como subproducto (*pellet* y harina de girasol) totalizó 815,1 miles de toneladas.

Para la nueva campaña, se estima una reducción del 5,6 % en la superficie a implantar en relación a lo informado en el mes de septiembre y del 10,5 % comparándola con el ciclo previo, ubicándose ahora en 1,7 millones de hectáreas. Al 14/11/19, el avance de la siembra se encuentra realizada en el 72 % de la intención, registrando un atraso interanual del orden de los 17 puntos porcentuales, debido principalmente al déficit de humedad en el sudoeste de Buenos Aires y sur de La Pampa.

El precio FOB puertos argentino del aceite de girasol durante el mes de octubre registró una baja del 4% cotizando a 681 US\$/Ton. La tendencia a corto plazo es de precios firmes como consecuencia de la menor oferta de aceite de palma y de una sostenida demanda de exportación.

El pepino (*Cucumis sativus*) pertenece a la familia de las cucurbitáceas al igual que la calabaza y el melón, entre otros. Originario de las zonas tropicales, su historia se remonta a la India de hace 3.000 años atrás. Posteriormente fue llevado al Imperio Romano y de ahí al resto del mundo.

Es un cultivo típico de verano, sensible a heladas. Hoy en día se cultiva en todas partes del mundo. Su producción en general se lleva a cabo bajo invernadero, simulando las condiciones climáticas favorecedoras de la especie.

Actualmente el mayor productor de pepino es China, país que consume prácticamente toda su producción; le siguen en orden de importancia Irán, Turquía y Rusia. El pepino se consume en sus formas: industrializado (*encurtidos*) o en fresco.

En cuanto a las propiedades, este alimento se caracteriza por tener un 90% de agua, vitaminas C, E y aceites esenciales. Además de ser muy bajo en calorías.

Mercado interno

Su producción se concentra en la periferia de las grandes urbes, debido principalmen-

te a la cercanía del mercado. En Argentina la mayor producción se localiza en el cinturón hortícola bonaerense y se lleva a cabo en invernaderos. El objetivo es abastecer no solo el Mercado Central de Buenos Aires sino también a las más de 20.000 verdulerías de la Capital Federal.

El MCBA no es el único mercado que acopia esta especie tan popular, tanto el Mercado de Abasto de Mar del Plata como el Gran Rosario presentan elevados volúmenes de ingreso de pepino fresco.

Esta especie tiene una marcada estacionalidad. Observándose el alza en el valor del precio a partir del inicio del otroño, teniendo el pico más elevado en agosto. Luego conforme empieza a ingresar pepino en mayor volumen al mercado su valor disminuye.

Mercado externo

Estados Unidos es el 5º productor pero el primer Importador de pepinos frescos. Este país al tener un elevado índice de consumo se vuelve tentador como destino. Estados Unidos junto con Alemania y Reino unido compran 6 de cada 10 pepinos que se hallan en el mercado. Estos tres países han dismi-

nuido su producción (*no así su consumo*) situación que China ha sabido capitalizar mediante una mayor exportación.

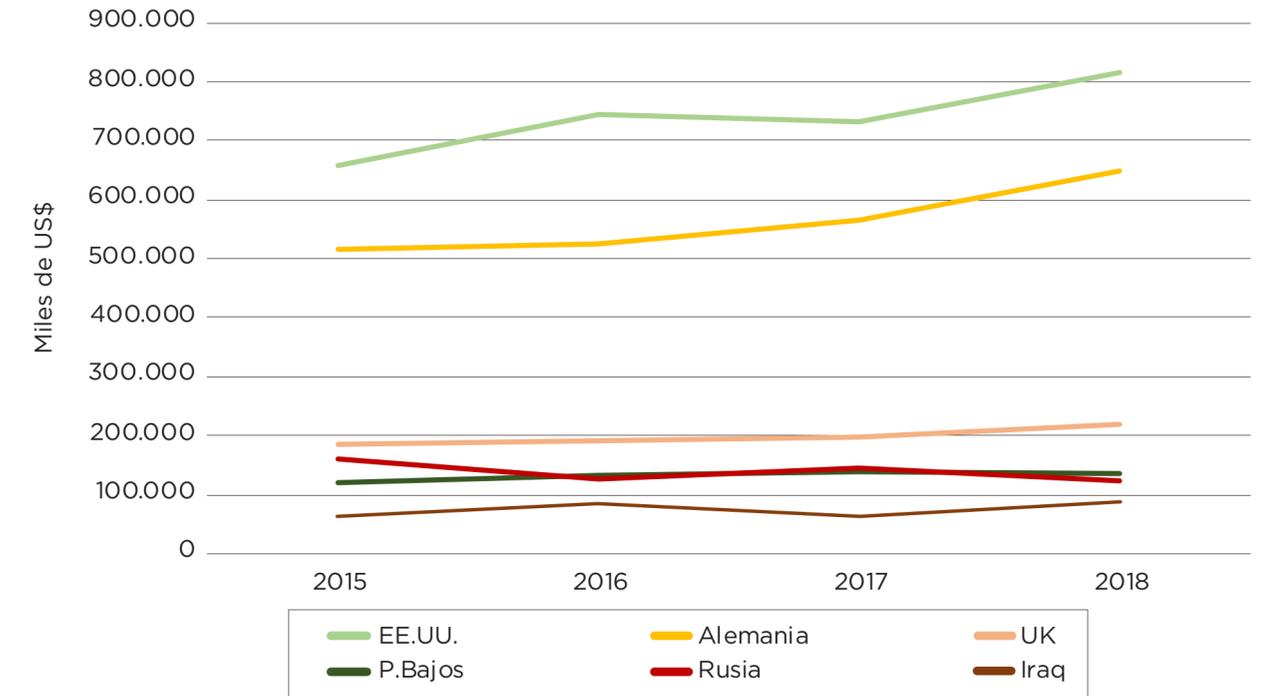
Conclusión

A la hora de proveer el mercado interno es importante que los productores sigan el plan de Buenas Prácticas Agrícolas. De esta manera su continuidad en el mercado no se verá afectada por falta de compromiso y responsabilidad. El objetivo es cuidar la población que se está alimentando directamente y ofrecer trazabilidad del producto.

En caso de la búsqueda de un mercado externo como destino, hay aspectos fundamentales a tener en cuenta; por ejemplo: las características de la variedad elegida la cual debe adaptarse al gusto del consumidor. Algunas de ellas: longitud de fruto, color, estrías, firmeza y conservación del fruto, la misma debe ser adecuada para resistir el transporte y mantenerse el tiempo suficiente en el mercado en óptimas condiciones.

Si bien México es el principal proveedor de pepinos frescos de Estados Unidos, cuando pelagra la cosecha debido a inclemencias (*huracanes*), números países se convierten

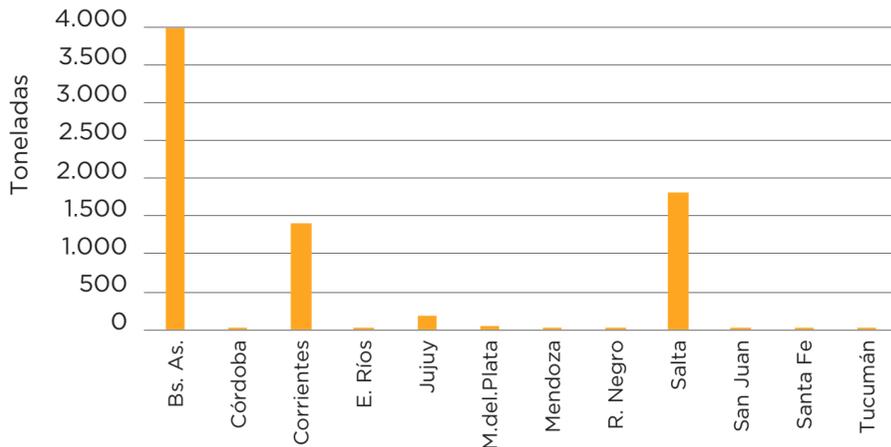
Valor de la tonelada de pepino fresco



Fuente: SSMA. Área Hortalizas en base a datos de TradeMap.

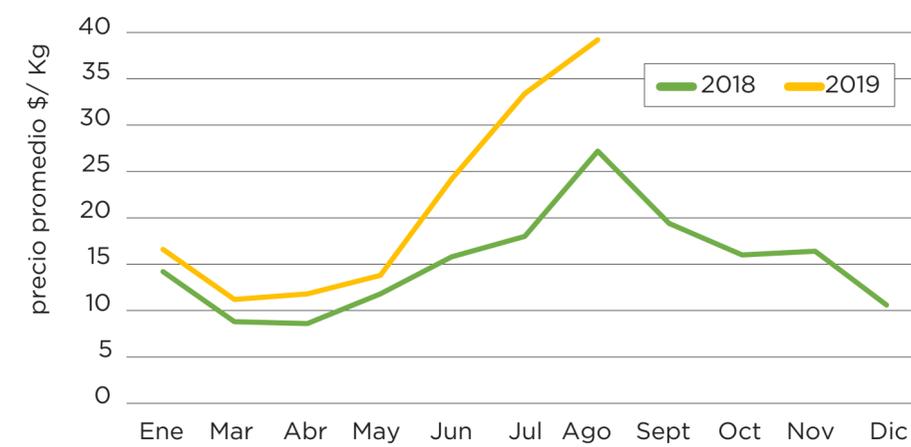
en proveedores no sólo de Estados Unidos sino de Canadá también. Aquellos países que tecnifiquen sus invernaderos y obtengan sobre todo calidad en pepino, podrán acceder a la cuota del mercado.

Ingreso de pepino fresco al MCBA



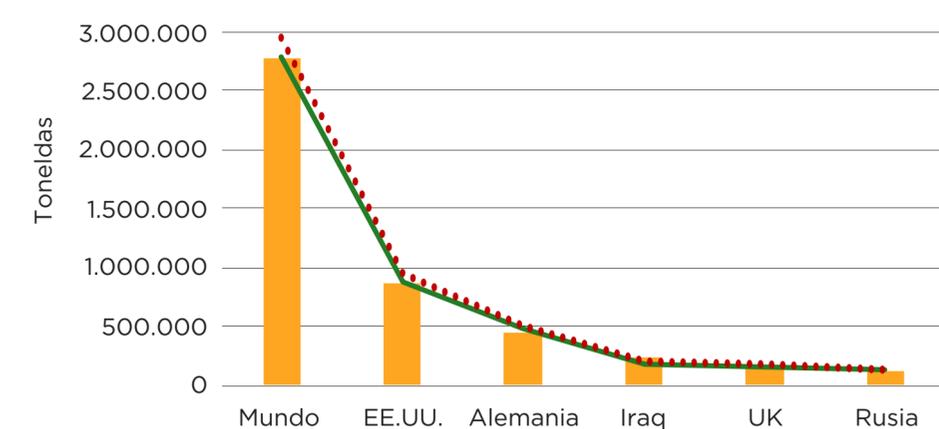
Fuente: SSMA. Área Hortalizas en base a datos de TradeMap.

Estacionalidad del precio de la especie - 2018/Agost2019



Fuente: SSMA. Área Hortalizas en base a datos de TradeMap.

Principales países importadores



Fuente: SSMA. Área Hortalizas en base a datos de TradeMap.

Temporada 2019

La sobreoferta mundial de limón determinó una fuerte caída de los precios. De todos modos Argentina exportó alrededor de 240.000 toneladas, un volumen inferior al de los últimos años, pero se compensó con la apertura de nuevos mercados.

Producción Mundial

La producción mundial de limón se estima alcanza en 2019 un récord de 8.4 millones de toneladas debido a mayores producciones en la Unión Europea y Turquía. Se espera también un récord en el consumo, mientras las exportaciones y la fruta con destino industria se mantienen estables.

Producción Argentina

Variedades Principales:

- Lisboa
- Genova
- Eureka
- Limoneira

Calendario de oferta del limón												
Variedad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Genova												
Eureka												

Zonas productoras

A nivel nacional, el área plantada con limoneros alcanza las 50.000 Has.

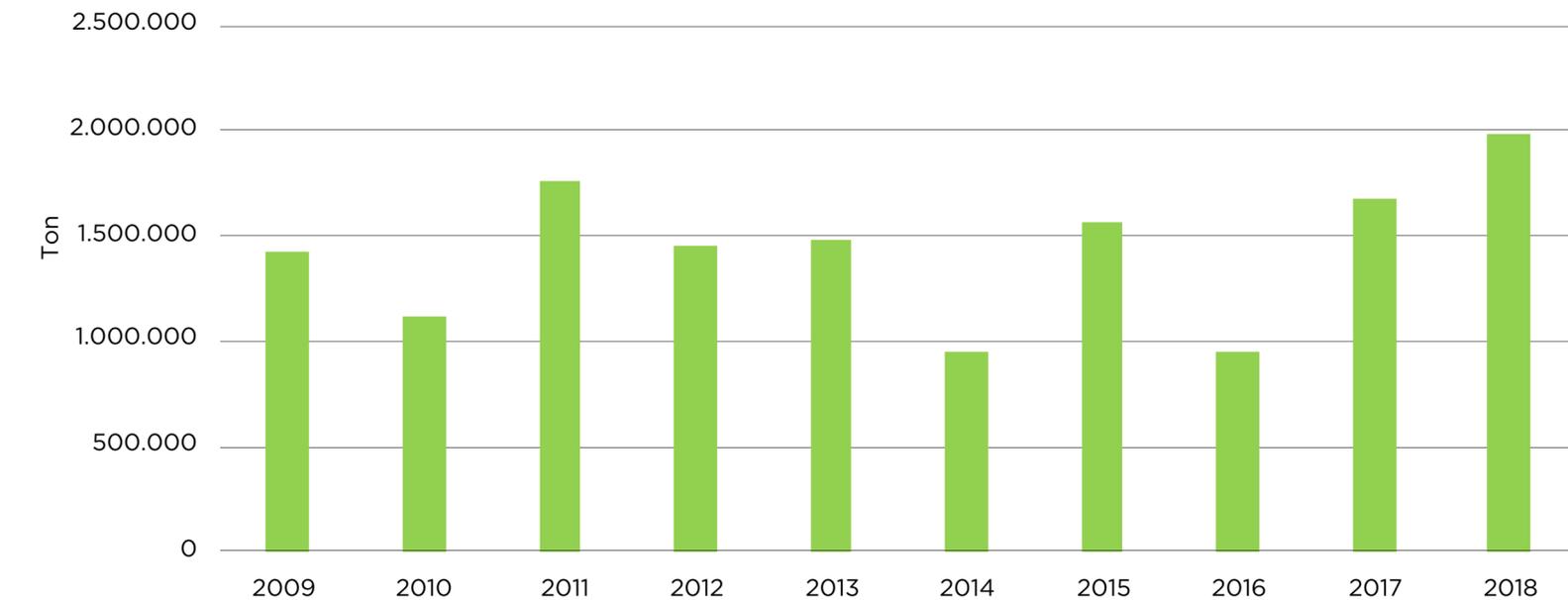
Tucumán representa el 80% del área plantada.

El rinde promedio a nivel nacional es de 34 Tn/Ha donde las mejores plantaciones pueden superar las 60 Tn/Ha.

En 2019 la producción se ubicó por debajo del 2018, año en el cual se obtuvo una cosecha record. La caída productiva se debió a que el clima no se presentó favorable. Las lluvias mermaron la cantidad y calidad a cosechar

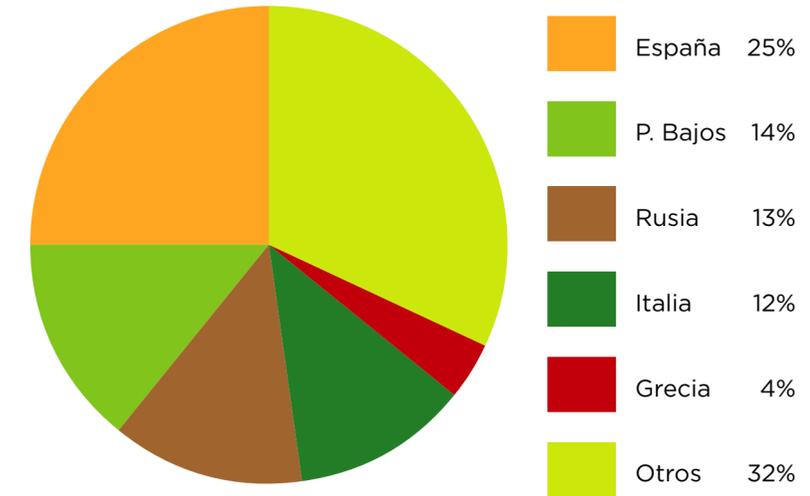
En especial las lluvias de primavera y de otoño afectaron

Evolución de la producción argentina de limón



Fuente: INDEC.

Principales destinos de las exportaciones de limón



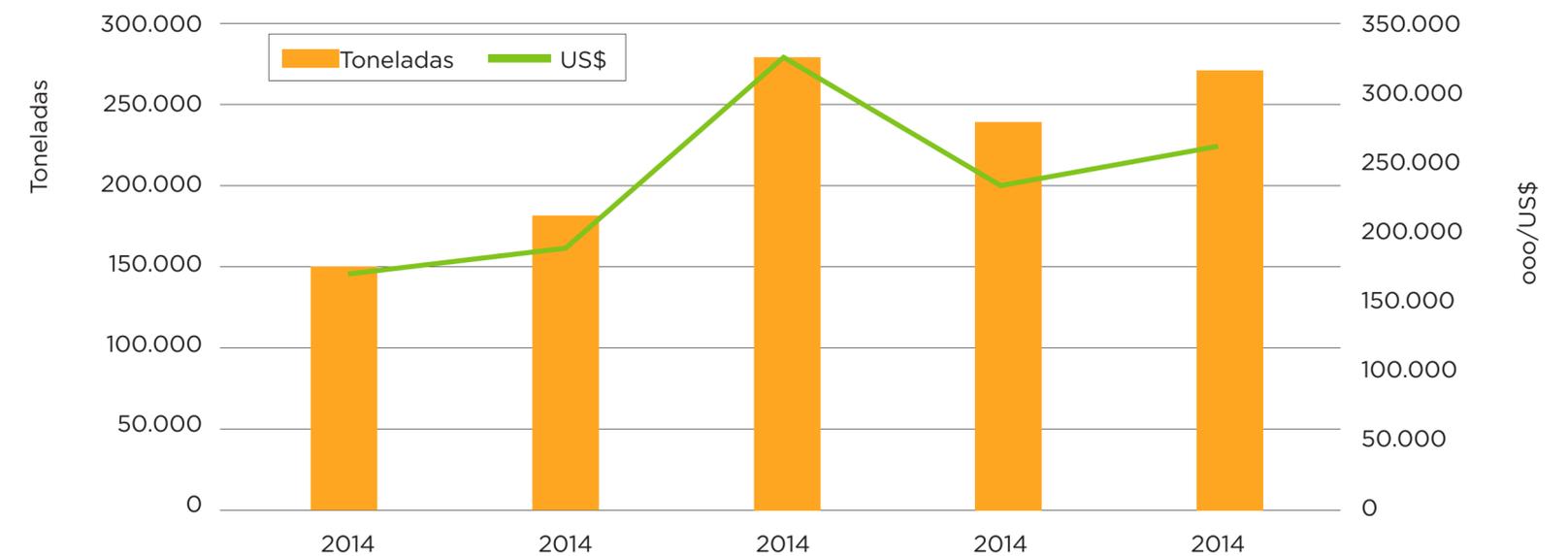
Fuente: INDEC.

la cantidad, calidad y sanidad de los frutos. La producción fue menor y con mayor descarte, por problemas cualitativos y excesos de tamaños. Además las lluvias retrasaron el inicio de la campaña, por lo cual se perdió la posibilidad de hacer mayores envíos en mayo e inicio de junio.

Exportación

La exportación alcanzó casi las 240.000 toneladas, un volumen un 12% inferior al 2018 y un 2% al 2017.

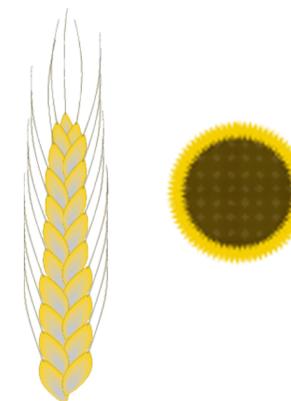
Exportaciones de limón en volumen y valor



*Estimado
Fuente: INDEC.



SIO-GRANOS



Operaciones declaradas diariamente en el SIO GRANOS del mes de OCTUBRE de 2019. Incluyen la totalidad de los contratos y rectificaciones.

Para información detallada por producto, haga click en el panel superior correspondiente.

Los datos del presente informe corresponden a las operaciones declaradas diariamente en el SIO GRANOS del mes de OCTUBRE de 2019, incluyendo la totalidad de los contratos y rectificaciones.

En el mes bajo análisis el detalle de los productos declarados es el siguiente:

SOJA	4.955.709	35,3%
MAIZ	5.703.829	40,6%
TRIGO	2.575.127	18,4%
GIRASOL	167.337	1,2%
RESTO	633.414	4,5%
TOTAL DE OPERACIONES	14.035.416 ton	% PArt.

El volumen del mes mostró un aumento del orden del 6,4% respecto del mes de septiembre cuando las operaciones totalizaron 13.192.239 ton

Del total de las operaciones de compraventa + canje declaradas en SIO GRANOS hasta el mes bajo análisis, considerando sólo las operaciones finales, el detalle acumulado por producto y ciclo comercial es el siguiente:

DATOS ACUMULADOS EN CAMPAÑA				
2015/16	11.540.767	23.120.275	47.479.810	2.267.907
2016/17	16.476.864	29.918.771	43.262.821	3.090.108
2017/18	14.782.857	26.441.626	32.775.277	2.970.000
2018/19	17.676.346	39.606.119	42.777.941	3.110.371
2019/20	7.640.856	11.796.331	7.156.357	366.371
En Toneladas.				

Lorena R. D'Angelo

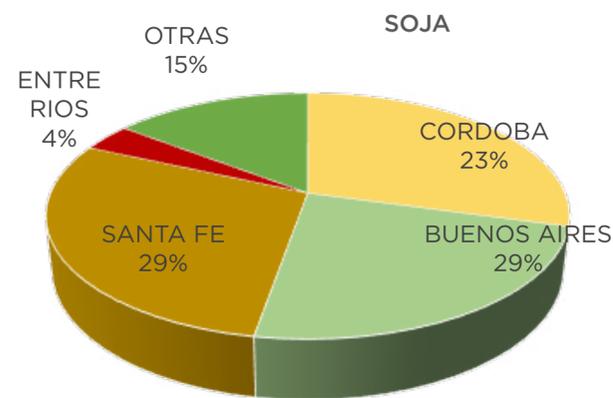
En el mes de octubre se declararon operaciones de la oleaginosa por un total de 4.955.709 toneladas, aumentando respecto de las 4.450.520 ton del mes anterior

Del volumen total declarado de operaciones en el SIO GRANOS del producto bajo análisis, el detalle del origen de las cosechas es el siguiente:

COSECHA	TOTAL	A PRECIO	A FIJAR
2018/19	2.918.426	2.234.307	684.119
2019/20	1.936.820	1.392.309	544.511
Otras	100.463	90.191	10.272
TOTAL	4.955.709	3.716.807	1.238.902

ORIGEN DEL GRANO POR PROVINCIA

Del volumen total declarado de soja en el mes de octubre en SIO GRANOS, el 29,3% corresponde a la provincia de Buenos Aires con un volumen que asciende a las 1.451.571 ton, seguido por la provincia de Santa Fe con 1.437.618 ton y Córdoba con 1.161.548 ton. El resto del volumen corresponde a las Otras provincias con un volumen de 723.396 ton.



DESTINO DEL GRANO POR ZONA SIO

En base a la información de SIO GRANOS, se obtiene que el 35% del volumen total tiene como destino la Zona Rosario N, seguida por el 16,5% de Rosario S y luego el 13% de Otras Zonas. El resto del volumen se distribuye en las demás zonas señaladas en las que se divide el país, con

una menor participación en relación a la concentración que se observa en los principales puertos exportadores.

DESTINO POR ZONAS	VOLUMEN
Rosario N	1.732.719
Rosario S	816.061
Bahia Blanca	328.537
Necochea	205.784
ZONA 12	322.975
ZONA 7	264.200
ZONA 8	266.838
ZONA 9	220.076
ZONA 5	153.301
OTRAS	645.218
TOTAL	4.955.709

COMERCIALIZACIÓN

La información disponible en SIO GRANOS permite también realizar un análisis de distintas variables que diferencian la comercialización de los productos agrícolas que se declaran.

En base a los datos disponibles podemos analizar los siguientes parámetros de comercialización:

COMPRAVENTA 4.214.988 TON 85 %	CANJE 740.722 TON 15 %
INTERMEDIARIO 2.806.762 TON 56,6 %	DIRECTA 2.148.947 TON 43,4 %
A FIJAR PRECIO 1.238.903 TON 25 %	A PRECIO HECHO 3.716.807 TON 75 %

FIJADAS EN EL MES: 2.132.165 TON

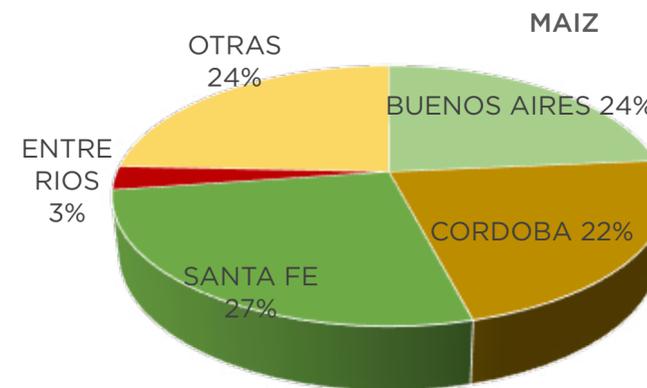
En el mes de octubre se declararon operaciones del cereal por un total de 5.703.829 toneladas, aumentando respecto de las 5.687.599 ton del mes anterior.

Del volumen total declarado de operaciones en el SIO GRANOS del producto bajo análisis, el detalle del origen de las cosechas es el siguiente:

COSECHA	TOTAL	A PRECIO	A FIJAR
2018/19	3.044.439	2.329.212	715.227
2019/20	2.611.933	1.719.880	892.053
Otras	47.457	41.502	5.955
TOTAL	5.703.829	4.090.594	1.613.235

ORIGEN DEL GRANO POR PROVINCIA

Del volumen total declarado de maíz en el mes de octubre en SIO GRANOS, el 26,8% corresponde a la provincia de Santa Fe con un volumen que asciende a las 1.530.376 ton, seguido por la provincia de Buenos Aires con 1.345.365 ton y Córdoba con 1.274.209 ton. El resto del volumen corresponde a las demás provincias, destacándose entre ellas Entre Ríos.



DESTINO DEL GRANO POR ZONA SIO

En base a la información de SIO GRANOS, se obtiene que el 33,8% del volumen total tiene como destino la Rosario N, seguida por el 18% de Rosario S y luego el 15% de Bahía Blanca. El resto del volumen se distribuye en las demás zonas en las que se divide el país, con una menor partici-

pación en relación a la concentración que se observa en los principales puertos exportadores.

DESTINO POR ZONAS	VOLUMEN
Rosario N	1.928.395
Rosario S	1.043.474
Bahia Blanca	862.626
Necochea	214.759
ZONA 12	263.076
ZONA 6	116.512
ZONA 8	123.225
ZONA 7	219.017
ZONA 9	162.799
OTRAS	769.946
TOTAL	5.703.829

COMERCIALIZACIÓN

La información disponible en SIO GRANOS permite también realizar un análisis de distintas variables que diferencian la comercialización de los productos agrícolas que se declaran.

En base a los datos disponibles podemos analizar los siguientes parámetros de comercialización:

COMPRAVENTA 4.985.013 TON 87,4 %	CANJE 718.816 TON 12,6 %
INTERMEDIARIO 3.714.985 TON 65 %	DIRECTA 1.988.843 TON 35 %
A FIJAR PRECIO 1.613.235 TON 28,3 %	A PRECIO HECHO 4.090.594 TON 71,7 %

FIJADAS EN EL MES: 1.293.541 TON

TRIGO

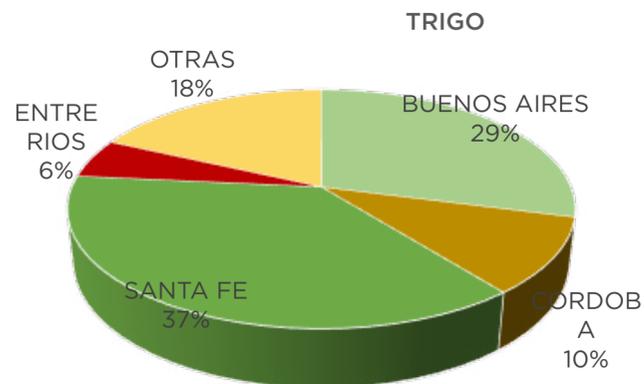
En el mes de octubre se declararon operaciones del cereal por un total de 2.575.127 toneladas, aumentando respecto de las 2.465.435 ton del mes anterior.

Del volumen total declarado de operaciones en el SIO GRANOS del producto bajo análisis, el detalle del origen de las cosechas es el siguiente:

COSECHA	TOTAL	A PRECIO	A FIJAR
2018/19	377.728	349.828	27.900
2019/20	2.178.364	1.706.698	471.666
Otras	19.035	12.916	6.119
TOTAL	2.575.127	2.069.442	505.685

ORIGEN DEL GRANO POR PROVINCIA

Del volumen total declarado de trigo en el mes de octubre en SIO GRANOS, el 37,3% corresponde a la provincia de Santa Fe con un volumen que asciende a las 958.694 ton, seguido por la provincia de Buenos Aires con 747.264 ton y Córdoba con 264.429 ton. El resto del volumen corresponde a las demás provincias, destacándose entre ellas Entre Ríos.



DESTINO DEL GRANO POR ZONA SIO

En base a la información que se obtiene del SIO GRANOS, se obtiene que el 28,3% del volumen total tiene como destino Rosario N, seguida por el 24,8% de Rosario S y luego el 8,2% de Bahía Blanca. El resto del volumen se distribuye en las demás zonas detalladas en el cuadro

en las que se divide el país, con una participación menor pero en el acumulado de Otras Zonas se alcanza el 18%.

DESTINO POR ZONAS	VOLUMEN
Rosario N	729.657
Rosario S	639.818
Bahia Blanca	210.862
Necochea	170.373
Buenos Aires	63.929
ZONA 7	63.561
ZONA 5	66.263
ZONA 8	72.648
ZONA 6	93.546
OTRAS	464.470
TOTAL	2.575.127

COMERCIALIZACIÓN

La información disponible en SIO GRANOS permite también realizar un análisis de distintas variables que diferencian la comercialización de los productos agrícolas que se declaran.

En base a los datos disponibles podemos analizar los siguientes parámetros de comercialización:

COMPRAVENTA 2.362.602 TON 91,7 %	CANJE 212.525 TON 8,3 %
INTERMEDIARIO 1.771.273 TON 68,8 %	DIRECTA 803.854 TON 31,2 %
A FIJAR PRECIO 505.685 TON 19,6 %	A PRECIO HECHO 2.069.442 TON 80,4 %

FIJADAS EN EL MES: 183.272 TON

VOLVER

GIRASOL

Lorena D'Angelo

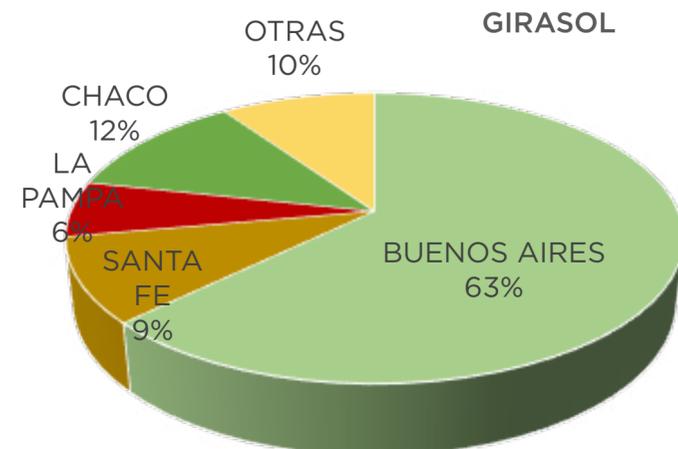
En el mes de octubre se declararon operaciones de la oleaginosa por un total de 167.337 toneladas, disminuyendo respecto de las 208.821 ton del mes anterior.

Del volumen total declarado de operaciones en el SIO GRANOS del producto bajo análisis, el detalle del origen de las cosechas es el siguiente:

COSECHA	TOTAL	A PRECIO	A FIJAR
2018/19	63.940	53.734	10.206
2019/20	101.410	66.432	34.978
Otras	1.987	787	1.200
TOTAL	167.337	120.953	46.384

ORIGEN DEL GRANO POR PROVINCIA

Del volumen total declarado de girasol en el mes de octubre en SIO GRANOS, el 62,3% corresponde a la provincia de Buenos Aires con un volumen que asciende a las 105.054 ton, seguido por Otras con 16.171 ton y Santa Fe con 15.754 ton.



DESTINO DEL GRANO POR ZONA SIO

En base a la información que se obtiene del SIO GRANOS, se obtiene que el 33,5% del volumen total tiene como destino Necochea, seguida por el 26,8% de la Zona 7 y luego el 19% de Rosario N. .

DESTINO POR ZONAS	VOLUMEN
Rosario N	31.616
Rosario S	0
Bahia Blanca	9.688
Necochea	56.131
ZONA 7	44.971
ZONA 9	13.781
ZONA 2	115
ZONA 14	2.629
ZONA 17	1.629
OTRAS	6.777
TOTAL	167.337

COMERCIALIZACIÓN

La información disponible en SIO GRANOS permite también realizar un análisis de distintas variables que diferencian la comercialización de los productos agrícolas que se declaran.

En base a los datos disponibles podemos analizar los siguientes parámetros de comercialización:

COMPRAVENTA 161.378 TON 96,4 %	CANJE 5.959 TON 3,6 %
INTERMEDIARIO 77.878 TON 46,5 %	DIRECTA 89.459 TON 53,5 %
A FIJAR PRECIO 46.384 TON 27,7 %	A PRECIO HECHO 120.953 TON 72,3 %

FIJADAS EN EL MES: 38.590TON

Paronama general

En los meses de septiembre y octubre el Sistema de Información de Operaciones de Carnes “SIO Carnes” arrojó un total de 2.570.618 cabezas destinadas a faena en todo el país.

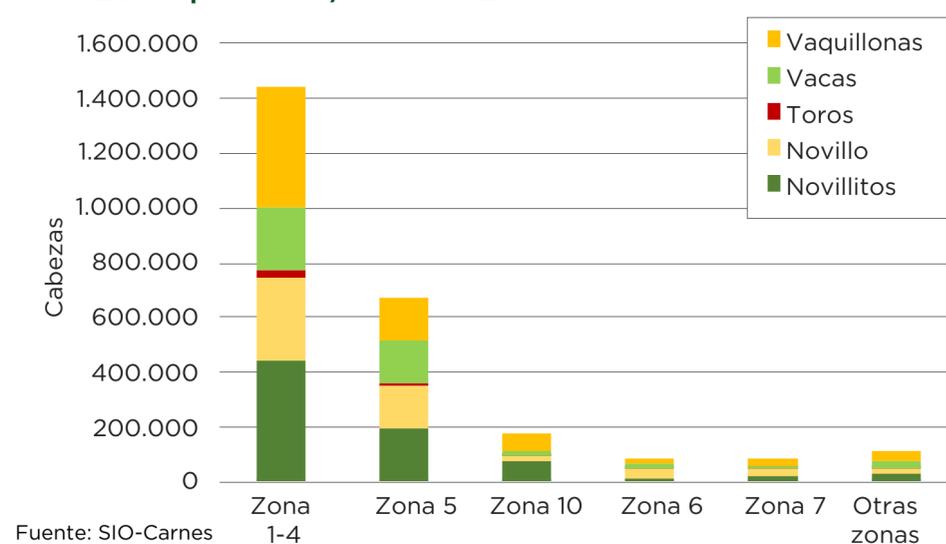
El volumen declarado, para el período analizado mostró una suba de 399.520 cabezas, equivalente al 18%, respecto del bimestre anterior (los meses de julio y agosto).

El detalle de los datos muestra que la categoría Novillito representó el 30% de la faena, con una suba del 2% respecto de igual período anterior. La participación del novillo se mantiene en 21% mostrando una baja interanual del 2%. Las Vaquillonas, por su parte, se mantuvieron en un 28% en el bimestre y en términos interanuales ganaron un 4%; mientras que la Vaca perdió terreno un 6%, representando el 17% del total faenado.

Destinos

En lo que refiere al destino, surge que la Zona 1 - 4, correspondiente a la provincia de Buenos Aires, y la Zona 5, correspondiente a las provincias de Entre Ríos, Santa Fe y Córdoba, registraron totales de 1.436.608

Categoría por zonas de destino del ganado para faena Cabezas septiembre/octubre 2019



Fuente: SIO-Carnes

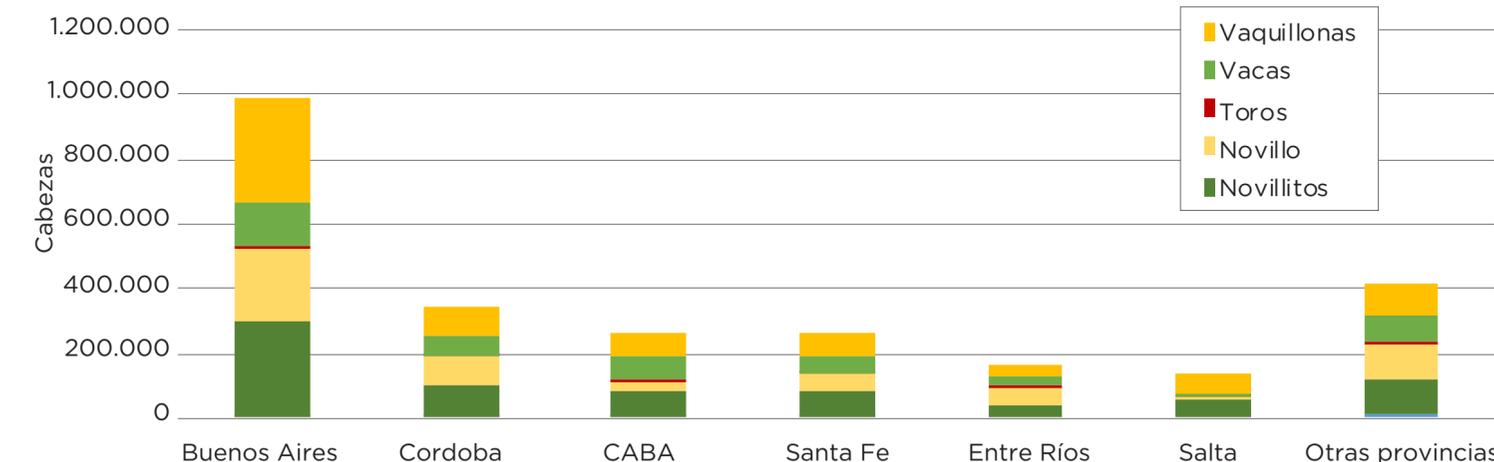
y 671.589 cabezas faenadas, respectivamente, significando estos volúmenes, un aumento del 15% para Buenos Aires y del 23% para la Zona 5 respecto al trimestre anterior.

En el desagregado de la faena de en la Zona 1 - 4, cabe destacar, que la categoría Novillito, con 304.747 cabezas, registró una baja del 13% respecto del bimestre anterior. La Vaca, en tanto, registró un volumen total de 228.125 cabezas faenadas, lo que implica una baja del 13% respecto de la faena

Fecha	Novillo	Novillitos	Vaquillonas	Vacas	Toros	Mej	Total
5° bimestre 2018	520.392	693.468	558.552	430.517	43.225	8.852	2.255.006
1° bimestre 2019	499.746	595.324	531.519	422.926	34.993	9.067	2.093.575
2° bimestre 2019	434.894	572.711	522.776	534.160	36.443	10.948	2.111.932
3° bimestre 2019	460.003	547.678	574.905	598.868	32.944	19.047	2.233.445
4° bimestre 2019	437.916	617.086	549.646	514.430	36.290	15.730	2.171.098
5° bimestre 2019	545.566	776.455	734.400	447.755	42.080	24.362	2.570.618
5° bim. 19/4° bim. 19	25%	26%	34%	-13%	16%	55%	18%
5° bim. 19/5° bim. 18	5%	12%	31%	4%	-3%	175%	14%
Acumulado 2019	2.401.896	3.145.641	2.944.370	2.554.081	184.265	80.318	11.310.571

Fuente: SIO Carnes.

Categoría por origen del ganado para faena - Cabezas septiembre/octubre 2019



Fuente: SIO-Carnes

registrada en el bimestre julio/agosto.

En el detalle de la Zona 5, en cambio, la categoría novillito fue la que presentó un alza más pronunciada, finalizando el bimestre con un incremento del 17% en las cabezas destinadas a faena, en comparación con el bimestre anterior. Las Vaca y Vaquillonas perdieron participación en los últimos dos meses, siendo la baja del 16% y 3% respectivamente. En cuanto al Novillo, este perdió un 21% en el ultimo bimestre.

Origen del ganado

En lo que respecta al origen del volumen total de ganado para faena, el 38% provino de Buenos Aires con un volumen de 989.501 cabezas, resultando estable. La provincia de Salta registró una baja del 14% en la faena, finalizando el período con 134.670 cabezas enviadas a faena.

En CABA, Entre Ríos y en “Otras provincias” se registraron subas de 4%, 13% y 7% respectivamente. En el detalle, la categoría Novillito, finalizó el bimestre con un incre-

mento del 2% en comparación al bimestre anterior y con una participación del 30% en la faena.

Precios

Todas las categorías mostraron subas en términos corrientes. Las más importantes se registraron en la categoría vaca, que terminó el bimestre con un promedio pon-

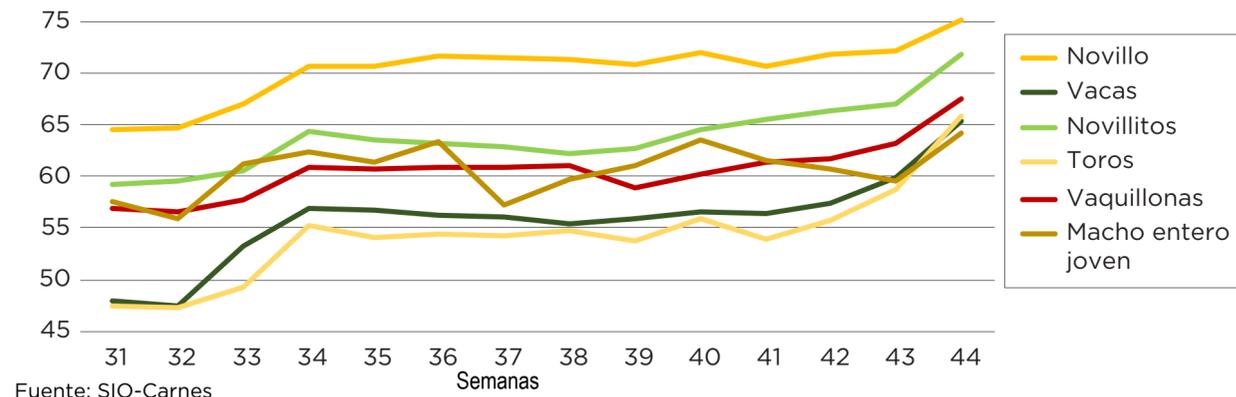
derado de \$57,17, y con el toro posicionado en 55,80. Por otro lado, las categorías de consumo mostraron pequeños aumentos en términos corrientes, pero que en términos constantes quedaron en negativo.

De acuerdo a las liquidaciones diarias informadas y al tipo de cambio instrumentado según la cotización del día de cada operación (vendedor BNA) la devaluación del peso fren-

Precios promedio operaciones registradas en SIO Carnes julio/agosto						
Categoría	Pesos corrientes		Dólares corrientes		Pesos constantes ene18=1	
	sep-oct 19/ jul-ago 19	sep-oct 19/ sep-oct 18	sep-oct 19/ jul-ago 19	sep-oct 19/ sep-oct 18	sep-oct 19/ jul-ago 19	sep-oct 19/ sep-oct 18
Novillo	↓ 8,8%	↑ 51,0%	↓ -14,4%	↓ -7,6%	↑ -0,1%	↑ 3,0%
Novillitos	↓ 7,9%	↑ 49,8%	↓ -14,7%	↓ -8,5%	↑ -0,1%	↓ 2,2%
Vaquillonas	↓ 8,1%	↑ 53,2%	↓ -15,0%	↓ -6,6%	↑ -0,1%	↓ 4,5%
Vacas	↑ 20,3%	↑ 58,3%	↓ -4,8%	↓ -3,0%	↑ -0,2%	↓ 8,0%
Toros	↑ 18,9%	↑ 74,6%	↓ -5,5%	↓ 7,0%	↓ -0,2%	↑ 19,2%
Macho entero joven	↓ 8,5%	↑ 57,3%	↓ -15,1%	↓ -4,9%	↓ -0,1%	↓ 6,6%

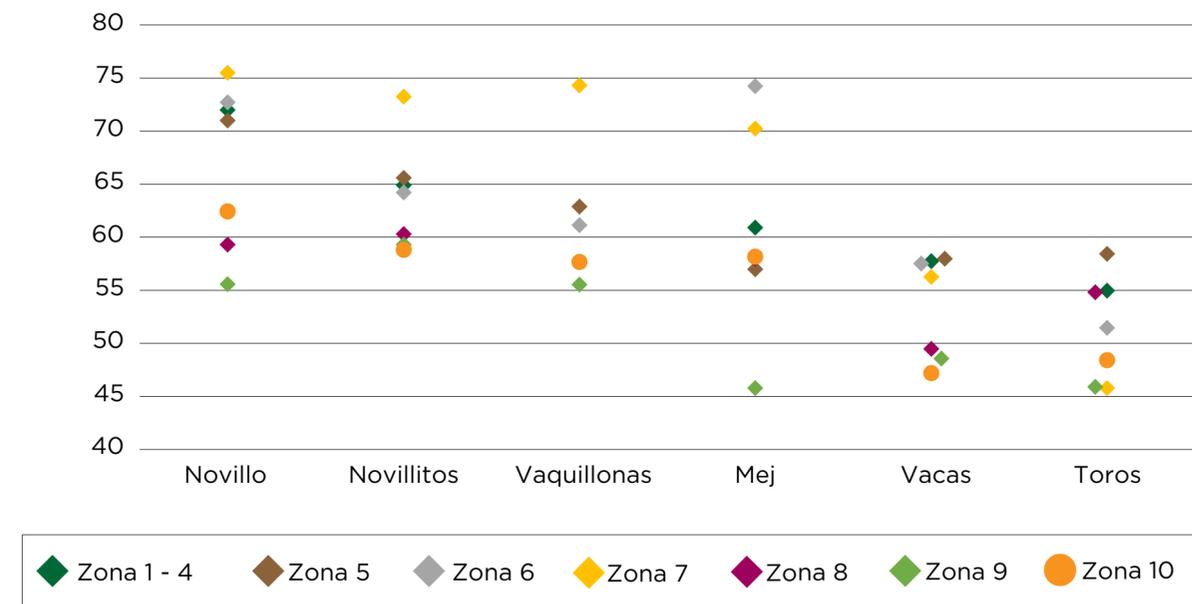
Fuente: SIO Carnes.

Evolución del precio promedio por categoría - Septiembre/octubre 2019



Fuente: SIO-Carnes

Dispersión de precios por zona de destino - Sep/oct 2019



Fuente: SIO-Carnes

te al dólar en el bimestre ronda el 3% y 5%.

La evolución de los precios en las semanas bajo estudio se muestra en el gráfico arriba. La dispersión de los precios del periodo bajo estudio se muestra arriba.

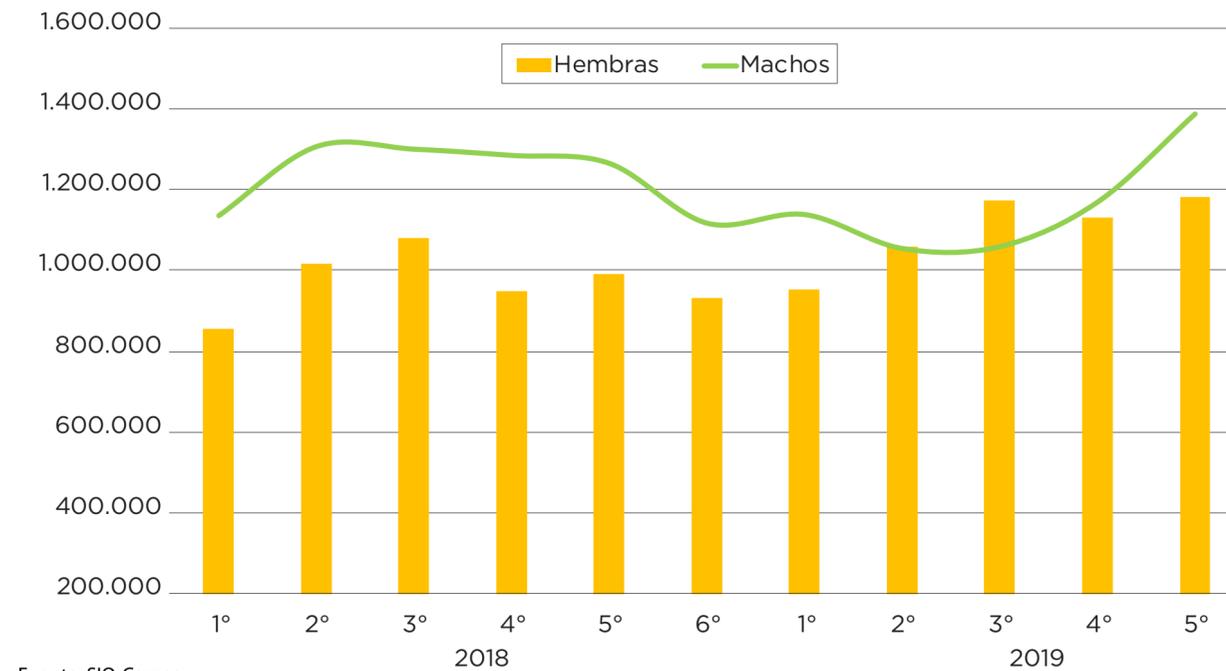
El gráfico muestra los precios corrientes por categoría y por zona de destino. El objetivo de este análisis es generar la información para evaluar la dispersión de precios en las distintas

zonas. La zona 7, registra los mejores precios al consumo y de los más bajos para las categorías vaca y toro. Tomando como referencia el precio de Buenos Aires, la 9 muestra la mayor dispersión para la categoría novillo (+30%). Estas diferencias se dan en parte por diferencias en las calidades producidas por zona.

Faena

Los datos de la faena vacuna están mostrando

Faena hembras - machos



Fuente: SIO-Carnes

una faena de hembras mayor al periodo anterior (+4%), y superior a igual periodo de 2018 (+19%). Estos guarismos, no indicarían que se haya ingresado en un preocupante periodo de liquidación de hembras. Los Novillitos y Novillos que estuvieron haciendo falta en los

últimos meses están volviendo a aparecer y con esto se está reacomodando la faena.

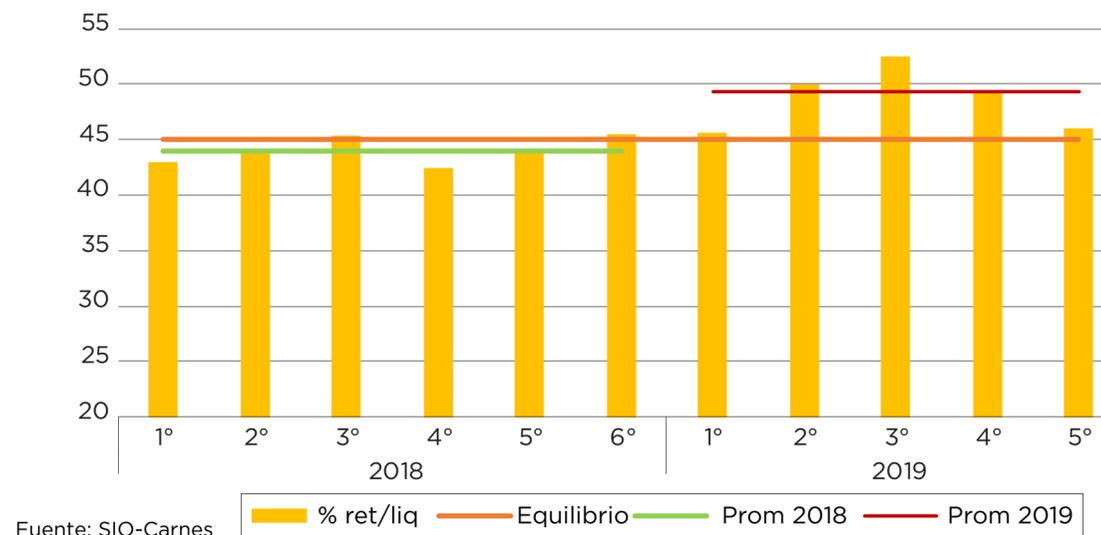
Habitualmente se utiliza este indicador para evaluar en que ciclo se encuentra la cadena. Este indicador es la tasa de faena de hem-

bras, que es el cociente entre la cantidad de hembras faenadas sobre la totalidad de la faena. Siendo el índice teórico del equilibrio el 45%, por debajo de este nos encontraríamos en un periodo de retención de vientres y por encima de liquidación. En este análisis no se ve reflejado el gran ajuste que tuvo la faena de machos en el periodo, lo que realiza la participación de las hembras.

Los datos registrados muestran que en los meses de septiembre-octubre se achico la participación de las hembras en la faena total, llegando a 46% (+2% con relación a un año atrás y 1% por encima del índice teórico de indiferencia -45%-). Se faenaron 1.182.155 cabezas hembras, sufriendo un alza interanual del 19% y los machos una suba del 9% ubicándose en 1.388.463 cabezas faenadas. Puesto en términos absolutos, se faenaron 193.086 hembras más que en el 5° bimestre del año pasado y 122.526 machos. En lo que va del año se acumulan 5.498.451 hembras y 5.812.120 machos faenados, un 12.4% más y un 7.7% menos respectivamente comparándolo contra igual periodo de 2018

La faena de hembras aumento un 4% respecto al periodo anterior y la faena de machos un 18%. Puesto en términos absolutos se faenaron 218.604 machos mas y 51.013 hembras.

Porcentaje de faena de hembras



Fuente: SIO-Carnes

Desempeño de las exportaciones agroindustriales

Durante los primeros 9 meses del año las exportaciones argentinas al mundo alcanzaron un valor FOB de US\$ 47.960 millones, un 5% por encima del valor registrado en el mismo período de 2018. El 65% de las mismas pertenecieron al complejo agroindustrial, que registró ventas por US\$ 31.347 millones, un 11% por encima del año anterior.

En términos generales, la caída de precios de los cereales por elevadas existencias durante los primeros meses del año se vio compensada en los meses subsiguientes por la evolución positiva en los volúmenes comercializados por el sector exportador de la industria argentina.

Si bien, el complejo sojero y el cerealero continúan destacándose en cuanto a exportaciones al mundo, representando el 37% y el 23% respectivamente del total comercializado por el sector, estos porcentajes se han reducido en los últimos años en tanto han cobrado un mayor dinamismo y participación sectores como el de la carne bovina (7% en 2019), pesca (4%), grasas y aceites (3%), molinería (3%), lácteos (2%), vitivinícola (2%), entre otros. Esto da cuenta del gradual desarrollo del sector exportador común a toda la industria. Cabe mencionar que gran parte de los granos son destinados al sector de aceites y grasas para ser transformados y luego exportados al mundo.

Entre los productos agroindustriales que impulsaron este crecimiento registrando mayores alzas en el valor de sus ventas al exterior durante los primeros meses del año, se destacan:

Futillas	+1433%
Almendras	+936%
Aceite de algodón	+322%
Poroto de soja	+289%
Trigo para siembra	+258%
Papas para siembra	+258%
Avena	+177%

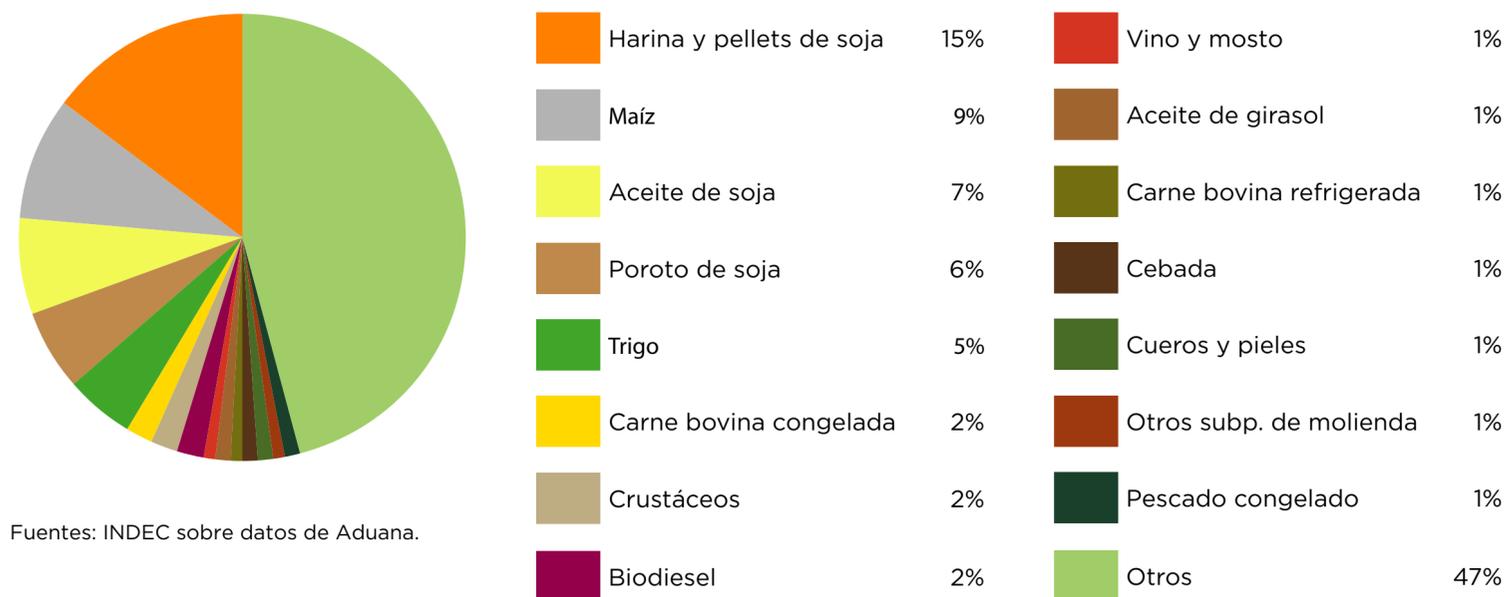
En cuanto a los destinos de exportación para la agroindustria argentina durante este período de 9 meses, la Unión Europea continúa liderando el mercado para los productos agroindustriales de origen argentino (US\$ FOB 4.587 millones) con una participación del 15% en el total exportado en valor.

Las ventas a China se destacan en segundo lugar, superando a Brasil en este período, con US\$ 4.110 millones y una participación del 13% del total, seguidos por Brasil (8%), Vietnam (7%), India (5%) e Indonesia (4%).

Las exportaciones agroindustriales argentinas al mundo se caracterizan por su diversificación en términos de mercados destino, con una creciente consolidación de mercados no tradicionales como Indonesia, India, Argelia, Egipto, Tailandia, Malasia, Arabia Saudita, entre otros.

Asimismo, si bien continúan predominando los productos de origen primario y de primera transformación en el total exportado por el sector, se observa durante el período analizado una dinámica importante en las ventas de sectores tales como carne bovina, carne porcina, lácteos, jugos de frutas, aceites esenciales, con productos de mayor grado de industrialización y valor de exportación.

Composición de las exportaciones agroindustriales



Fuentes: INDEC sobre datos de Aduana.

Composición de las exportaciones agroindustriales

Las ventas del complejo sojero representaron el 37% del total de exportaciones agroindustriales, con ventas por un total de 31.997 millones de toneladas y US\$ FOB 11.642 millones. El producto con mayor peso en este sector es harina de soja (65,4% en volumen y 57% en valor).

Las ventas del sector de cereales representaron el 23% del total de exportaciones agroindustriales, superadas por el complejo sojero en este período, con ventas por un total de 39.675 millones de toneladas y US\$ FOB 7.318 millones. Las ventas de maíz fueron las que más aportaron a este sector tanto en términos de valor como de volumen (64% del volumen total exportado por el sector y 71% del valor total exportado). Los siguieron sectores como carne bovina (7%), pesca (4%), grasas y aceites (3%), molinería (3%), vitivinícola (2%), lácteos (2%), biodiesel (2%) y oleaginosas (2%).

A nivel de producto, las ventas de harina de soja concentraron el 21% de las exportaciones agroindustriales argentinas al mundo, seguidas por las de maíz (15%), las aceite de soja (9%), poroto de soja (7%), trigo (6%), carne bovina congelada (5%), cebada (3%), crustáceos (2%), biodiesel (2%), vino y mosto (2%), aceite de gira-

sol (2%), carne bovina refrigerada (2%), cebada (2%), cueros y pieles (1%), subproductos de la molinería (1%), pescado congelado (1%), carne aviar congelada (1%), maní preparado (1%), entre otros.

Estos 17 productos nuclea el 80% del total exportado por la agroindustria argentina, revelando cierta concentración en la canasta exportadora en términos de cantidad, no así en términos de producto ya que se observa la diversificación en los mismos (corresponden a sectores muy diferentes dentro de la industria).

Evolución de las exportaciones agroindustriales

Las exportaciones agroindustriales argentinas registraron una dinámica positiva durante los primeros 9 meses del 2019, acumulando un alza del 10,5% respecto del valor registrado en el mismo período del año anterior.

La caída en los precios internacionales de los alimentos los primeros meses del año tuvo una influencia considerable en la caída del valor de las exportaciones argentinas de origen agroindustrial. Aún así, el dinamismo en los sectores detallados a continuación pudo contrarrestar este efecto impulsando esta dinámica positiva

Desempeño de las exportaciones agroindustriales por sector - enero/septiembre 2019

Sector	Valor	Volumen
Frutos secos	67%	100%
Frutas finas	62%	122%
Azúcar	57%	93%
Carne aviar	42%	36%
Carne bovina	38%	35%
Carne porcina	33%	30%
Cereales	25%	31%
Grasas y aceites	21%	-14%
Complejo sojero	16%	39%
Abonos	13%	-1%
Molinería	12%	25%
Oleaginosas	10%	28%
Hortalizas	8%	39%
Maquinaria agrícola	5%	-52%

Desempeño de las exportaciones agroindustriales por sector - enero/septiembre 2019 (continuación)

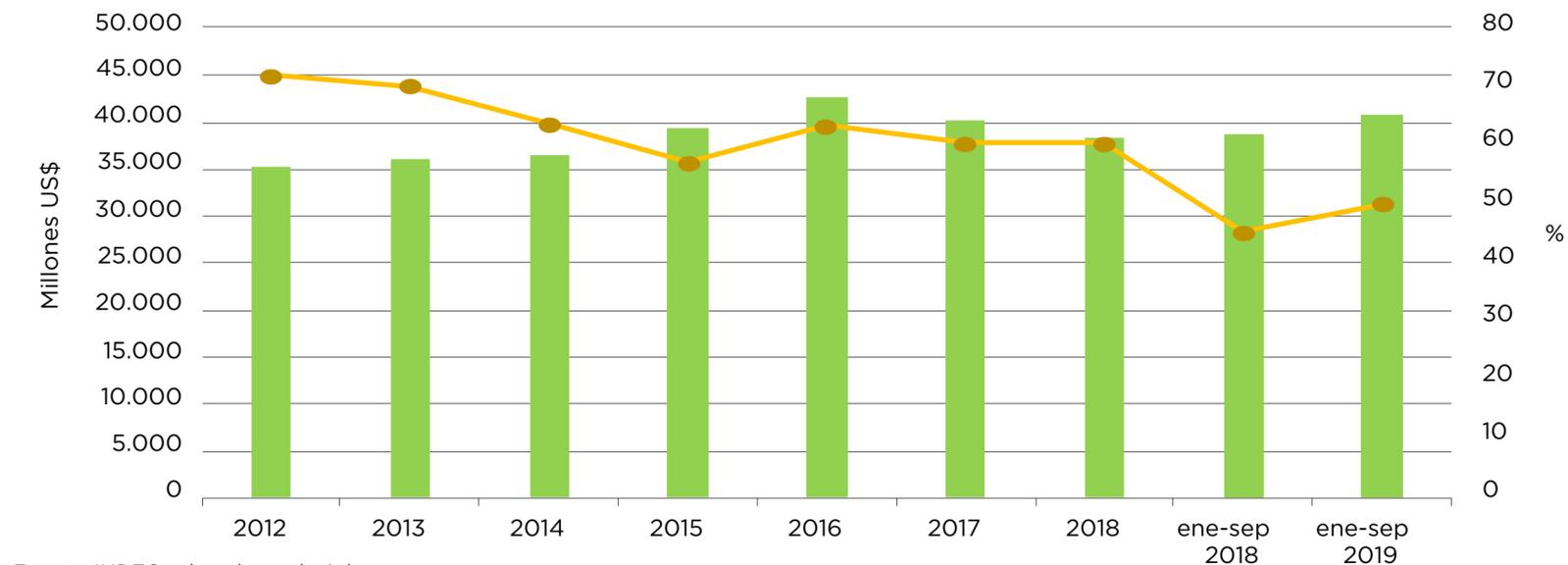
Sector	Valor	Volumen
Alimentación animal	-34%	-47%
Tabaco	-28%	-26%
Cítricos	-25%	-5%
Biodiesel	-23%	-29%
Apícola	-22%	-15%
Bebidas con alcohol	-22%	-15%
Cueros y pieles	-22%	-3%
Olivícola	-21%	15%
Frutas de pepita	-20%	-2%
Huevos y ovoproductos	-20%	-9%
Bebidas sin alcohol	-18%	-1%
Lana	-17%	-15%
Aceites esenciales	-16%	-15%
Plaguicidas y herbicidas	-16%	-15%
Lácteos	-15%	-12%
Animales vivos	-13%	13%
Productos de confitería	-13%	-2%
Infusiones	-13%	-2%
Jugos de frutas	-12%	16%
Pesca	-11%	-2%
Alimentación animal	-34%	-47%
Tabaco	-28%	-26%

que se observa: carne aviar, carne bovina, carne porcina, molinería, oleaginosas, hortalizas, entre otros.

Entre los sectores que mostraron un desempeño negativo durante el período se observan: legumbres (lentejas y garbanzos), leche en polvo y leche modificada, frutas de pepita (peras y manzanas), biodiesel, alimentación animal, plaguicidas y herbicidas, cítricos (pomelos y limones), maní, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, entre otros.

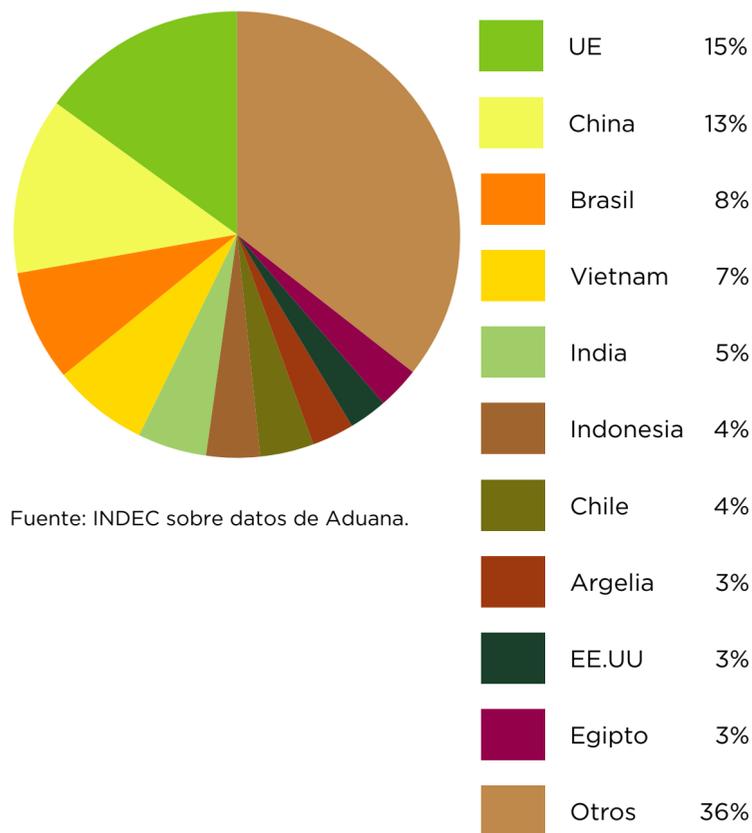
Únicamente en los casos de bebidas sin alcohol, cítricos, animales vivos, oleaginosas, pesca y jugos de frutas el incremento en el volumen comercializado no pudo compensar la evolución negativa de los precios.

Exportaciones agroindustriales 2012/2019



Fuente: INDEC sobre datos de Aduana.

Destino de las exportaciones agroindustriales



Fuente: INDEC sobre datos de Aduana.

Asimismo, cabe destacar que muchos productos no registran estructuralmente un gran dinamismo en el período bajo análisis por cuestiones de estacionalidad y etapas del proceso productivo.

Destinos de las exportaciones agroindustriales

En cuanto a los destinos de exportación para la agroindustria argentina durante este período de 9 meses, la Unión Europea continúa liderando el mercado para los productos agroindustriales de origen argentino (US\$ FOB 4.587 millones) con una participación del 15% en el total exportado en valor.

Las ventas a China se destacan en segundo lugar, superando a Brasil en este período, con US\$ 4.110 millones y una participación del 13% del total, seguidos por Brasil (8%), Vietnam (7%), India (5%) e Indonesia (4%).

Si bien las exportaciones hacia la Unión Europea mostraron una evolución negativa por 11% en el período, en líneas generales se observa un dinamismo positivo para los principales mercados, fundamentalmente para China que acumuló un alza del 117% en los envíos de productos agroindustriales argentinos, como así también para Indonesia y Vietnam, con alzas del 22% y 39%, respectivamente.

Unión Europea

Las ventas de productos agroindustriales hacia Unión Europea se contrajeron un 11% respecto del año anterior. Las mermas se presentaron en la mayor parte de los productos que mayor peso tienen en este mercado, como en harina de soja (-6%), biodiesel (-20%), crustáceos (-12%), entre otros. Estos productos concentran el 56% de las ventas agroindustriales hacia este destino.

2019 en miles de US\$			
	US\$	Part.%	Var. % anual
Harina y pellets de soja	1.641.404	36%	-6%
Biodiesel	595.404	13%	-20%
Carne bovina refrigerada	362.126	8%	0%
Crustáceos	321.520	7%	-12%
Otras subproductos de la molienda	154.547	3%	-1%
Otros	1.512.226	33%	

China

Las ventas agroindustriales hacia China se incrementaron considerablemente durante el período analizado, acumulando un 117% anual. Durante dicho período predominaron las ventas de poroto de soja (45% del total), con un alza del 276% anual, carne bovina congelada (31% del total), con un alza anual del 126% y las ventas de carne aviar congelada (3% del total), con un alza del 94% anual y aceite de soja (3% del total) con una suba del 152%. Las ventas de crustáceos, otro de los principales productos con este origen, registraron una caída del 32% anual.

2019			
	Miles US\$	Part.%	Var. % anual
Poroto de soja	1.858.604	45%	276%
Carne bovina congelada	1.272.697	31%	126%
Crustáceos	159.357	4%	-32%
Carne aviar congelada	139.807	3%	94%
Aceite de soja	124.668	3%	152%
Otros	554.523	13%	

Brasil

Las ventas de origen agroindustrial hacia Brasil mostraron una dinámica neutra durante el período con una mo-

desta alza del 0,2%. En particular, las ventas de trigo, principal producto exportado hacia este destino (35% del total), se vieron reducidas en un 10%, lo que contrastó junto a la merma de envíos de leche en polvo (-14%), alzas en las ventas de malta (+37%), hortalizas en conserva (+33%) y cebada (+18%).

2019			
	Miles US\$	Part.%	Var. % anual
Trigo	903.595	35%	-10%
Malta	168.487	7%	37%
Hortalizas en conserva	134.592	5%	33%
Cebada	126.014	5%	18%
Leche en polvo	85.496	3%	-14%
Otros	1.149.669	45%	

Vietnam

Las ventas agroindustriales hacia Vietnam, por su parte, registraron un alza del 39% anual durante los primeros 9 meses del año. Cabe mencionar que parte de las exportaciones a este país terminan siendo comercializadas en China. Los envíos de maíz y de harina de soja continúan predominando. Éstos concentran el 91% del total exportado hacia este destino, registrando alzas del 48% y 33% durante este periodo. Las ventas de trigo, tercer producto en importancia con el 2% del total, registraron un alza del 27%.

2019			
	Miles US\$	Part.%	Var. % anual
Harina y pellets de soja	1.034.714	47%	33%
Maíz	983.924	44%	48%
Trigo	46.118	2%	27%
Poroto de soja	39.930	2%	-
Algodón	20.568	1%	140%
Otros	99.803	4%	

India

Las exportaciones de origen agroindustrial hacia India se incrementaron un 15% respecto del mismo periodo del año 2018. Las ventas de aceite de soja consolidan 87% del total comercializado hacia este destino, con un alza del 14%, seguidas por las de aceite de girasol (6%) que aumentaron un 19% anual y cebada (2%) con un alza del 96%.

2019			
	Miles US\$	Part.%	Var. % anual
Aceite de soja	1.263.395	87%	14%
Aceite de girasol	83.941	6%	19%
Cebada	31.653	2%	96%
Cueros y pieles	29.073	2%	-3%
Harina y pellets de soja	13.000	1%	-
Otros	23.774	2%	

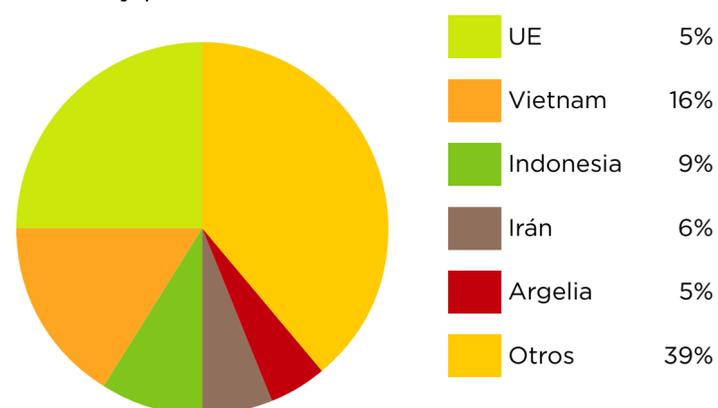
Indonesia

Las ventas agroindustriales hacia Indonesia pasaron a ocupar el sexto lugar durante este periodo, con un alza importante en los envíos de trigo por 254% (representando el 31% del total exportado) y en los envíos de maíz de +222%. Las ventas de harina de soja hacia este destino se redujeron un 16%, representando el 55% del total.

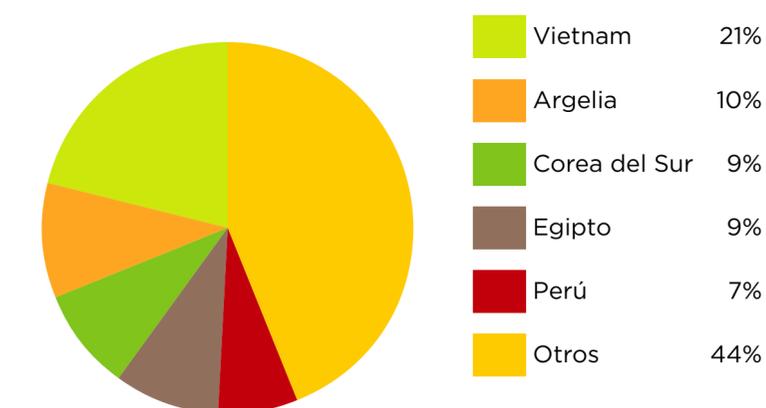
2019			
	Miles US\$	Part.%	Var. % anual
Harina y pellets de soja	629.380	55%	-16%
Trigo	352.208	31%	254%
Maíz	111.175	10%	222%
Algodón	18.053	2%	-47%
Lactosuero	11.913	1%	70%
Otros	26.097	2%	

Principales destinos de las exportaciones de la agroindustria - Enero/septiembre 2019

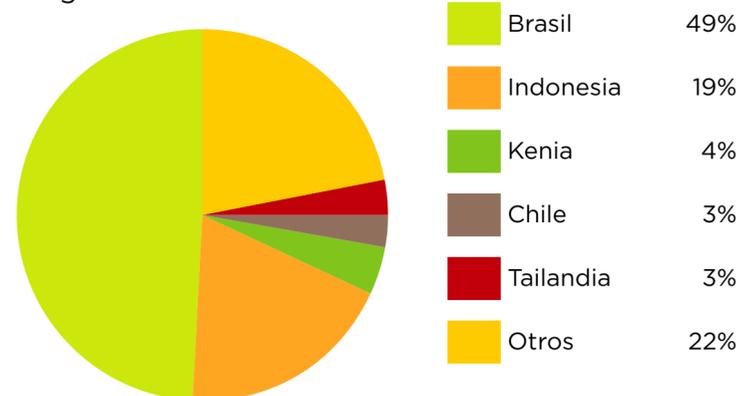
Harina y pellets



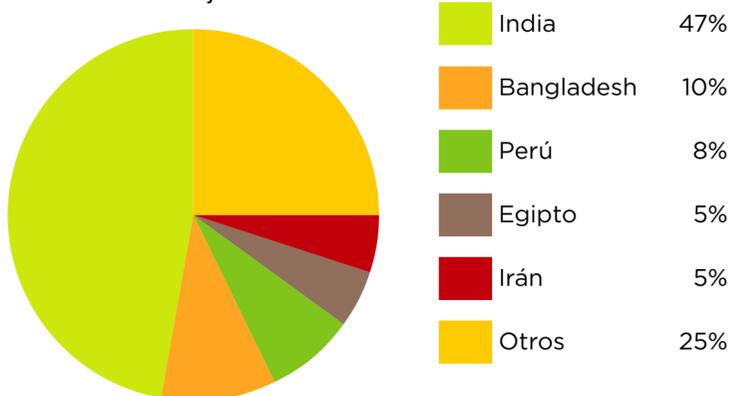
Maíz



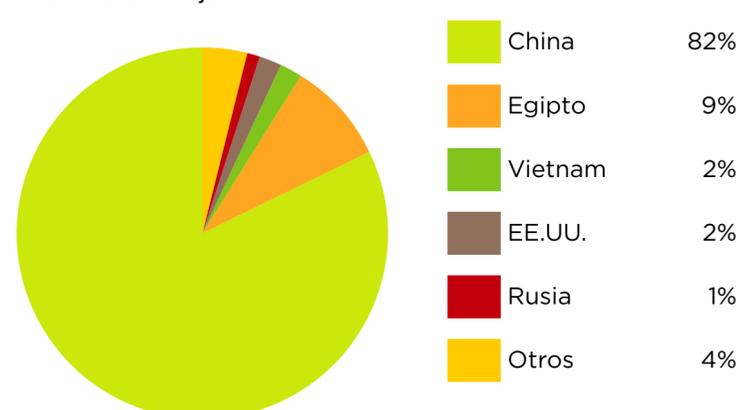
Trigo



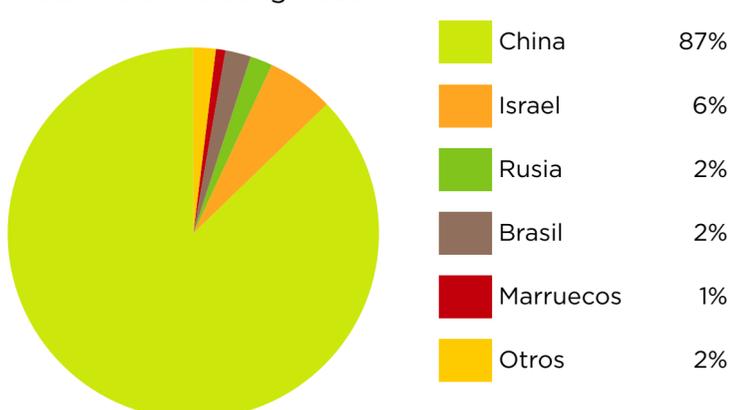
Aceite de soja



Poroto de soja



Carne bovina congelada



Con el objetivo de contribuir a un análisis de la competencia de los principales productos agroindustriales que la Argentina exporta, el presente trabajo aborda la construcción de un indicador sintético denominado *Índice Global de Competencia (IGC)*. Este índice permite medir la intensidad de la competencia presente en los mercados de cada uno de los productos seleccionados, en base a un conjunto de indicadores que definen por un lado al poder de los competidores, y por otro la capacidad de la demanda.

1. Introducción

Si hay una característica que distingue al proceso de globalización es el mayor nivel de competencia internacional de los productos a nivel mundial. Desde los inicios de su desarrollo en la década del 90, la globalización no sólo ha permitido que una mayor cantidad de países se inserten en los mercados mundiales tanto como abastecedores y consumidores de productos, sino también ha estado impulsando una competencia sobre la base de reducciones arancelarias, incrementos en la productividad, mejoras de la calidad y hasta acuerdos que han fomentado el comercio, incluso entre largas distancias.

La competencia se ha constituido así como un hecho en el mundo que ya no admite discusión. En este contexto, el presente estudio busca detectar el nivel de competencia del conjunto de los 50 principales productos que Argentina exporta, sobre la base de la construcción de un indicador sintético que aborde ciertos aspectos de este proceso.

La utilidad del indicador puede resumirse en los siguientes puntos: desde proveer información sobre el nivel de competencia a través del tiempo, contribuir al análisis de la situación de los competidores, la capacidad de la demanda, facilidades de ingreso a un

mercado y competidores emergentes, hasta complementar estudios de potencialidad de productos, identificando limitaciones y obstáculos dentro de cada mercado. Asimismo también permitirá evaluar y comparar los niveles de competencia entre distintos mercados con el fin de aportar a un análisis de priorización de productos de interés para el desarrollo de la economía del país.

2. Algunos aspectos teóricos respecto al concepto de competencia

No hay dudas que la competencia está estrechamente relacionada con el funcionamiento de la oferta y la demanda. En base a ello, varios autores sostienen que, cuando se incrementa la cantidad de productores en el mercado mundial y la demanda se reduce, la presión que se instala en el mercado genera una intensificación de la competencia (*Tilly, 1992; Wallerstein, 2005; Brenner, 2009; Arrighi, 2007*).

Asimismo, cuando ocurre este proceso (*Palombo Garrido 2006*), los distintos oferentes emplean todas sus energías para conservar o ampliar sus posiciones de mercado. Desde acuerdos que permiten acceder a ciertos mercados consumidores con arancel preferencial, hasta una constante búsqueda por incrementar la productividad y la calidad del producto obteniendo cierta ventaja diferencial. La competencia desaparecerá cuando los competidores resuelvan la disputa y se regrese a un equilibrio en el reparto de mercado.

Pero así como la competencia está influenciada por el comportamiento de la oferta y la demanda, ésta también depende de la estructura del mercado. Este término refiere a todas las características que puede llegar a tener un mercado como ser la concentración, el tipo de producto, las barreras, los controles de precios, entre otros factores que influyen en el comportamiento de los oferentes y compradores. Por ejemplo, la concentración de la

oferta tiene estrecha vinculación con menores niveles de competencia. O así también, la competencia aumenta cuando las barreras de entrada a un mercado son muy altas.

Es importante notar que si bien el fenómeno de la competencia está estrechamente relacionada con la competitividad, son conceptos explicativos de fenómenos diferentes.

Existe un consenso entre la comunidad académica y empresarial de que la competitividad refiere a un término dinámico que no se puede analizar sino a través de un conjunto de variables que tienen que ver con la infraestructura, el nivel tecnológico, el entorno económico, las capacidades financieras, las instituciones, etc. En este sentido, un país se posiciona como oferente de un producto en el mercado mundial si posee algunas de estas características que le brindan ciertas ventajas para competir en el mismo. Así es que surge una situación de competencia, más o menos intensa, entre países oferentes y en dónde dependiendo de las características de la demanda los países buscarán mejorar su posición en un mercado.

3. Metodología para la construcción del Índice Global de Competencia (IGC)

El indicador se construye para cada producto a partir de un promedio simple normalizado entre dos grandes subíndices: el **Poder de los Competidores (PC)** que refleja el comportamiento de la oferta, esencialmente de los principales oferentes de un producto en el mercado mundial, y por otro lado la **Capacidad de la Demanda (CD)** que está definida por algunas condiciones de la demanda y el comportamiento de los principales consumidores¹.

¹ Referencia metodológica: los indicadores de cada subíndice fueron estandarizados a partir de una unidad de referencia y expresados en porcentaje. Por otro lado para obtener

3.1 El Poder de los Competidores (PC)

En el caso del subíndice Poder de los Competidores (PC), su elaboración tiene en cuenta una serie de indicadores que intentan contemplar, por un lado la estructura del mercado en términos de concentración de la oferta y su dinámica en el tiempo, y por otro lado cierto tipo de barreras de entrada. En este contexto se trata de entender cada producto del IGC como estructuras de mercado, dónde los principales competidores son los países que lideran las exportaciones (en este caso los que concentran hasta el 70% de la oferta), y el resto potenciales competidores. Las dimensiones tomadas en cuenta en este subíndice fueron:

▣ **La concentración:** medida por el índice de Herfindahl, representa uno de los índices más utilizados para medir la concentración de un sector y puede tomar valores de entre 0 y 10.000. En el límite, si un país es el único proveedor del producto en cuestión, el índice toma el valor de 10.000. En caso contrario, si hay cientos de países proveedores tomaría valores cercanos a 0.

▣ **Crecimiento de los competidores en relación a los demás oferentes:** se mide como un cociente de relaciones de la participación de los principales competidores y el de los exportadores de menor participación, para un período de 5 años. Esta dimensión tiene en cuenta la evolución temporal del posicionamiento de los competidores, en relación con los demás oferentes.

▣ **Distancia geográfica de los competidores respecto a sus demandantes:** mide los kilómetros recorridos por los competidores

en la mayor parte de los casos, resultados con valores positivos, el IGC (luego de establecer el promedio ponderado de ambos subíndices) fue normalizado con la suma de una constante (del 15%).

para proveer a sus principales compradores. Este indicador refleja la relación que puede llegar a existir entre la distancia y los flujos comerciales teorizados en los denominados 'modelos de gravedad' según la cual los intercambios comerciales entre dos países dependen principalmente del nivel de cercanía o lejanía que hay entre ellos. Si esta medida es alta, posiblemente existan otros factores diferentes a la ubicación geográfica, que les proporcione una ventaja para acceder a esos mercados.

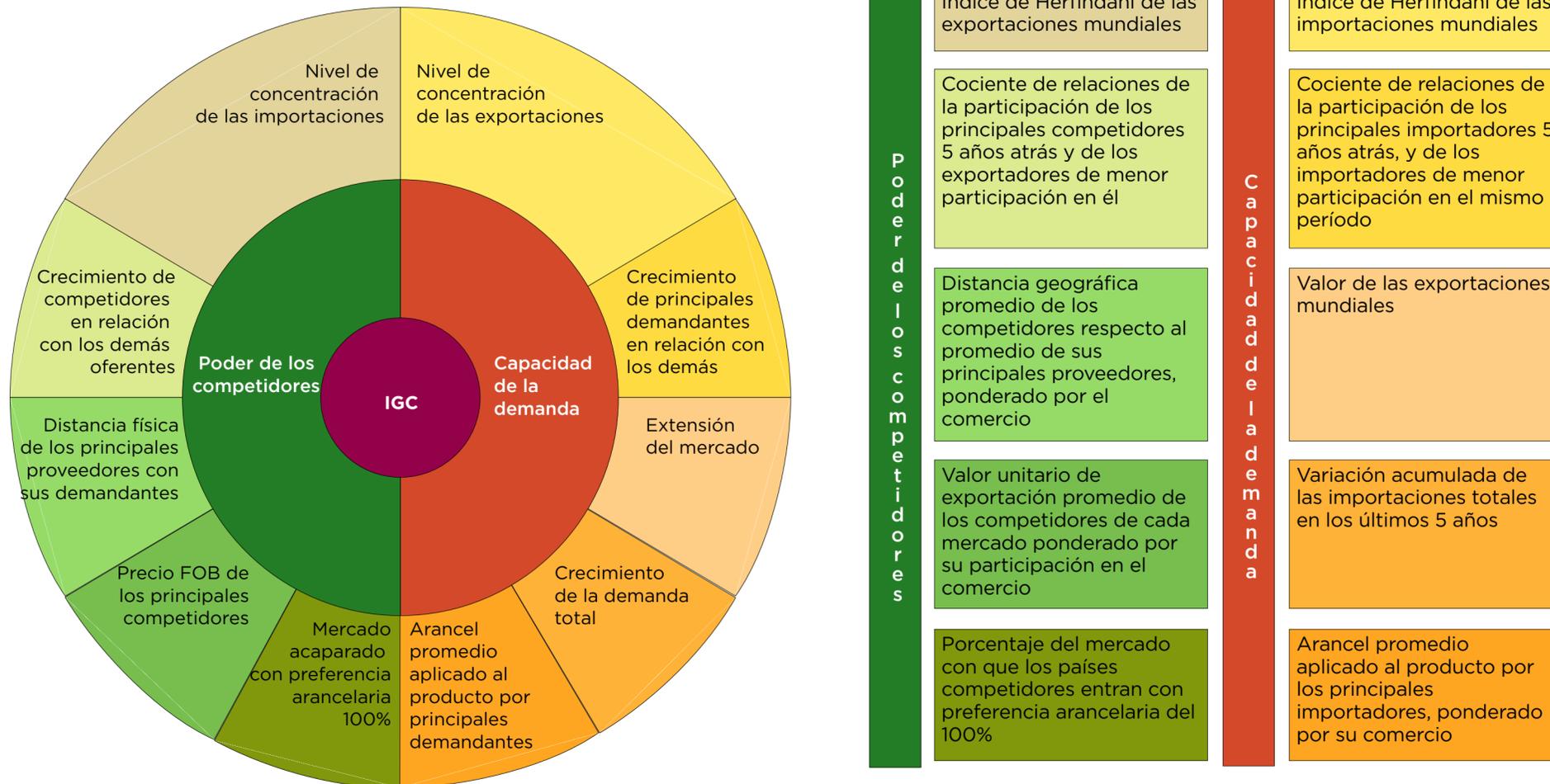
▣ **Precio al cual venden los competidores:** si bien para cualquier caso un alza de precio significaría un mayor poder por parte de los competidores, su significado varía según el tipo de producto. En el caso de un commodity, dónde el precio está dado a nivel internacional, un alza de los precios suele asociarse a una escasez del producto o bien a una demanda que supera a la oferta. Esta situación significa un mayor poder para los exportadores que quedaron vigentes y por lo tanto una competencia menor. Por otro lado, en el caso de un speciality, es decir productos diferenciados y de alto valor agregado, en dónde por lo general los productores son formadores de precio y su estrategia competitiva es por diferenciación, en este caso, un aumento del precio está asociado a la posibilidad de captar mayor valor en el mercado mundial.

▣ **Mercado acaparado por los competidores con preferencia arancelaria 100%:** se entiende a esta dimensión como una ventaja competitiva adicional para los oferentes, otorgándoles mayor poder de concentración.

3.2 La Capacidad de la Demanda (CD)

En el caso de la *Capacidad de la Demanda (CD)*, el subíndice se construye sobre la base de ciertas características de la demanda que

Cuadro 1 - Dimensiones e indicadores del Índice Global de Competencia



Fuentes: INDEC sobre datos de Aduana.

tienen que ver con la concentración, su crecimiento y extensión, como así también ciertas restricciones de acceso a los mercados. Específicamente las dimensiones abordadas son:

❑ **La concentración:** el indicador utilizado es el mismo que se tomó para medir la concentración en PC, el *Herfindahl*. Cuando el índice toma un valor de 10.000 significa que hay un único país consumidor. Cuando toma valores cercanos a 0 hay varios de países demandantes. A diferencia de PC, este indicador es inversamente proporcional a CD, por lo que cuando la con-

centración aumenta, CD se reduce, y por tanto aumenta la competencia, ya que los oferentes deben disputarse posiciones entre pocos mercados.

❑ **El crecimiento de los principales demandantes en relación a los demás:** al igual que en PC, se mide como un cociente de relaciones, pero ésta vez de los demandantes: dónde por un lado, en el numerador se evalúa la participación de los principales demandantes respecto 5 años atrás, y por otro lado, en el denominador la participación de los demás consumidores para el

mismo período. Esta dimensión tiene en cuenta la evolución temporal del posicionamiento de los principales demandantes, en relación con los demás.

❑ **La extensión del mercado:** la dimensión refiere al valor de las importaciones mundiales, es decir que tan amplio es el mercado. Como se mencionó en los aspectos teóricos, los mercados amplios en términos globales, disminuyen la competencia global.

❑ **El crecimiento total de la demanda:** si bien el crecimiento total de la demanda,

Tabla 1 - Resultados año 2018

NCM	Descripción	PC	CD	IGC ²
410419	Cuero húmedo	12,63%	-14,99%	16,18%
030749	Jibias	17,09%	-17,19%	15,05%
110710	Malta	8,75%	-5,46%	13,36%
071333	Porotos	10,70%	-6,89%	13,10%
100390	Cebada	10,23%	-5,31%	12,54%
030799	Moluscos	27,46%	-20,69%	11,61%
151790	Prep alimenticias	9,31%	-1,40%	11,04%
230630	Harina de girasol	12,28%	-4,00%	10,86%
080830	Peras	10,31%	-2,00%	10,85%
110100	Harina de trigo	8,27%	0,61%	10,56%
040900	Miel	12,83%	-3,77%	10,47%
151219	Aceite de girasol refinado	7,91%	1,43%	10,33%
150710	Aceite de soja en bruto	16,17%	-6,57%	10,20%
240120	Tabaco	12,75%	-2,41%	9,83%
040610	Queso fresco	10,56%	-0,20%	9,82%
151211	Aceite de girasol en bruto	13,44%	-2,69%	9,63%
120242	Maní sin cáscara	8,94%	2,10%	9,48%
090240	Té negro	13,02%	-1,80%	9,39%
020629	Despojos de bovinos congelados	11,92%	-0,55%	9,32%
200811	Maní preparado	11,97%	-0,05%	9,04%
200939	Jugo de cítricos	13,59%	-1,65%	9,03%
410792	Cueros preparados	21,77%	-9,62%	8,92%
080550	Limonas	9,95%	2,89%	8,58%
410441	Cuero seco	19,98%	-7,12%	8,57%
030474	Filetes congelados de merluza	16,72%	-3,53%	8,40%
150810	Aceite de maní en bruto	17,55%	-4,08%	8,26%
380892	Fungicidas	13,87%	-0,13%	8,13%
040221	Leche en polvo	19,86%	-6,11%	8,12%
	Promedio	14,32%	-0,21%	7,93%

² Ibidem.

medido como la variación de las importaciones mundiales, tiene una relación con la extensión del mercado, ésta dimensión capta la temporalidad de la demanda. Específicamente capta aquellos mercados amplios pero que están sufriendo una

caída abrupta de su demanda, y al revés mercados pequeños con un crecimiento elevado.

❑ **Arancel promedio aplicado por los principales demandantes:** esta dimensión es

Tabla 1 - Resultados año 2018 (continuación)

NCM	Descripción	PC	CD	IGC
230990	Prep alimentación animal	8,55%	5,70%	7,87%
200410	Papas prep congeladas	12,04%	2,80%	7,58%
020714	Despojos de aviar congelados	13,46%	1,84%	7,35%
100630	Arroz semiblanqueado o blanqueado	11,09%	4,53%	7,19%
150910	Aceite de oliva	13,76%	1,91%	7,16%
020130	Carne deshuesada de bovinos refrigerada	13,16%	3,49%	6,68%
230910	Alimentos para animales para venta al por menor	10,14%	6,84%	6,51%
380893	Herbicidas	14,61%	2,42%	6,48%
510529	Lana peinada	19,68%	-1,78%	6,05%
382600	Biodisel	9,48%	9,61%	5,46%
230400	Harina de soja	16,54%	2,74%	5,36%
070320	Ajo	18,97%	0,92%	5,05%
020230	Carne deshuesada de bovinos congelada	13,26%	6,74%	5,00%
100199	Trigo	10,48%	9,75%	4,88%
380891	Insecticidas	19,55%	0,79%	4,83%
220421	Vino	13,28%	7,46%	4,63%
030617	Camarones y langostinos congelados	17,59%	3,80%	4,30%
100590	Maíz	15,46%	6,21%	4,16%
071320	Garbanzos	11,39%	12,13%	3,24%
081040	Arándanos	15,97%	13,44%	0,30%
330113	Aceite esencial de limón	32,88%	-0,99%	-0,95%
120190	Habas de soja	24,25%	12,06%	-3,15%

una medida que restringe las condiciones de la demanda, por lo tanto influye en el comportamiento general de la competencia. Cabe señalar que en mercados con aranceles elevados, la competencia para ingresar será mayor que en mercados con aranceles bajos.

Ambos subíndices se combinan de manera tal que cuando suben (tanto PC como CD), la competencia cae, mientras que cuando ambos caen, la competencia aumenta. Así el grado de competencia puede ser compensado por distintos niveles del PC o CD.

4. Principales resultados

Los resultados muestran que en el 2018, para el conjunto de productos seleccionados el IGC alcanzó un nivel promedio de 7,93%, donde los productos con una competencia más intensa fueron cueros en estado húmedo (NCM 410419), jibias (NCM 030749), malta (NCM 110710), y porotos (NCM 071333). Mientras que los productos con menor nivel de competencia fueron habas de soja (NCM 120190), aceite esencial de limón (NCM 330113), y arándanos (NCM 081040). En la Tabla 1 se observan los resultados tanto del

IGC como para cada uno de los subíndices, para el conjunto de productos.

De los resultados de cada subíndice, y teniendo en cuenta los indicadores que lo componen se arriban a las siguientes conclusiones:

1) Los productos con mayor nivel de competencia suelen ser aquellos donde, por el lado de la Capacidad de la Demanda, juegan alguno de estos factores:

- a) el mercado demandante se ha reducido o no ha crecido tanto respecto a los demás productos.
- b) la demanda está más concentrada, c) hubo una mejora en la participación de los principales consumidores respecto a los demás demandantes en los últimos años,
- c) mayores niveles de restricción arancelaria respecto otros productos. Mientras que por el lado del Poder de los Competidores, en donde los competidores han tendido a disputarse una demanda con menos capacidad (en los términos descriptos) se destaca: la concentración entre los oferentes suele ser menor,

d) no hay una competencia tan fuerte por diferenciación, sino en algunos casos más por vía precio.

2) En los productos con menor nivel de competencia, se destacan productos donde: a) la demanda viene ampliándose a un ritmo elevado, compensando cualquier restricción y/o concentración de los proveedores; o b) el poder de los competidores es tan fuerte que limita la competencia.

A su vez teniendo en cuenta los subíndices del IGC, se puede arribar a una tercera conclusión:

3) El entorno para insertarse en la compe-

tencia por parte de un potencial competidor, dependerá del Poder que tengan los Competidores y la Capacidad de la Demanda. En este contexto hay tres grandes escenarios con entornos relativos distintos (ver Tabla2).

Escenario 1:

Productos con un nivel de Poder de los Competidores bajo (inferiores a la desviación típica), con varios oferentes disputándose posiciones. En este escenario:

- El entorno será muy difícil si la Capacidad de la Demanda es baja (inferior al desvío típico), lo que incrementará la disputa.
- El entorno será difícil si la Capacidad de la Demanda se comporta dentro del promedio de los datos.
- El entorno será más moderado si la Capacidad de la Demanda es alta, aminorando de alguna manera la disputa

Escenario 2:

Productos con un nivel de Poder de los Competidores que se encuentra cerca del promedio del comportamiento general (dentro del desvío típico). En este escenario:

- El entorno será moderado si la Capacidad de la Demanda es baja (inferior al desvío típico). En este escenario las posibilidades de acaparar una porción del mercado son relativamente menos difíciles dado que los competidores no son ni muy fuertes ni tampoco hay muchos en disputa, a pesar de los factores de la demanda desfavorables.
- El entorno será regular si la Capacidad de la Demanda se comporta dentro del promedio de los datos.
- El entorno será bueno si la Capacidad de la Demanda es alta. Esta sería la situación ideal para un potencial competidor, ya que permitiría la inserción de un producto con un poder medio de la competencia.

Tabla 2: Entorno para insertarse en la competencia

	PC bajo (por debajo de la desviación típica)	PC medio (dentro del desvío típico)	PC alto (por encima de la desviación típica)
CD alto (por encima de la desviación típica)	Moderado	Bueno	Moderado
CD medio (dentro del desvío típico)	Difícil	Regular	Difícil
CD bajo (por debajo de la desviación típica)	Muy difícil	Moderado	Muy difícil
	↑ Escenario 1	↑ Escenario 2	↑ Escenario 2

Escenario 3:

Productos con un nivel de Poder de los Competidores alto (superior a la desviación típica), con oferentes consolidados en términos de concentración, precio, preferencia arancelaria, etc. En este escenario:

- ❑ El entorno será muy difícil si la Capacidad de la Demanda es baja.
- ❑ El entorno será difícil si la Capacidad de la Demanda se comporta dentro del promedio.
- ❑ El entorno será más moderado si la Capacidad de la Demanda es alta, dando lugar a algún posible competidor de acaparar una porción de esta.

5. Conclusiones

- ❑ El IGC permite medir la intensidad de la competencia presente en los mercados de los 50 productos que Argentina exporta, en base a un conjunto de indicadores que definen por un lado al poder de los competidores, y por otro la capacidad de la demanda.
- ❑ Un análisis preliminar respecto al posicionamiento de los productos según el IGC muestra que los productos con mayor nivel de competencia suelen ser aquellos dónde el mercado demandante se ha reducido bastante en los últimos años y/o es un mercado con una demanda más concentrada, o así también los consumidores mantienen aranceles más elevados que en otros mercados de productos.
- ❑ En los productos con menor nivel de competencia, se destacan dos posibles situaciones: a) la demanda viene ampliándose a un ritmo elevado, compensando cualquier restricción y/o concentración de los consumidores; o b) el poder de los competidores

es tan fuerte que limita la competencia.

- ❑ El entorno para insertarse en la competencia por parte de un potencial competidor, dependerá del Poder que tengan los Competidores y de la Capacidad de la Demanda. En este contexto, hay tres grandes escenarios con entornos relativos distintos.

El entorno más difícil será posible en dos escenarios:

- 1) cuando el Poder de los Competidores es tan bajo, (muchos oferentes disputándose posiciones en el mercado), y la baja Capacidad de la Demanda no alcanza a moderar esa disputa.
- 2) Cuando el Poder de los Competidores sea tan alto, (pocos oferentes se disputan el poder de mercado) y la Capacidad de la Demanda sea también baja, de manera que difícilmente un potencial competidor logre acaparar una porción de mercado.

- ❑ Un entorno será bueno si la Capacidad de la Demanda es alta y el Poder de los Competidores se encuentra dentro del promedio. Esta sería la situación ideal para un potencial competidor, ya que permitiría la inserción de un producto con un poder medio de la competencia.

- ❑ Teniendo en cuenta que Argentina es principal competidor en 19 productos del conjunto de los 50 principales, es decir que forma parte del 70% de la oferta mundial, la pregunta es: ¿qué productos debe promover estratégicamente para la inserción de nuevos mercados en el marco de la competencia mundial? Y su vez, ¿Qué países tienen mejor posición en productos dónde el entorno para competir es más favorable?.

6. Referencias Bibliográficas

Arrighi, Giovanni (2007) *Adam Smith en Pekín*. Madrid: Akal.

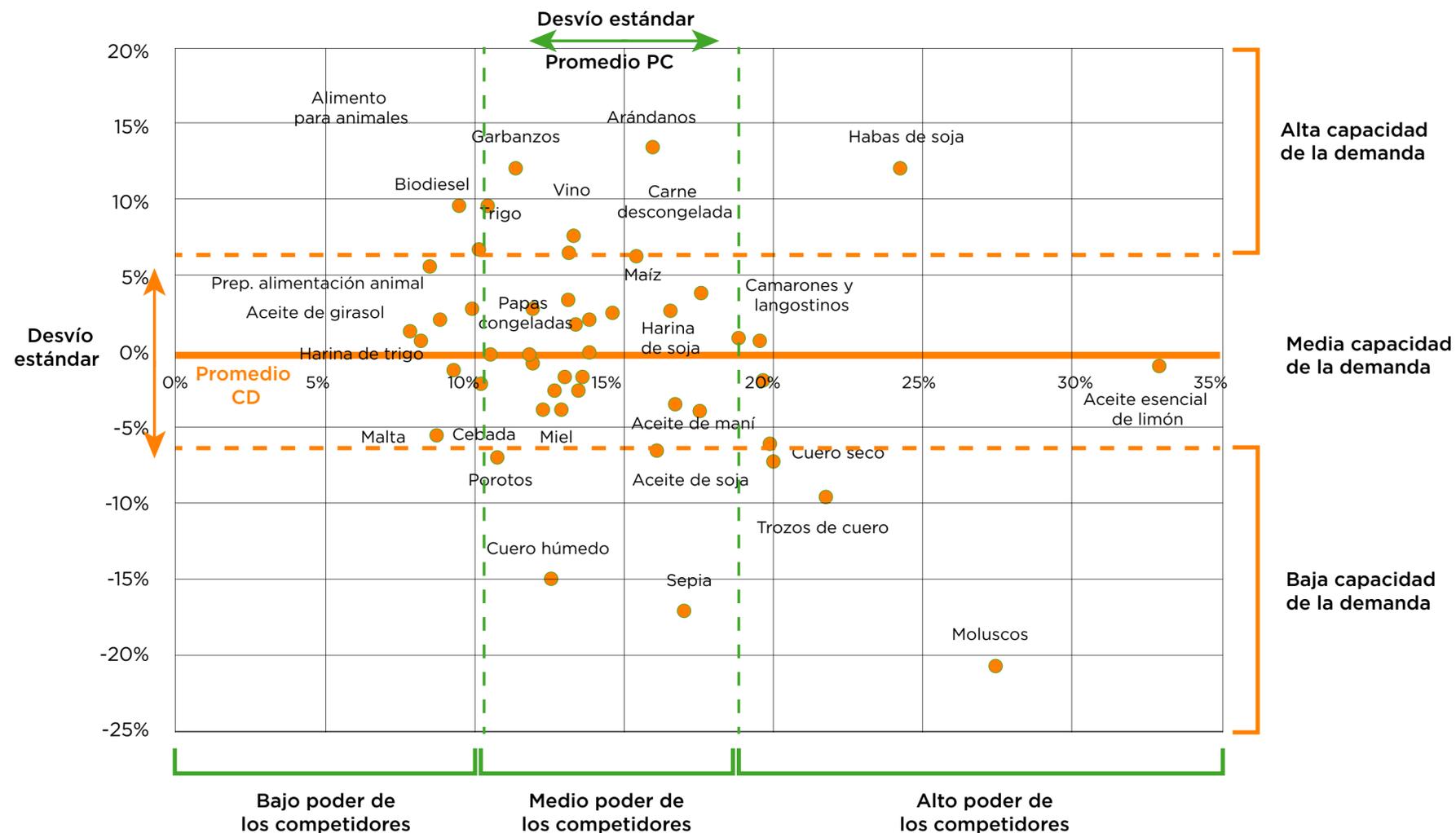
Brenner, Robert (2009) *La economía de la turbulencia global*. Madrid: Akal.

Palomo Garrido, A. (2017) "La intensificación de la competencia en la globalización y sus efectos sobre la geoeconomía". *Geopolítica(s)*. Revista de estudios sobre espacio y poder, vol. 8, núm. 1, 29-49

Tilly, Charles (1992) *Coerción, capital y los Estados europeos, 990-1990*. Madrid: Alianza.

Wallerstein, Immanuel (2005) *Análisis del Sistema-Mundo: una introducción*. México D.F.: Siglo XXI.

Cuadro 2. Localización relativa de los productos según el promedio general de PC y CD



Fuentes: INDEC sobre datos de Aduana.



Ministerio de Agricultura,
Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación