

EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD NACIONAL DEL SECTOR OLEAGINOSO ARGENTINO DE LA SOJA Y EL GIRASOL

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL MERCADO INTERNO EN SU PROCESO COMPETITIVO Y DEL IMPACTO SOBRE ÉSTE GENERADO POR LA MEJORA ESTRUCTURAL CON LA PROFUNDIZACIÓN DE LA VÍA NAVEGABLE DEL RÍO PARANÁ

TESIS DOCTORAL

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA, ESPAÑA- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA

DIRECTOR: Dr. Enrique De Miguel Fernández

CO DIRECTOR: Dra. Blanca De Miguel Molina

AUTOR: Ing. Ricardo Mario Amé

Defendida el día 26 de marzo de 2010

Resumen

La competitividad de los sectores económicos ha merecido innumerables trabajos, estudios y experiencias. A pesar de ello, no se dispone de una definición conceptual específica y taxativa de lo que ella significa; tampoco se ha podido delimitar la cantidad de factores que la impulsan y mejoran.

Algunos autores mencionan la necesidad de la existencia previa de un mercado interno exigente y desarrollado para generar la experiencia que permita competir en el mercado mundial.

En Argentina, el sector oleaginoso de la soja y el girasol es el primer exportador mundial de aceites desde hace varias décadas y nunca ha tenido una demanda interna importante, especialmente de los derivados de la soja.

Esta tesis demuestra que un sector puede ser competitivo aunque su mercado interno sea reducido o inexistente y que el saldo comercial sectorial positivo, a lo largo de los años,

demuestra su grado de competitividad.

También se argumenta que las inversiones han de orientarse hacia la generación de factores de competitividad avanzados y especializados, aquellos que generan una de orden superior. No obstante esta realidad, se comprueba que las inversiones que se aplican a factores estructurales básicos y genéricos –aún las poco significativas- pueden intensificar la especialización y mejorar la competitividad de un sector económico que ya la posea en cierto grado. Esta demostración resulta de mucha utilidad a los países en desarrollo donde los recursos económicos son muy limitados.

Adicionalmente a lo indicado, el estudio de los medios por los cuales puede cuantificarse el impacto de algunos factores impulsores de la competitividad ha generado la creación de un método gráfico-numérico basado en la suma de vectores, muy útil para comparar el comportamiento de la competitividad de un sector en diferentes períodos de tiempo o entre diferentes países.

Objetivos

Los objetivos principales del estudio son:

a. Examinar los modelos que se han propuesto a lo largo del tiempo para cuantificar el grado de competitividad, con el fin de aplicar aquél que presente las mejores ventajas para el estudio del sector argentino de las oleaginosas de la soja y el girasol.

b. Identificar los determinantes impulsores de la competitividad internacional del sector de las oleaginosas de la soja y el girasol de la República Argentina.

c. Comprobar si las conclusiones alcanzadas con el modelo de análisis finalmente utilizado son razonablemente provechosas.

Son objetivos secundarios:

a. Determinar la relación o grado de influencia entre la capacidad competitiva del sector argentino de las oleaginosas de la soja y el girasol y la mejora de la vía navegable como factor estructural.

b. Confirmar si las inversiones en los factores básicos y genéricos son responsables de la mejora de la competitividad.

En cuanto a los objetivos principales, se ha comprobado que el modelo de análisis de la competitividad “Los Determinantes de la Ventaja Nacional” de Michael Porter (1999) es adecuado para ser aplicado al sector en estudio. El mismo es suficientemente amplio y transmite un concepto preciso de los fundamentos que sustentan el comportamiento exitoso de países y sectores económicos, y presenta claramente la noción de la competitividad dinámica, sustentada en tecnologías modernas y recursos humanos altamente calificados. El esquema sencillo, pero al mismo tiempo integral y sistémico del “Rombo de los Determinantes de la Ventaja Competitiva Nacional”, ha permitido poner en evidencia los múltiples factores que influyen en la competitividad del sector y analizar en detalle el efecto de cada uno de ellos. El modelo no es limitativo en cuanto a la incorporación de índices cuantitativos que potencien la obtención de conclusiones.

Otros modelos estudiados no presentan, por lo menos para la aplicación en el sector económico nacional que se ha elegido, la integridad y consistencia de análisis que muestra el de Porter.

La aplicación del modelo ha permitido identificar los determinantes de la competitividad del sector de las oleaginosas de la soja y el girasol en la República Argentina, alcanzando con éxito uno de los objetivos planteados.

Por último, relacionado con los objetivos principales, el modelo ha permitido concluir que la competitividad del sector económico nacional que se ha estudiado se sustenta en factores dependientes de los recursos naturales y en tecnologías que, si bien específicas, son básicas y genéricas, al alcance de cualquier industria, y por ello

dificultan mantener el nivel de competitividad a largo plazo.

En lo que respecta a los objetivos secundarios, se ha determinado que la profundización de la vía navegable del Río Paraná ha sido un reflejo de las proyecciones de la demanda mundial sobre el sector económico de las oleaginosas, permitiendo que éste mantenga su nivel de competitividad más que mejorarlo.

También se ha deducido que, considerando las inversiones en instalaciones portuarias, tecnologías de almacenaje y trasvase, realizadas desde años anteriores a la profundización del río, esta obra fue un complemento necesario para que el conjunto funcione armoniosamente.

Se puede afirmar que un sector puede ser competitivo aunque su mercado interno sea reducido o inexistente. El saldo comercial sectorial positivo, a los largo de los años, demuestra su grado de competitividad.

Las exportaciones argentinas de los productos de los complejos de la soja y el girasol han representado el 28%, como promedio, del total del comercio exterior de Argentina para la década de los 90.

El país ha mantenido su liderazgo mundial en esas exportaciones durante la década de los 90, ya que conservó una cuota de mercado mundial promedio del 34,71% para el aceite de soja y del 54,51% para el aceite de girasol a lo largo de dicho período.

El modelo de Michael Porter pone especial énfasis en las virtudes de las características impulsoras de la demanda interna para el despliegue de las capacidades competitivas de un sector económico. Si bien esto no es objetivo, Porter no pone el mismo acento sobre las ventajas que puede originar la demanda externa.

Ya se ha indicado que hay opiniones en el sentido que sólo les sería factible exportar a los sectores económicos que tienen un mercado interno significativo, con una producción suficientemente grande como para alcanzar economías de escala y reducir costos.

También existen opiniones en el sentido que los sectores que han logrado economías de escala –lo que permite una ventaja en costos– son impulsados a exportar, agregando que las economías de escala (o rendimientos crecientes) hacen ventajoso para cada país especializarse sólo en la producción de un rango limitado de bienes y servicios, puesto que la producción es más eficiente cuanto mayor sea la escala con que se lleva a cabo.

En estas últimas opiniones no se hace referencia a la necesidad de un mercado interno importante para lograr la economía de escala. Hoy las empresas observan el mercado global como la suma de ambos y no sólo a uno de ellos.

La industria aceitera argentina ha realizado –y continúa

haciéndolo– considerables inversiones para lograr mayor escala de producción. Por ejemplo, la capacidad de molienda se incrementó el 93% sólo en la década de los 90.

El carácter de commodity de los granos y sus productos, y los bajos márgenes que se obtienen de su comercialización internacional, fomentan de forma sostenida las inversiones en plantas de mayor escala de producción y en otras etapas del proceso como puertos, instalaciones de almacenamiento, equipos de transferencia, etc. La construcción de instalaciones de mayor volumen diario de procesamiento, altamente tecnificadas, ha derivado en un notable aumento de la productividad, medida en toneladas de producto, respecto a las personas ocupadas. Todo ello en un ambiente en el que el mercado interno no es relevante.

Análisis

Del análisis de la demanda interna de los aceites derivados de la soja y del girasol, se ha comprobado que:

- a. El hábito alimenticio de la población argentina no inclinada a los productos derivados de la soja, produce un mercado interno pequeño y, por lo tanto, su demanda está ampliamente abastecida para la producción nacional;
- b. No ocurre lo mismo con el mercado interno del aceite de girasol, que es mejor aceptado, y por lo tanto de mayor magnitud, aunque también resulta suficientemente abastecido.

Se puede afirmar que por las características productivas del sector, sus exportaciones no son los saldos resultantes del mercado interno, sino de una producción netamente orientada al externo.

Tampoco puede pensarse que las inversiones orientadas a lograr economías de escala derivan de las expectativas de crecimiento del mercado interno. El mercado doméstico evolucionará acompañando el crecimiento vegetativo de la población y sólo requerirá de unas pocas horas de producción del conjunto de las plantas aceiteras existentes para satisfacerlo.

La escasa demanda interna da como resultado una casi

inexistente competencia de aceites importados; es así que para el período 1990/2000, el índice de Tasa de Penetración de Importaciones es prácticamente nulo, ya sea para los aceites de soja o para los de girasol. Esta circunstancia posiciona ventajosamente a la Argentina frente a otros exportadores, ya que aquellos no sólo tienen gran parte de la producción comprometida con el mercado interno, sino que además sufren la interferencia de la competencia externa.

En el caso del sector oleaginoso argentino, el mercado interno, por su pequeño tamaño, no ha mediado en su competitividad nacional. Las exigencias de la demanda externa han ejercido una influencia decisiva en las mejoras de los factores de la competitividad.

Resulta entonces que la fuerza impulsora de la competitividad ejercida por la demanda debe ser analizada tanto para el componente de la demanda interna como de la externa.

La influencia del determinante de las condiciones de la demanda sobre la competitividad del sector debe ser la suma cualitativa y/o cuantitativa (en los términos que el analista sugiera) de las condiciones de la demanda interna y externa. Un sector puede ser competitivo aunque su mercado interno sea reducido o inexistente.