

Licenciatura en Comercio Internacional  
**La cadena global de valor del trigo como  
desarrolladora de negocios internacionales**  
The wheat in the global value chain as an  
international business developer

MARIA LAURA BRIGANTI

DNI: 32.315.852

Legajo: VCIN03832

SEM234 - SEMINARIO FINAL DE COMERCIO INTERNACIONAL

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

2019

## INDICE

INDICE.....	2
RESUMEN.....	3
ABSTRACT .....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
<i>1.1 - Introducción</i> .....	5
<i>1.2 - Planteamiento del problema</i> .....	8
<i>1.3 - Objetivos</i> .....	8
MARCO METODOLÓGICO .....	9
<i>2.1 - Diseño de la investigación</i> .....	9
<i>2.2 - Técnica de recolección de datos</i> .....	9
RESULTADOS .....	11
<i>3.1 - Cadenas de Valor de los principales productos exportables argentinos</i> .....	11
<i>3.2 - Cadena de valor del Trigo y su mejora de producto</i> .....	14
<i>3.3 - Potenciales productos y mercados</i> .....	16
<i>3.4 - Selección del mercado internacional para biodiesel</i> .....	18
<i>3.5 - Políticas de Penetración para el ingreso de Biodiesel a Países Bajos</i> .....	20
DISCUSIÓN.....	23
<i>4.1 - Conclusiones y recomendaciones futuras</i> .....	23
REFERENCIAS .....	26
<i>5.1 - Bibliografía</i> .....	26
<i>5.2 - ANEXO I: Guion semiestructurado para las entrevistas de profundidad</i> .....	29
<i>5.3 - ANEXO II: El mercado del biodiésel y el COVID-19</i> .....	30

## RESUMEN

El siguiente trabajo se focalizó sobre el análisis de los principales productos exportables argentinos, que tienen la posibilidad de integrarse verticalmente en las cadenas globales de valor. Se observó que dentro de los principales productos comercializados por Argentina la mayoría no genera valor agregado, exportándose a granel, como materias primas para otras industrias.

Se llegó a la conclusión que la cadena del trigo es la que posee el potencial para generar nuevos negocios internacionales mediante la aplicación de una mejora en el producto. Analizando las posibles mejoras al trigo se determinó que el biodiesel es el que mayor potencial presentó durante el análisis, tanto por ser una industria en pleno crecimiento como por la ventaja competitiva a largo plazo que presenta para el país.

Sobre los potenciales mercados que se analizaron, la opción que surgió con mayor viabilidad fueron los Países Bajos. Para su exportación, se investigaron las medidas no arancelarias y las políticas de penetración resultando favorable realizar alianzas estratégicas. Por último, se propuso una comercialización directa, sin intermediarios.

**Palabras claves:** Cadena Globales de Valor; Trigo; Biodiesel; Países Bajos

## ABSTRACT

The following document focused on the principal Argentinian exportable products which have the ability of vertical integration in global value chains.

After analyzing the main exported products of Argentina, it was found that most of them doesn't generate added value, mainly because they are exported in bulk as raw materials for other industries.

It was concluded that the wheat chain is the one that has greatest potential to generate new international businesses by product upgrading.

During the analysis for possible upgrades for wheat it was concluded that biodiesel is the one with greatest potential, not only because it's a growing industry but because it generates a long-term competitive advantage for the country.

After deciding that biodiesel is a viable upgrade for wheat, potential markets were analyzed and as a result Netherlands became the most attractive one. For the export, the non-tariff and penetration policies were researched, resulting favorable for the creation of strategic alliances. To conclude, a direct trade without intermediaries was proposed.

**Key Words:** Global value chain – Wheat – Biodiesel - Netherlands

## INTRODUCCIÓN

### *1.1 - Introducción*

El siguiente trabajo se basa en el formato de un manuscrito científico, que busca determinar cómo los principales productos exportables argentinos logran integrarse a las cadenas globales de valor, investigando la internacionalización desde la óptica de generar valor agregado y alcanzar a expandirse mitigando las contingencias de los mercados locales.

Históricamente Argentina ha sido uno de los mayores productores mundiales de materias primas de origen vegetal y animal, siendo clave en el desarrollo de la economía del país.

Gracias a la globalización, muchos países en vías de desarrollo han llegado a la producir mercaderías semielaboradas o componentes manufacturados que, coordinados y vinculados a cadenas globales de valor, han conseguido escala mundial generando oportunidades de expansión hacia nuevos mercados por el encadenamiento productivo y la integración vertical de los mismos.

Un estudio realizado por Bisang (2018), enfocado en las cadenas globales de valor agroindustriales, revela que hay muchos factores, tanto internos como externos, en las que los commodities son afectados en su inserción a las cadenas mundiales.

Dentro de los factores de origen interno menciona los recursos naturales, la eficiencia en la producción primaria, los cambios tecnológicos, entre otros. Con respecto a los factores externos, hace hincapié en las oportunidades del escenario internacional y los cambios en la demanda de alimentos, aludiendo que Argentina está en condiciones de fortificar su competitividad en el escenario mundial.

El concepto de *cadena de valor* fue primeramente acuñado por Michael Porter (1982, pág. 58) quien estableció que “una organización o empresa es una cadena que, a través de una serie de etapas, va agregando valor para sus clientes y potenciales mercados”. De esta manera, crea y sostiene su ventaja competitiva, produciendo mayor rentabilidad.

Para que los productos argentinos logren una transformación industrial competitiva y una consolidación de los encadenamientos productivos, primeramente, debe lograr sumarse a las cadenas regionales, para luego mantenerse sustentablemente en las cadenas globales de valor.

Para teóricos como Humphrey y Schmitz (2002) pueden identificarse cuatro formas de gestionar mejoras en las cadenas Globales de Valor (CGV):

- 1) *Mejora de procesos*: implica la eficiencia en la transformación de los insumos en productos, gracias al desarrollo o la adopción de una tecnología o un sistema de producción superior.
- 2) *Mejora de productos*: desarrollando o creando productos nuevos, más sofisticados o de mayor calidad, que aporten más utilidad/satisfacción al consumidor, o sea mayor valor agregado.
- 3) *Mejora funcional*: supone la asunción de nuevas funciones, de tal forma que se eleva globalmente el contenido en conocimiento de la actividad desarrollada por la empresa. De este modo, la empresa puede pasar de ocuparse solamente del montaje de componentes importados, a la fabricación

física de los mismos y, de así, asumir el diseño o la propia comercialización de productos.

- 4) *Mejora intersectorial o de cadena*: abandonando la actividad que venía desarrollando la empresa, para introducirse en otros sectores u otras CGV, en las que disfruta de una mayor capacidad para generar y retener el valor agregado, mayor diversificación.

Las cadenas realizan un análisis sobre aquellas secciones constitutivas que generan valor para los clientes, identificando donde se alojan las actividades que forman una ventaja competitiva, discriminándose en actividades primarias o claves y actividades de soporte (Porter, 2008).

Las actividades claves son aquellas relacionadas con el producto, la logística, la producción, la comercialización y los servicios de posventa, mientras que las actividades de soporte son la administración de recursos humanos, compras, investigación y desarrollo (inversión en conocimiento como tecnologías y comunicación) y la infraestructura empresarial (contabilidad, asesoría legal, gerencia general).

El patrón del comercio internacional ha cambiado notablemente durante los últimos treinta años, por un lado, gracias a la globalización y por el otro al crecimiento exponencial de las cadenas globales de valor. En la actualidad las compañías distribuyen sus operaciones en todo el mundo, desde el diseño de los productos, la fabricación de piezas hasta el embalaje y la comercialización (Stephenson, 2015).

## *1.2 – Planteamiento del problema*

El siguiente trabajo busca determinar alternativas a los principales productos exportables argentinos a la hora de internacionalizarse para generar mayor valor agregado e integrarlos verticalmente a las cadenas globales de valor.

La pregunta que se busca contestar con este trabajo es: ¿Qué alternativas hay para agregar valor a estos productos básicos para abordar potenciales mercados?

## *1.3 - Objetivos*

### Objetivo General:

Identificar los principales productos exportables argentinos con el potencial de integración vertical en las cadenas globales de valor.

### Objetivos Específicos:

- 1 Describir los factores claves para lograr una integración vertical mediante la mejora de producto de las CGV.
- 2 Exponer los potenciales mercados donde los productos argentinos podrían insertarse adecuadamente.
- 3 Identificar las estrategias adecuadas para la inserción del producto en los potenciales mercados.



## MARCO METODOLÓGICO

La intención del presente estudio es generar evidencias a través de la presentación de técnicas y métodos para responder a los objetivos planteados en la investigación. A continuación, se presenta la metodología de trabajo:

### *2.1 - Diseño de la investigación*

El carácter de la investigación es del tipo descriptivo-expositivo que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de grupos, comunidades u otro fenómeno que se someta a un análisis. Para ello se acudió a técnicas cualitativas, que tienen en cuenta la recolección y análisis de los datos para las preguntas de investigación o revelar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación. Asimismo, se utilizaron datos cuantitativos con base en la medición numérica y análisis estadísticos, derivados de lecturas de diversas fuentes con el objetivo de validar factores que generan e impactan en el desarrollo de estrategias de integración en las cadenas globales de valor (Hernández Samperi, 2014).

### *2.2 - Técnica de recolección de datos*

Para el desarrollo del presente estudio se realizaron entrevistas en profundidad semiestructuradas que se basan en una guía de preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales si se considera que se debe obtener más información, como propone Hernández Samperi (2014). Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2019, tanto a personal de empresas que trabajan en molinos, como a personal idóneo en materia de comercio exterior.

De igual forma, se utilizaron fuentes de información secundaria, como la técnica de revisión bibliográfica, que es una herramienta utilizada en investigaciones que consiste en detectar, consultar y obtener material útil para el propósito del estudio, priorizando el bajo costo de dicha metodología para recopilación de la información (Hernández Samperi, 2014).

## RESULTADOS

### 3.1 – Cadenas de Valor de los principales productos exportables argentinos

Dentro de los principales productos exportables argentinos encontramos los denominados *commodities* (la soja, el maíz, aceite de soja, el trigo y la carne) que se caracterizan por grandes volúmenes de poco valor monetarios por unidad. También encontramos productos elaborados como los vehículos comerciales ligeros (son las camionetas tipo furgón) y derivados del petróleo como el biodiesel, considerados como productos estratégicos por el efecto que tienen en la mayoría de las cadenas productivas (Cuadro 3.1).

Cuadro 3.1  
*Principales productos exportables argentinos en 2018*

Producto	Peso Neto (kg)	FOB en u\$s
<b>23040010</b> - Harina y "pellets" de la extracción del aceite de soja	24.213.409.599	9.189.604.503
<b>10059010</b> - Maíz en grano	23.240.223.343	4.192.656.076
<b>87042190</b> - Vehículos p/transporte de mercancías, de peso total c/carga máxima <= a 5 t., c/motor de émbolo o pistón, encendido por compresión (Diésel o semi-Diésel), ncop.	329.407.842	3.831.745.604
<b>15071000</b> - Aceite de soja en bruto, incluso desgomado	4.161.878.675	2.891.220.861
<b>10019900</b> - Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra	12.037.759.862	2.481.908.907
<b>71081210</b> - Oro p/uso no monetario, formas en bruto de aleación dorada o bullón dorado	530.473	2.232.436.773
<b>12019000</b> - Porotos de soja excluidos p/siembra	3.672.797.688	1.438.029.188
<b>27090010</b> - Aceites crudos de petróleo	3.194.668.097	1.510.136.396
<b>02023000</b> - Carne bovina, deshuesada, congelada	281.176.548	1.207.941.232
<b>38260000</b> - Biodiésel y sus mezclas, s/aceites de petróleo o de mineral bituminoso o c/un contenido <= al 70% en peso de estos aceites	1.391.513.712	970.715.470

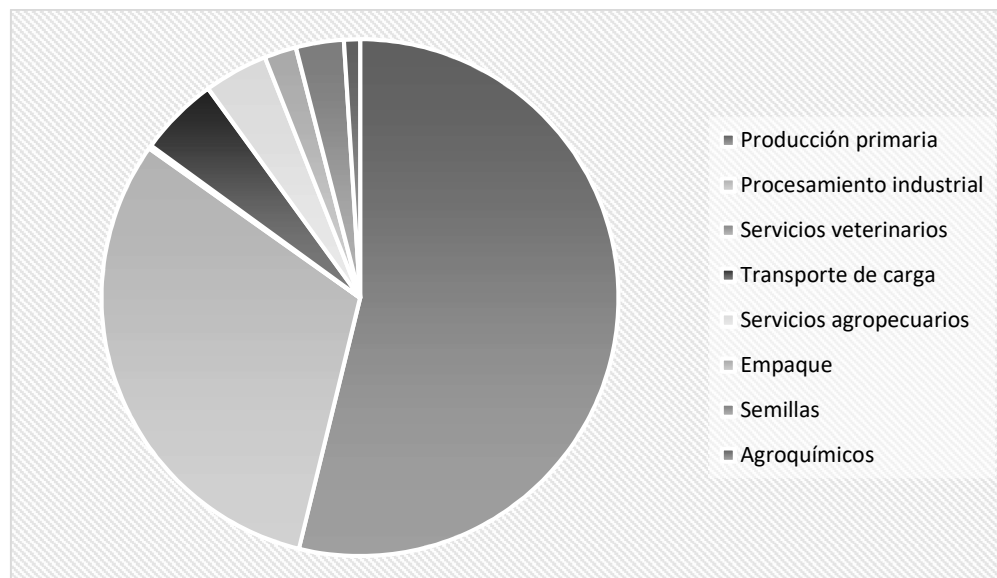
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de INDEC, productos expresados en dólares estadounidenses.

Existen en Argentina actualmente organizaciones que agrupan y ayudan a estos productos a conformarse como cadena de valor. Para el caso del maíz se encuentra la Asociación Maíz y Sorgo Argentino (Maizar), para la soja la Asociación de la Cadena de la Soja Argentina (Acsoja) y para el trigo la Asociación Argentina de Trigo (Argentrigo), cuyos principales objetivos son lograr una mejor logística e infraestructura, el agregado de valor y la sustentabilidad.

Retomando el análisis realizado por Bisang (2018), en Argentina las cadenas de valor de estos cereales, junto con algunos otros más como el girasol, poseen ocho eslabones que se dividen en: producción primaria (54%), procesamiento industrial (31%), transporte de carga (5%), servicios agropecuarios (4%), empaque (2%), semillas (3%), agroquímicos (1%) y servicios veterinarios (0,2%) (Gráfico 3.2).

Gráfico 3.2

*Eslabones de las cadenas de valor Argentina*



Fuente: elaboración propia a partir del informe “Cadenas de valor agroalimentarias” (Evolución 2001/2018).

Específicamente Bisang (2018) dice que estas cadenas de valor, si bien están distribuidas por todo el territorio nacional, están concentradas en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

La matriz multicriterio desarrollada por Saaty (1980), que permite analizar variables cuantitativas y cualitativas frente a múltiples objetivos, será la herramienta utilizada para la toma de decisión del producto a analizar.

Siguiendo la metodología del armado de la matriz, se definió examinar cuatro tipos de productos: harina y "pellets" extracción de soja, maíz en grano, aceite de soja en bruto (incluso desgomado) y trigo y morcajo (excluido trigo duro y para siembra).

Observando la matriz, en la columna izquierda se listan las variables que se toman en cuenta para el análisis, éstas son cinco: posición según la comercialización del producto, complejidad de producto (en términos de su producción), tasa de crecimiento mundial, países con acuerdos comerciales (preferencias arancelarias) y oportunidades comerciales.

Para determinar el valor de cada factor se asigna un peso ponderado que se aclara en la segunda columna.

En la tercera columna se describe el valor que toma cada variable y en la columna contigua con la letra C se coloca la calificación otorgada. A continuación, la letra P significa ponderación y es el resultado de multiplicar el peso de la variable por la calificación del producto.

Siguiendo la lógica de la matriz, la sumatoria de las ponderaciones arroja como resultado un puntaje, aquel que obtenga el mayor puntaje es el que se utilizará para el desarrollo y análisis de este estudio.

Tabla 3.3

*Matriz Multicriterio de los principales commodities exportables argentinos*

Factor	Peso	Harina y "pellets" extracción de soja			Maíz en grano			Aceite de soja en bruto, incluso desgomado			Trigo y morcajo, excluidos trigo duro y p/siembra		
		Valor	C	P	Valor	C	P	Valor	C	P	Valor	C	P
<b>Producto más comercializado (1)</b>	0,2	104	2	0,40	81	3	0,60	359	1	0,20	57	4	0,80
<b>Complejidad de producto (1)</b>	0,3	3597	2	0,60	3645	2	0,60	3821	1	0,30	2450	4	1,20
<b>Tasa de crecimiento mundial (2)</b>	0,1	-6	1	0,10	6	3	0,30	-1	2	0,20	43	4	0,40
<b>Países con acuerdos comerciales (3)</b>	0,2	11	2	0,40	13	4	0,80	12	3	0,60	11	2	0,40
<b>Oportunidades comerciales (4)</b>	0,2	4	2	0,40	11	4	0,80	3	1	0,20	6	3	0,60
<b>Total</b>	1,00			1,90			3,10			1,50			3,40

Fuentes: Elaboración propia con datos obtenidos de:

- (1) Observatorio Económico de Complejidad [OEC] (2019)
- (2) Herramienta Trademap del Centro de Comercio Internacional [ITC] Tasa de crecimiento anual en valor 2014-2018 (2019)
- (3) Central de Información de VUCE [CIVUCE] (2019)
- (4) Argentina Trade Net [Cancillería] (2019)

Desde el análisis de las tablas y gráficos anteriores, observando la ponderación final de la matriz multicriterio, se llega a la conclusión que la posición arancelaria del trigo, tanto por sus características internacionales, como por ser de los productos exportados el de menor valor FOB total y por el potencial exportador del mismo, es que se decide el abordaje del trigo.

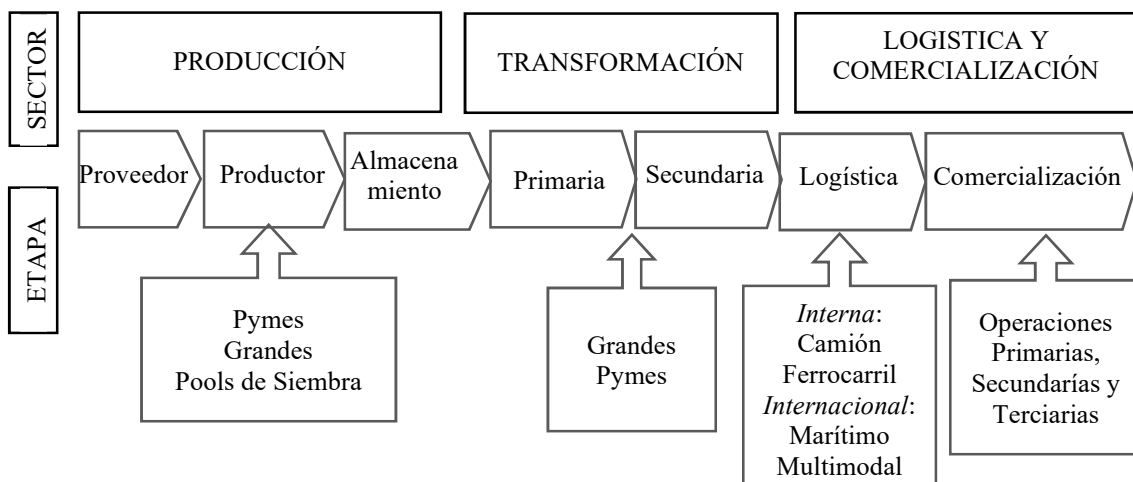
### 3.2 - Cadena de valor del Trigo y su mejora de producto

Continuando con el apartado anterior, se ha elegido la cadena de valor del trigo para plantear mejoras de producto, tanto por las oportunidades comerciales que ofrece, como por

sus exportaciones. Según la perspectiva planteada en este trabajo, es el trigo quien tiene la capacidad de insertar mejoras en su producto logrando mayor valor agregado.

Continuando la postura adoptada en el presente análisis, autores como Rodríguez Tejada (2018) afirman que las exportaciones estimadas de trigo para la campaña 2019 traerán un incremento en sus exportaciones de aproximadamente un 23%, estimando un valor FOB Total de dólares estadounidenses 5.000 millones.

Gráfico 3.4  
*Cadena de valor del trigo argentino*



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Centro de Economía Política Argentina [CEPA] (2019).

Argentina ascendió al quinto lugar mundial de exportaciones de trigo a granel gracias a dos factores externos, por una parte, la sequía sufrida por Australia y, por otro lado, las bajas en las producciones de Europa y Rusia (principal productor y exportador mundial). Adicionalmente, en la campaña argentina 2019/20, el trigo logró hasta abril de 2019 una cosecha récord estimada en 21 toneladas y se cree que llegará a fin de año a las 25 toneladas (Adreani, 2019).

Dentro de las mejoras de producto que se le puede aplicar al trigo para su integración vertical encontramos: harinas fortificadas y premezclas con calcio, hierro, complejo

vitamínico B y ácido fólico; premezcla para la elaboración de panes; aceite de germen de trigo para la industria cosmética; como insumo para la industria de la cerveza de consumo masivo y de la cerveza artesanal (hoy en día en auge); para la elaboración de pastas en la industria del papel; elaboración de pastas frescas y de pastas secas; productos congelados como pizzas y panes; para combustible biodiesel fabricado con las cáscaras que sobran de la molienda de la harina de trigo (Molino Cañuela, Molino Florida y Molinos; 2019).

Para el caso del combustible, Molinos (2007) adquirió una planta de biodiesel y en 2010 se asoció a dos compañías formando así la planta más grande de biocombustible de Argentina.

### *3.3 – Potenciales productos y mercados*

En este apartado se presentan potenciales productos elaborados y semielaborados que son derivados del trigo y sus potenciales mercados de destino.

Entre esos productos encontramos distintos tipos de biocombustible, como el etanol, el biogás y el biodiesel, para este estudio sólo se toma al biodiesel y el principal importador desde Argentina son los Países Bajos.

Dentro de los que son panificados y premezclas encontramos tres tipos de mercaderías: para las pastas secas su principal comprador es Chile; para los productos panificado el principal consumidor es Uruguay (incluye pizzas congeladas) y para las mezclas de panificados el principal país de destino es Bolivia.

Por último, el aceite de germen de trigo entra dentro de la clasificación de los demás, por lo cual aquí el principal país comprador es Chile (Cuadro 3.5).



## Cuadro 3.5

*Potenciales mercados según productos derivados del trigo de las exportaciones de 2018*

Producto	País de destino	FOB en u\$s
<b>38260000</b> - Biodiésel y sus mezclas, s/aceites de petróleo o de mineral bituminoso o c/un contenido <= al 70% en peso de estos aceites	Países bajos	1.124.262.246
	Malta	556.139.845
	Bélgica	112.140.000
<b>19021900</b> - Pastas alimenticias excluidas c/huevo, s/cocer ni rellenar	Chile	23.772.281
	Paraguay	1.030.305
	Bolivia	400.055
<b>19059090</b> - Productos de panadería, pastelería o galletería, ncop.	Uruguay	16.809.619
	Chile	12.539.449
	Paraguay	7.236.510
<b>19012000</b> - Mezclas y pastas p/preparación de productos de panadería, pastelería o galletería de la partida 1905	Bolivia	14.240.194
	Estados Unidos	6.323.642
	Brasil	4.104.759
<b>15159090</b> - Grasas y aceites vegetales fijos ncop. (para clasificar al Aceite de germen de trigo para la industria cosmética)	Chile	3.065.629
	Uruguay	142.132

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de INDEC.

Dado al grado de especialización que requiere para su producción y siendo que se encuentra dentro de los diez principales productos exportados argentinos, es que se decide desarrollar al biodiesel como derivado del trigo, aplicando para su integración en las cadenas de valor una mejora sobre el producto, logrando que sea más sofisticado (Humphrey y Schmitz; 2002).

La posición arancelaria 3826.00.00.100L Biodiesel se encuentra comprendida dentro del régimen de prohibiciones, depende de la Comisión Nacional de Control de Exportaciones Sensitivas y de Material Bélico (CONCESYMB) y requiere una licencia previa de exportación.

El sector de los biocombustibles está en expansión, viéndose reflejada tanto por el aumento en inversiones, como el de políticas de fomento aplicadas, motivadas por el interés de diversificar la matriz energética y lograr una mayor sustitución de los combustibles fósiles.

En el período comprendido entre 2004-2018 se pasó de 44 países con políticas regulatorias de energías renovables a 135 países e inversiones por 19 millones de dólares en 2013 a casi 400 millones de dólares en 2018 (REN21, 2019).

Sin embargo, el comercio internacional de biocombustible es bastante reciente y limitado, gran parte de la producción de los principales productores mundiales se dirige hacia los mercados internos de estos.

El derecho de exportación es ad-Valorem del 12%, éste no podrá exceder de pesos cuatro (\$ 4) por cada Dólar Estadounidense del valor imponible o del precio oficial FOB (Dec. 793/2018, art 1°, 2°). Adicionalmente, se deben ingresar y liquidar las divisas en el mercado de cambio, en un plazo no mayor a 180 días de la fecha del permiso de embarque, desde el 02 de septiembre hasta el 31/12/2019 (Com. A BCRA 6788).

#### *3.4 – Selección del mercado internacional para biodiesel*

Para la selección del mercado internacional se han preseleccionado todos los países con los que Argentina ha comercializado biodiesel durante el 2018: Países Bajos, Malta, Bélgica, Bolivia, Canadá, Perú, Taiwán, España y Suecia (estos cinco últimos con operaciones que suman USD 75 millones valor FOB).

Se aplicará dos filtros, en el primero se seleccionarán países que presenten las mejores condiciones, descartando aquellos que presenten factores desfavorables para el comercio, que no puedan ser modificados por el sector exportador y luego, un segundo filtro aplicando nuevamente una matriz multicriterio (Saaty, 1980).

Durante los meses de octubre y noviembre de 2019, varios de los países latinoamericanos han sufrido enfrentamientos sociales, e inestabilidad política, entre ellos el

caso de Bolivia y en menor medida Perú, lo cual hace que sea un factor desfavorable para el comercio internacional, por latentes enfrentamientos de poder.

Se descartan a España y Suecia por ser productores de biodiesel y Canadá por otorgar beneficios fiscales para su producción local.

Aplicando la matriz multicriterio (explicada en el apartado anterior) como un segundo filtro y siguiendo la metodología del armado, se definieron cuatro potenciales países a evaluar: Países Bajos, Malta, Bélgica y Taiwán.

En la primera columna se listan las variables tomadas para el análisis, éstas son siete: importaciones totales durante el 2018, valor importado desde la Argentina, derechos de importación en país de destino, PBI, inflación porcentual, calificación crediticia y acuerdos comerciales.

En la segunda columna se aclara el valor de cada factor, asignando un peso ponderado, la tercera columna refiere al valor que toma cada variable y en la columna contigua con la letra C se coloca la calificación otorgada. Luego, la letra P significa ponderación y es el resultado de multiplicar el peso de la variable por la calificación del país.

La sumatoria de las ponderaciones arroja como resultado un puntaje y aquel que obtenga el mayor puntaje es el que se utilizará para el desarrollo y análisis de estrategias de penetración.

Tabla 3.6

*Matriz Multicriterio para selección de mercados internacionales*

Factor	Peso	Países Bajos			Malta			Bélica			Taiwán		
		Valor	C	P	Valor	C	P	Valor	C	P	Valor	C	P
<b>Importaciones Totales (2017, expresado en billones) (1)</b>	0,1	485	4	0,40	12,2	1	0,10	406	3	0,30	260	2	0,20
<b>Valor FOB importado desde Argentina (2018, expresado en millones) (2)</b>	0,2	1534	4	0,80	280	3	0,60	278	2	0,40	92	1	0,20
<b>Derechos de importación (3)</b>	0,2	6,50%	2	0,40	6,50%	2	0,40	6,50%	2	0,40	5,00%	4	0,80
<b>PIB (4)</b>	0,1	913	4	0,80	354	1	0,20	532	2	0,40	589	3	0,60
<b>Inflación porcentual (4)</b>	0,1	2,70%	1	0,20	1,20%	2	0,40	0,48%	3	0,60	0,39%	4	0,80
<b>Calificación crediticia (4)</b>	0,2	100	4	0,80	73	1	0,20	88	3	0,60	83	2	0,40
<b>Acuerdos comerciales (5)</b>	0,1	SI	4	0,40	SI	4	0,40	SI	4	0,40	NO	1	0,10
<b>Total</b>	1,00			3,80			2,30			3,10			3,10

Fuentes: Elaboración propia con datos obtenidos de:

- (1) Observatorio Económico de Complejidad [OEC] (2019)
- (2) INDEC (2018)
- (3) TARIC [Unión Europea] (2019) y Customsdutyfree (2019)
- (4) Indicadores Económicos [Trading Economics] (2019)
- (5) Cancillería Argentina (2019)

Desde el análisis y ponderación final de la matriz multicriterio se observa que Países Bajos es el mercado al cual es aconsejable apuntar los esfuerzos de comercialización y penetración de mercado. Otro factor que cabe destacar es que el 16,7% del consumo de energía en los Países Bajos corresponde a energías renovables (Giuntoli, 2018).

### 3.5 – Políticas de Penetración para el ingreso de Biodiesel a Países Bajos

Para el ingreso de productos a Países Bajos hay que tener en cuenta que se debe cumplir con las reglamentaciones europeas, también consideradas como barreras no arancelarias, en lo referente a medidas ambientales, seguridad, calidad, salud, entre otras (Cámara de Comercio Argentino-Holandesa, 2019).

- *Requisitos medioambientales y químicos:* para el caso del biodiesel se debe cumplir con el Reglamento (UE) No 649/2012 relativa a la exportación e importación de productos químicos peligrosos.
- *Requisitos técnicos:* la Directiva 2001/95/CE relativa a la seguridad general de los productos obliga a las empresas a que aseguren que sus mercaderías sean seguras. Para esto se puede obtener el sello CE en Argentina a través de la empresa LABORATORIOS LENOR SRL.
- *Normas de Comercialización y sostenibilidad:* con el objetivo de mantener una agricultura sostenible y calidad en la producción de derivados agrícolas se debe cumplir con el etiquetado de los productos siguiendo el Reglamento (CE) No 834/2007. Adicionalmente, se exige que los biocombustibles generen al menos un 35% de ahorro en las emisiones de gas de efecto invernadero.
- *Restricciones a la importación:* hasta diciembre de 2017 se aplicaba sobre los biocombustibles argentinos una cláusula de salvaguarda que fue revocada por la OMC a partir de enero del 2018. Este derecho antidumping era aplicado tanto el bioetanol como el biodiesel.

El arancel externo común de la UE de importación que se aplica para los biocombustibles es del 6,50%, el IVA en Holanda es del 19% para este tipo de productos.

La estrategia para el ingreso al mercado propuesto que se recomienda, tanto por el tipo de producto como por las características de venta del mismo, es desde una estrategia comunicacional, tomar contacto directo con los principales importadores locales enviándoles

una presentación del sector, de la empresa o grupo de empresas, detallando la oferta exportable, con las características del producto, especificaciones técnicas, fechas de entrega, volúmenes mínimos y máximos de exportación y toda otra información que se considere apropiada.

Es viable pensar, como parte de las medidas de penetración, la asociación con otras empresas como alianzas estratégicas, joint-ventures o cooperativas de exportación y un tipo de distribución de canal corto, buscando que no haya intermediarios.

Como recomendación adicional a las empresas del sector, es importante obtener la certificación ISCC (International Sustainability and Carbon Certification – Certificación Internacional sobre Sustentabilidad y Carbón). El certificado califica a las empresas de biocombustible permitiéndoles obtener el reconocimiento legal en el marco de las metas establecidas por la Directiva del Consejo Europeo relativas a Energía Renovable.

## DISCUSIÓN

### *4.1- Conclusiones y recomendaciones futuras*

En esta investigación se planteó identificar a los principales productos exportables argentinos, con potencial de integrarse a las cadenas globales de valor. De esta manera, lograr una integración vertical, desde la descripción de los factores claves.

El estudio se basó, en gran medida, en los principales sectores agroexportadores, priorizando por sus características, versatilidad y posibilidad de crecimiento a la CGV a la industria triguera.

Teniendo en cuenta que para la campaña 2019/2020 se estima récord de cosecha, podría ser una gran oportunidad para buscar el desarrollo de la CGV del trigo, inquiriendo que esta ventaja temporal sea duradera en el tiempo, es un momento muy oportuno para la generación, investigación y desarrollo en esta área.

El desarrollo de CGV toma en cuenta relaciones entre países, sus eslabones productivos, las interrelaciones entre estos, además que una CGV efectiva toma tiempo, debiendo pasar por distintas etapas y en un país como Argentina donde el acceso a la tecnología no es inmediato, tanto por los costos como por los plazos para obtenerla, se recomienda como una opción alianzas estratégicas con industrias afines, como el caso de Molinos y sus socios en la producción de biodiesel.

También afecta el papel que toman los organismos estatales tanto para las intervenciones, como por ejemplo los regímenes de licencias de exportación o la obtención de certificados que den luz verde a la salida de la mercadería.

El desarrollo planteado ha sido la mejora de producto, generando nuevos productos que tomen como materia prima al trigo, haciendo saltar su posición arancelaria, dando de esta forma una amplia gama de posibilidades a desarrollar.

De los productos elaborados y semielaborados que se describieron, la recomendación es, tanto por el lado de la rentabilidad como por el auge de los mercados apuntados a economías sustentables, la producción y exportación de Biodiesel. El proceso es complejo, porque presenta licencias y prohibiciones que hacen que su exportación deba ser intervenida por varios organismos, sin embargo, es del cual se puede obtener mayor rentabilidad a mediano y largo plazo.

Es importante tener en cuenta que un aumento en la participación en las CGV, al principio, puede no traducirse inmediatamente en un mayor crecimiento económico por la inversión que se requiere para ponerla en marcha y transformar la materia prima.

Otra recomendación, siguiendo la línea de las asociaciones, es la de desarrollar un Joint Ventures o cooperativas de exportación, donde las eventuales pérdidas ocasionadas por los costos iniciales de inversión generen ganancias derivadas en menor tiempo, siendo meritorio un efecto de desplazamiento del crecimiento del sector.

Finalmente, el enfoque que se planteó en este trabajo sirve tanto para la cadena global de valor del trigo como también un punto de partida para las demás CGV de los demás commodities (soja, maíz y girasol) que tienen potencial para desarrollarse, más allá de los enfoques tradicionales de especialización en costo o en precios.

Puede decirse que, buscar la diferenciación de los productos donde se obtenga una ventaja comparativa, dado a que, al ser productos a granel los precios ya vienen establecidos



por el mercado, por lo que la generación de productos semielaborados o elaborados son fundamentales para lograr un crecimiento sostenido en el tiempo.

Como observación final, este trabajo propone la evaluación de incentivos a la importación para la compra de bienes de capital prevaleciendo la búsqueda de la evolución de las cadenas globales de valor tanto del trigo como para las demás cadenas agroalimentarias, tan presente en la realidad de nuestro país.

## REFERENCIAS

### 5.1 - Bibliografía

Asociación de la Cadena de la Soja Argentina (Acsoja) “Estrategias actuales: Líneas de acción 2018”. Recuperado de [acsoja.org.ar](http://acsoja.org.ar)

Andreani, P. (20 de abril de 2019) “Argentina se mete entre los cinco exportadores mundiales de trigo”. *La voz*. Recuperado de [articulo.la.voz.agro](http://articulo.la.voz.agro)

Banco Mundial [BM], “Inflación, índice de precios al consumidor (% anual)”. Recuperado de [bancomundial.org](http://bancomundial.org)

Bisang, R.; Brigo, R.; Lódola A.; Morra, F. (2018) “Cadenas de valor agroalimentarias: evolución y cambios estructurales en el siglo XXI”, 1ra Ed., Argentina: Secretaria de Gobierno de Agroindustria [DIPROSE] (pp 7-10).

Cámara de Comercio Argentino-Holandesa; (noviembre 2019) “Exportar a Holanda”. Recuperado de [ccah.org.ar](http://ccah.org.ar)

Centro de Comercio Internacional “International Trade Center” [ITC], Herramienta Trademap (octubre 2019) “Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas”. Recuperado de [trademap](http://trademap)

Centro de Economía Política Argentina [CEPA], (19 de febrero 2017) “Los precios vienen con levadura: informe sobre el precio del pan”. Recuperado de [centrocepa.com.ar](http://centrocepa.com.ar)

Central de Información de la Ventanilla Única de Comercio Exterior [CIVUCE], (octubre 2019) “Herramienta de acceso a la información de la operatoria de Comercio Exterior”. Recuperado de [ci.vuce.gob.ar/](http://ci.vuce.gob.ar/)

- Comisión Europea, (noviembre 2019) “Fiscalización y Unión Aduanera”, “Consultas al TARIC”. Recuperado de [ec.europa.eu/taxation\\_customs](https://ec.europa.eu/taxation_customs)
- Day, Robert A.; “Cómo escribir y publicar trabajos científicos”, Publicación Científica y Técnica No. 598 (2005), Organización Panamericana de la Salud (pp 43-46).
- Giuntoli, J. (2018). Políticas avanzadas sobre biocombustible en países miembros de la Unión europea “Advanced biofuel policies in select EU member States”, Consejo Internacional sobre el Transporte Limpio “International Council on Clean Transportation” (noviembre 2018). Recuperado de [theicct.org](https://theicct.org)
- Hernández Samperi, R.; Fernández Collado, C; Baptista Lucio, M. (2014) “Metodología de la Investigación”, 6ta Ed., México: McGraw-Hill (pp 4, 7, 89, 403).
- Humphrey, J.; Schmitz, H. (2002). ¿Cómo afecta la inserción en las cadenas globales de valor a la mejora de los clústeres industriales? “How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading Industrial Clusters?”, *Regional Studies*, vol. 36, num. 9, pp. 1017-1027.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), Sistema de consulta de comercio exterior de bienes (agosto 2019) Ranking de Exportaciones argentinas por producto, estadística de 2018 y 2019 (parciales).
- Molina, C. (2020), Efecto coronavirus: pronostican para este año una baja de la producción, el consumo y las exportaciones de biodiesel, Infobae (abril 2020). Recuperado de [infobae.com](https://infobae.com)
- Observatorio de la Complejidad Económica [OEC] “The Observatory of Economic Complexity” (octubre 2019). Recuperado de [oec.world](https://oec.world)

- Porter, Michael E; (2008) “Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”, 38va Ed., México: Grupo Patria (pp 58-61).
- REN21; (octubre, 2019) Reporte global de energías renovables 2019 “Renewables 2019 Global Status Report”. Recuperado de [ren21.net](http://ren21.net)
- Rodríguez Tejada, A.; Ceccarelli, V; Ibareguren, C; Gianatiempo, J. (junio 2018) “Campaña 2018/2019: Contribución de la cadena del trigo a la economía argentina”, Bolsa de Cereales. Recuperado de [bolsadecereales.com.ar](http://bolsadecereales.com.ar)
- Saaty, T. (1980) El proceso de jerarquía analítica "The analytical hierarchy process". 1ra Ed. Nueva York: Mc. Graw Hill.
- Stephenson, S. (24 de febrero de 2015) “Cadenas globales de valor: la nueva realidad del comercio internacional”. *Puentes*. Recuperado de [ictsd.org](http://ictsd.org)
- Trade Nosis, Trade Lead, (agosto 2019) herramienta de “Informes de Comex”, búsquedas realizadas para las exportaciones argentinas, datos obtenidos sobre estadísticas Mundiales.

*5.2 - ANEXO I: Guion semiestructurado para las entrevistas de profundidad*

PREGUNTAS:

¿De qué forma se/te interesaste en el comercio exterior?

¿Hace muchos años que ejerce/ejerces o estas relacionado con esta profesión?

¿Cuáles crees/cree usted que son las herramientas que más le han ayudado a concretar clientes?

¿Qué es lo que usted tiene en cuenta a la hora de entrar a un mercado internacional?

¿De qué manera procesan la materia prima?

¿En qué medida consideran que están agregando valor al producto?

Han pensado en opciones para importar bienes de cambio que puedan mejorar su encadenamiento productivo, generando un nuevo producto.

Ha pensado en formar una asociación con otros productores para exportar biocombustible

### 5.3 – ANEXO II: El mercado del biodiésel y el COVID-19

A finales del 2019 surgió en China un virus llamado COVID-19, que trajo aparejado cuarentenas en distintos países del mundo con cierres totales de fronteras, cancelación de vuelos comerciales, incluso la caída del precio del petróleo llegando a cerrar en negativo, arrastrando consigo al precio internacional del biodiesel, que llegó a su mínimo histórico.

Según un informe elaborado por la Asociación Argentina de Biocombustibles e Hidrógeno (Molina, 2020) el 2020 no será un buen año para la industria del biodiesel de la Argentina como se había proyectado en su momento, ya que estará afectada por la menor demanda local e internacional, por el coronavirus.

Parte de la caída en las exportaciones del biodiesel viene dado por la merma generalizada de actividad y la evolución de la economía argentina, tanto por las decisiones políticas que se están tomando como la particularidad de los mercados.

Dicho informe estima una caída del 31% de las exportaciones del biocombustible para este año al proyectar envíos internacionales en 700.000 toneladas, 315.000 toneladas menos que 2019.

Primeramente, esta disminución se da por la baja del consumo de diésel en la Unión Europea y, en segundo lugar, la debilidad de los precios del diésel, que generan problemas de competitividad al biodiesel, el que ingresa a la zona comunitaria europea con un precio mínimo establecido oficialmente.