



Girasol: el cultivo que desafió el peor año del agro argentino

Natalia Marín – Emilce Terré

A pesar de que Argentina sufrió en 2022 la peor sequía de los últimos 60 años, el girasol cerró la campaña 2022/23 con las cifras más altas de la década en producción, molienda y comercialización tanto local como internacional.

OFERTA Y DEMANDA PROYECTADA

Trigo: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

Maíz: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

Soja: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

¿De dónde viene y dónde se consume el girasol en Argentina?

Tomás Rodríguez Zurro – Emilce Terré

Menores márgenes y limitantes de humedad en el suelo al momento de las siembras causaron una caída de área entre campañas. Así, se proyecta un recorte en la producción y un menor crush en la 2023/24.

Con márgenes más ajustados en la cadena de girasol, la suba de derechos de exportación complicaría el desempeño del sector

Matías Contardi - Bruno Ferrari- Patricia Bergero

Con la mejora de precios internacionales, se lograron sembrar 2,5 M ha en la campaña 2022/23. En un contexto de precios y márgenes a la baja, una suba de derechos de exportación podría afectar gravemente al sector.

Mayores stocks ayudan a compensar la caída proyectada para la producción de aceite de girasol en Argentina

Belen Maldonado – Tomás Rodríguez Zurro – Emilce Terré

La caída interanual en la producción de girasol traería aparejado un menor nivel de molienda y producción de aceite. No obstante, las proyecciones para la campaña en curso se muestran optimistas respecto del promedio de los últimos cinco años.

¿Arriba? ¿Abajo? Panorama global de los aceites y su impacto sobre el girasol

Guido D'Angelo – Emilce Terré

Un consumo que crece más que la producción y ajusta el nivel de inventarios da sostén al precio internacional de los aceites vegetales, luego de un 2023 donde los menores precios desde Rusia presionaron las cotizaciones a la baja.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Girasol: el cultivo que desafió el peor año del agro argentino

Natalia Marín – Emilce Terré

A pesar de que Argentina sufrió en 2022 la peor sequía de los últimos 60 años, el girasol cerró la campaña 2022/23 con las cifras más altas de la década en producción, molienda y comercialización tanto local como internacional.

En el transcurso del año 2023, el agro se enfrentó a complejos desafíos, marcados por la devastadora sequía que dejó una huella profunda en la producción. Este fenómeno, catalogado como la peor sequía en 60 años, y en 100 años si se considera el agregado de los 3 años consecutivos con lluvias por debajo de la media, afectó severamente numerosos cultivos, generando una magra producción. No obstante, en medio de este panorama desafiante, el girasol demostró guarismos muy favorables en cuanto a su producción, industrialización y comercialización.

Si bien los precios internacionales no fueron tan favorables como el año 2022, los principales indicadores de oferta y demanda apuntalan a la campaña 2022/23 como una de las más exitosas para este cultivo en años recientes.

La mayor producción registrada desde la campaña 1999/00

La campaña 2022/23 alcanzó una producción 4,7 Mt, siendo la producción más alta registrada desde la campaña 1999/00. Este récord productivo es el resultado de un incremento del área sembrada en 37% con respecto al promedio de las últimas 5 campañas.

Pág 2

**Dirección de
Informaciones y
Estudios Económicos**



**BOLSA
DE COMERCIO
DE ROSARIO**

PROPIETARIO: **Bolsa de Comercio de Rosario**

DIRECTOR: **Dr. Julio A. Calzada**

Córdoba 1402 | S2000AWV Rosario | ARG

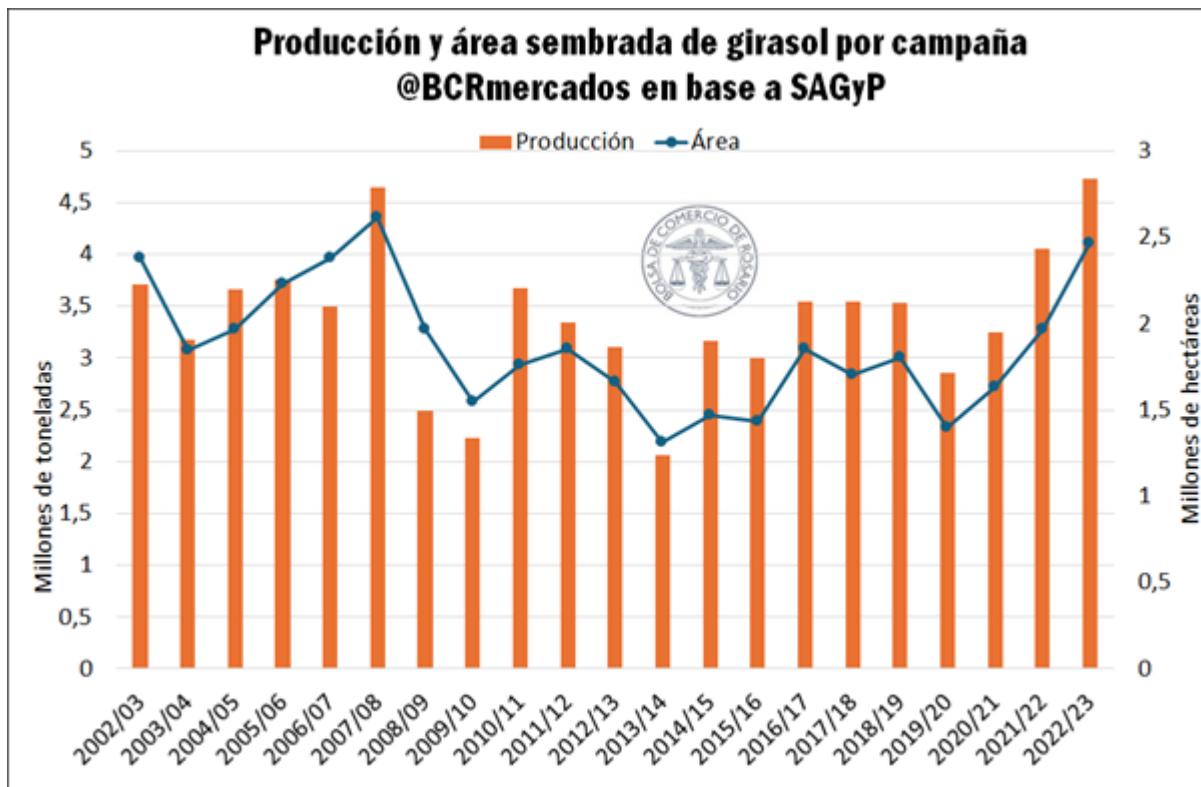
Tel: (54 341) 5258300 / 4102600 Int. 1330

iyee@bcr.com.ar | www.bcr.com.ar

@BCRmercados



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

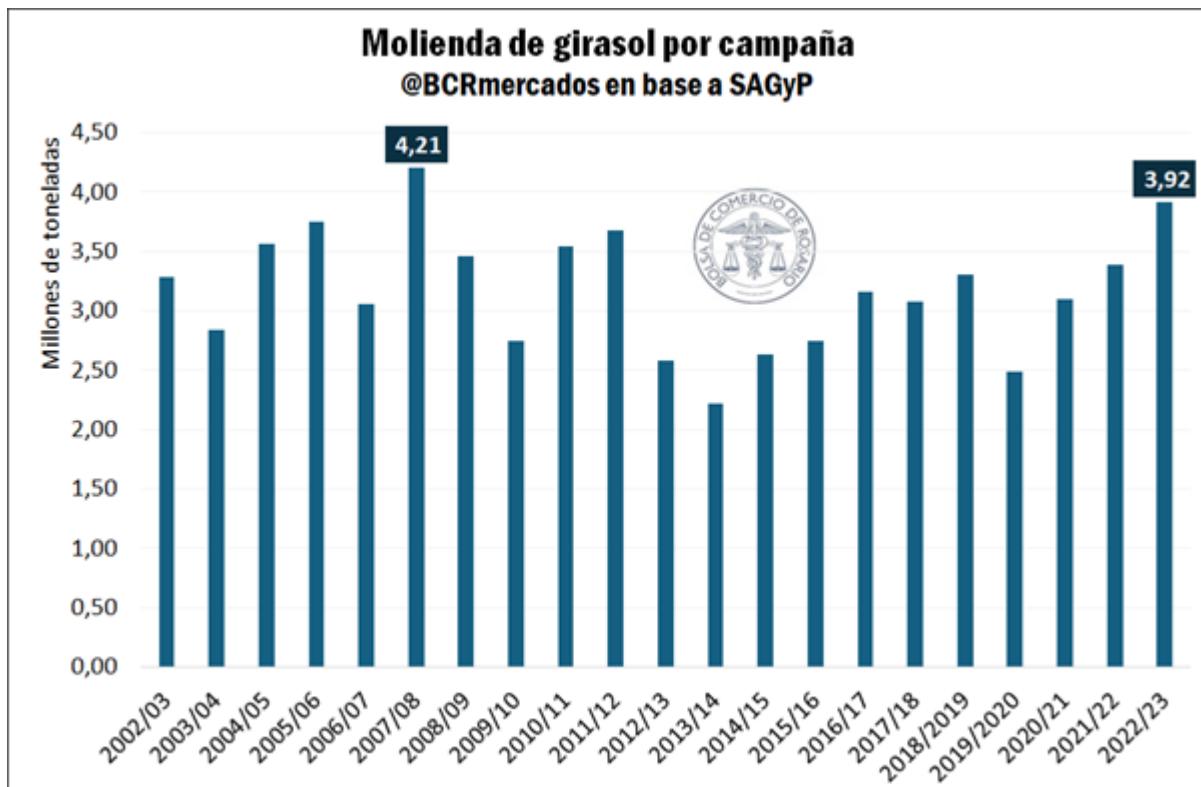


El crushing más alto de la década, y el segundo más alto en 20 años

La industria aceitera, por su parte, sufrió en 2023 un gran faltante de soja, por lo que el uso de girasol como insumo resultó superior a años anteriores. Según los datos informados por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGyP) los volúmenes de crushing del girasol de la campaña 2022/23 alcanzaron 3,9 millones de toneladas, el más alto de la década y el segundo más alto en 20 años.



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024



En mayo de 2023 se negoció en la plaza local el mayor volumen de girasol en 6 años

El 2023 resultó el segundo año más alto en comercialización local de los últimos 6 años, por detrás del 2019, con más de 3,6 millones de toneladas operadas entre contratos y fijaciones, un 35% más que lo comercializado en los últimos 3 años.

Se destaca que mayo de 2023 fue el con mayor volumen comercializado, alcanzando 788.353 toneladas, fenómeno explicado por la primera incorporación del girasol a un Programa de Incremento Exportador, que permitía liquidar exportaciones agrícolas a un tipo de cambio diferencial.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Girasol - Operaciones finales con precio en el mercado local (toneladas)

Mes\Año	2018	2019	2020	2021	2022	2023
enero	443.513	422.702	244.923	290.335	227.857	289.261
febrero	315.035	499.223	171.533	390.982	273.797	463.401
marzo	398.141	525.639	275.605	525.731	721.540	577.731
abril	301.654	305.334	211.198	390.989	362.590	455.179
mayo	233.408	240.815	99.935	292.077	227.527	788.353
junio	139.243	190.832	171.226	200.966	151.175	38.640
julio	159.176	288.048	126.777	132.418	133.649	334.219
agosto	152.254	246.461	166.520	152.402	107.369	253.221
septiembre	89.089	296.437	482.800	109.482	66.524	104.729
octubre	130.445	307.586	167.464	323.999	86.689	87.317
noviembre	91.703	422.229	159.390	167.887	158.780	97.247
diciembre	94.264	309.215	137.946	133.949	89.446	180.660
Total	2.547.924	4.054.521	2.415.316	3.111.216	2.606.944	3.669.959

@BCRmercados en base a SIO-Granos

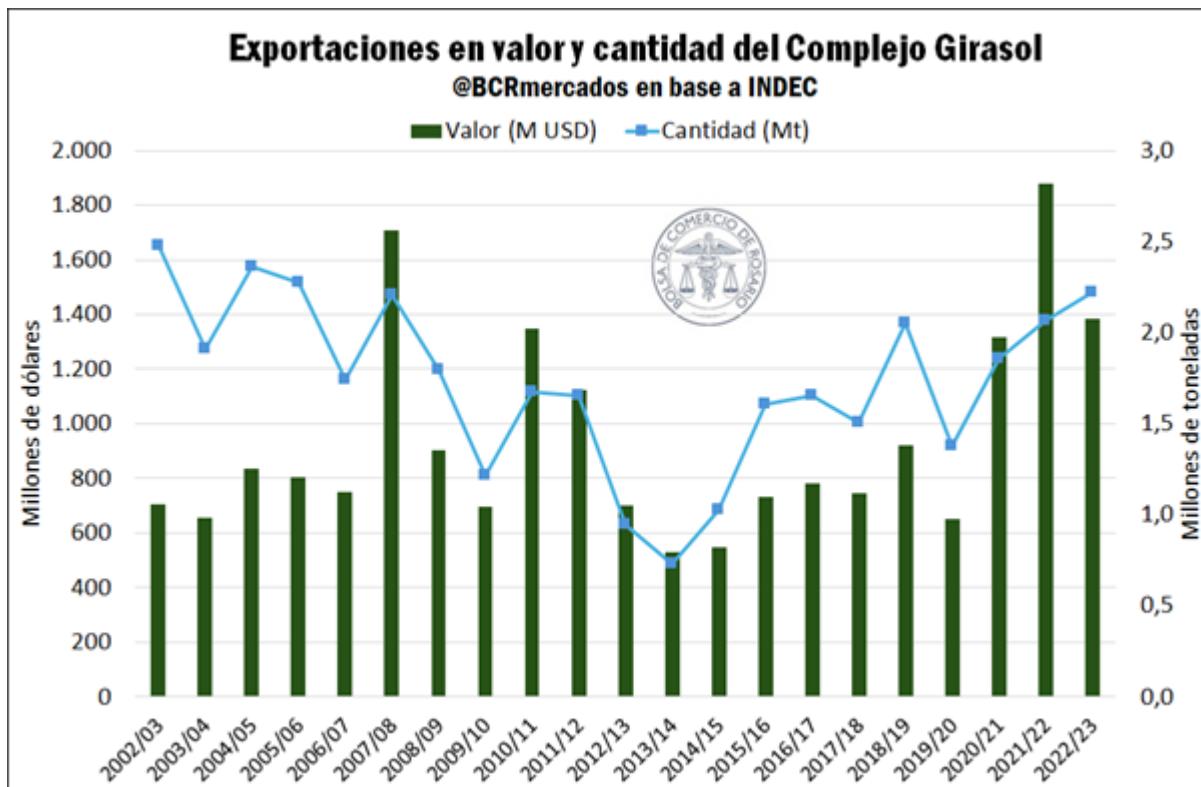
Las toneladas exportadas del complejo alcanzaron el mayor valor de la década

En base al INDEC, las exportaciones del complejo girasol alcanzaron 2,22 Mt, el mayor volumen registrado desde la campaña 2005/06. Sin embargo, medidas en millones de dólares, las exportaciones del complejo (incluyendo semilla, pellets y aceites) cayeron un 26% en 2023 respecto al año anterior, debido al desplome de los precios. De todos modos, los 1.488 millones de dólares exportados de girasol en la campaña 2022/23 aún representan el segundo monto más alto de la década.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

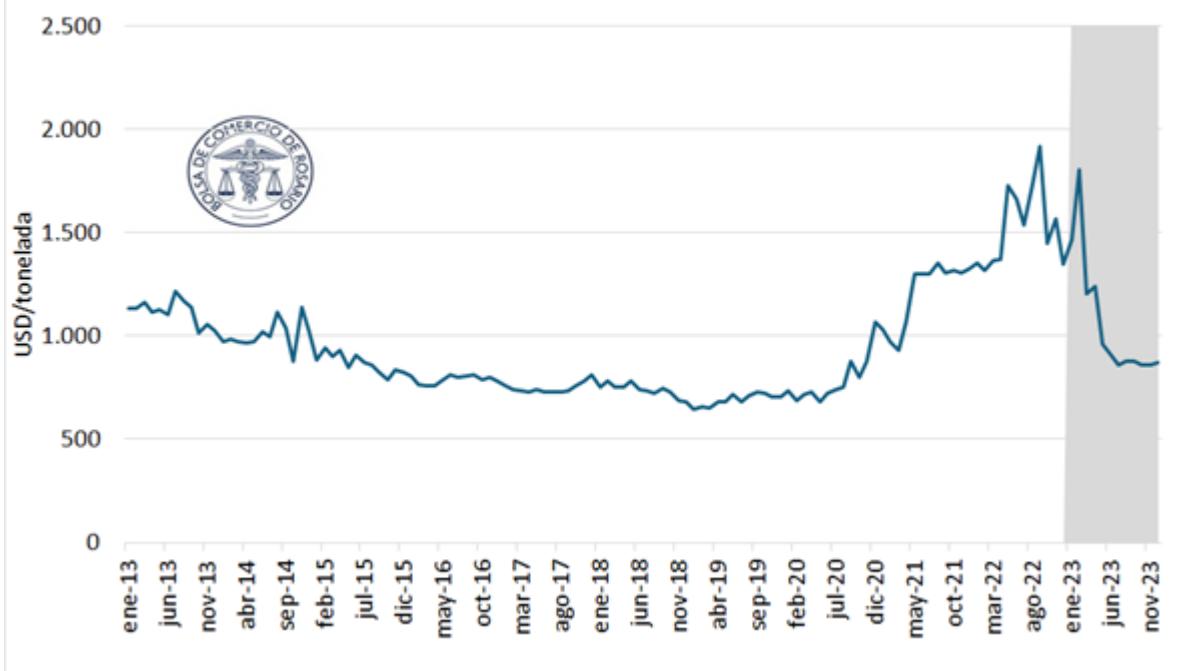


En efecto, los precios de exportación del aceite de girasol argentino comenzaron relativamente altos el 2023, pero luego descendieron significativamente con respecto al año anterior. En 2022, el conflicto armado entre Rusia y Ucrania había disparado las cotizaciones internacionales, siendo la región del Mar Negro la principal abastecedora global de este tipo de aceites. Sin embargo, la caída de los ingresos mundiales, la menor actividad económica, la apreciación del dólar y la suba de la tasa corta de interés, propiciaron la sustitución de aceites caros por otros más baratos, sustituyendo al girasol y la canola por productos como la palma. Además, el corredor seguro para la exportación desde la zona del conflicto menguó la incertidumbre global por las cadenas de suministro, sumando presión a la baja.



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

**Precio promedio de exportación del aceite de girasol bruto
@BCRmercados en base a INDEC**



Pág 7





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

¿De dónde viene y dónde se consume el girasol en Argentina?

Tomás Rodríguez Zurro – Emilce Terré

Menores márgenes y limitantes de humedad en el suelo al momento de las siembras causaron una caída de área entre campañas. Así, se proyecta un recorte en la producción y un menor crush en la 2023/24.

A diferencia de lo ocurrido en la campaña anterior, cuando el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania había disparado los precios del aceite de girasol e incentivado fuertemente a los productores a volcarse por la oleaginosa, la 2023/24 arrancó las siembras con precios considerablemente menores a los que se ofrecían un año atrás. Además, se le sumó una limitante agronómica por faltante de humedad en los suelos al implantar el cultivo en la región norte del país, lo que retrasó las tareas de siembra e hizo que parte del área de intención no se completara.

De esta manera, se estima que **la siembra de girasol 2023/24 alcanza un total de 1,88 Mha**, con una caída del 25% respecto de la campaña anterior. El recorte en el área se dio con más fuerza en el sector norte del país, aunque en general todas las zonas vieron caídas.

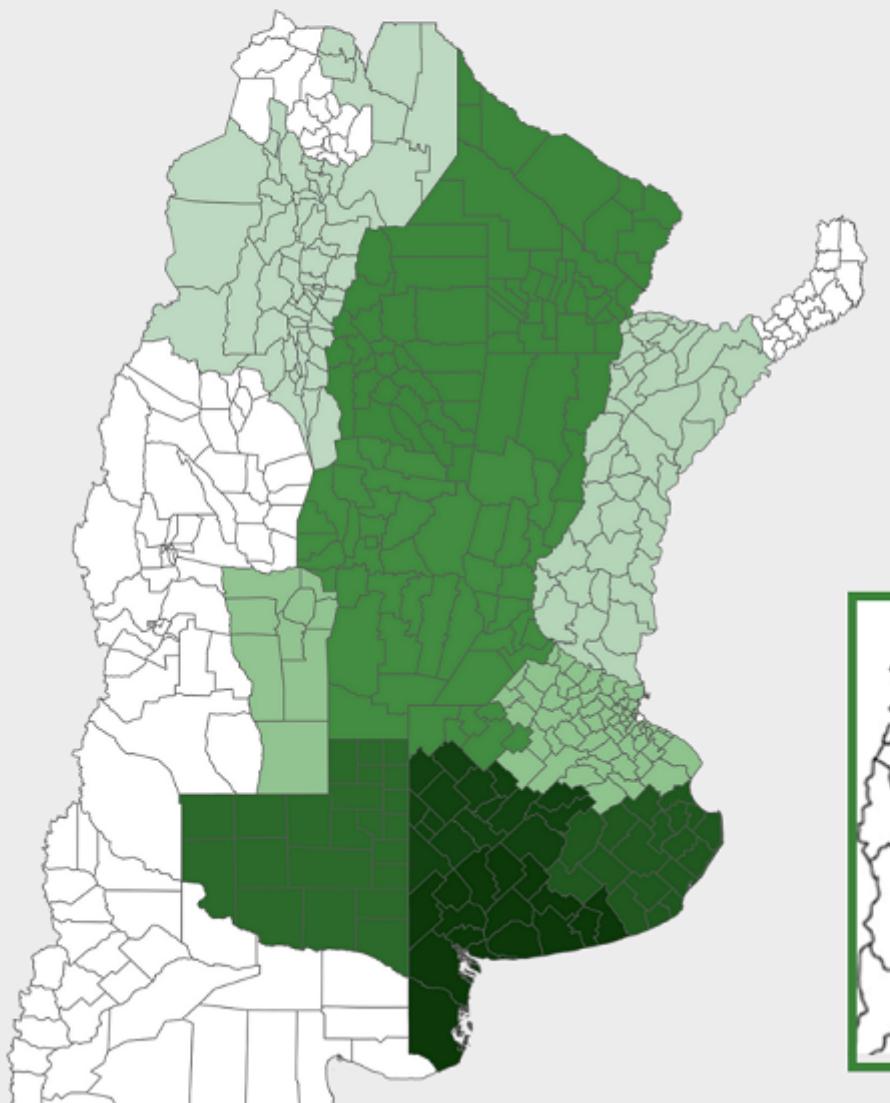




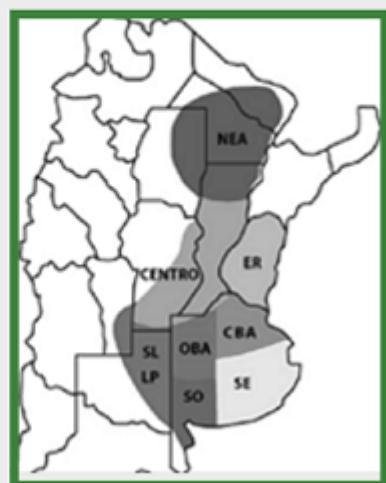
AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Área sembrada de girasol CAMPAÑA 2023/24 por regiones

©BCRmercados en base a SAGyP



REGIONES ASAGIR





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

En base a la regionalización de girasol que realiza ASAGIR, en el núcleo girasolero del **NEA** el área cayó casi un 50%, con una superficie sembrada total de 230.000 ha. La región **Centro** registró una merma en la superficie sembrada de 40% interanual (i.a.), con un total de 220.000 has implantadas. En **San Luis**, otra importante región productora, el área cayó un 20% i.a. para arribar a 75.000 has, mientras que en **Entre Ríos** el recorte fue del 25%, con un total implantado de 15.000 has.

En el **Centro de Buenos Aires** y el **Oeste Bonaerense**, el área total se sostuvo estable, con 80.000 has y 335.000 has, respectivamente. El **Sudeste y Sudoeste Bonaerense** registran una caída de 20% cada una, para sumar un total de 300.000 y 360.000 has en el nuevo ciclo, respectivamente. Finalmente, en **La Pampa** prácticamente no hubo variaciones entre campañas en el área implantada, sumando un total de 270.000 has.

Ante este panorama, y si las condiciones climáticas lo permiten, se esperaría una **producción a nivel nacional de 3,85 millones de toneladas**. Ello es, 20% por detrás de la producción estimada para la campaña anterior. Sin embargo, algunas estimaciones privadas parten de una menor área sembrada ajustando por tanto la estimación de producción hasta un rango de 3.3 a 3.5 Mt.

El análisis de la comercialización y producción de girasol por sectores permite conocer las necesidades de las diferentes regiones y visualizar faltantes o movimientos del insumo en la cadena a lo largo y a lo ancho del país. Para el análisis, se divide al país en tres regiones principales, en donde interviene la cercanía a los puertos, los modos de transporte y los patrones de comercialización. Para ello se agrupan las mencionadas regiones productivas de ASAGIR en tres grandes regiones: la **Región Norte**, que comprende al NEA y otras provincias del NOA y Corrientes; la **Región Centro**, que comprende al Centro, San Luis, Entre Ríos y al Centro de Buenos Aires; y la **Región Sur**, que incluye al Oeste, Sudeste y Sudoeste de Buenos Aires y a La Pampa.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Balance Regional de Girasol en Argentina

2023/24

En millones de toneladas	Region Norte ¹	Region Centro ²	Region Sur ³	Total País
Stock inicial	0.10	0.23	0.77	1.10
Producción	0.36	0.81	2.68	3.85
Importaciones	~ 0	~ 0	~ 0	~ 0.0
Mov. interregión	0.0	0.0	0.0	
Oferta	0.46	1.05	3.45	4.96
Exportaciones	0.00	0.02	0.16	0.18
Crushing de girasol	0.20	2.10	1.30	3.60
Semillas y otros usos	0.02	0.05	0.15	0.22
Consumo interno	0.22	2.15	1.45	3.82
Demanda	0.22	2.17	1.61	4.00
Superavit / Deficit regional	0.23	-1.12	1.84	0.96

Notas:

¹ Comprende el norte de la provincia de Santiago del Estero, Chaco, Tucumán, Salta y Norte de Santa Fe (del. Avellaneda)

² Norte de BA (del. de Pergamino, Junín, Lincoln, Bragado, 25 de Mayo y La Plata), Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba, sur de Santiago del Estero y San Luis.

³ Comprende el sur de la provincia de Buenos Aires y La Pampa.

Fuente: JJ. Hinrichsen S.A., SAGyP y cálculos propios.

Para la campaña 2023/24, analizada en otra publicación del presente Informativo Semanal, se vislumbra un aumento en el consumo global de aceite de girasol superior al incremento en la producción. Esto da pie a que, si bien en Argentina el crush caería entre campañas por la menor producción local de semilla, se mantenga por encima de los volúmenes alcanzados en años previos. De esta manera, se estima que un total de 3,6 Mt serán destinadas a la industria aceitera, un 8% menos que en la campaña anterior pero 11% por encima del promedio de los últimos 5 años. Asimismo, se prevé una exportación de semilla de 180.000 t para todo el ciclo.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

GIRASOL 2023/24 en Argentina

BCRmercados en base a JJ.Hinichsen, SAGyP y estimaciones propias



Producción



Industrialización



Semilla y
consumo animal



Exportaciones

Toneladas



REGIÓN CENTRO



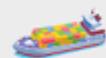
810.000 tn



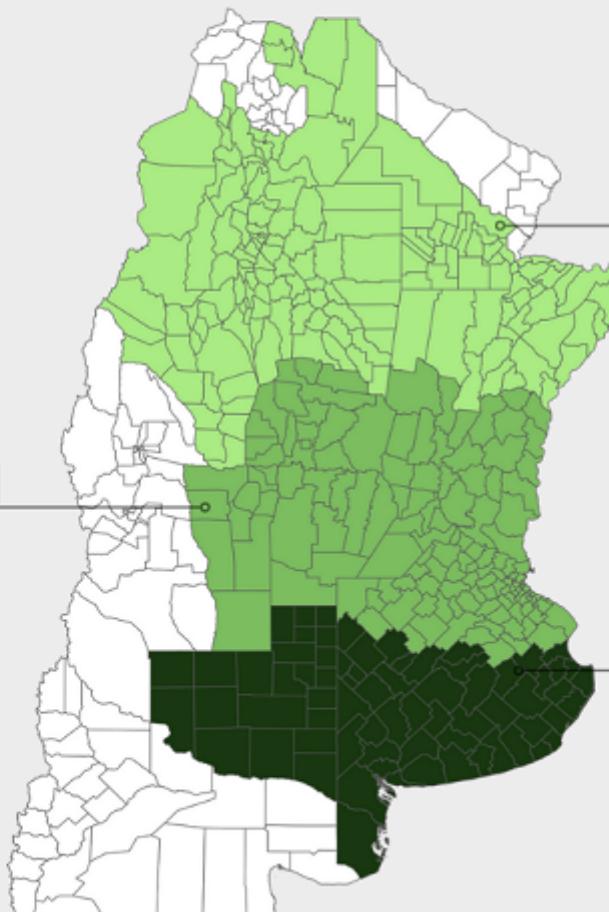
2.100.000 tn



50.000 tn



20.000 tn



REGIÓN NORTE



360.000 tn



200.000 tn



20.000 tn

REGIÓN SUR



2.680.000 tn



1.300.000 tn



150.000 tn



160.000 tn

Pág 12



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

La **Región Sur** es la principal zona productiva de girasol a nivel país. Para la 2023/24 se proyecta una **producción de 2,68 Mt** en esta región, representando el 70% de la producción nacional. Aunque es la principal región en producción, es la segunda en industrialización. Para la campaña se espera que en esta región se **industrialice 1,3 Mt** de la oleaginosa. Hacia adentro de esta zona, los principales focos de consumo se ubican en los puertos del sur bonaerense, Bahía Blanca y Quequén. No obstante, también se destaca la planta de procesamiento ubicada en Daireaux. Por otro lado, gran parte de las exportaciones de semilla de girasol se realizan desde esta zona. Se estima un total de **exportación de semilla de girasol de 160 mil toneladas**. De esta manera, **el consumo de girasol calculado para la Región Sur es de 1,61 Mt para la campaña 2023/24**. Dado que la producción de esta región excede las necesidades de consumo estimadas, se estima un **superávit regional de grano de 1,84 Mt**.

La **Región Centro** es la que, al concentrar la mayor capacidad de industrialización de oleaginosas, tiene la mayor participación en el crush a nivel nacional a pesar de ubicarse por debajo en términos productivos. En la campaña 2023/24 se estima que esta zona obtendría 0,81 Mt (equivalente al 21 % de la producción nacional). El **crush de la región se proyecta en 2,1 Mt**, lo cual representa el 60% de las 3,6 Mt que se estiman de crush total para el país en el nuevo ciclo. Se puede decir que la región consume mucho más girasol de lo que produce anualmente, ya que la molienda de girasol excede a la producción que se registra dentro de esta zona. Por esto, para 2023 se espera un **déficit regional del girasol de 1,12 Mt**, el cuál será cubierto por la producción de la Región Sur así como el excedente de la Región Norte.

Los principales centros de consumo que generan este déficit regional serían General Deheza en Córdoba; Junín, Cañuelas y General Villegas en el norte de Buenos Aires; y el Gran Rosario, en el sur de Santa Fe. Lo más probable es que este girasol provenga de La Pampa para Córdoba, muy posiblemente por la ruta 35. En cuanto a los polos de consumo del norte de Buenos Aires, es probable que del Centro-Sur bonaerense el grano fluya hacia Junín por la ruta 33, mientras que hacia Cañuelas lo haga por las rutas 2 y 3 desde el sur de la provincia. Para el Gran Rosario, es probable que el girasol requerido provenga del norte por las rutas 11 y 34, así como también parte desde el oeste y sur bonaerense por la ruta 33. Las exportaciones para la 2023/2024 desde la Región Centro se estiman en 20.000 toneladas, lo que refleja la posibilidad de exportación de algún buque con girasol desde el Gran Rosario o los puertos del norte de Buenos Aires.

Finalmente, la **Región Norte** del país obtendría una **producción de 0,36 Mt**, equivalente al 11% de la producción nacional. El **crush esperado para esta región en la nueva campaña alcanza 0,2 Mt**. El principal foco de consumo de esta región se ubica en el polo de Reconquista-Avellaneda, en el norte santafesino. Un **estimado de 0,23 Mt de girasol excedente** a las necesidades de consumo de la región bajaría a Córdoba o a los puertos del Gran Rosario principalmente a través de camiones. Gran parte de este girasol ya está arribando a la Región Centro alimentando a las fábricas para la producción de aceite de girasol bruto. Este último será exportado o refinado para luego ser distribuido en el mercado interno.



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Con márgenes más ajustados en la cadena de girasol, la suba de derechos de exportación complicaría el desempeño del sector

Matías Contardi - Bruno Ferrari- Patricia Bergero

Con la mejora de precios internacionales, se lograron sembrar 2,5 M ha en la campaña 2022/23. En un contexto de precios y márgenes a la baja, una suba de derechos de exportación podría afectar gravemente al sector.

El girasol es un complejo clave del sector agroindustrial argentino, siendo Argentina el tercer exportador mundial de harina y aceite de girasol. En este sentido, los productos derivados de la industria aceitera desempeñan un rol fundamental en la inserción internacional, **siendo el octavo complejo exportador de Argentina**.

En el año 2022, el complejo aportó 2,1% del valor agregado de todas las cadenas agroalimentarias. A nivel intra-sector, poco más del 82% de la oferta total de girasol tiene como destino las fábricas aceiteras, representando este eslabón más de 10% del agregado de valor de toda la cadena productiva.

Dado el rol de la industria en el entramado productivo del sector, cualquier distorsión que recaiga sobre ella, impacta directamente sobre la lógica de comercialización local, afectando la rentabilidad de los productores y las posibilidades de producción.

En el siguiente gráfico, se muestra la evolución del área sembrada de girasol y las alícuotas de derecho de exportación vigentes para cada período. A comienzos de la década de los noventa, tras varios cambios en los esquemas arancelarios para el sector, se llevaron a cero durante casi toda la década. Este hecho coincidió con un importante crecimiento de la superficie sembrada, alcanzando un récord histórico en la campaña 1998/99 con más de 4 millones de hectáreas implantadas. Aunque las decisiones de producción se encuentran afectadas por diversos factores que se resumen en la señal de los precios y la rentabilidad de las producciones sustitutas, este esquema sin derechos de exportación colaboró positivamente a incrementar fuertemente la producción local.

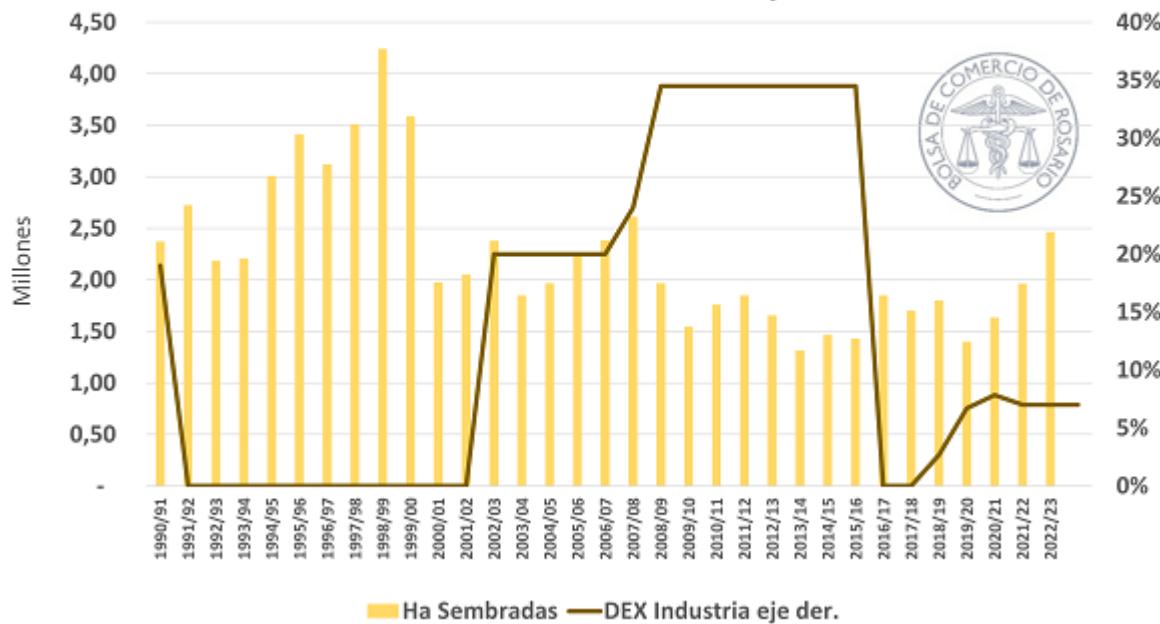




AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Girasol: área sembrada y alícuotas de derechos de exportación

@BCRMercados en base a SAGyP.



Siguiendo con la línea histórica, la aparición y explosión productiva de la soja, en conjunción con el surgimiento de Ucrania y Rusia como grandes productores de girasol, acaparando el mercado internacional y depreciando las cotizaciones, explica en gran parte la abrupta caída del área sembrada a finales de los noventa.

Posteriormente, se destaca la reaparición de los aranceles a la exportación en la campaña 2002/03, gravando al aceite y pellets de girasol con una alícuota de 20%, nivel que se mantendría hasta dar un salto importante para la campaña 2007/08, alcanzando como punto álgido gravámenes del 37,2% para aceite y 39% pellets. En nueve meses, entre noviembre de 2007 y diciembre de 2008, el nivel de las alícuotas se modificó cinco veces, intercalando bajas y subas, hasta tocar el 30%, arancel que permaneció estable hasta finales del 2015.

En los primeros años de los 2000, el área sembrada logró recuperarse a pesar de los altos derechos de exportación debido a las notables mejoras en los precios internacionales y un tipo de cambio más alto, pero entre 2007/08 y 2015/16 el área sembrada de girasol cayó 45% ante la altísima carga tributaria y pérdida de rentabilidad, llevando el área a mínimos de 1,3 millones de hectáreas en la campaña 2013/14.

Con la quita transitoria de los derechos de exportación a finales de 2015, el productor encontró cierto alivio y pudo incrementar el área, mientras que, en los últimos años, la suba de precios internacionales colaboró positivamente y

Pág 15





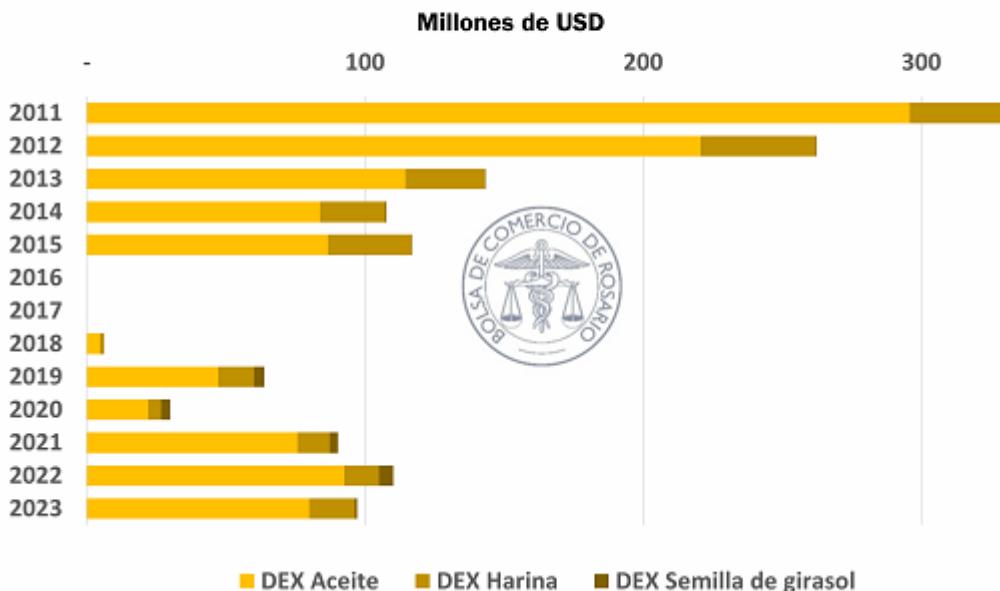
AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

permitió alcanzar un área sembrada de 2,5 M ha en el ciclo 2022/23. Ello se dio a pesar de un esquema vigente de derechos de exportación que grava 5% a la semilla y pellet de girasol, mientras que el aceite carga con una alícuota de 7%.

Al analizar la contribución del complejo girasol en concepto de derechos de exportación, la cadena aportó USD 1.358 millones durante los últimos trece años, lo cual representa casi la totalidad del valor exportado por el complejo en toda la campaña 2022/23. Tal como se logra observar, el mayor aporte proviene de las exportaciones industriales, explicando el 97% de lo recaudado por aranceles al comercio exterior dentro del complejo girasol.

Aporte en concepto de retenciones por producto dentro del complejo girasol.

@BCRMercados en base a SAGyP, J.J. Hinrichsen, Refinitiv y estimaciones propias.



Por el rendimiento industrial del girasol, y las diferencias en los precios internacionales a los que se comercializa el aceite y los pellets de harina de girasol, es relevante estudiar la evolución de la base imponible junto al esquema arancelario. En el siguiente cuadro, se contrasta el FOB compuesto de girasol (ponderando los precios FOB de mercado para aceite y harina por el rendimiento de la semilla en sus procesos industriales) con la cotización FOB oficial de la semilla.

En términos históricos, cuando estuvo vigente un esquema escalonado de aranceles a la exportación, la diferencia en la tributación para el FOB compuesto y el de semilla tiende a acortarse, mientras que en esquemas unificados o que



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

gravaran en mayor proporción al sector aceitero la distancia relativa entre uno y otro tiende a incrementarse, debido a que en todos los casos la base imponible para la industria resulta mayor.

Reunificar las alícuotas en un nivel del 15 % implica un peso mayor de la carga tributaria para la producción de derivados de girasol por la mayor base imponible. En última instancia, la mayor carga tributaria sobre la exportación industrial termina reduciendo la capacidad teórica de pago al productor y socavando la rentabilidad de la producción del cultivo.

Evolución del FOB Compuesto para Girasol y FOB oficial de Girasol

©BCRMercados en base a JJ Hinrichsen y demás fuentes de mercado FOB

Período	Esquema arancelario	Precios de exportación		DEX	
		FOB Compuesto	FOB Semilla	Industria \$/t.	Semilla \$/t.
2010 a 2015	Escalonado	531	499	153	159
2016 a 2017	Sin retenciones	372	370	-	-
9/2018 a 12/2019	Escalonado	342	314	28	32
12/2019 a 3/2020	Unificado	364	330	47	40
3/2020 a 2023	Diferencial*	572	540	40	28

* 7% aceite de girasol, 5% semillas y pellets de girasol

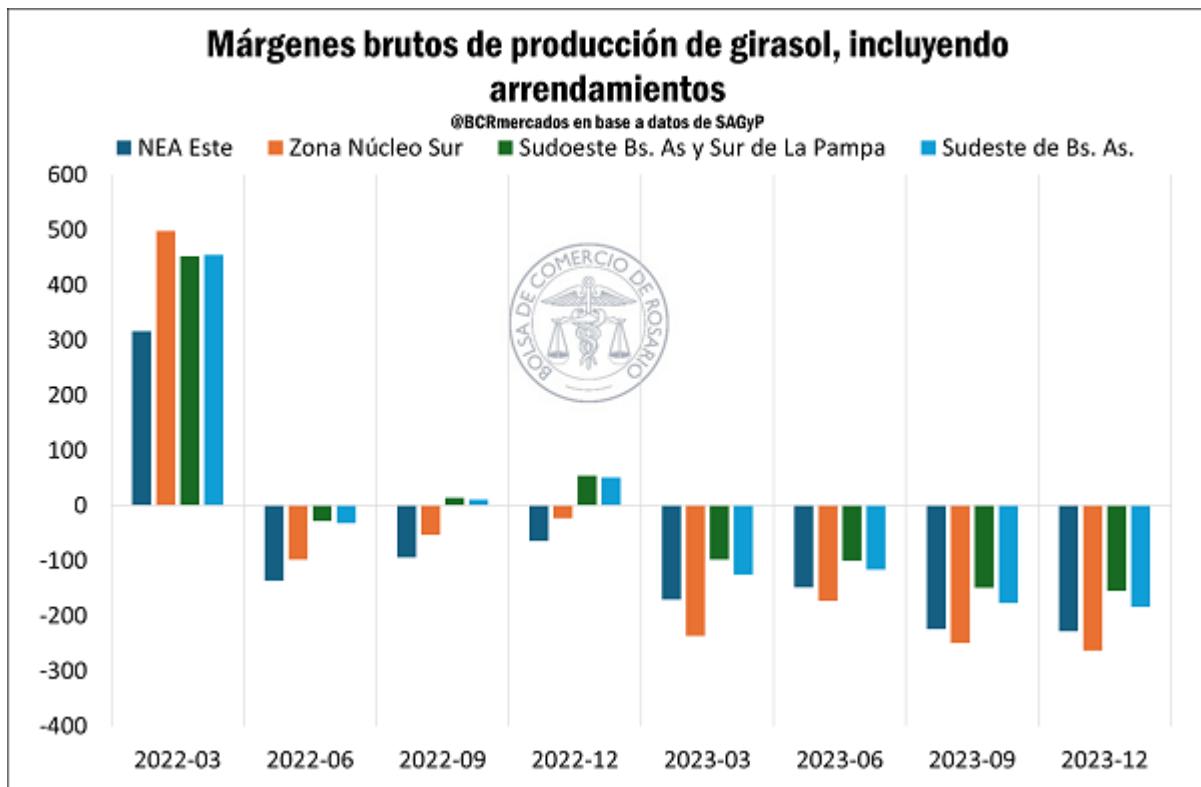
Este posible aumento de derechos de exportación se presenta en un contexto de cotizaciones internacionales a la baja por un reacomodamiento del mercado, luego de las disruptivas en el comercio global por el COVID-19 y la invasión de Rusia a Ucrania. A nivel doméstico, siguiendo datos de la Secretaría de Agricultura (SAGyP), la rentabilidad bruta incluyendo arrendamientos atraviesa un momento muy complejo desde comienzos de 2023. Vale destacar que, se muestra la evolución de los márgenes incluyendo el alquiler, ya que más del 70% de la superficie sembrada del cultivo se realiza en tierra arrendada.

La mayor carga tendrá impacto en la rentabilidad del productor que está por cosechar el girasol 2023/24 que implantó con otras reglas de juego y, al mismo tiempo, podría complicar la siembra de la próxima campaña 2024/25. En la campaña próxima, incidirían los mayores derechos de exportación y la existencia de un tipo de cambio importador mayor que para exportar, lo que aumenta los costos de producción y afecta aún más el equilibrio de rentabilidad del productor.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Mayores stocks ayudan a compensar la caída proyectada para la producción de aceite de girasol en Argentina

Belén Maldonado – Tomás Rodríguez Zurro – Emilce Terré

La caída interanual en la producción de girasol traería aparejado un menor nivel de molienda y producción de aceite. No obstante, las proyecciones para la campaña en curso se muestran optimistas respecto del promedio de los últimos cinco años.

Con la mayor área sembrada desde la 2007/08, el girasol 2022/23 emergió como uno de los pocos cultivos que vio incrementada su producción en el contexto de una brutal sequía, obteniendo una cosecha de 4,7 Mt. Como consecuencia, tanto la molienda de la oleaginosa como la producción de aceite exhibieron un sólido aumento, alcanzando el mayor volumen en 15 años.

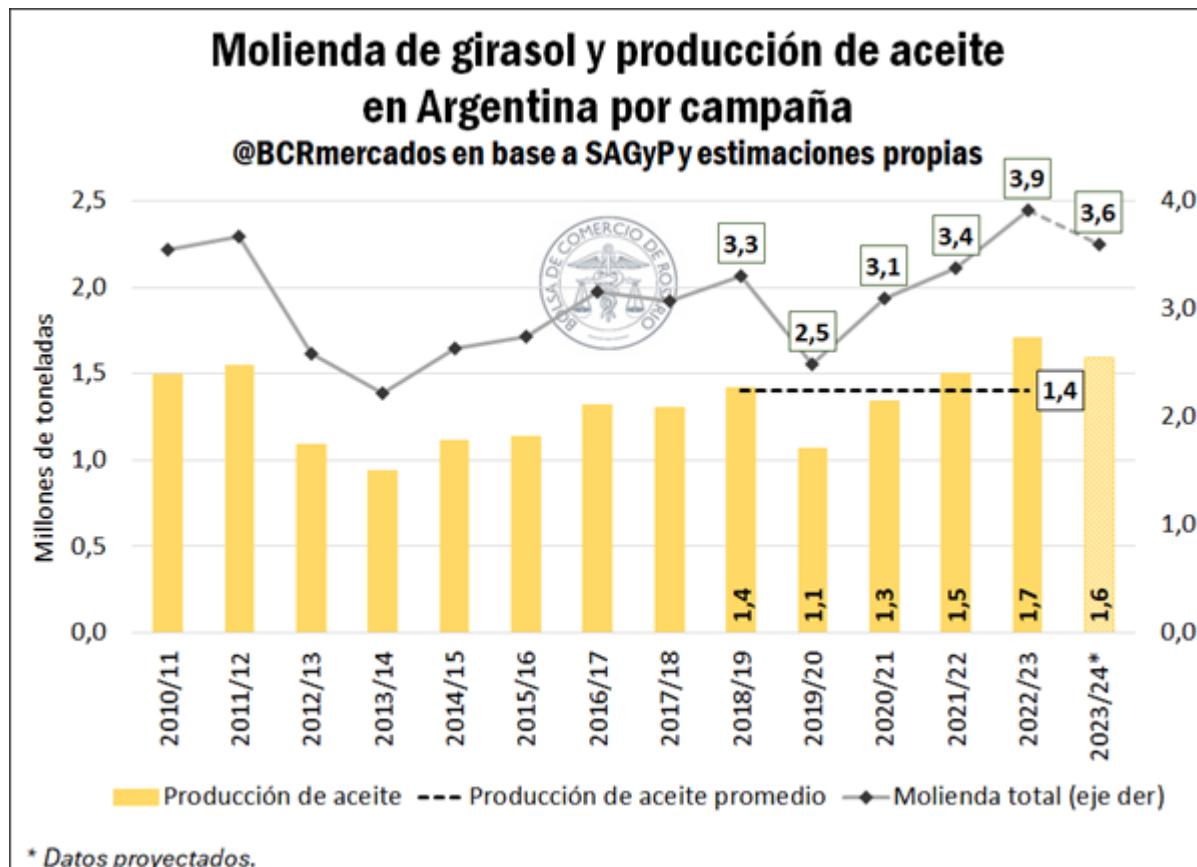
Las proyecciones para el año comercial 2023/24, comenzado formalmente el 1° de enero, indican una caída interanual en el nivel de producción de la oleaginosa, que se ubicaría en 3,9 Mt, dejando como resultado un descenso del 8% en los volúmenes de molienda proyectados. Así, un menor crushing, a pesar de un leve incremento en la ratio de extracción (44,2%), impactaría de manera directa en la producción de aceite de girasol, que podría registrar una caída interanual del 7% a 1,6 Mt. Pese a ello, tanto la molienda como la producción de aceite se ubicarían por encima del promedio de los últimos años.

Pág 19





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024



Por su parte, los elevados volúmenes de crushing y de producción de aceite de la campaña finalizada en diciembre, que fueron acompañados por un aumento de la demanda proporcionalmente menor, dejaron como resultado el mayor volumen de stocks comerciales al 1° de enero en 15 años. Así, el ciclo 2023/24 comienza con un nivel de existencias en plantas de 114.300 toneladas, generando una oferta más holgada del aceite vegetal.



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Aceite de girasol: Balance de oferta y demanda en Argentina

- en miles de toneladas -

	2020/21	2021/22	2022/23	Promedio últ. 5 campañas	2023/24*
Molienda de girasol	3.103,0	3.383,9	3.915,0	3.239,9	3.600,0
Ratio de extracción	43,2%	44,3%	43,6%	43,3%	44,2%
Producción	1.339,6	1.497,6	1.706,7	1.405,2	1.589,6
Stock inicial	53,6	80,2	85,0	74,1	114,3
Oferta total	1.393,2	1.577,9	1.791,7	1.479,3	1.703,9
Consumo aparente	534,8	559,0	646,3	549,1	529,6
Exportaciones	778,2	933,9	1.031,1	853,3	1.060,0
Demandta total	1.313,0	1.492,9	1.677,4	1.402,5	1.589,6
Stock final	80,2	85,0	114,3	76,8	114,3
Stock/Consumo	6,1%	5,7%	6,8%	5,5%	7,2%

* Datos proyectados.

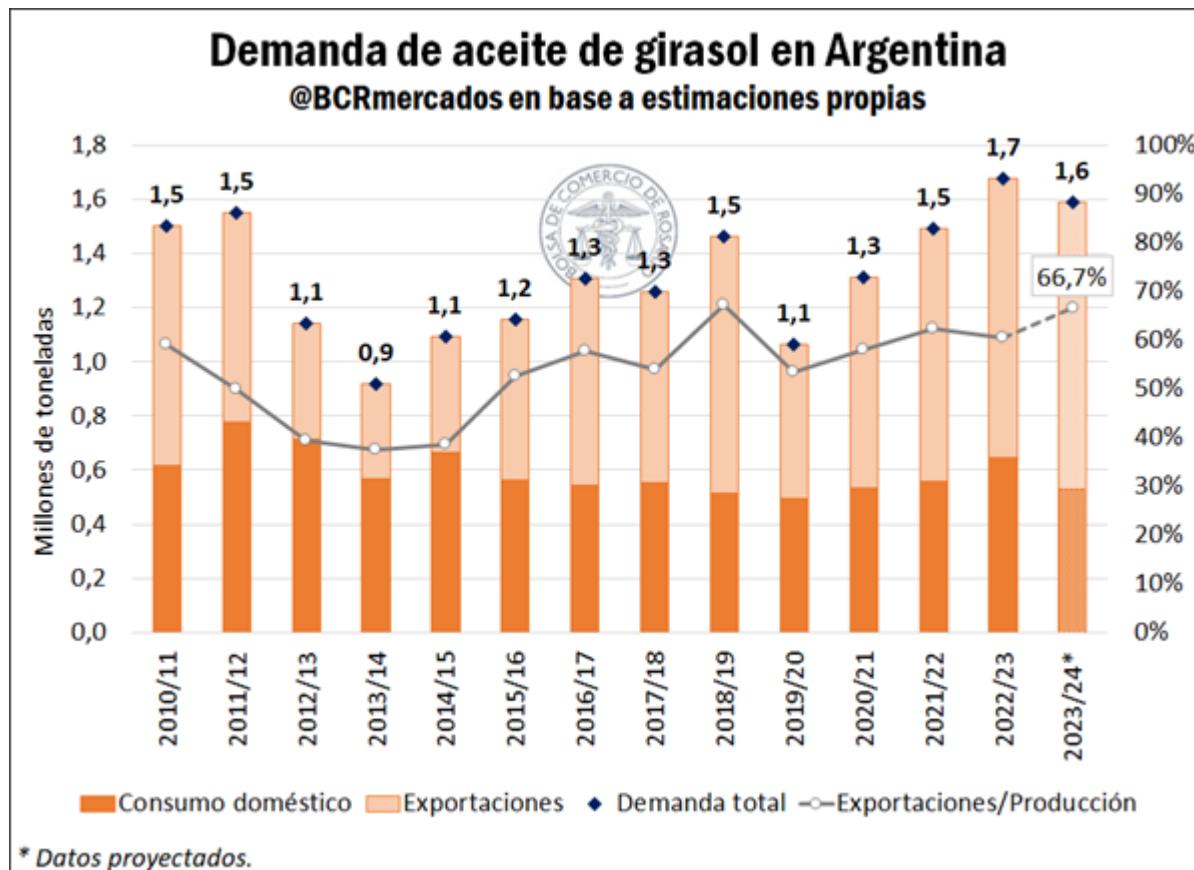
Fuente: @BCRmercados en base a SAGyP y estimaciones propias.

El mayor carry compensa gran parte de la caída de la producción, de modo que la oferta total de aceite de girasol se ubicaría en 1,7 Mt, con una leve retracción respecto a los 1,8 Mt del año anterior, pero 15% por encima del promedio de los últimos cinco años.

Del lado de la demanda de aceite de girasol, asumiendo existencias estables entre años, se puede proyectar un consumo interno aparente de casi 530.000 toneladas, 18% por detrás del ciclo previo. Estimamos que la demanda a nivel local se mantendría reducida en términos históricos, ubicándose un 4% por debajo del promedio de los últimos cinco años.

A nivel internacional, de acuerdo con datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), nuestro país se destacaría como el cuarto exportador de aceite de girasol en el mundo. Las exportaciones argentinas podrían totalizar 1,1 Mt, con un leve incremento interanual del 3%, a pesar del retroceso en la producción. Así, las ventas al extranjero se ubicarían 24% por encima del promedio de las últimas cinco campañas y la participación de las exportaciones en el total de producción se elevaría respecto del ciclo previo, situándose en 66,7%, la más alta en 18 años.





Es importante mencionar que, dado que existe un arraigado consumo interno de aceite de girasol en nuestro país, siendo uno de los aceites preferidos por los argentinos, los saldos exportables se definen principalmente en relación con lo que se consume de manera interna. En consecuencia, al proyectarse una caída interanual proporcionalmente mayor del consumo doméstico (18%) que de la producción (7%), se elevaría notablemente la proporción destinada a satisfacer el frente externo.

En consecuencia, considerando el consumo destinado al mercado interno y la demanda proveniente del mercado internacional, el consumo total del aceite de girasol argentino podría alcanzar 1,6 Mt durante la campaña 2023/24. Si bien este guarismo marca un descenso interanual del 5%, se destaca como el segundo nivel más elevado en 16 años.

Finalmente, cabe destacar que, a pesar del leve incremento de las exportaciones en términos de volumen, se vería una merma en el valor total de las ventas al exterior en dólares respecto del ciclo previo. Esto se debe a que al inicio de la campaña 2022/23, los precios de exportación del aceite de girasol argentino se ubicaban por encima de los U\$S 1.200/t, sosteniéndose en valores históricamente altos a lo largo de la primera mitad del año. El descenso de precios que vino después encontró a una considerable porción del aceite argentino ya vendido al exterior. Con la nueva campaña 2023/24, iniciando con precios un 30% por debajo del año pasado, la perspectiva de recuperación de valores necesitará ser muy elevada como para superar el nivel exportador en dólares de la cosecha pasada.

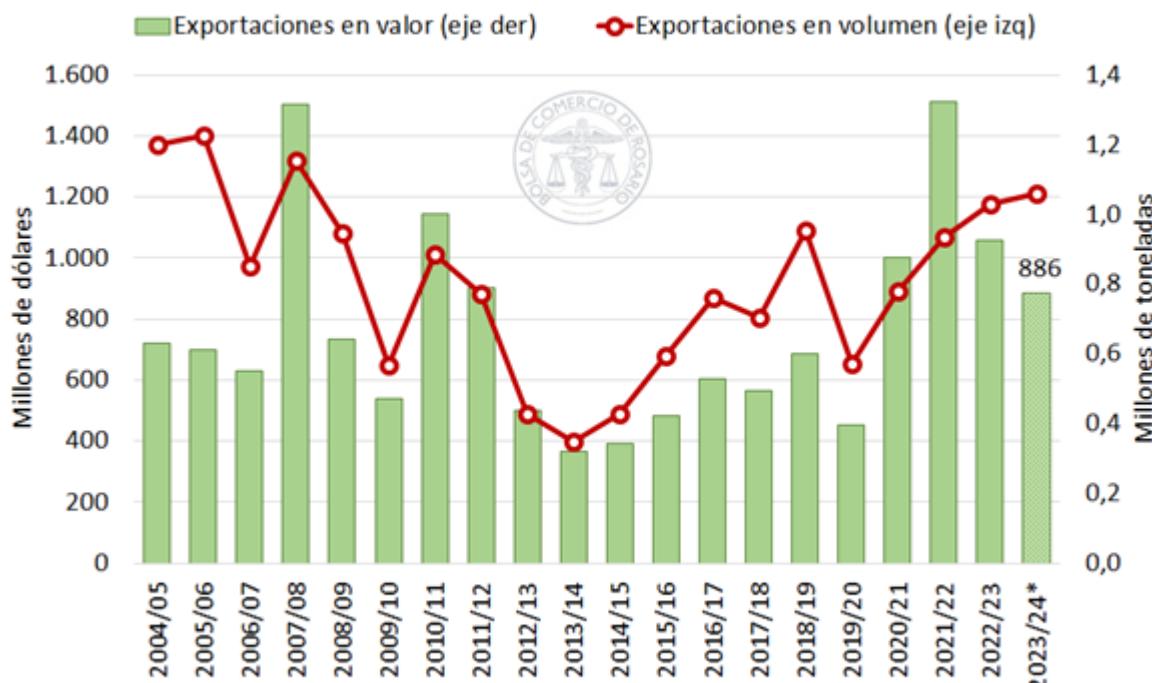
Pág 22



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Exportaciones de aceite de girasol por campaña

@BCRmercados en base a INDEC y estimaciones propias



* Datos proyectados.

Así, mientras las exportaciones del aceite vegetal durante la campaña comercial 2022/23 generaron ingresos por U\$S 1.058,5 millones, el valor total de las ventas externas durante la campaña en curso se ubicaría un 16% por debajo, en U\$S 886,5 millones.



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

¿Arriba? ¿Abajo? Panorama global de los aceites y su impacto sobre el girasol

Guido D'Angelo – Emilce Terré

Un consumo que crece más que la producción y ajusta el nivel de inventarios da sostén al precio internacional de los aceites vegetales, luego de un 2023 donde los menores precios desde Rusia presionaron las cotizaciones a la baja.

Los mercados globales de aceites vegetales se perfilan alcistas de cara a la campaña 2023/24. Por un lado, los stocks iniciales de los cuatro principales aceites (palma, soja, colza y girasol) muestran fuertes subas, despuntando los de colza y girasol, con incrementos del 24% y 20%, respectivamente.

Oferta y demanda mundial de principales aceites						
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24p
Stocks iniciales	23.4	25.3	27.2	25.9	26.1	28.3
Var. Anual		7.9%	7.7%	-4.8%	0.8%	8.3%
Producción	177.9	181.1	180.9	181.1	191.0	196.5
Var. Anual		1.8%	-0.1%	0.1%	5.5%	2.9%
Exportaciones	79.7	80.1	78.9	72.7	81.4	83.2
Var. Anual BCR		0.4%	-1.5%	-7.9%	12.1%	2.2%
Consumo	172.2	175.2	177.9	176.3	184.7	192.1
Var. Anual		1.7%	1.5%	-0.9%	4.8%	4.1%
Stocks finales	25.3	27.2	25.9	26.1	28.3	27.9
Var. Anual		7.7%	-4.8%	0.8%	8.3%	-1.4%
Relación Stock/Consumo	14.7%	15.5%	14.6%	14.8%	15.3%	14.5%
Incluidos aceite de palma, colza, soja y girasol @BCRmercados en base a PSD y Oil World						

Pág 24

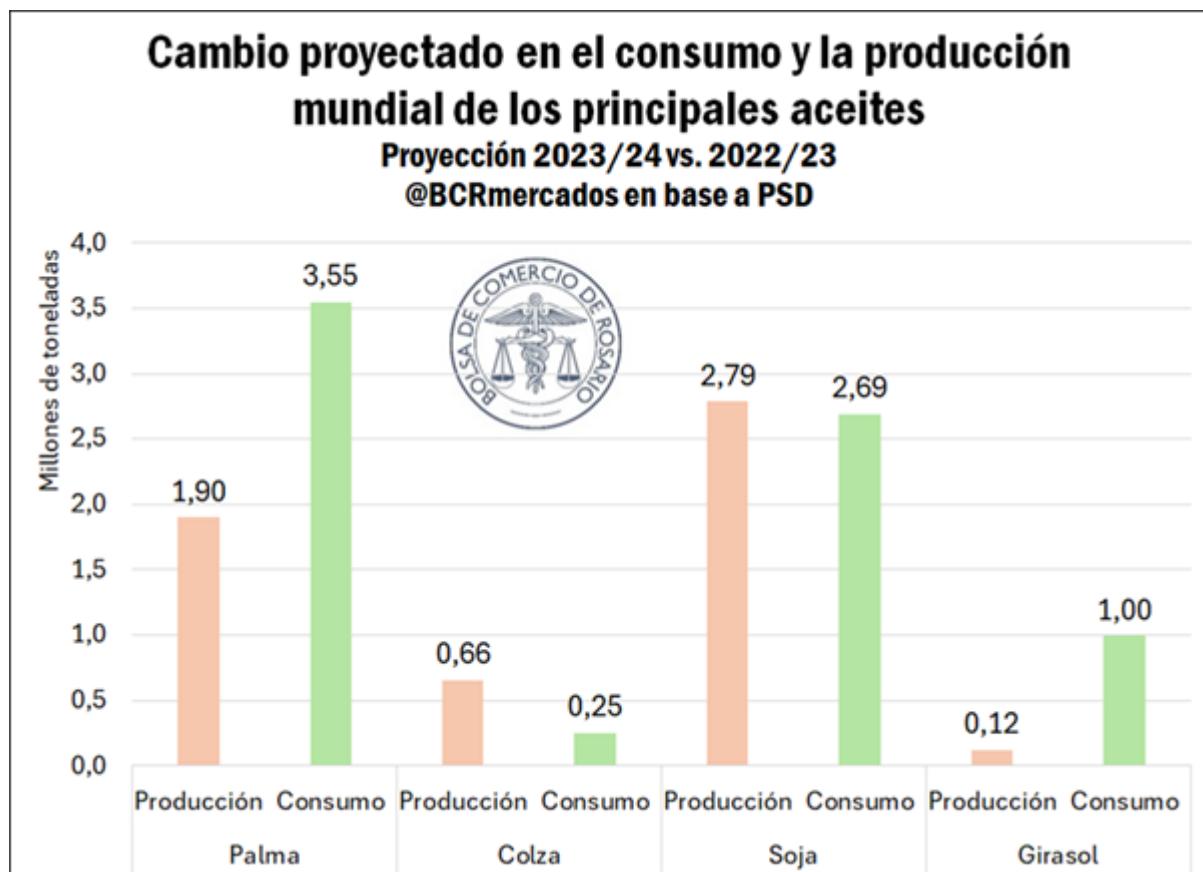




AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Sin embargo, el nuevo año comercial tiene perspectivas más ajustadas respecto del último ciclo. Mientras el consumo se expande a un ritmo superior al 4%, la producción ambiciona subir, pero debajo del 3%.

La producción de **aceite de soja** se lleva la mayor suba de producción interanual, recuperación de la cosecha argentina mediante, el crush histórico de los Estados Unidos para la producción de HVO y el proyectado récord histórico de molienda en China. No obstante, el incremento del corte con biodiesel en el Brasil espera recortar sus exportaciones de aceite de soja, lo que compensa totalmente la suba exportadora que espera nuestro país este año. De esta manera, se espera el mismo volumen de comercio exterior de aceite de soja que el que tuvimos el año pasado.



Por otro lado, la suba productiva del **aceite de palma** se enmarca por repuntes en Indonesia y Malasia, abastecedores del 83% del aceite de palma del mundo. No obstante, en ambos países vienen aumentando sostenidamente el uso interno de estos aceites para producir biodiesel. Para la campaña 2023/24 se espera que se consuma internamente el 43% del aceite de palma que se produce en Indonesia y el 21% de Malasia, proporciones que hace apenas 10 años eran del 21% y 15%, respectivamente.

Si bien se espera un crecimiento del comercio exterior de este aceite, el mismo proviene de un incremento de la demanda china y de múltiples importadores de menor volumen como Pakistán, Filipinas, Egipto, entre otros. Dos

Pág 25



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

importadores de peso, como India y la Unión Europea, esperan importar menos aceite de palma, con la UE consolidando su quinto año de recorte importador de este aceite.

Mientras tanto, el bloque europeo no para de apuntalar su producción y consumo de **aceite de colza**, siendo responsable del 30% de la producción global y el primer consumidor mundial, principalmente para su uso en la producción de biocombustibles. Sin embargo, Estados Unidos sigue siendo el principal importador global, con mercadería proveniente mayoritariamente de Canadá.

Finalmente, el **aceite de girasol** proyecta una campaña con el consumo global creciendo muy por encima de la producción. Sin embargo, el comercio mundial de aceite de girasol espera una caída próxima al 2%. De esta manera, para el stock global de aceite de girasol el USDA pronostica una caída del 8,4%.

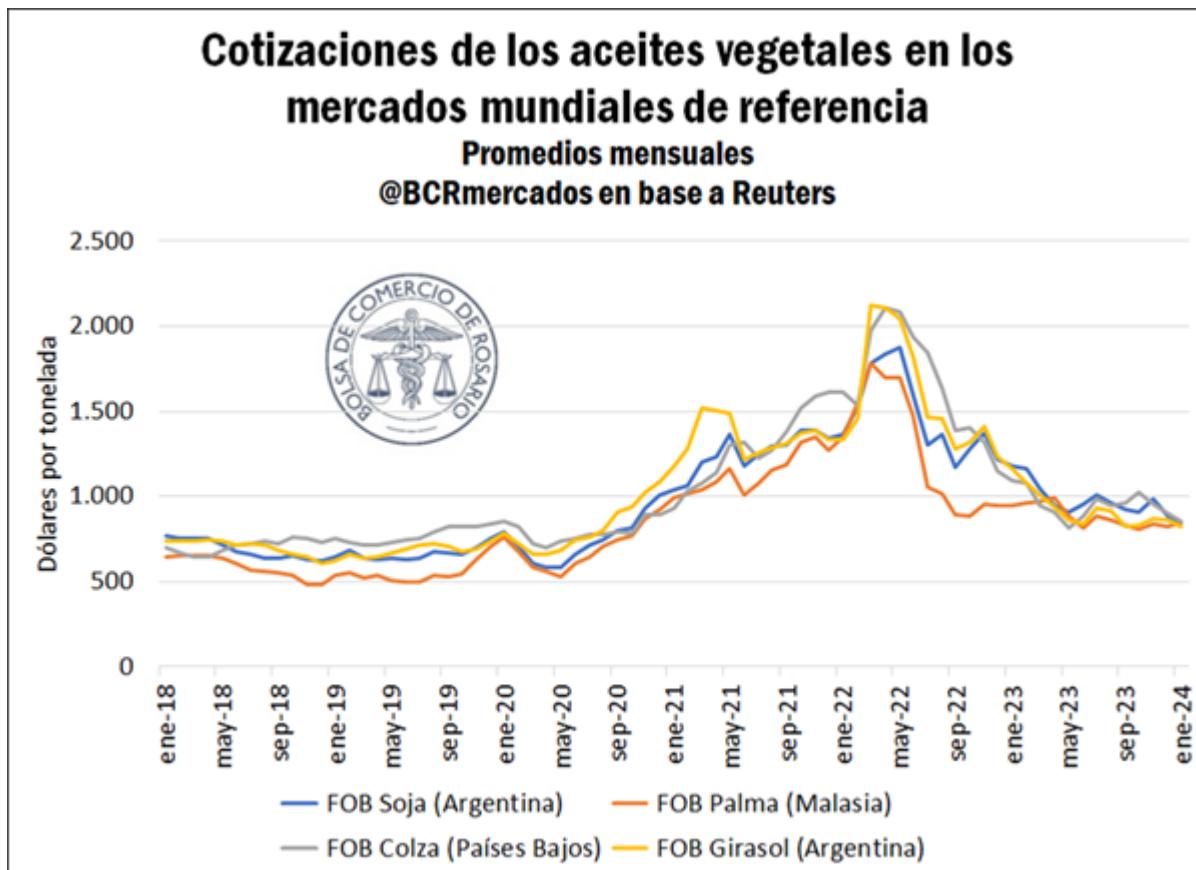
Para esta campaña, Rusia espera volver a romper su récord de producción de aceite de girasol, el cual es destinado en más de un 63% al mercado externo. Ese volumen exportado representa, además, el 31% de las exportaciones globales de este aceite. Por su parte, la dinámica productiva y exportadora de Ucrania se estima estable, siendo este país representante del 41% de las exportaciones mundiales.

De la mano de la sostenida baja de precios del aceite de girasol a lo largo del último año y medio, se observa un creciente interés comercial, de acuerdo con Oil World. De hecho, en el último trimestre del 2023 la demanda de aceite de palma de los principales exportadores se vio recortada por la competencia del aceite de girasol.





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024



La brecha de precios entre el aceite de girasol y el aceite de palma se observa notoriamente recortada, cuando el de girasol históricamente es más caro que el de la palma. Camino al cierre de enero del 2024, los precios promedio mensual de la palma siguen por encima del aceite de girasol, un hecho que se observó en tres meses del 2023, dos meses del 2022 y del 2017, y luego debemos remontarnos más de una década atrás para encontrar al mercado de aceites con esta dinámica.

El recorte de los ingresos a nivel global, la apreciación del dólar estadounidense y la suba de tasas a nivel global son incentivos para la sustitución de aceites caros, como es el girasol, hacia aceites baratos como es el de palma. No obstante, el rol fundamental de Rusia como exportador de aceite de girasol a precios sustancialmente bajos emerge como el principal driver de la baja de precios.

La necesidad de exportaciones del país eurasiático se explica en la sostenida prolongación de la invasión a Ucrania. Paradójicamente, el factor que llevo los precios de los aceites a niveles altísimos es el mismo que los lleva a mínimos desde agosto del 2020. Sólo en el último año los precios del aceite de girasol cayeron un 30%.

Hacia adelante, Oil World proyecta un 2024 de mayor competencia de la palma y la soja para con el aceite de girasol. Sin embargo, los déficits productivos esperados hacen que la revista especializada proyecte **subas de precios en el rango del**

Pág 27





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

10-20% para los principales aceites hacia mayo de este año. Si bien se espera una suba más pronunciada para el aceite de palma, es esperable un alza general del precio de los aceites vegetales.

Pág 28

**Dirección de
Informaciones y
Estudios Económicos**



**BOLSA
DE COMERCIO
DE ROSARIO**

PROPIETARIO: **Bolsa de Comercio de Rosario**

DIRECTOR: **Dr. Julio A. Calzada**

Córdoba 1402 | S2000AWV Rosario | ARG

Tel: (54 341) 5258300 / 4102600 Int. 1330

iyee@bcr.com.ar | www.bcr.com.ar

@BCRmercados



AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Trigo: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

Trigo: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

(Diciembre - Noviembre)

		Estimado 2022/23	Prom. 5 años	Proyectado 2023/24
Área Sembrada	Mha	5,9	6,5	5,5
Área Cosechada	Mha	5,0	6,0	5,1
Área Perdida	Mha	0,9	0,5	0,4
Rinde	t/ha	2,3	2,9	2,8
STOCK INICIAL	Mt	2,9	2,3	4,4
PRODUCCIÓN	Mt	11,5	18,0	14,5
OFERTA TOTAL	Mt	14,4	20,3	18,9
CONSUMO DOMÉSTICO	Mt	6,9	6,9	7,1
Uso Industrial	Mt	6,2	6,0	6,2
Semilla y otros usos	Mt	0,7	0,9	0,9
EXPORTACIONES	Mt	3,1	10,5	9,5
DEMANDA TOTAL	Mt	10,0	17,4	16,6
STOCK FINAL	Mt	4,4	2,9	2,3
<i>Stock/Consumo</i>	(%)	44%	19%	14%

Fuente: Dpto. Estudios Económicos - Bolsa de Comercio de Rosario

@BCRmercados





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Maíz: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

Maíz: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

(Marzo-Febrero)

		Prom. 5 años	Estimado 2022/23	Proyectado 2023/24
Área sembrada	Mill ha	6,78	8,88	8,48
Área cosechada	Mill ha	5,78	6,93	7,00
Sup. No cosechada	Mill ha	1,00	1,95	1,95
Rinde	qq/ha	78,68	52,0	80,0
STOCK INICIAL	BCR	Mill tn	5,5	6,3
PRODUCCIÓN		Mill tn	45,7	36,0
OFERTA TOTAL		Mill tn	51,2	42,3
CONSUMO INTERNO		Mill tn	13,1	14,3
Uso Industrial		Mill tn	3,6	4,7
Molienda seca		Mill tn	0,2	0,2
Molienda húmeda		Mill tn	1,4	1,8
Otras Industrias		Mill tn	0,7	0,7
Etanol		Mill tn	1,4	2,0
Forraje, semilla y residual		Mill tn	9,5	9,6
Producción animal y residual		Mill tn	9,3	9,4
Semillas		Mill tn	0,2	0,2
EXPORTACIONES		Mill tn	32,6	24,0
DEMANDA TOTAL		Mill tn	45,6	38,3
STOCK FINAL		Mill tn	5,6	4,1
<i>Ratio Stock/consumo</i>	(%)		13%	11%
				7%

Fuente: Dir. Informaciones y Estudios Económicos - BCR

@BCRmercados

Pág 30





AÑO XLII - Edición N° 2133 - Especial Girasol campaña 2023/24 - 26 de Enero de 2024

Soja: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

Soja: Balance de Oferta y Demanda en Argentina

(Abril - Marzo)

		Prom. 5 años	Estimado 2022/23	Proyectado 2023/24
Área sembrada	Mill ha	17,05	15,97	17,40
Área cosechada	Mill ha	16,28	12,32	16,68
Sup. No cosechada	Mill ha	0,77	3,65	0,72
Rinde	qq/ha	28,17	16,2	30,0
STOCK INICIAL	Mill tn	7,9	7,3	3,9
IMPORTACIONES	Mill tn	5,0	10,8	4,8
PRODUCCIÓN	Mill tn	45,9	20,0	50,0
OFERTA TOTAL	Mill tn	58,8	38,1	58,7
CONSUMO INTERNO	Mill tn	44,3	31,4	45,4
Crush	Mill tn	38,4	26,4	39,0
Extr. por solvente	Mill tn	37,3	25,0	37,6
Semilla, balanceados y otros	Mill tn	6,3	5,0	6,4
EXPORTACIONES	Mill tn	6,3	2,8	7,7
DEMANDA TOTAL	Mill tn	50,7	34,2	53,0
STOCK FINAL	Mill tn	8,2	3,9	5,7
<i>Ratio Stock/consumo</i>	(%)	16%	11%	11%

Fuente: Dir. Informaciones y Estudios Económicos - BCR

@BCRmercados

