

# ¿SON PRIMARIOS (COMMODITY) LOS PRODUCTOS DEL CAMPO ARGENTINO?

Gustavo Giordano\*. 2006. La Nación, Secc. 5ª, Bs. As., 04.03.06.

\*Lic. en comercialización y director de Agrícola.biz [www.agricola.biz](http://www.agricola.biz)

[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar) > [www.produccionbovina.com](http://www.produccionbovina.com)

Volver a: [Portal](#) > [Empresa Agropecuaria](#)

## INTRODUCCIÓN

Si bien ha sufrido adaptaciones, el concepto de "commodity" es el que se refiere a materias primas con un nulo o bajo proceso de transformación cuyos máximos exponentes se cotizan en bolsas, a tal fin, y son objeto de transacciones por medio de contratos.

Desde la óptica de la comercialización, podemos decir que un commodity es aquel que se encuentra en el extremo más alejado del artículo que adquiere el consumidor final. Por lo tanto, a medida que se avanza en la cadena, se dice que se incorpora mayor valor agregado.

Además, anexan un valor extra que es el que se construye con la marca (característica de la cual carecen las materias primas). El tema en cuestión es cuán primarios son los productos que genera en la actualidad el campo argentino si analizamos su efecto multiplicador y la cantidad de industrias que participan.

Tomemos como ejemplo el poroto de soja: por cada tonelada se necesitan maquinarias cada vez más sofisticadas, de alto consumo de mano de obra e insumos como exponentes de la industria metalmecánica.

Como dispuestas en anillo, se integran la industria automotriz, autopartista, química, plástica, electrónica y de comunicaciones, laboratorios, transporte, consultoras y comercios. La industria del software dejó de ser terreno exclusivo de los bancos y demás empresas de servicios.

Sistemas de trazabilidad, de cálculo, proyecciones de rendimiento y gestión de empresa son moneda corriente en este ámbito. Y, en esta larga red de cadenas de valor que se integran desde el contorno del poroto de soja, no se puede dejar a un lado a la industria del conocimiento.

## APRENDIZAJE

Desde el básico aprendizaje de cultura general hasta los cursos más sofisticados, todo el conocimiento adquirido mediante experimentación origina lo que en las barreras de entrada de un plan de negocios se detalla como "creación de activos colaterales por la generación de fuertes capacidades internas y el profundo conocimiento obtenido en la concepción del producto".

Queda entonces en revisión el seguir aplicando el nombre de producto primario a los cultivos (entre otros) que hoy entregan el campo argentino. Pero si la argumentación anterior resultara insuficiente, surge de la observación del funcionamiento de la cadena, el concepto de "proceso de transformación inversa" o "agregado de valor hacia atrás".

Confundiendo a Marx: ¿quién genera el plusvalor transformando a la inversa?

Hemos visto hasta el cansancio el ejemplo de la fábrica de clavos como perenne explicación de la teoría de la plusvalía de Karl Marx, según la cual un trozo de hierro se convierte en clavo por medio del proceso de transformación realizado por el hombre.

Eludiendo el clásico dilema (quién es el propietario del plusvalor) surge la pregunta de dónde está la transformación en un producto primario, como el poroto de soja. Sólo puede explicarse desandando el camino biológico que la naturaleza manifiesta en ese grano.

Cualquier cultivo podía considerarse primario en el pasado, por su carácter de extensivo, baja tecnificación y aplicación de tecnología. Era escasa la participación de cadenas periféricas.

Como consecuencia, algunas incidencias importantes en los costos lo representaban la renta a la tierra y la mano de obra.

En la actualidad, el agregado de valor se verifica yendo hacia atrás. La lista de industrias asociadas no hubiesen tenido el impulso expansivo de no haber sido por el ánimo de superación del campo, expresado en la cosecha récord de la campaña anterior.

Recordemos que muchas empresas pertenecen al rubro conocido como "industrias de síntesis", ya que se nutren de variados sectores fabriles (en 2005 las empresas de maquinarias eran 650 con 40.000 puestos de trabajo directo y 600 millones de dólares en ventas). Además, la semilla manifiesta el valor científico que se le agrega desde la genética y uno de los valores más importantes que se incorporan es la transformación que realiza en el mismo proceso de crecimiento.

Es por todo esto que, si bien no puede asimilárselo como un producto final, al menos es más apropiado relacionarlo como un producto intermedio ya que se agregó tanto valor y confluyeron tantos sectores diferentes que, llamarlo primario, no refleja el verdadero valor monetario y multiplicador que posee.

### **LA OPORTUNIDAD**

Es necesario aclarar que producir commodities no puede justificarse como un fin en sí mismo ya que no puede compararse con el mayor efecto multiplicador y de valor que generan las siguientes etapas industriales. Sin embargo, una agroindustria fuerte y desarrollada, permitirá seguir aprovechando oportunidades como el intercambio planteado con Venezuela.

En este caso la industria participa con maquinarias, la ciencia con genética (bovinos de leche) y el conocimiento con el soporte del INTA. Queda por profundizar este modelo y analizar de qué manera la transformación posterior de la que son objeto los granos (industrias tales como la aceitera, molinera y alimenticia) pueden sumarse. Pero, conceptualmente, hace largo rato que el campo argentino dejó de hacer productos primarios.

Volver a: [Portal](#) > [Empresa Agropecuaria](#)