

Universidad del Salvador

Master en Política de Negocios



Autor Lic. Miguel Santos Luparelli

Tutor Lic. Juan Manuel Fontanals

Noviembre de 2001

Índice

Introducción	1
I. Globalización (Una respuesta a las necesidades del mercado)	3
I.1 Evolución del mercado	3
I.2 El origen de la globalización	4
I.3 El Rol de la Comunicación	5
I.4 Segmentación Global	6
I.5 Formación de Bloques Económicos	6
II. El mercado y la empresa	8
II.1 En la búsqueda de economías	8
II.2 Oferta y Demanda Global	10
II.3 ¿Cualquiera puede competir en mercados globales? (Potencialidades)	11
II.4 Elección de globalización	13
II.5 Análisis del Sector Industrial	14
II.6 Estrategias	16
II.7 Definición de Cadena de Valor	18
II.8 Extensión de la Cadena de Valor	19
II.9 Optimización de la Cadena de Valor	20

II.10 ¿Cómo definir la territorialidad de una cadena de valor?	21
III. La Industria Agroquímica	22
III.1 Fitosanitarios	22
III.2 Evolución del Mercado	24
III.3 Demanda	26
III.4 Oferta	28
III.5 Cultivos Transgénicos ¿Amenaza de Productos Sustitutos?	32
III.6 Potenciales Competidores	33
III.7 Proveedores de Materias Primas	34
IV Análisis de la Industria Agroquímica	36
IV.1 Competidores en el sector industrial	36
IV.2 Potenciales competidores	37
IV.3 Productos Sustitutos	38
IV.4 Compradores	38
IV.5 Proveedores de Materias Primas	39
IV.6 Potencialidad global	39
IV.7 Ciclo de Vida de un Fitosanitario	39
V. Consecuencias inmediatas ante la competencia global	41
V.1 ¿Por qué llegan nuevos competidores?	41
V.2 Reducción del precio de venta	42
V.3 Negociación de nuevas condiciones de Abastecimiento	44
VI. Cambios Estratégicos	47
VI.1 ¿Qué hacer a largo plazo?	47
VI.2 Economías de escala	48
VI.3 Reestructuración de activos	50
VI.4 Reorganización de la producción	50
VI.5 Diferenciación (patentes)	50
VI.6 Optimización de la Cadena de Valor	51

VII. Conclusiones	52
VII.1 Cambios en los precios	52
VII.2 Cambios en la Cadena de Valor	53
VII.3 Concentración (economías de escala)	54
VII.4 Comentario Final	55
Bibliografía	56
Libros	56
Fuentes en Internet	57



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

El mercado es donde se encuentran la oferta (producción) y la demanda (necesidades). La oferta quiere vender su producción y obtener una ganancia por ello. La demanda en cambio pretende satisfacer una necesidad y está dispuesta a entregar algo a cambio.

La oferta como la demanda intentarán optimizar el intercambio. Es decir, vender al mayor precio posible (oferta) y comprar al menor precio posible (demanda). El precio al que ambos estén dispuestos a intercambiar sus bienes, por ejemplo, una unidad de producto por una unidad de moneda, forman el precio de mercado. Tanto la oferta como la demanda, en esta operación, demuestran en sus comportamientos básicos, que tienen un solo interés, obtener el más alto beneficio por su trabajo, que en este trabajo se llamará *maximización del beneficio*. Características de la naturaleza humana que está reflejada en las actividades cotidianas del hombre. Si se analiza en detenimiento la historia del comportamiento del hombre en sociedad (economía, política, etc) se descubrirá que evoluciona en todos los aspectos movilizado por su necesidad de maximizar beneficios.

Este trabajo tiene por objeto demostrar que ***la búsqueda de maximización de beneficios ha motivado al mercado a globalizarse, provocando concentración en la producción de bienes de la industria agroquímica***. Específicamente se tratará sobre los agroquímicos ya que son productos estandarizados cuyo desarrollo y comercialización pueden ser desarrollados en cualquier parte del mundo. Con esta simplificación se

eliminan las variables que hacen únicos a ciertos productos (diferenciación) y aunque en el futuro son potenciales de estandarizarse, en el presente son tecnologías propias de empresas, que han innovados sobre los procesos de producción y que por tener el poder de exclusividad, protegidas por patentes, tienen una ventaja competitiva que estaría fuera del alcance de la hipótesis de trabajo.

Se ha elegido a los agroquímicos por ser el sector de la Industria Química que más se parece en su comportamiento al mercado de commodities y a su vez es fácilmente identificable.

El trabajo de investigación ha sido estructurado comenzando con la presentación del contexto teórico y de las herramientas de análisis tomadas principalmente de dos autores, Michael E. Porter y George Yip (Capítulo I y II). En el Capítulo III se describe a la Industria Agroquímica a partir de la investigación realizada en las cámaras y organismo relacionados con la actividad, CASAFE (Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes), INTA, SENASA, SAGyP, ASA (Asociación de Semilleros Argentinos) e INDEC.

Seguidamente en el Capítulo IV se analiza a la Industria Agroquímica aplicando los modelos de análisis de Michael E. Porter y George Yip. A continuación en el capítulo V se da respuesta a las acciones que siguen las empresas ante la influencia de competidores globales. Y en el Capítulo VI están desarrolladas las decisiones a largo plazo que toman las empresas que quieren preservar su posición en el mercado.

Por último se presentan las conclusiones del trabajo, confirmando la hipótesis de trabajo.