

Newsletter Gratuito para más de 70.000 suscriptores del Sector Agropecuario

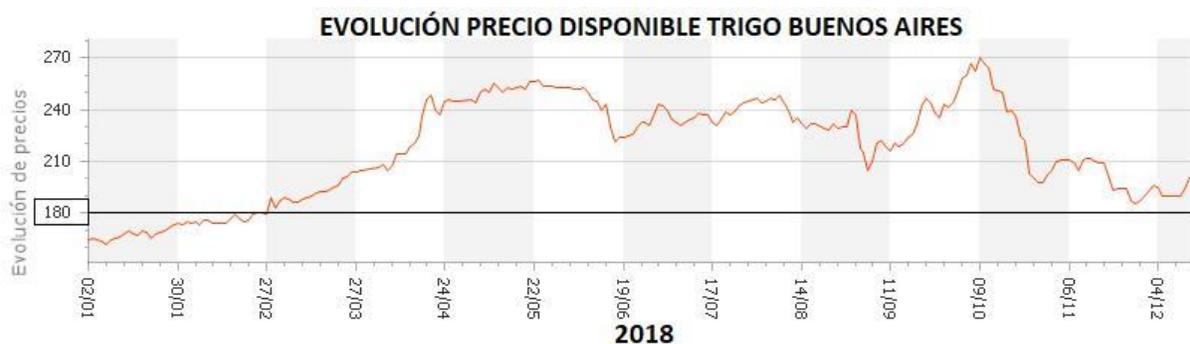


## Lo que pasa con el trigo

**Ing. Agr. Marianela De Emilio**  
Especial para AgroEducación

*En un año de tantos sobresaltos en la economía nacional y en el mercado de granos a nivel internacional, el trigo fue el cereal que no dejó de dar satisfacciones en materia de precios, a pesar de ser el de mayor relación Stock/Consumo a nivel global, y el que siempre se sostiene en bajo nivel de precios, este año, a partir de febrero, tanto el disponible como el futuro enero 2019, que representaba la actual cosecha 18/19, se mantuvieron en valores igual o superiores a U\$S 180/TN.*

Estos valores responden a una activa demanda del sector exportador, que viene creciendo desde 2015, pero además responde a una oferta de dudoso crecimiento a nivel local.





La superficie sembrada con trigo este año supero en 750 mil hectáreas a la siembra del año pasado, y se esperaba un volumen de cosecha que superara 22 millones de toneladas, sin embargo, los precios futuros nunca bajaron de U\$S 180/TN, tocando máximos durante julio y agosto 2018. Además, las ventas forward con entrega diciembre 2018 y enero 2019 alcanzaron volúmenes record respecto a años anteriores, llegando a principios de diciembre con ventas que suman entre la industria y la exportación 8,5 millones de toneladas, volumen que representa el 45% de 19 millones de toneladas, actual proyección de cosecha 18/19, después de haber sido recortada varias veces, en un avance de cosecha que alcanza el 57% de la superficie a cosechar hasta el jueves 13 de diciembre. Sin embargo, las ventas futuras del trigo enero 2019 alcanzan 1,8 millones de toneladas, muy por debajo de las ventas físicas de la mercadería. Esto habla del menor uso de los mercados a término en materia de cubrir valor, respecto a las ventas anticipadas de mercadería.

Las subas que observamos en las últimas dos semanas, se relacionan directamente con los acontecimientos climáticos ocurridos en zonas de gran producción triguera, desde el sudeste de Buenos Aires hasta el Sur de Córdoba y Santa Fe, donde intensas heladas a principios de diciembre amenazan los rendimientos que, en muchos lotes ya están medidos con fuertes bajas de peso, además de caída de granizo y fuertes tormentas en muchas zonas, que en trigos maduros causa gran pérdida de granos.

Desde este lugar de opinión se insiste en la planificación comercial de la mercadería, la que debiera iniciar apenas decidimos sembrar, en general muchos meses antes de la fecha de siembra, y se celebra cuando precios futuros son aprovechados con coberturas en los Mercados a Término y en cierta medida, también son positivas las ventas futuras con compromiso de entrega. Sin embargo, lo ocurrido este año con trigo, donde muchos compromisos de entrega no podrán cumplirse por no disponer de la mercadería, sea en cantidad o calidad pactada, ratifica la importancia de desarrollar criterio en la toma de decisiones, donde los volúmenes futuros a cubrir deben coincidir progresivamente con la certeza de cosecha que va ganando el cultivo durante su desarrollo.

Teniendo en cuenta que hay años más riesgosos que otros en materia climática, donde a último momento puede arruinarse la cosecha, surgen las grandes diferencias entre planificar la comercialización, y reaccionar ante oportunidades de precios altos, haciendo ventas con compromiso de entrega en volúmenes más elevados de lo aconsejable.

Es entonces cuando conocer las herramientas comerciales, es tan importante como conocer la genética de los trigos sembrados, la vulnerabilidad del cultivo y el riesgo clima. Cubrir precios con futuros en el Mercado a Término, permite asegurar un valor, y obtener diferencias de precios en caso de bajas al momento de la cosecha y/o del vencimiento del contrato, a diferencia de las ventas forward, que comprometen con entrega de la mercadería, a veces con condiciones de calidad. Estas diferencias parecen ser muy conocidas por todos, sin embargo, en la práctica, no son tan tenidas en cuenta a la hora de tomar decisiones comerciales.

Conclusiones: Este es un buen año para aprender de la experiencia, para reconocer las ventajas de planificar la comercialización de granos, y la utilidad de las herramientas de los Mercados a Término en esta planificación.

Quedarnos en la queja de un año malo o de la mala suerte, nos limita en nuestro desarrollo personal y empresarial. Aprovechemos este cierre de año para evaluar las decisiones tomadas, y abrir el abanico de alternativas vigentes en el mercado de granos, para dar un salto hacia la mejora en la planificación de nuestra comercialización.

Ing. Agr. Marianela De Emilio | Docente de Agroeducación

Fuente: Agroeducación