



 **cultivar** *decisiones*
CONOCIMIENTO AGROPECUARIO

nº 34 – 30 de julio de 2014

El impacto de las estrategias comerciales sobre el precio logrado

Si bien el objetivo de la cobertura de precios es reducir el riesgo de mercado, cabe preguntarse si siempre se logra ese resultado. Datos reales muestran que estrategias comerciales bien implementadas pueden lograr su objetivo de reducir la variabilidad y alcanzar un precio más estable. Pero el efecto de las coberturas de precios de una campaña a otra puede ser muy diferente y el precio logrado no necesariamente estará siempre por encima del precio disponible en cosecha. También puede haber diferencias entre granos.



El impacto de las estrategias comerciales sobre el precio logrado

Por: Ing. Agr. M.S. Ariadna Berger

Palabras clave: Estrategias comerciales, precios (trigo, maíz y soja), precio logrado, precio planificado

Las estrategias de cobertura de precios (ventas a precio fijado, futuros, opciones, derivados, etc.) se mencionan frecuentemente dentro del grupo de estrategias a disposición del productor agropecuario para mitigar el riesgo de su negocio. Sin embargo, si bien el objetivo de la cobertura de precios es efectivamente reducir el riesgo de mercado, cabe preguntarse si siempre se logra ese resultado.

Como en muchos otros aspectos de la empresa, podemos encontrar innumerables situaciones diferentes. Habrá políticas de cobertura de precios bien diseñadas e implementadas que cumplen con el objetivo de reducir el riesgo precio, y otras que no lo hacen. Y, más allá de la estrategia usada, habrá años que acompañan y otros en los que eventos totalmente impredecibles dificultan alcanzar el objetivo buscado.

En este trabajo presentamos los resultados a lo largo del tiempo de las estrategias comerciales de una empresa que siembra 50.000 hectáreas en la región pampeana. Lo que se busca es ver el impacto de las estrategias de cobertura de precios sobre el precio logrado. Por supuesto, al ser un estudio de caso, el análisis tiene algunas limitaciones y no puede ser extrapolado a cualquier empresa: los resultados dependen del tipo de estrategia implementada, que varía de una empresa a otra.

Los datos

Se recopilaron los precios logrados de trigo, maíz y soja de diez campañas (período 2002/03 a 2011/12). El precio logrado es el precio promedio (ponderado por volumen) de las toneladas cosechadas en cada campaña y se calcula promediando ventas que se extienden desde antes de la cosecha hasta cerca de la cosecha anterior. Esta empresa implementa

como estrategias la venta escalonada a precio disponible y ventas a precio fijado por adelantado. El criterio para decidir las ventas es una combinación de necesidades financieras y de detección de oportunidades cuando el precio de venta está por encima de un precio objetivo que permite una determinada ganancia.

Precios logrados versus precios disponible

Para cada campaña, los precios logrados se compararon con los precios disponibles en cosecha (diciembre para trigo, abril para maíz y mayo para soja). En promedio, el precio logrado de trigo y maíz estuvo un 8-9% por encima del precio disponible, mientras que el de soja estuvo un 3% por debajo¹.

En la tabla 1 se resumen las diferencias promedio, mínima y máxima. Se puede ver que, más allá del valor promedio que indica una tendencia, puede haber mucha variabilidad. En un determinado año el precio logrado para soja, por ejemplo, puede quedar un 25% por debajo del precio en cosecha, mientras que en otro puede quedar un 11% por encima.

Tabla 1: Diferencia entre el precio logrado y el precio disponible en cosecha

	Promedio	Mínimo	Máximo
Trigo	9%	-14%	60%
Maíz	8%	-24%	43%
Soja	-3%	-25%	11%

Valores positivos indican que el precio logrado estuvo por encima del precio disponible

La figura 1 grafica el precio logrado y el precio disponible de cada campaña a lo largo del período analizado. En los gráficos de trigo y maíz es fácil ver que la variabilidad del precio logra-

¹ Todos los precios fueron corregidos por inflación a enero 2014.



do (entendida como el rango total en el que se movieron los precios) es menor que la del precio disponible. Es decir, la línea azul de precio logrado en las ventas tiene un menor efecto “serrucho” que la línea roja. En soja, en cambio, la variabilidad total es muy parecida.

La menor variabilidad alcanzada en el precio de algunos granos es otro logro positivo de las estrategias comerciales. La tabla 2 resume la media y el desvío de los precios, concordando con lo que se ve en la figura 1: el desvío y el coeficiente de variación de los precios logrados de trigo y maíz son menores que el desvío y el coeficiente de variación de los precios disponibles, mientras que en soja no se observa una diferencia significativa.

Tabla 2: Media, desvío y coeficiente de variación del precio logrado y del precio disponible

	Precio logrado			Precio disponible		
	Media	Desvío	CV	Media	Desvío	CV
Trigo	157.5	17.4	11%	149.2	30.6	20%
Maíz	131.2	25.5	19%	126.2	35.5	28%
Soja	250.0	54.1	22%	261.2	55.4	21%

Valores expresados en US\$/ton de 2014

Precio logrado versus precio planificado

El precio logrado se comparó también con el precio planificado (precio del mercado a término para el mes de cosecha en mayo de cada año, en plena época de planeamiento) (ver tabla 3).

Tabla 3: Diferencia entre el precio logrado y el precio planificado

	Promedio	Mínimo	Máximo
Trigo	8%	-24%	39%
Maíz	10%	-15%	34%
Soja	8%	-3%	24%

Valores positivos indican que el precio logrado estuvo por encima del precio planificado

En este caso, el precio logrado estuvo un 8-10% por encima del precio planificado para los tres granos. El resto de las conclusiones son

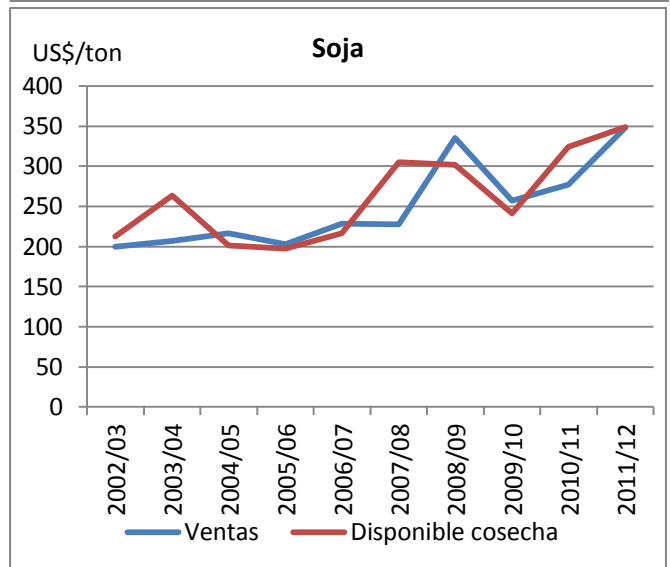
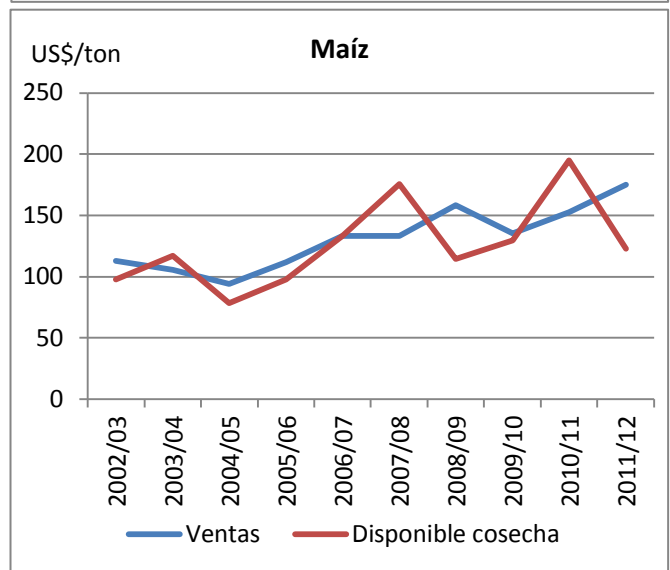
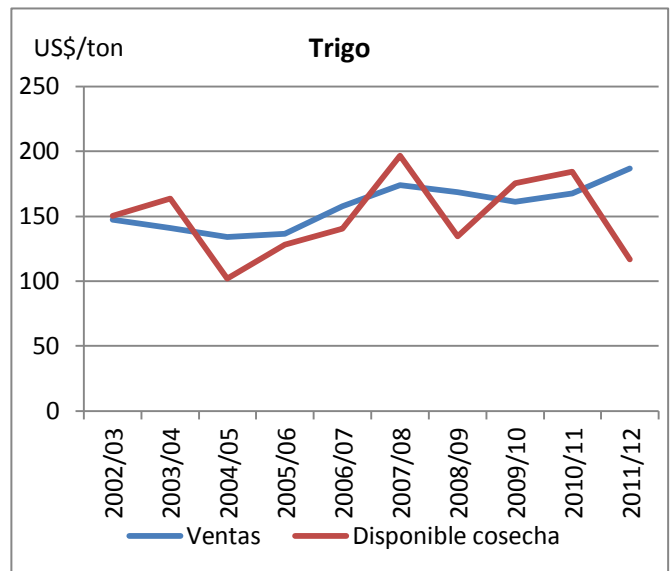


Figura 1: Precio logrado (línea azul) y precio del mes de cosecha (línea roja) (US\$/ton)



parecidas a la comparación entre precio logrado y precio disponible: las diferencias no son siempre a favor del precio logrado, que puede estar por debajo del precio planificado, y el rango de dispersión de las diferencias fue mayor para trigo y maíz que para soja.

Conclusiones

Resumiendo, los datos del caso analizado muestran que, al comparar precios logrados y precios disponibles en cosecha, estrategias comerciales bien implementadas pueden lograr su objetivo de reducir la variabilidad y alcanzar un precio más estable. Sin embargo, a pesar de la menor variabilidad promedio, el efecto de las coberturas de precios de una campaña a otra puede ser muy diferente y el precio logrado no necesariamente estará siempre por encima del precio disponible en cosecha. También puede haber diferencias entre granos.

Por otra parte, al comparar el precio logrado con el precio planificado, se observa que el precio logrado se ubica en promedio un poco por encima del precio planificado para todos los granos, también con cierta variabilidad. Es decir que, cuando se proyecta implementar estrategias comerciales, en el momento del planeamiento puede ser lícito tomar algunas decisiones apuntando a un precio levemente superior al del mercado a término, aunque teniendo presente que no siempre será así. En términos probabilísticos, la mayoría de las veces (no todas) el precio logrado será mayor al presupuestado.

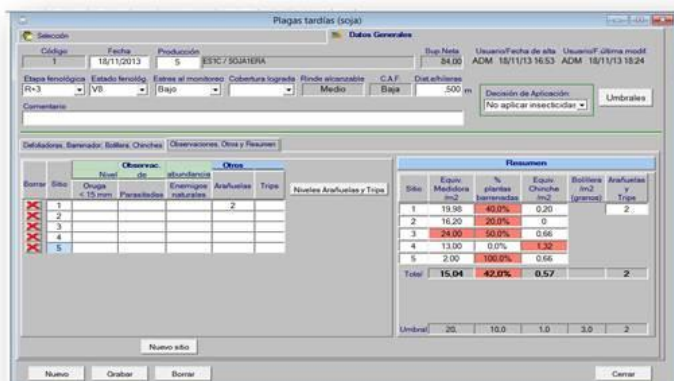
Para obtener conclusiones propias, este mismo análisis puede realizarse en cada empresa. Para ello sólo hay que recopilar los precios logrados por campaña y compararlos con los precios del mes de cosecha y del planeamiento. De esta manera, será posible contar con resultados que reflejan las políticas comerciales de cada empresa.



Sistema de Gestión Técnica SGT-Cultivar

SGT-Cultivar es un excelente aliado en la gestión técnica operativa de la empresa

- ✓ SGT Cultivar está apoyado en **normas y protocolos técnicos** que mejoran la eficiencia de procesos productivos y de la toma de decisiones.
- ✓ Facilita la **planificación y programación** de la campaña según protocolos por cultivos.
- ✓ Emite **órdenes de trabajo** y **calcula necesidad de insumos**.
- ✓ Registra información de cada etapa del cultivo con **alertas en tiempo real según umbrales** (ej. Implantación, enfermedades, plagas).
- ✓ Calcula **margen bruto** y **stock de insumos**.
- ✓ Genera **Tableros de Control** a nivel de empresa, zona, campo y lote de información técnica, administrativa y margen bruto.



Se implementa completo o en módulos individuales:

- Plan de siembra y nutrición
- Labores y stock de insumos
- Calidad de siembra e implantación
- Enfermedades
- Plagas
- Estimación de rinde
- Administración y Margen Bruto

www.cultivaragro.com.ar, rballve@cultivaragro.com.ar