



Se apaga el Mercado climático Norteamericano... Momento de ajustar relojes comerciales 17/18

Por **Hernán Fernández Martínez**

Durante los últimos dos meses mucho hemos comentado, charlado y leído sobre lo que sucedía durante los períodos críticos del Maíz y la Soja de la campaña 2017 en Estados Unidos.

Chimentos que iban y venían, como todos los años en esta época, sobre los problemas climáticos que afectarían los cultivos de Maíz y Soja en el país del Norte. Llegó primero el esperado informe mensual del USDA de Agosto, con expectativas alcistas que condimentaron los días previos al reporte. Y había razones fundadas para esto, sucedía que los reportes de Estado de cultivos no reportaban nada espectacularmente bueno al tiempo que aparecían en los mapas de los estados de Minnesota, Iowa e Illinois faltas de humedad crecientes semana a semana, que llegaron a mostrar Sequías severas en algunas zonas. Y vale recordar que estos estados representan, en suma, cerca del 40% de las producciones norteamericanas de Maíz y de Soja.

Como suele suceder, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos, sorprendió a nuestro mundo de los Granos con los números de este esperado reporte; y lejos de reducir los rendimientos estimados, frente al mes anterior, los elevó en el caso de la Soja, generando una estimación de producción, que sería o será la más grande de la historia. A partir de ese día volvimos a escuchar aquellas usuales frases tan arraigadas en nuestro sentimiento eternamente optimista; "...el USDA miente...van a corregir en Septiembre...no puede ser...esto levanta en cualquier momento...".

El calendario siguió perdiendo hojas y llegó el reporte del USDA de Septiembre, el cual para ser breves, lejos de corregir, volvió a elevar los rendimientos estimados ahora hasta los 3.360 kgs/ha en Soja y 10.660 kgs/ha en Maíz. Y allí nos encontramos hoy con producciones estimadas para el País del Norte de 120,55 y 360,65 millones de toneladas en Soja y Maíz respectivamente, ya instaladas en las Percepciones de Precios.

Pero Aunque parezca mentira, a pesar de estar metidos de lleno en la cosecha de tamañas producciones norteamericanas, los ojos ya se posaron sobre Sudamérica, donde sabemos que se empieza a jugar el segundo tiempo del Calendario Granario. Y ya se empieza a discutir en los ámbitos de negocios de granos en el Mundo, cuál será la afectación de la superficie sembrada en Argentina a partir de los excesos de Agua en algunas zonas de algunas provincias muy importantes para la Producción.

Con esta Introducción queremos concluir, una vez más que al ser tan fenomenalmente grande el volumen operado por la Especulación en nuestro mundo de los Granos, debemos asumir que vivimos “Bailando al ritmo de las Percepciones” sobre lo que vendrá y lo que efectivamente sucede, al final del día suele quedar en segundo plano.

Ahora bien, si nuestro negocio tienen que ver con capturar Márgenes comprando o; produciendo y vendiendo mercadería física y NO con especulación, no podemos transformarnos en “Comentaristas de la curva de precios” sino que deberíamos trabajar muy profesionalmente sobre la “Gestión Comercial” de nuestras empresas. Y esto es mucho más simple de lo que suena, no es ni más ni menos que conocer claramente Cuál es Nuestro Precio Objetivo, a partir de tener claro cuál es nuestra Rentabilidad Objetivo. Un kiosquero de cualquiera de nuestros pueblos tiene muy claro cuánto quiere ganar por cada alfajor vendido y a partir de allí pone el precio de Venta, mientras nosotros solemos “enterrar” en el orden de U\$D320/ha en Soja o U\$D 550/ha en Maíz, y en la Mayoría de los casos NO tenemos claro cuál es el Objetivo de Resultado, real y concretamente planteado, ni cuál es el Precio que, al rendimiento presupuestado, me permite obtener dicho objetivo de renta. En este sentido es que queremos, a través de este breve mensaje, subrayar que nos encontramos en el momento ideal y apropiado para “AJUSTAR LOS RELOJES DE NUESTRO TABLERO COMERCIAL 17/18 PARA TODOS NUESTROS PRODUCTOS”, esto es calcular y EXPLICITAR x ESCRITO, qué Precio nos sirve para alcanzar el Objetivo de rentabilidad buscado 17/18. Créannos que se hace bastante más fácil tomar decisiones comerciales durante la campaña cuando al principio de la misma calculé y anoté cuales son mis precios buscados. Al tiempo que sugerimos, también en esta época, armar el Cronograma Comercial, esto es dejar planteado por escrito y de manera simple y concreta, qué % de cobertura de Precio y en cada producto quiero alcanzar en momentos clave de la campaña. Por ejemplo, al final de la siembra, y a la Cosecha. Y esto se suele armar, tomando como punto de partida el Flujo de Fondos de la Empresa que, dicho en criollo, no es otra cosa que conocer los momentos y montos de grandes Ingresos y Egresos durante la campaña que comienza.

Finalmente si dejamos planteado, al menos en una hoja de papel, Precios Objetivo por Producto y niveles de Cobertura deseados en momentos clave, en línea con nuestro Flujo de Fondos habremos dado un enorme primer paso en la profesionalización de nuestra Gestión Comercial y habremos salido de la Arena de los chimentos comerciales y lo que es más Importante, EVITAREMOS QUE NOS ALCANCEN LOS MOMENTOS DE GRANDES VENCIMIENTOS TENIENDO QUE SALIR A COMPRAR PLATA CON GRANOS...”

Ing . Hernán Fernández Martínez

Consultor y Asesor independiente