



Aún resta vender más del 25% de la cosecha de soja

Pablo Pochettino, INTAGRO
Especial para AgroEducación

La quita gradual de retenciones, la expectativa de devaluación, y el tradicional uso del grano como reserva de valor son los principales motivos por los cuales el productor argentino aún retiene 15,1 millones de toneladas de soja de la última cosecha.

El avance en la compra de soja por parte de los exportadores e industrias solo comprende el 73,9% de las 57,8 millones de toneladas producidas en la última campaña, ubicándose muy por debajo de los 86,6% promedio que se registraron a igual altura de los últimos diez ciclos comerciales y cuatro puntos porcentuales menos que el 77,9% de la campaña anterior.

Con 15,1 millones de toneladas de la última cosecha sin vender y una proyección de producción de 57,0 para la campaña en transcurso, la oferta total para el próximo ciclo comercial se ubicaría en un record histórico de 72,1 millones de toneladas.

El lento avance en las ventas de soja tuvo su efecto contrario en la comercialización de maíz y trigo que permitieron que el productor pueda retener el poroto agilizando la comercialización de los demás productos.

Si bien en lo relativo las ventas de la última cosecha de maíz se encuentran por debajo del promedio de las últimas diez campañas, con 30,5 millones de toneladas ya comercializadas, las ventas suman 9,9 millones más que el promedio de los últimos diez ciclos comerciales. En cuanto al trigo, ya se comercializaron 7,7 millones de toneladas que representan el 44,3% de las 17,5 proyectadas para la campaña en curso y el 58,4% de las 13,3 que ya se lograron recolectar.

Queda mucha soja por vender y probablemente pocas oportunidades para aprovechar en el corto plazo. Si bien Argentina podría presentar algún problema de producción, en la hoja de

balance mundial Brasil lograría compensar las pérdidas de Argentina y el contexto de grandes inventarios no sufriría cambios. Hay que estar atentos a las oportunidades que pueda ofrecer el mercado climático sudamericano para poder dinamizar la comercialización.

Fuente: Agroeducación