



El trigo: resumen y desafíos para la campaña 2023/24

03/05/2023

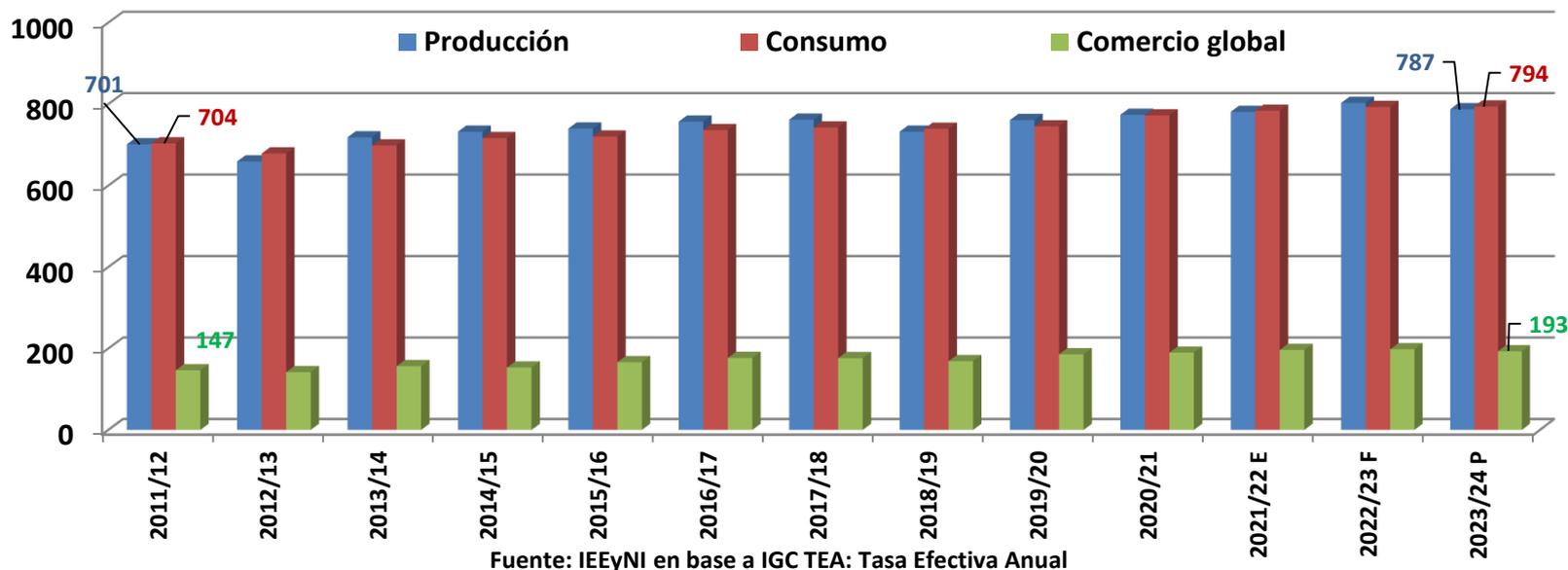
Los números del trigo

- En la campaña 2022/23 el área sembrada alcanzó 5,1 millones de ha, un millón de ha menos que la campaña anterior.
- Se produjeron 11,6 millones de ton, una caída del 48% respecto de la campaña pasada.
- Este volumen de producción representa un valor bruto generado por U\$S 3.870 millones. (FOB a cosecha: U\$S332/ton)
- La proyección de la campaña 2023/24, que arranca en estos días, no esta clara por la falta de agua y de señales de mercado.
- En 2022 las exportaciones de trigo representaron el 8,5% del total de las toneladas comercializadas en el mercado global.
- En el mismo año el 5,3% del total de las exportaciones argentinas son del complejo del trigo, generando U\$S 4.312 millones por exportaciones de trigo y U\$S 199 millones en harina de trigo.



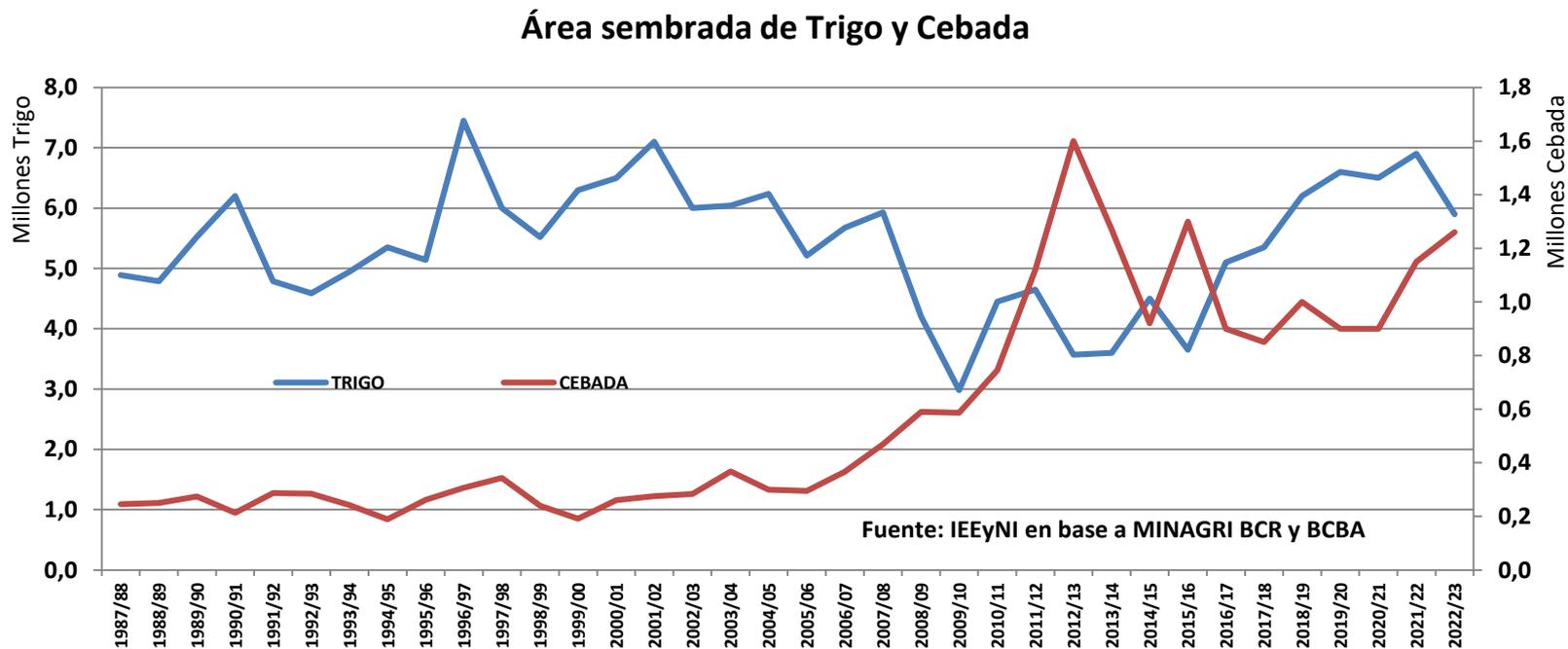
EL COMERCIO GLOBAL SIGUE CRECIENDO, PASO DEL 20,8% al 24,3% DE LA DEMANDA GLOBAL

Oferta y demanda mundial (millones de ton)



La producción crece al 1%, igual que el consumo global mientras que el comercio global lo hace a una TEA del 2,3%

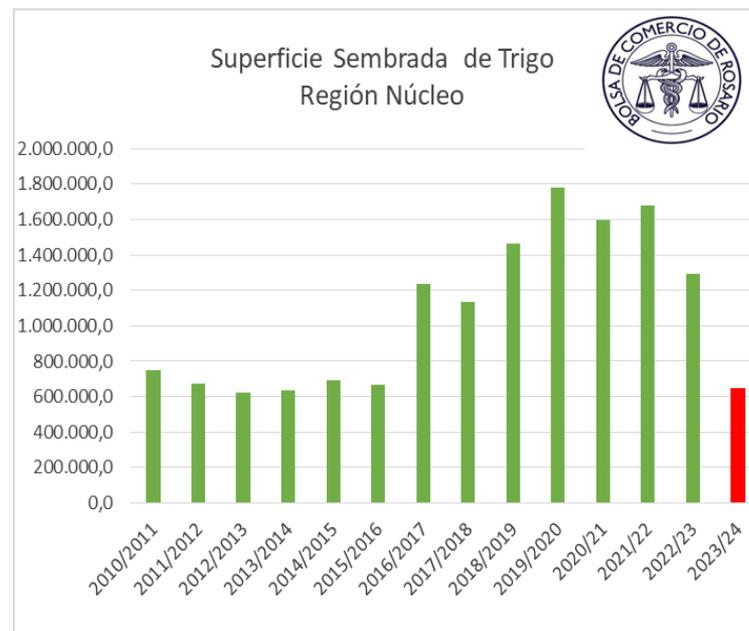
Luego de 5 campañas en que se observó un aumento el área sembrada, en 2022/23 cayó 1 MM de ha (-14%)
Además el área cosechada cayó 900 mil ha



La caída del área fue en parte fue por la sequía, pero también por la migración hacia otros cultivos con mejores condiciones de mercados. Se sumaron 100 mil ha para expandir cebada

¿Qué podemos esperar del área de siembra para la campaña 2023/24?

- Al momento de este informe, la proyección de siembra es incierta por la falta de agua en las principales zonas productoras.
- Estamos frente al escenario más seco de siembra de los últimos 15 años en la región núcleo. (BCR)
- La BCR estima que de persistir esta situación de baja humedad en los suelos **en la zona núcleo** (20% del total nacional), el área estimada de siembra puede caer un 50%.
- Las agronomías manifiestan pocas consultas.
- El mercado del trigo esta paralizado a causa de las regulaciones que se han instrumentado en el mercado.
- En el mercado de Rosario el trigo en los 87 días de mercado, desde comienzo de año, sólo tuvo cotización en 12 oportunidades.



La producción cayó 48% de año a año.

Provincia	2021/22	2022/23	Variación
Buenos Aires	9,43	5,6	-41%
Córdoba	4,13	0,83	-80%
Santa Fe	5,02	2,2	-56%
Entre Ríos	1,86	1,85	-1%
La Pampa	0,86	0,47	-45%
Demás Provincias	0,8	0,52	-35%
Total	22,1	11,6	-48%

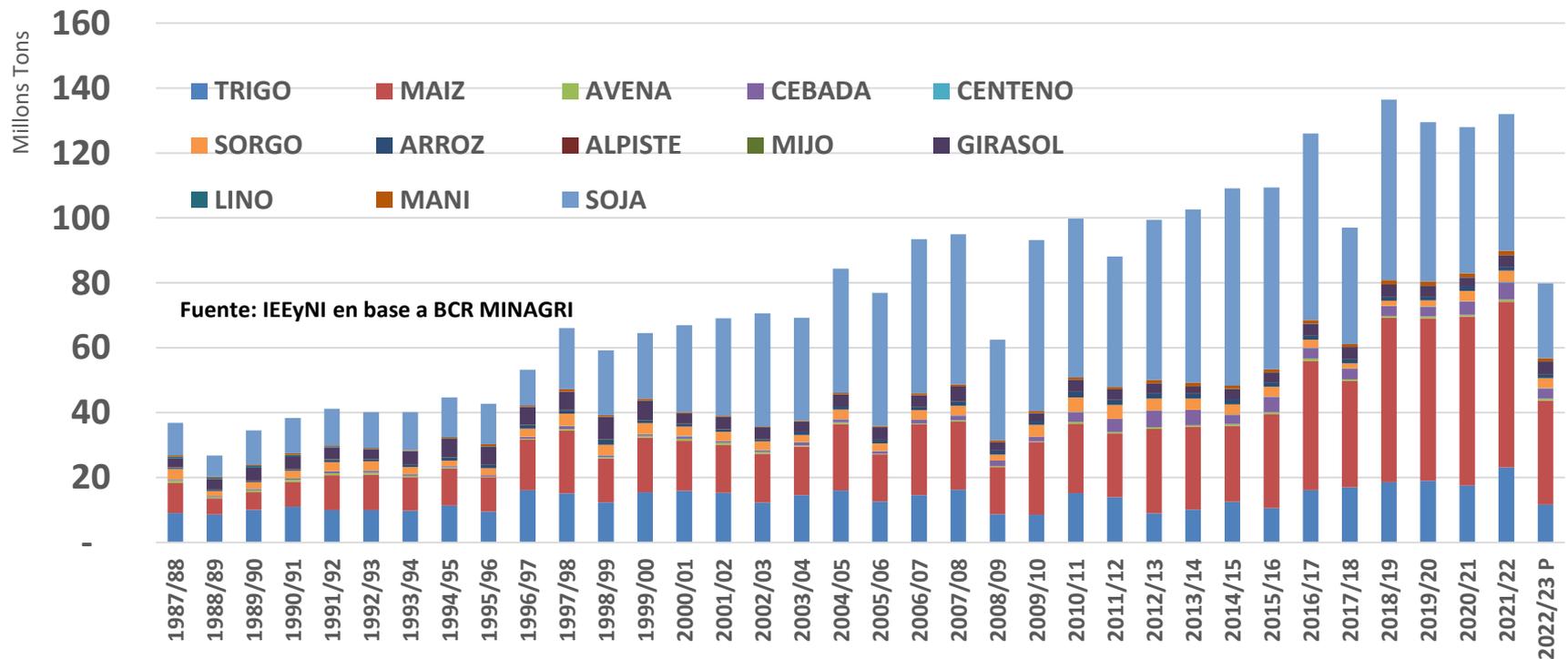
Fuente: IEEyNI en base a BCR.

Córdoba y Santa Fe fueron las provincias más afectadas



El trigo sigue siendo el 3er cultivo en volumen con 11,6 mm de ton

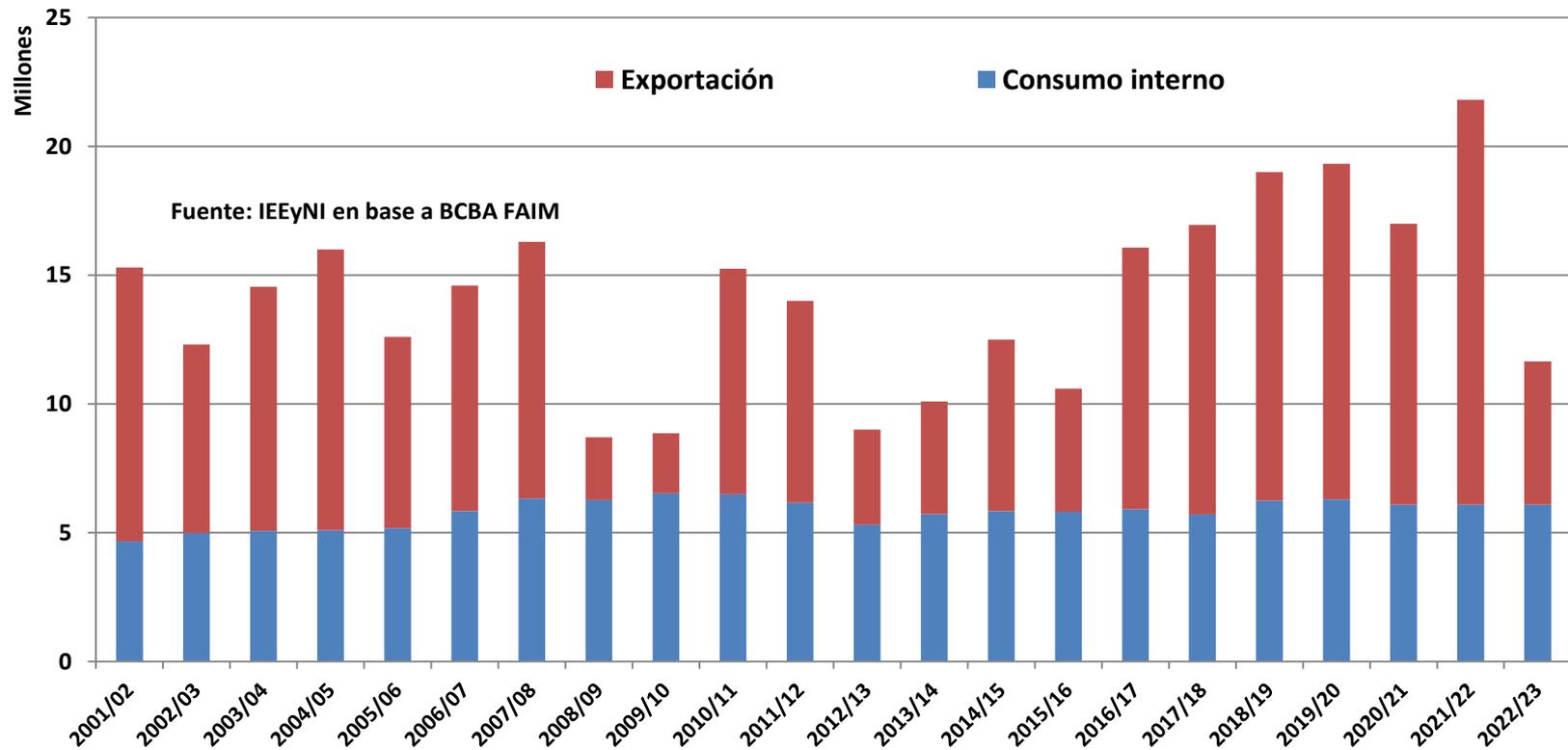
Producción de Cereales y Oleaginosos
-en millones de ton-



Por la sequía y la menor área sembrada en 2022/23 la producción de trigo fue la más baja de los últimos 7 años



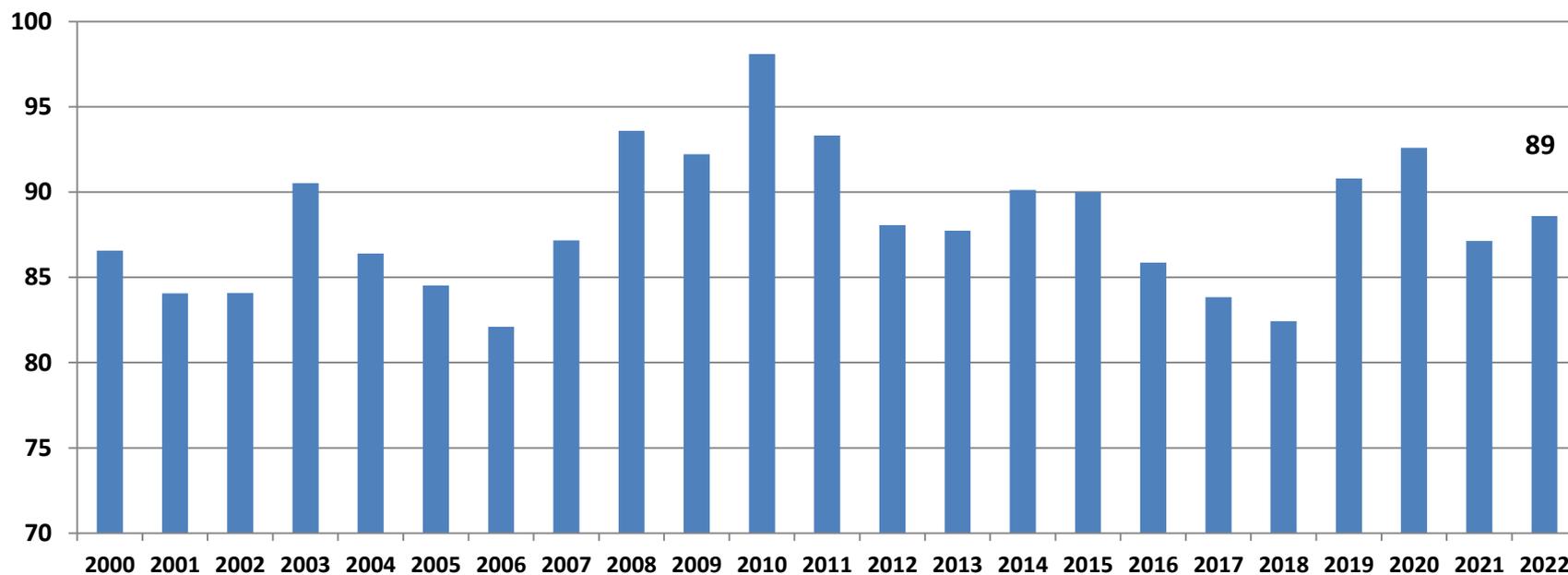
Destino del trigo argentino: en 2022/23 el 48% se exportó y el 52% fue para abastecer al mercado local



Se observa que a lo largo de la última década la molinería ha tenido un comportamiento estable de su demanda

La demanda local de harina de trigo viene recuperando nivel

**Evolución del consumo de harina de trigo
-En kilos habitante año-**



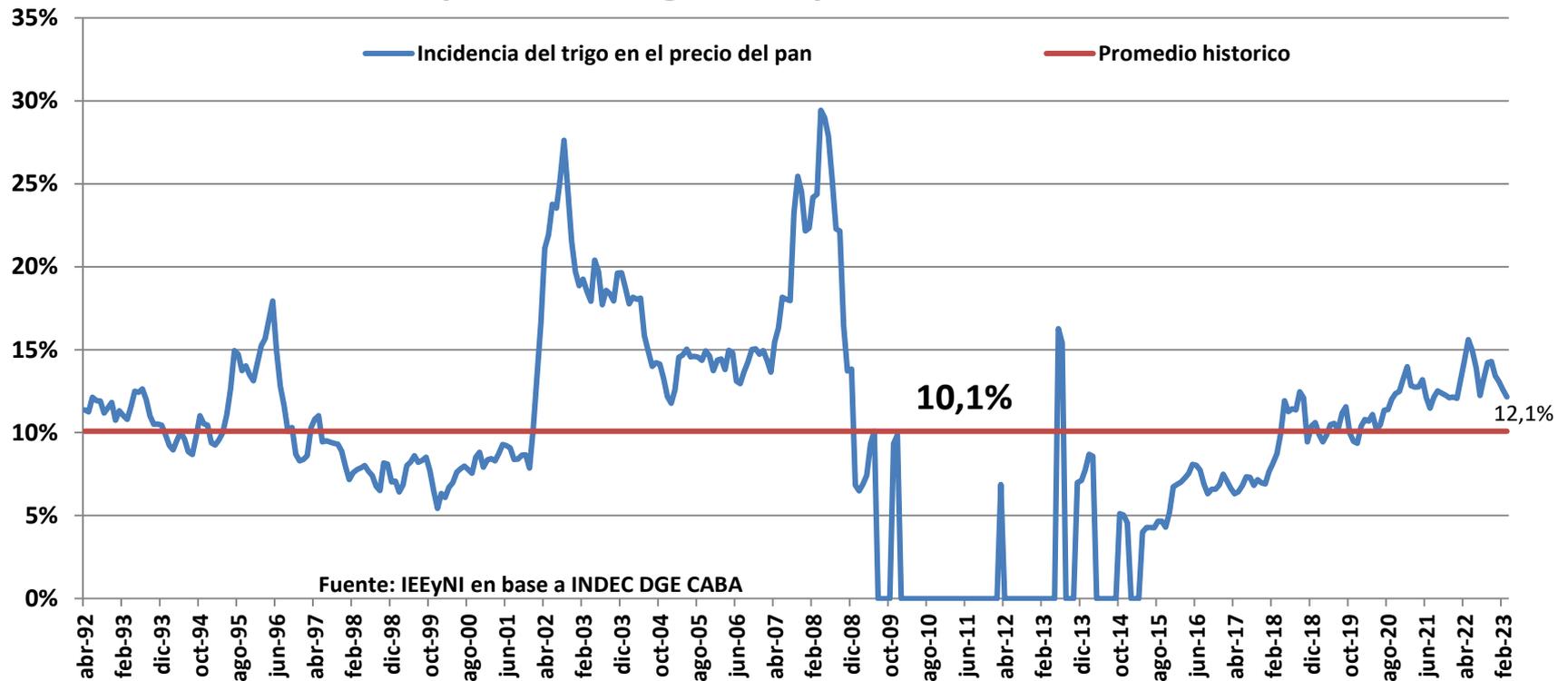
Fuente: IEEyNI en base a FAIM

En 2022 alcanzó los 89 kilos por habitante año



La incidencia del trigo en el precio del pan al consumidor ronda 12,1%

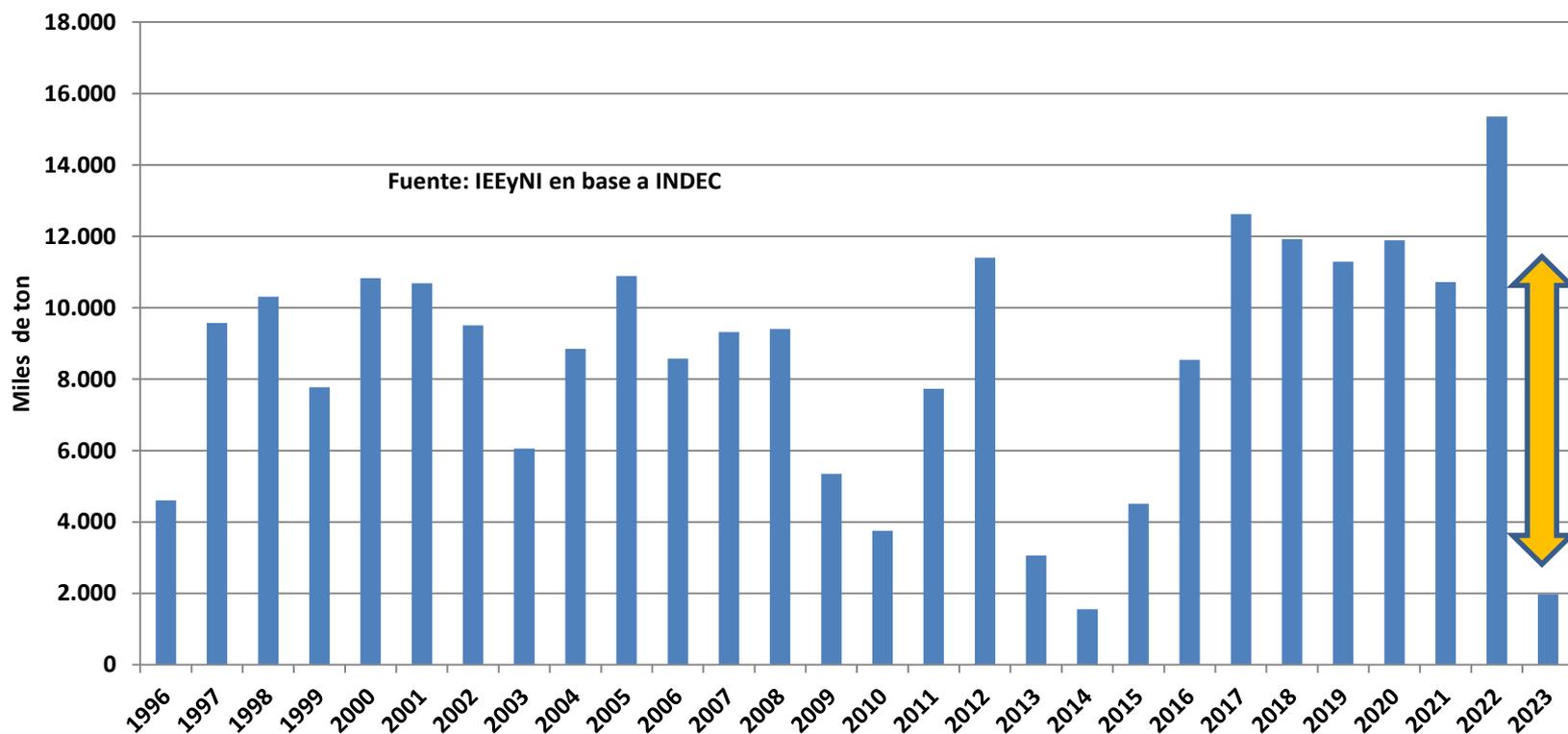
Impacto del trigo en el pan al consumidor



El promedio de la incidencia de los últimos 31 años fue 10,1%



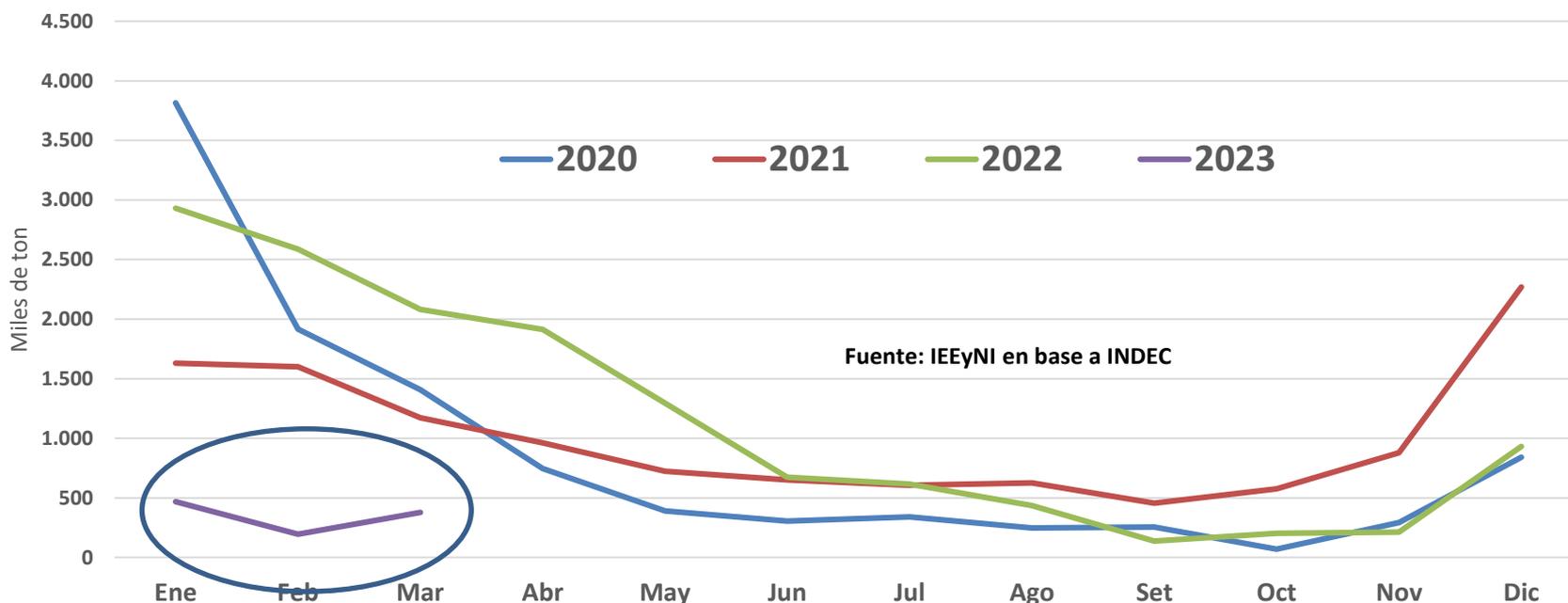
Las exportaciones de trigo



Las exportaciones cayeron hasta marzo de 2023 a 2 MM ton, se estima que esta campaña se exportarán 4,2 MM ton.

Exportaciones mensuales: marcada desaceleración para el primer trimestre de 2023

Evolución mensual de las exportaciones de Trigo
-En miles de ton-

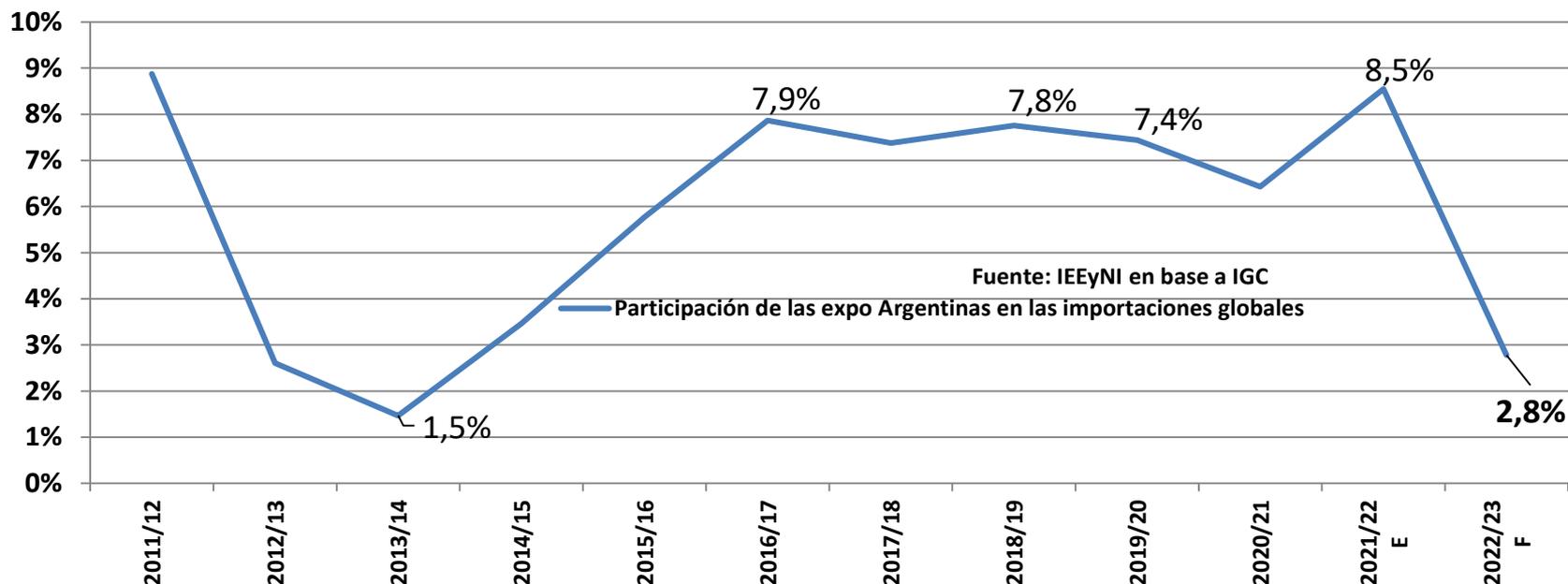


Las exportaciones cayeron hasta marzo de 2023 a 2 MM ton, se estima que esta campaña se exportarán 4,2 MM ton.



Argentina luego de 6 campañas cae a menos de la mitad su participación en el comercio global

Participación de las exportaciones Argentinas en las importaciones globales

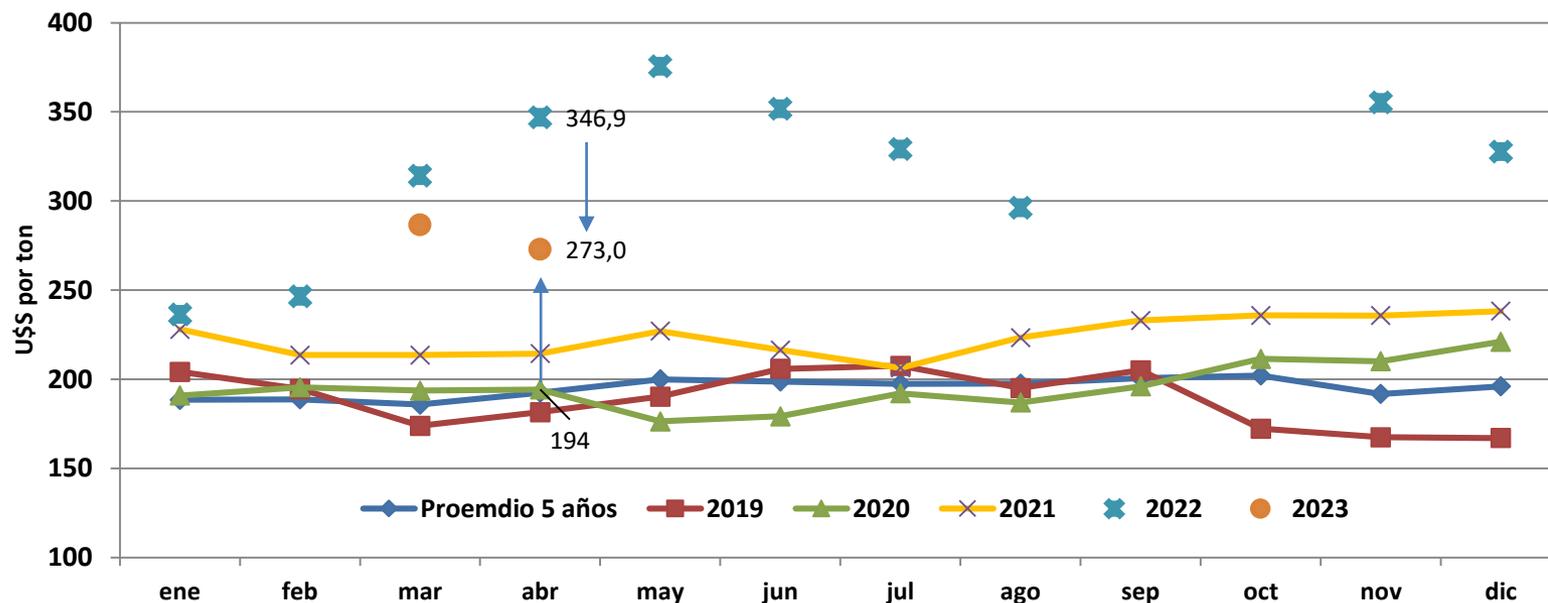


En 2022 alcanzamos el 8,5% del comercio global, en la presente campaña, por la caída de la producción pasaremos al 2,8%



El precio disponible es un 21% mas bajo a un año atrás aunque 40% superior al promedio de los últimos 5 años

Trigo: Disponible U\$S Rosario
(Promedios mensuales U\$S/ton)



Fuente: IEEyNI en base a BCR BCBA MINAGRI

Se observa desde septiembre de 2022 un débil reflejo de las señales de precios (Sep-oct 2022 y Ene-Feb 2023)



Balance 2023/24

(escenario climático normalizado)

Concepto	2022/23	2023/24 E
Saldo inicial	1,20	1,15
Producción P	11,60	19,00
Consumo Molienda	6,50	6,50
Semilla y otros	0,90	0,90
Exportación P	4,25	11,55
Saldo final	1,15	1,20

Fuente: IEEyNI en base a MINAGRI
P: Proyectado



Eliminar DEX trigo para la campaña 2023/24 no tiene costo fiscal

Estimación del trigo que ya pago DEX (MM Ton)		Costo Fiscal eliminar DEX (MM U\$S)	
DJVE 2022/23	8,8	Ingreso por DEX 2023/24 (A)	254
Exportaciones 2022/23	4,30	Impacto en Ganancias (B)	239
DJVE Prorrogadas	4,50	Costo fiscal eliminar DEX (A-B)	14
Expo 2023/24 P	11,6		
Ton con DEX	4,5		
Ton sin DEX	7,1		
% de DEX ya pagados	39%		

Si le sumamos la estimación del aumento de la base imponible sobre el resto de los impuestos y de las actividades de la cadena, la estimación muestra que aumenta la recaudación.

Fuente: IEEyNI en base a MINAGRI
P: Proyecto



RESUMEN

- El comercio mundial de trigo viene creciendo casi al doble que lo que avanza la producción global, explicitando la favorable perspectiva que presenta el negocio del trigo a escala internacional, para los países exportadores.
- La campaña pasada el área sembrada cayó un millón de hectáreas, por causa de la sequia, pero también por que en algunas zonas se optó por la cebada y otros cultivos por la falta de señales en el mercado de trigo, al momento de la decisión de siembra de la campaña 2022/23.
- Se cosecharon 11,6 MM ton, un 48% menor a la campaña anterior. El volumen fue el más bajo de los últimos 7 años. En Córdoba la caída alcanzo el 80%.
- Hasta la campaña pasada, las exportaciones de trigo habían aumentado, alcanzando el 8,5% del comercio global, exportamos a 33 destinos con una canasta de países mas diversificada.
- En 2022 la molienda procesó 6,1 MM ton con las que se produjeron 4,6 MM ton de harina, de las cuales 4,2 MM ton se fueron al consumo de harina local y se exportaron 426 mil ton. Se consumieron 89 kilos de harina por habitante.



RESUMEN

- El precios del trigo al productor: en abril 2023 si bien es un 20% más bajo que hace un año, sigue estando un 40% más alto que el promedio de los 5 años.
- En la campaña pasada se establecieron límites a las exportaciones, por 10 millones de ton, también el gobierno sugirió a los exportadores adelantar las Declaraciones Juradas de Ventas al Exterior (DJVE) y anticipar el ingreso de los derechos de exportación, antes que se concrete el negocio.
- Frente a la fuerte caída de la producción, la SAGyP instrumentó la Res 114/2022. Esta terminó desinflando el mercado del trigo en plena cosecha, al permitir postergar las fechas de embarque de las DJVE hasta la siguiente campaña, impidiendo que el productor capte por mejor precio lo que le quitó el clima. (desde septiembre de 2022 se observa una fuerte caída de señales de precios en los mercados disponibles).
- Se presentaron DJVE por 8,8 millones de toneladas y se compraron 4,3 MM (hecho y fijado). Esto implica que hay 4,5 MM de ton con DJVE postergadas (DEX ya pagado el año pasado)
- La proyección de la campaña 2023/24, que arranca en estos días, no esta clara por la falta de agua en las principales zonas productoras y la falta de señales claras en el funcionamiento de los mercados.



PUNTOS SALIENTES

- Necesitamos mantener nuestras ventajas comparativas y poder contar con un producto competitivo en el mercado. (Brasil ya esta exportando trigo)
- Son claves las señales que el gobierno emita, orientándolas hacia el normal funcionamiento de los mercados:
 - Tipo de cambio unificado,
 - Eliminar los DEX (para la campaña 2023/24 no tiene costo fiscal)
 - Eliminar los límites cuantitativos,
 - Eliminar fideicomisos que establecen transferencias entre eslabones
- Es necesario desarrollar el uso de los mercados a términos tanto para los productores como para la molineros.
- Garantizar la competencia entre los distintos actores del mercado durante todo el año, es lo que permite el normal funcionamiento del mercado a lo largo del año. Seguir diversificando los destinos de exportación, permite achicar el riesgo de mercado.



PUNTOS SALIENTES

- Para mantener un nivel de exportaciones relevante durante todo el año, es de vital importancia el mercado Brasileiro, al que se remitieron en 2022, 4,3 MM de ton (22% menos que en 2021). Brasil es nuestro mercado regional por excelencia, es necesario tener dialogo fluido para potenciar el comercio.
- El mercado sigue descontando una posible presencia adventicia del evento HB4, hasta tanto sea aceptado en forma generalizada por las empresas demandantes y los consumidores.
- El valor agregado en el trigo comienza en el grano: la diversidad de ambientes que tiene el área triguera en Argentina permitiría aumentar la producción y exportar de manera regular; con alta calidad; con homogeneidad; y consistente con las variedades de trigo que el mercado demanda.
- Trabajar en la identificación y segregación, es un tema que no se puede postergar más, sobre todo, si queremos seguir avanzando en I&D.

