



INFORME DE RENTABILIDAD

CAMPAÑA 2022/23



Grupo Cencerro
PROFESIONALES DEL CAMPO

AFRONTANDO LOS DESAFÍOS CON GESTIÓN

El sector agropecuario no es una actividad económica más en Argentina. No es solamente el principal generador de divisas del país ni el mayor exportador. Los que formamos parte de él sabemos que hay mucho más que economía y producción. Hay pasión, familia, historia y tradición. Hay un sentimiento de pertenencia y amor por lo nuestro. Es ese sentimiento el que impulsa a **Grupo Cencerro** a aportar todo nuestro conocimiento para mejorar el sector.

Queremos que todos nuestros esfuerzos confluyan en **una agroindustria más rentable**, más sustentable y más eficiente para que las empresas perduren en el tiempo. Para eso, entendemos, es necesario un cambio en la forma de gestionar las empresas agropecuarias y nuestro propósito es acompañar a los productores que quieran lograr esa transformación y gestionar sus empresas de manera más profesional y eficiente.

El punto fundamental en toda empresa agropecuaria es tomar la mejor decisión, utilizando información de calidad, en el momento oportuno. Para lograrlo, necesitamos procesar una cantidad enorme de datos, aprovechar la tecnología que avanza a pasos agigantados y las herramientas de gestión disponibles para que



los productores agropecuarios se conviertan en gerentes de sus propias empresas. En **Grupo Cencerro** trabajamos con ese objetivo. Recopilar los datos que surgen de la actividad y analizarlos debería ser el pilar de toda empresa que quiera cuidar su futuro.

Hacer gestión implica trabajar, además, para la gestión. El cambio cultural que el sector viene demostrando se enfila cada vez con mayor entusiasmo hacia ese rumbo. Hoy trabajamos con información que cada empresa registra, sistematiza y audita. Las planillas de siempre, en papel o digitales, y los sistemas de gestión son el soporte para plasmar dichos resultados.

Nuestra organización nació en 2018 y hoy ya gestiona más de 200.000 hectáreas ubicadas

“Recopilar los datos que surgen de la actividad y analizarlos debería ser el pilar de toda empresa que quiere permanecer en el tiempo y crecer”.

en 14 provincias argentinas y en los países vecinos de Uruguay y Paraguay. Hemos trabajado con más de 100 productores agropecuarios y vamos por más. Con ese universo de estudio, elaboramos un reporte y análisis de resultado de la campaña 22/23, muy marcada por el contexto climático.

Juan Ballester.
Director Operativo Grupo Cencerro

¿DÓNDE ESTAMOS?

“Hacemos gestión en más de **200.000 hectáreas** alrededor de Argentina, Uruguay y Paraguay”

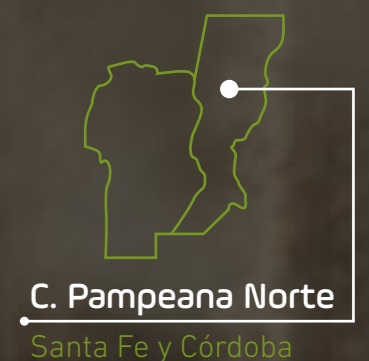
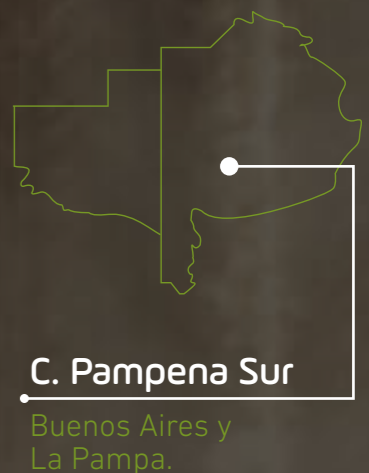


Grupo Cencerro
PROFESIONALES DEL CAMPO

RENTABILIDAD DE CADENAS PRODUCTIVAS

Por: *Grupo Cencerro*

REGIONES ANALIZADAS (*)



% Sobre Capital Total	AGRICULTURA							GANADERÍA			TAMBO	MAQUINARIA	LOGÍSTICA
	Maíz	Soja	Girasol	Trigo	Cebada	Arroz	Maní	Cría	Re-cría	Feedlot	Tambo	Maquinaria	Camiones
NEA	-70%	-44%	—	93%	—	41%	—	5.6%	7%	—	—	5%	18%
Centro Pampeana Sur	54%	-36%	23%	-42%	-8%	—	-25%	7%	9%	8%	9%	0%	
Centro Pampeana Norte	-35%	7%	—	-11%	—	—	—	-9%	6%	5%	31%	-3.2%	

% Sobre Capital Circulante	AGRICULTURA							GANADERÍA			TAMBO	MAQUINARIA	LOGÍSTICA
	Maíz	Soja	Girasol	Trigo	Cebada	Arroz	Maní	Cría	Re-cría	Feedlot	Tambo	Maquinaria	Camiones
NEA	-70%	-44%	—	93%	—	41%	—	28%	7%	—	—	11%	43%
Centro Pampeana Sur	54%	-36%	23%	-42%	-8%	—	-25%	28%	9%	8%	18%	-3.5%	
Centro Pampeana Norte	-35%	7%	—	-11%	—	—	—	-20%	6%	5%	44%	-14.5%	

(*) Las regiones aquí mencionadas son aquellas cuyo registro de datos proviene desde abril de 2022 a Julio del año 2023 de forma ininterrumpida.

Los datos corresponden a empresas agropecuarias donde *Grupo Cencerro* hizo control de gestión en la Campaña 22-23.

CONTEXTO AGRÍCOLA

En términos generales fue una campaña muy compleja. Exceptuando algunas zonas puntuales, la mayoría de las regiones productivas se vieron muy afectadas por la sequía.

Los cultivos han arrojado **rindes muy por debajo** de lo que se venía dando en campañas anteriores donde los números fueron realmente buenos. La realidad marca que las rentabilidades de los productores agrícolas, en su mayoría, han sufrido un golpe en este tiempo.

A principios de la *campaña 22-23* los precios proyectados eran buenos con respecto a los promedios históricos y, al mismo tiempo, los esquemas productivos planteados en cada empresa comprendían una alta inversión. A medida que el tiempo fue pasando y nos fuimos adelantando más en la campaña se comenzó a ver una baja de los precios y condiciones climáticas que no acompañaban.

Trabajamos con empresas situadas en zonas donde se sufrió doble afectación climática provocada por las sequías y la aparición de fuertes heladas tempranas. Por ejemplo, en zonas como el sur de Santa Fe, Córdoba y Centro-Norte de Bs.As., la fina se vio muy afectada por las heladas, lo que provocó pérdidas totales cerca de las fechas de cosecha.

También hubo heladas tempranas en el mes de febrero que afectaron principalmente a los cultivos de soja y maíz.

En una campaña que en la previa y sus inicios brindaba un panorama favorable para los productores, hubo regiones donde las empresas perdieron las dos cosechas. Si hablamos de trigo y maíz, estos dos cultivos tenían una buena relación precio insumo-producto.

Por otra parte, aquellos que tenían soja de la *campaña 21-22* pudieron sacar algún beneficio en los precios a raíz del dólar soja. En su lugar, la que se produjo en la 22-23 trajo consigo muy malos resultados.

La realidad de la última campaña ha generado un contexto donde hay empresas que no han podido siquiera llegar a pagar el costo oportunidad de la tierra de su propio campo y mucho menos los de producción.

Mirando hacia delante y pensando en lo que viene, es clave tener en cuenta que la mala situación climática se ha extendido en algunas zonas y esto puede tener un alto impacto en la fina 23-24.

“Hay empresas que no han podido siquiera llegar a pagar el costo oportunidad de la tierra de su propio campo y mucho menos los de producción”.



CONTEXTO LECHERO

En la 22-23 **el tambo fue uno de los mejores negocios** del sector agropecuario. Es así por los resultados positivos que se vieron en las empresas con las que trabajamos, sobre todo comparándolo con lo que fue la agricultura.

Podemos afirmar que, de las distintas empresas lecheras donde realizamos un seguimiento mensual durante la última campaña, en ningún mes se visualizaron márgenes brutos negativos. Cabe recordar que esto se dió así incluyendo el fuerte impacto que tuvo el dólar soja en los costos de alimentación.

Si hablamos de precios, **el contexto fue bastante favorable**. El valor en dólares se mantuvo por encima de los precios históricos, en esto jugó un rol importante el tipo de cambio oficial retrasado con respecto a la inflación y a la evolución del tipo de cambio paralelo.

Cabe aclarar que contamos con empresas de clientes que tienen diferentes modelos de producción (mayor nivel de suplementación, pastoreo directo o mix entre suplementa-

“Podemos afirmar que: de las distintas empresas lecheras donde realizamos un seguimiento mensual durante la última campaña, en ningún mes se visualizaron márgenes brutos negativos”.

ción y pastoreo) pero sin importar esa condición, todas se encargaron de defender su producción y conseguir **buenos precios**.

Grupo Cencerro ayudó a implementar con los productores una métrica que sirve para comparar el precio percibido y el precio **SIGLeA** (Sistema Integrado de Gestión de la Lechería Argentina) o precio promedio, el cual se forma a través de todos los informes que van brindando las usinas lácteas por las compras de leche.

Es un mercado transparente en el cual las empresas que hacen gestión junto a nosotros han estado entre un 4% y 5% por encima del precio del **SIGLeA**. Eso y un buen nivel de producción les permitió obtener márgenes positivos pese al incremento de costos de alimentación por el mencionado dólar soja y la sequía.

Otra de las diferencias que existe entre las empresas y que hay que tener en cuenta al momento de analizar sus números es la forma en la que se originan los insumos para la alimentación. Trabajamos junto a empresas que los producen para consumo propio y otras que lo compran a terceros. Sin embargo, sin importar la modalidad, la sequía generó aumentos en los costos ya que hubo menos maíz y alfalfa.

Como conclusión, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, esta cadena productiva viene consolidando en las últimas campañas una tendencia de ser un **negocio rentable** para las empresas siempre que se mantengan los parámetros productivos eficientes.

“

EL PUNTO FUNDAMENTAL EN TODA EMPRESA AGROPECUARIA ES TOMAR LA MEJOR DECISIÓN, UTILIZANDO LA MENOR CANTIDAD DE RECURSOS POSIBLES, EN EL MOMENTO JUSTO”.



Grupo Cencerro
PROFESIONALES DEL CAMPO



CONTEXTO GANADERO

En lo que es ganadería de carne, y como en los casos anteriores, el análisis lo hemos realizado en base a los resultados que han obtenido nuestros clientes en esta cadena productiva en distintos puntos geográficos de Argentina.

Como sucedió con la agricultura, la seca ha tenido su grado de influencia en los malos resultados que se han logrado en la ganadería, sobre todo con la cría, donde se vieron algunas bajas en los porcentajes de preñez.

Haciendo una comparación con la *campana 21/22*, el precio en dólares del ternero se

ha derrumbado en el último tiempo. Este resulta un indicador clave para afirmar que no ha sido un buen año para la cría.

La sequía se encargó de dejar a muchas zonas productivas con menores índices de preñez y destete a lo que estábamos acostumbrados e incluso, en algunos lugares, afectó produciendo mortandad de hacienda. En cualquier escenario, se espera una merma en la producción de terneros a destetar en el otoño de 2024.

Pero más allá de la cuestión climática, el mal año para la cría corresponde en mayor porcentaje a la desvalorización ocurrida en la relación *dólar-kilogramos*. Actualmente se encuentra en valores por debajo del promedio de los últimos 10 años. Con la foto al 30 de Junio de este año, se ven pérdidas mayores al 30% en el valor de la hacienda. La pérdida patrimonial es muy importante.

“La situación actual es de precios muy bajos. Es un momento para que aprovechen la oportunidad de adquirir hacienda aquellos que cuentan con los recursos forrajeros necesarios”.

Haciendo doble click en la **actividad ganadera**, debemos analizar los eslabones que le siguen a la cría. Tanto la recría como el engorde, vieron buenos números en los últimos meses. Su relación **compra-venta** mejoró en un contexto de precios bajos para la invernada. La recría a pasto arrojó resultados positivos y mucho menos riesgosos que un planteo agrícola en mismo ambiente. Por su lado, el corral vio algo de luz luego de dos años muy malos; la reciente baja del precio del maíz ayudó a consolidar esto aún más.

Con la **inflación**, y su incremento de manera abrupta, se han dado modificaciones en los costos operativos mensuales, lo que significó un aumento en dólares de los mismos.

La situación actual es de precios muy bajos. Es un momento para que aprovechen la oportunidad de adquirir hacienda aquellos que cuentan con los recursos forrajeros necesarios.

Pensando en lo que viene y utilizando a la gestión, hay que evaluar y realizar proyecciones acerca de cómo influirá en los números del productor la cantidad de terneros no nacidos y que por dicha razón no se los tendrá para faena en los próximos años.

¡HASTA LA PRÓXIMA!

El 2023 viene siendo un año marcado por la **incertidumbre** económica, política, social y nuestro sector agropecuario no es ajeno a esa realidad. Vivimos un momento bisagra y tenemos la obligación de estar a la altura. Esperamos que este reporte haya aportado claridad al resultado de los principales agronegocios durante la campaña 22-23.

Como hemos visto, la campaña ha estado marcada por la falta de rentabilidad en negocios que últimamente venían entregando valores positivos para los productores y toda la cadena agroindustrial. Los años erráticos han ocurrido a lo largo de la historia, pero vivirlos en carne propia no es lo mismo que escuchar un relato. Ha sido una de las sequías más duras de los últimos 50 años y los cimientos de muchas empresas familiares agropecuarias se han movido.

Para nosotros esta campaña ha sido de mucho aprendizaje, de largos kilómetros recorridos, de mucho análisis y de grandes desafíos para hacer calzar los flujos de caja de nuestros clientes.

Somos conscientes que detrás de cada herramienta de gestión está la historia de una familia agropecuaria devenida en empresa que intenta surfear la ola de trabajar en una industria a cielo abierto en un país donde la regla es la incertidumbre. Han habido resultados positivos aunque también ha sido complejo el camino para encontrarlos.

Durante esta campaña 22-23 hemos superado la barrera de las 200.000 has trabajadas con ya más de 100 clientes. 100 familias de productores que creen y apuestan todos los días por el sector agropecuario argentino y se perfeccionan para poder ser cada vez más competitivas.

Creemos que al productor que hace *gestión económica-financiera*, en los años como este en que la campaña ha sido irregular, le va menos mal que aquellos productores que no tienen claridad en sus finanzas. Eso quedó demostrado este año, trabajar con presupuestos y flujos de caja sirve para pensar escenarios y tomar mejores decisiones cuando el contexto es adverso. Hacer gestión es una invitación a pensar con mayor claridad y complementar la intuición que los productores poseen.

Queremos cerrar este reporte agradeciéndote por haber llegado hasta acá, por leernos y acompañarnos en este fascinante recorrido que es hacer gestión junto a los productores agropecuarios y ayudarlos a transformarse en eficientes gerentes de empresas que a fuerza de inteligencia y mejores decisiones siguen creciendo.

¡Hasta la próxima!

Ezequiel Cruz

Director General Grupo Cencerro



Grupo Cencerro
PROFESIONALES DEL CAMPO

WWW.GRUPOCENCERRO.COM