

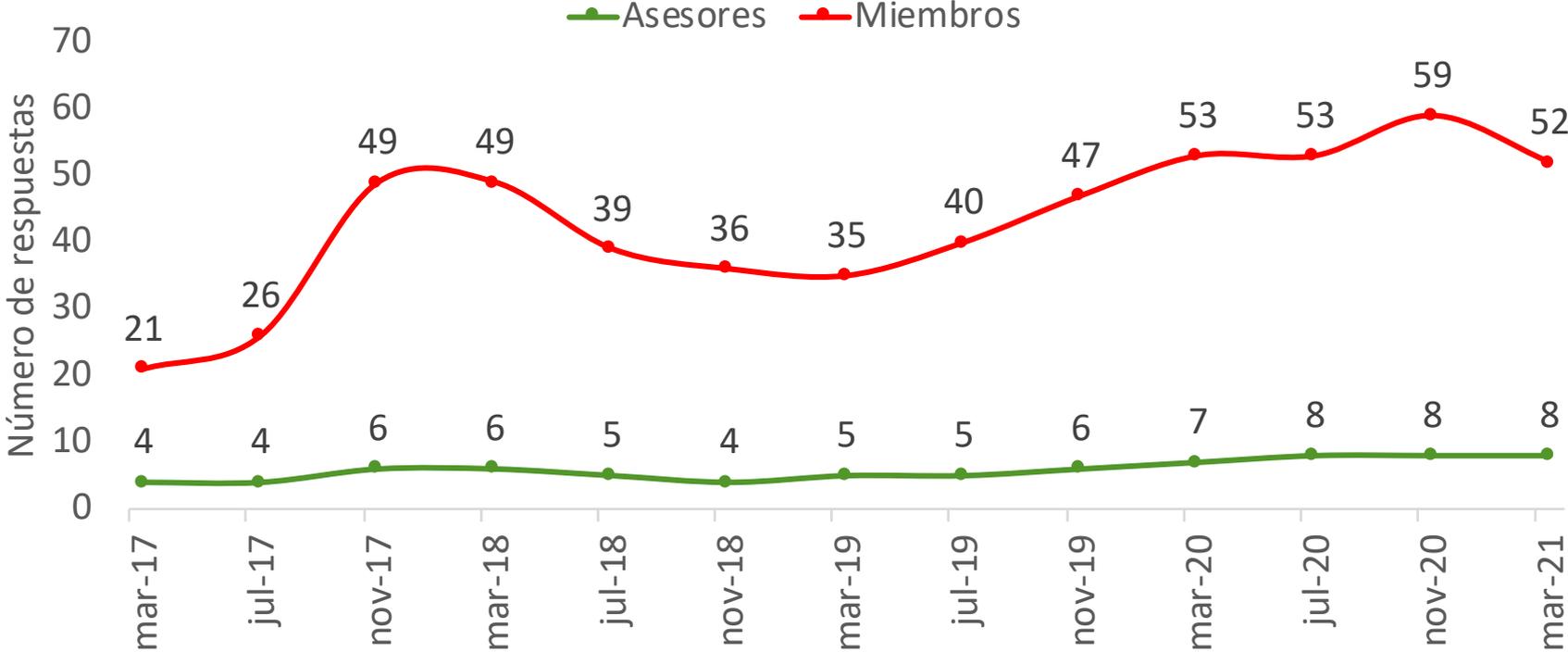


# SEA CREA Paraguay

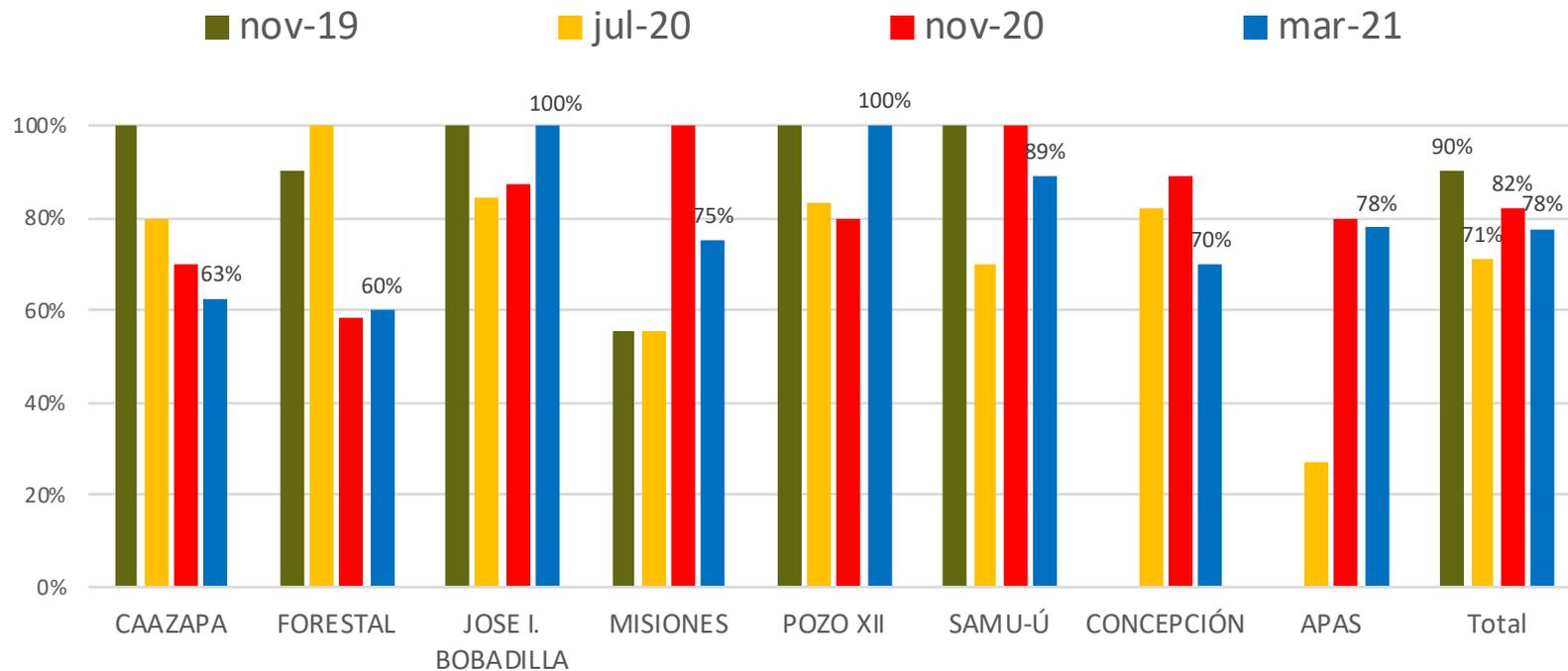
Marzo 2021

Sistema de Encuestas Agropecuarias CREA  
Movimiento CREA

# NIVEL DE RESPUESTAS ALCANZADO

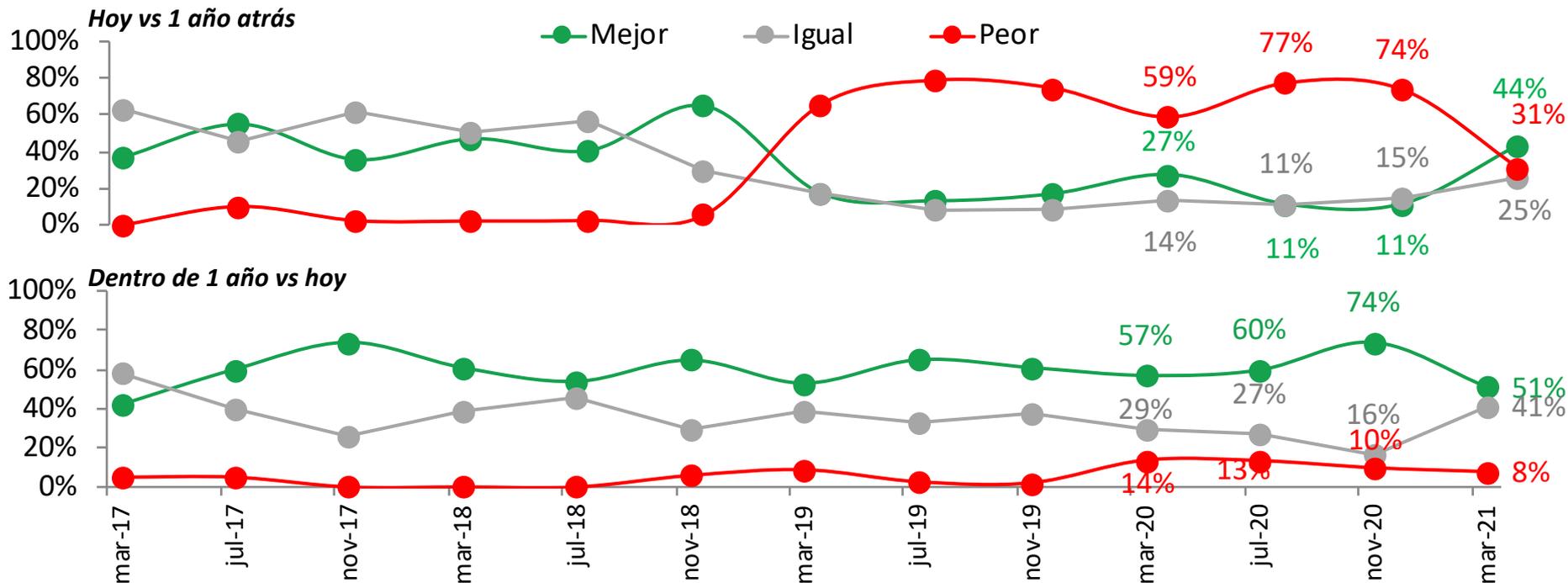


# Nivel de respuestas alcanzado



# Percepción y expectativas

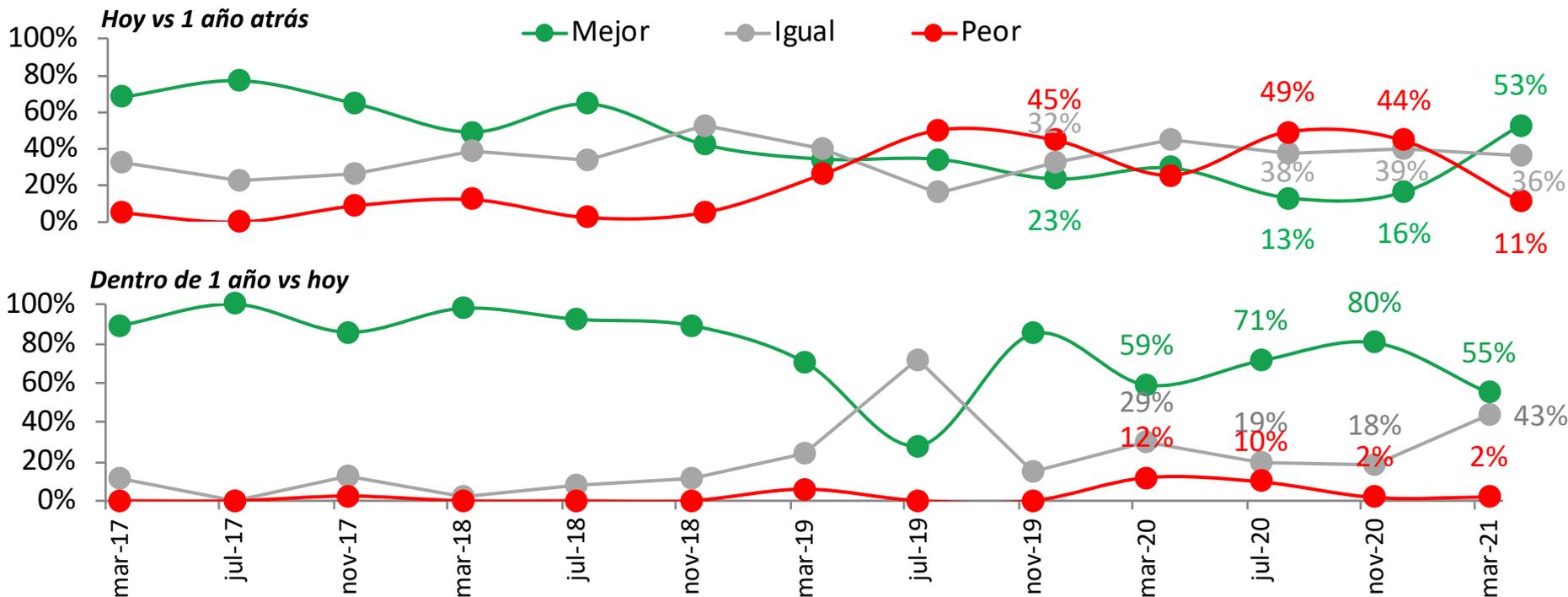
## Situación económica del país



□ Por primera vez desde 2018 se observó que quienes consideran que el país esta mejor que hace 1 año atrás (44%) superan a los que opinan que esta peor (31%). A futuro, las expectativas se mantienen favorables.

# Percepción y expectativas

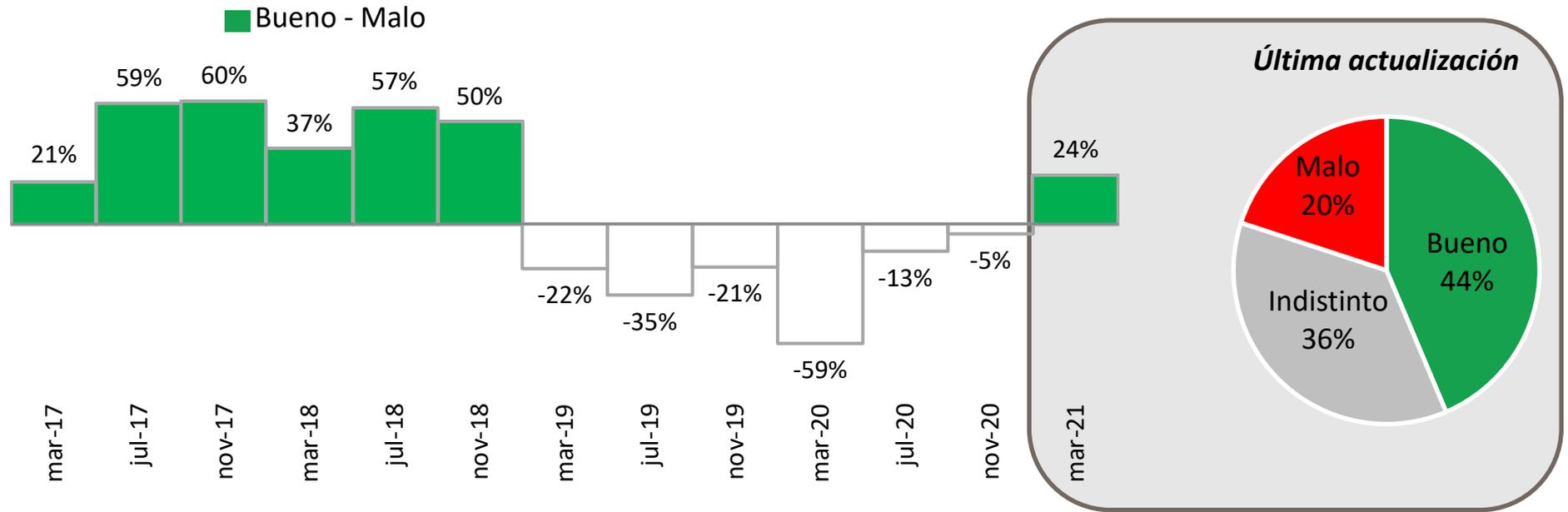
## Situación económica y financiera de la empresa



- En cuanto a la situación económica y financiera de la empresa agropecuaria en relación a un año atrás, el porcentaje de empresas que cree que está mejor supera al porcentaje que opina lo contrario por primera vez desde 2019.
- Las expectativas para dentro de un año son mayoritariamente positivas.

# Percepción y expectativas

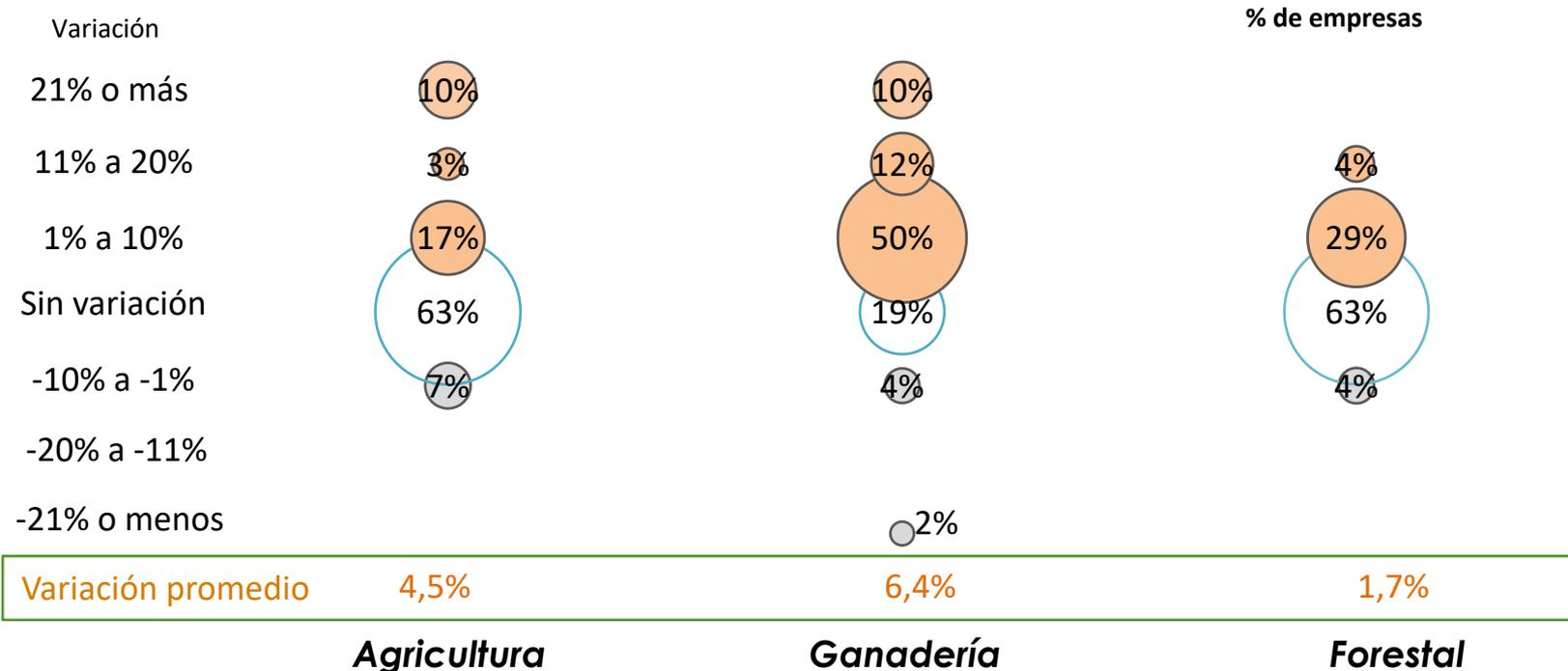
## Momento para realizar inversiones



- El 44% de las empresas cree que es un buen momento para realizar inversiones, mientras que 20% considera que el momento es malo.
- El indicador de porcentaje de respuestas positivas menos negativas volvió a terreno positivo por primera vez desde 2018.

# Capital operativo requerido

## Variación esperada 21/22 en USD vs campaña anterior

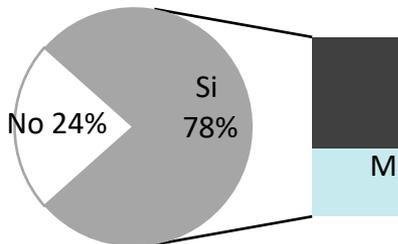


- La mayoría de los encuestados prevé un aumento en el capital operativo requerido para la campaña 21/22, valuado en USD/ha.
- En promedio, la mayor variación esperada la tiene la ganadería (6,4%).

# Inversiones

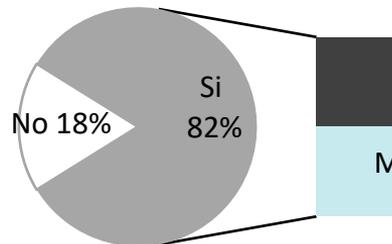
**Previstas 2021**

**¿Invertió/  
planea  
invertir?**



Mejoras de la capacidad productiva o eficiencia de la empresa 49%  
Mantenimiento o reposición 29%

**Realizadas 2020**



Mejoras de la capacidad productiva o eficiencia de la empresa 41%  
Mantenimiento o reposición 41%

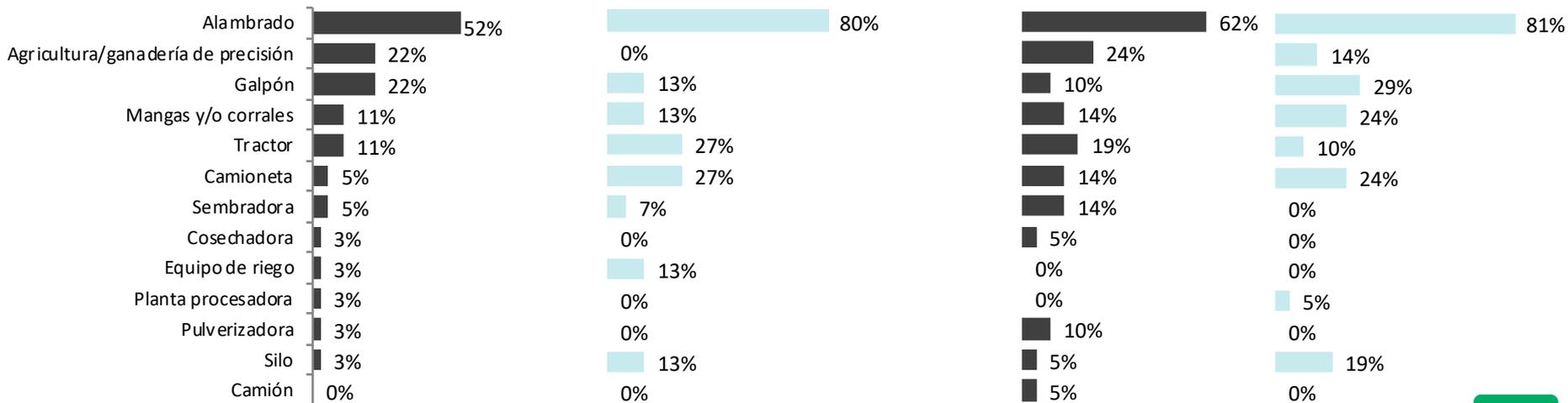
**¿Qué inversiones realizó/piensa realizar?**

**Mejorar la capacidad o eficiencia**

**Mantenimiento**

**Mejorar la capacidad o eficiencia**

**Mantenimiento**



% de Empresas

# Proyectos de agregado de valor

*¿Considera desarrollar proyectos de agregado de valor a la producción primaria?*



- ❑ Al momento de la consulta, 31% de las empresas encuestadas está considerando proyectos para agregar valor a la producción primaria.
- ❑ El 44% considera desarrollar nuevos mercados locales

# Agricultura: cultivos anuales

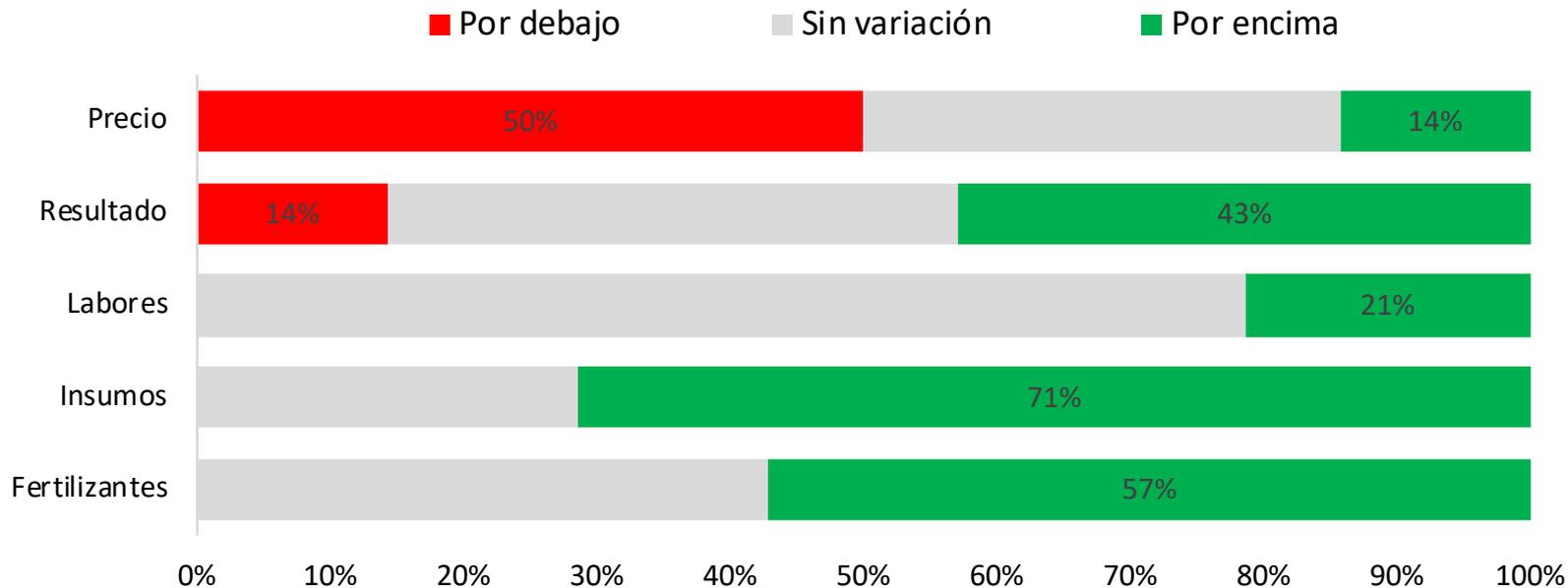
**17** Empresas  
**4** Asesores

<b>Arroz</b>	<b>Maíz zafra</b>	<b>Maíz zafriña</b>	<b>Poroto</b>
3 Empresas	8 Empresas	9 Empresas	1 Empresas

<b>Soja zafra</b>	<b>Soja zafriña</b>	<b>Sorgo</b>	<b>Trigo</b>
11 Empresas	3 Empresas	2 Empresas	4 Empresas

# Expectativas

## De precios, resultados y costos

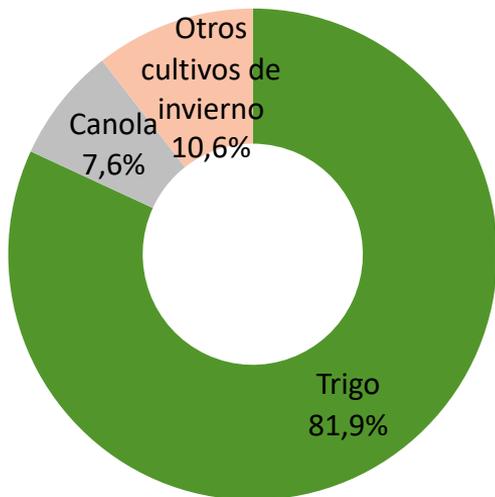


- Un 50% de los encuestados espera que el precio baje durante el próximo año. A su vez, un 71% cree que los precios de los insumos aumentará.

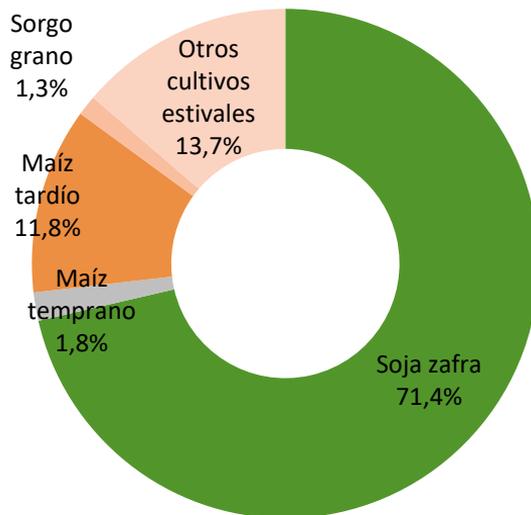
# Participación de los cultivos en la rotación

*Campaña 20/21 y 21/22 (cultivos de invierno)*

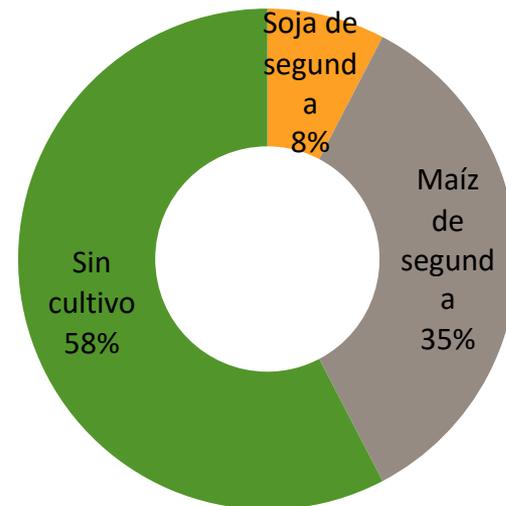
Cultivos de invierno



Cultivos Estivales

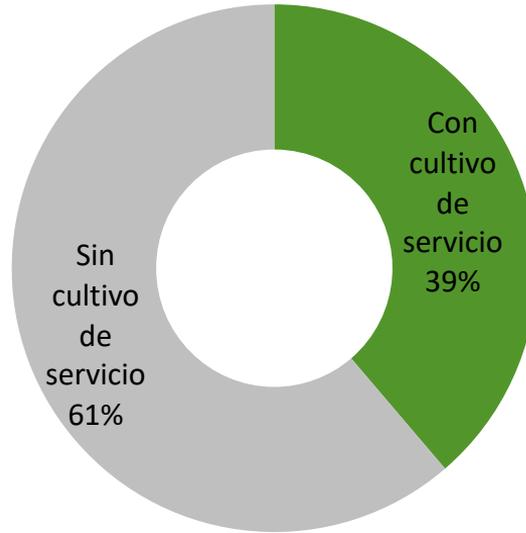


Cultivos de segunda



- Entre los cultivos estivales destaca la soja de zafra (71% del total). En un 58% de la superficie agrícola no se realizan cultivos de segunda.

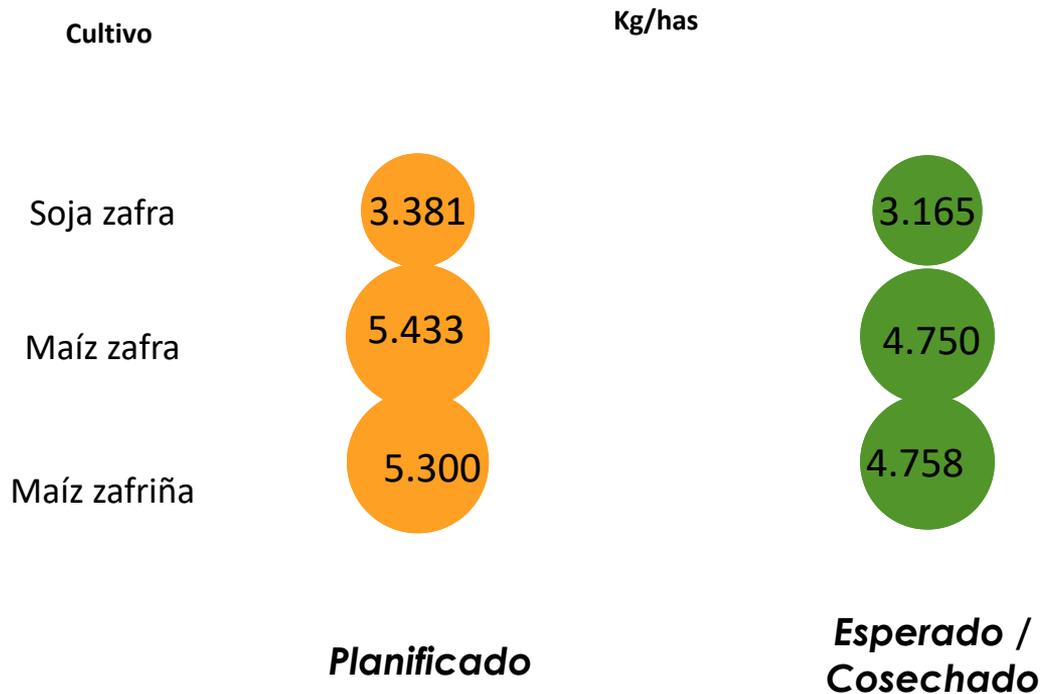
# Porcentaje de superficie de cultivos de verano que tuvieron como antecesor cultivos de servicio o cobertura (campaña 20/21)



- ❑ el 39% de la superficie sembrada con cultivos de verano tuvo como antecesor un cultivo de servicio

# Rinde promedio

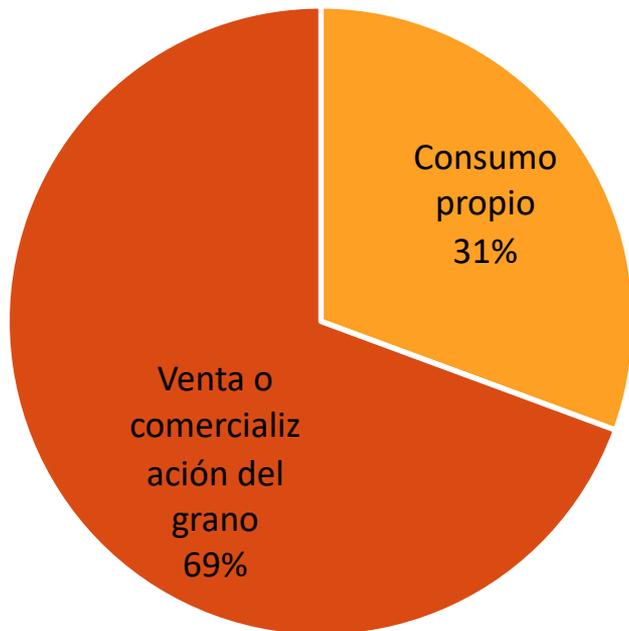
## *Planificado y esperado / cosechado*



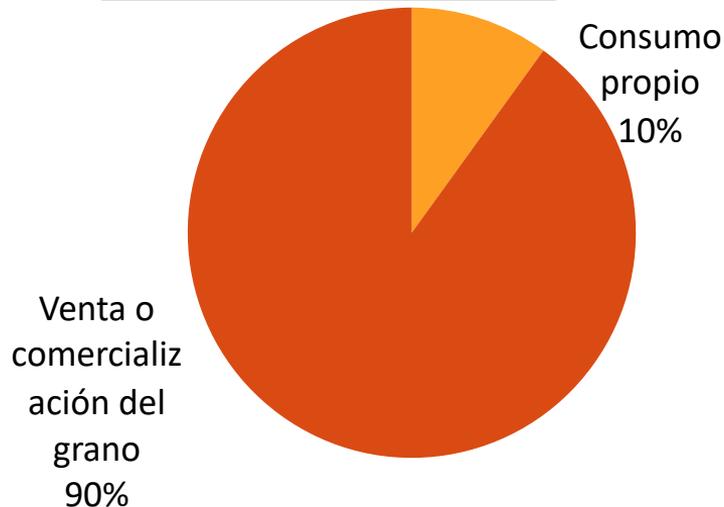
# Destino de los granos

*% destinado promedio ponderado*

Promedio empresa



Promedio ponderado por superficie\*

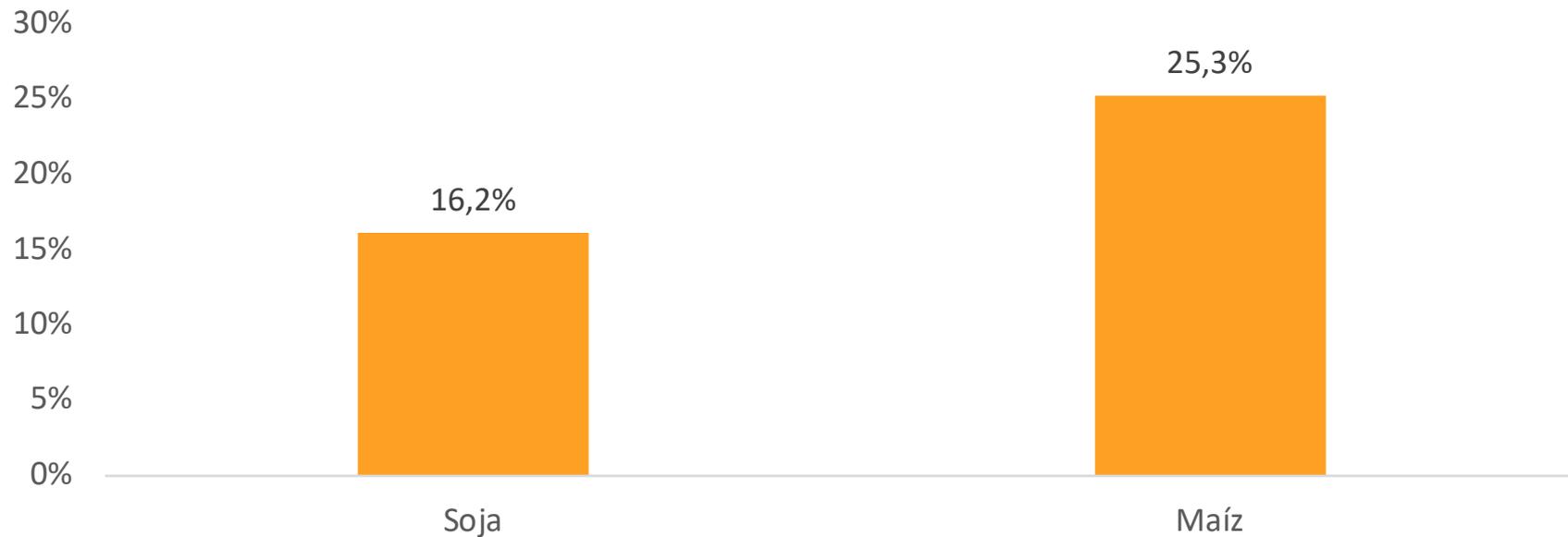


- El 69% de lo producido se destina a venta o comercialización de granos. Si se lo considera por superficie, el 90% de lo producido será destinado venta o comercialización de granos.

\*Para el dato de superficie se toma de referencia el dato relevado en la pregunta "¿Cuál fue la superficie agrícola (en has) física de su empresa? (Contemplando la implantación de cultivos invernales y estivales de primera, contabilizando una sola vez las hectáreas a doble cultivo)" correspondiente a la campaña 20/21

# Stock de granos

*Porcentaje de la cosecha*



# Cobertura de precios

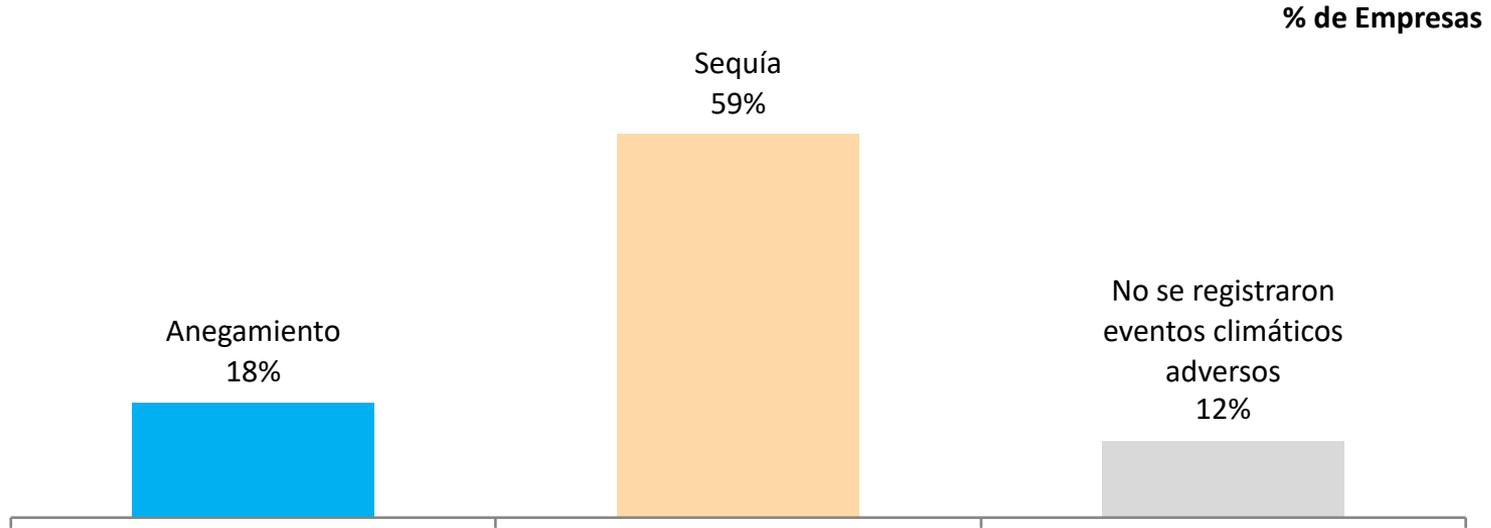
*Porcentaje de la producción que cuenta con cobertura*



- ❑ El 51,8% de la producción de soja 20/21 cuenta con cobertura de precios (forwards, futuros y/u opciones).

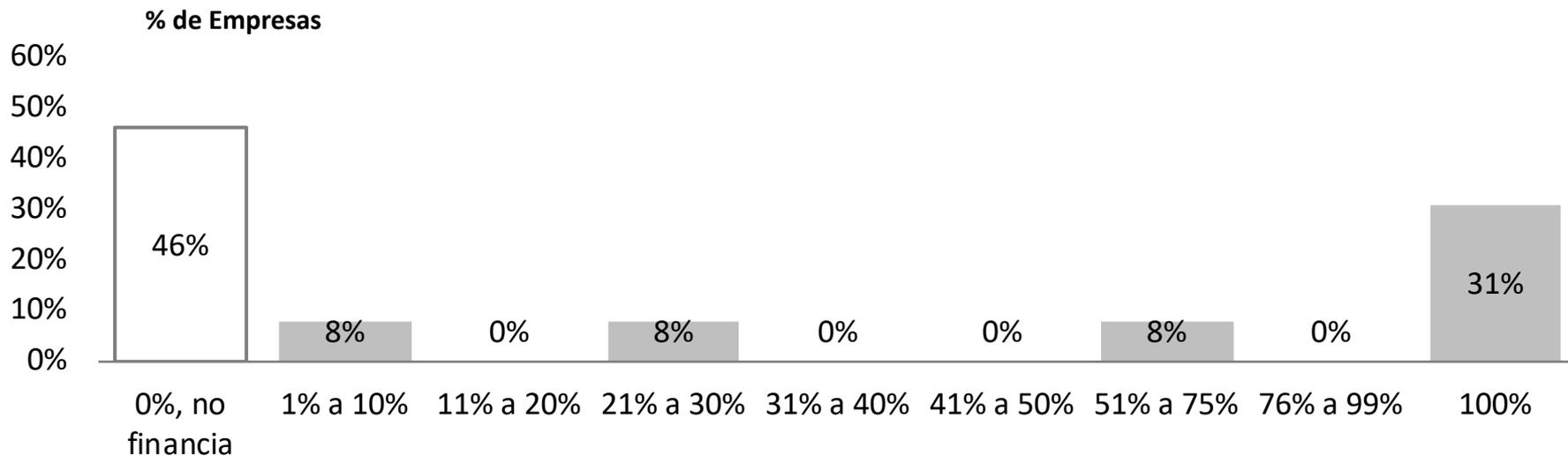
# Adversidades climáticas

*Campaña 21/22*



# Financiación de los costos de producción

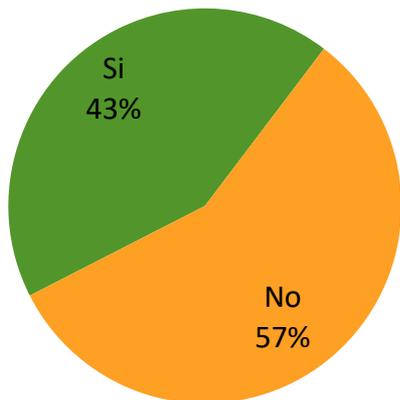
*Campaña 21/22*



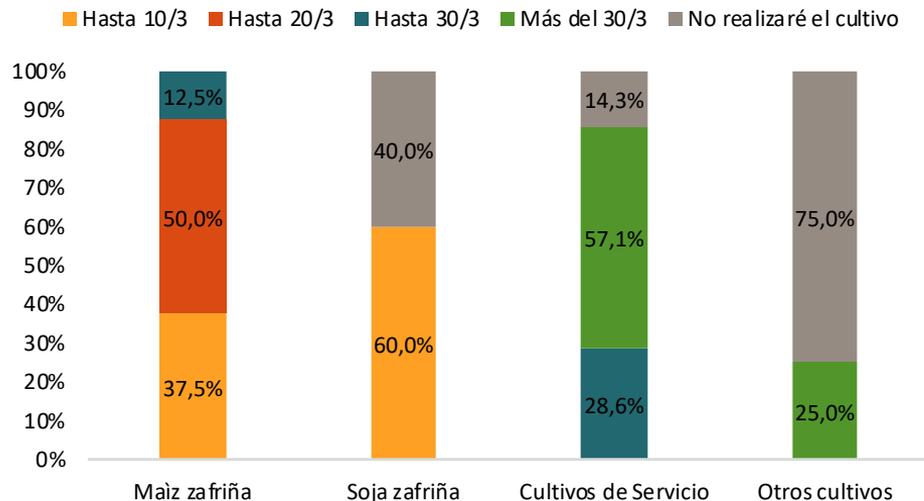
- 46% de los encuestados financia con recursos propios los costos de producción. En el otro extremo, un 31% de los encuestados cubre la totalidad de los costos con financiamiento de terceros.

# Planificación de la zafriña

¿Va a sembrar todo el área planificada a zafriña?

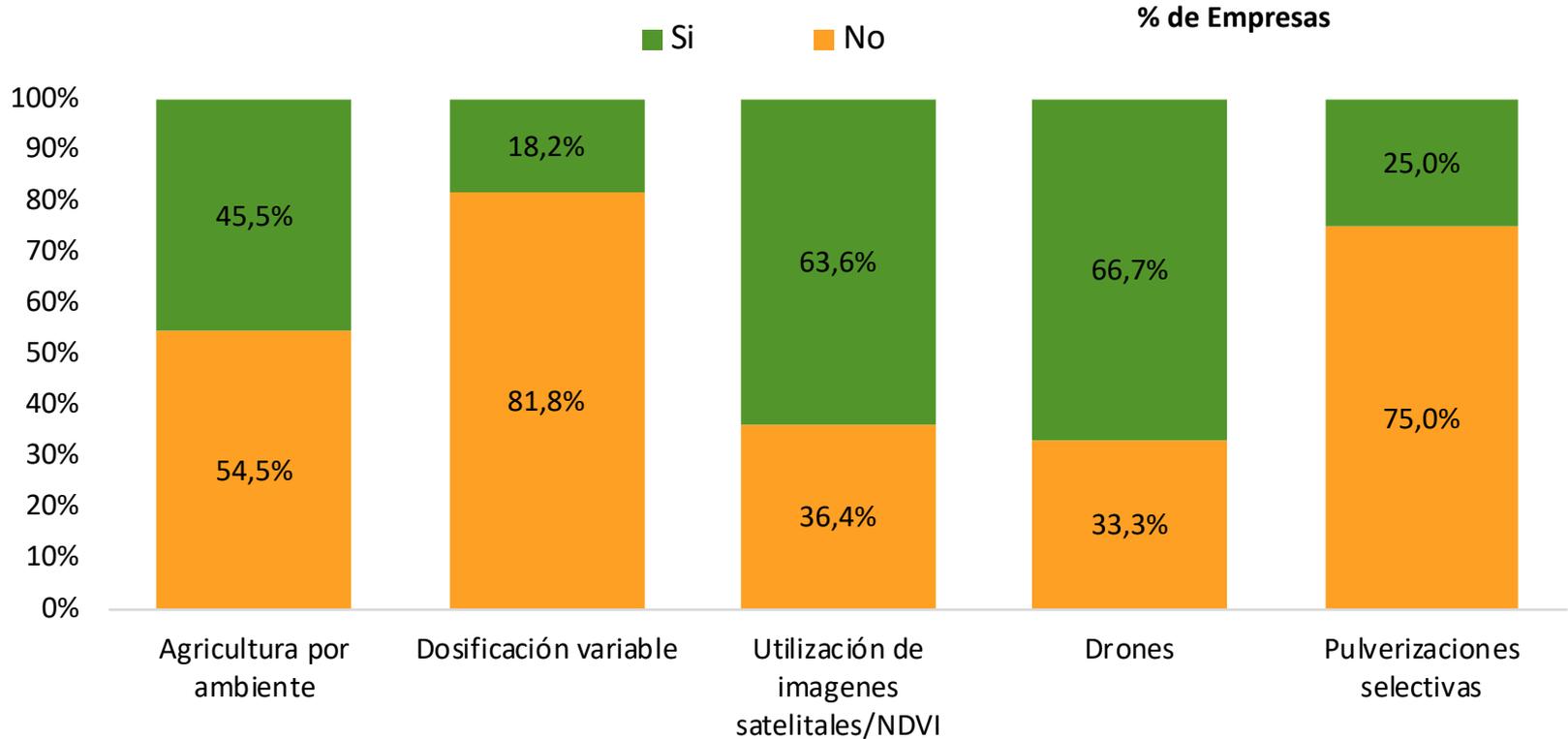


¿Hasta qué fecha lo haría?



- En el caso del maíz de zafriña, la mayoría de los encuestados planea sembrar hasta el 20/3. En la soja de zafriña, el horizonte es mas corto (10/3).

# Prácticas tecnológicas



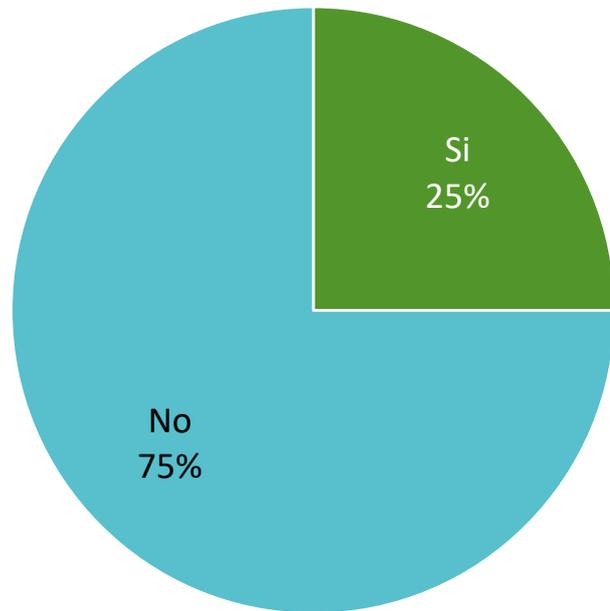
# Forestal

**5** Empresas

**1** Asesores

# Forestales

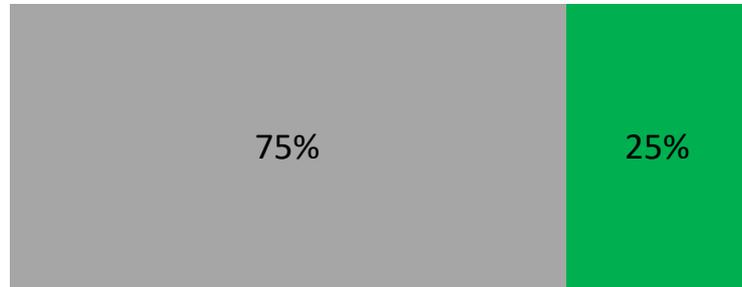
## Empresas que sufrieron incendios forestales



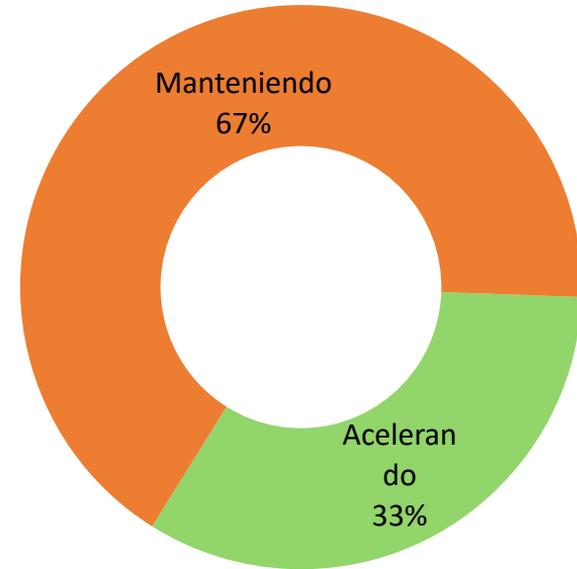
% Empresas

# Forestales

## *Inversión en podas y raleos y estrategia de ventas de madera disponible*



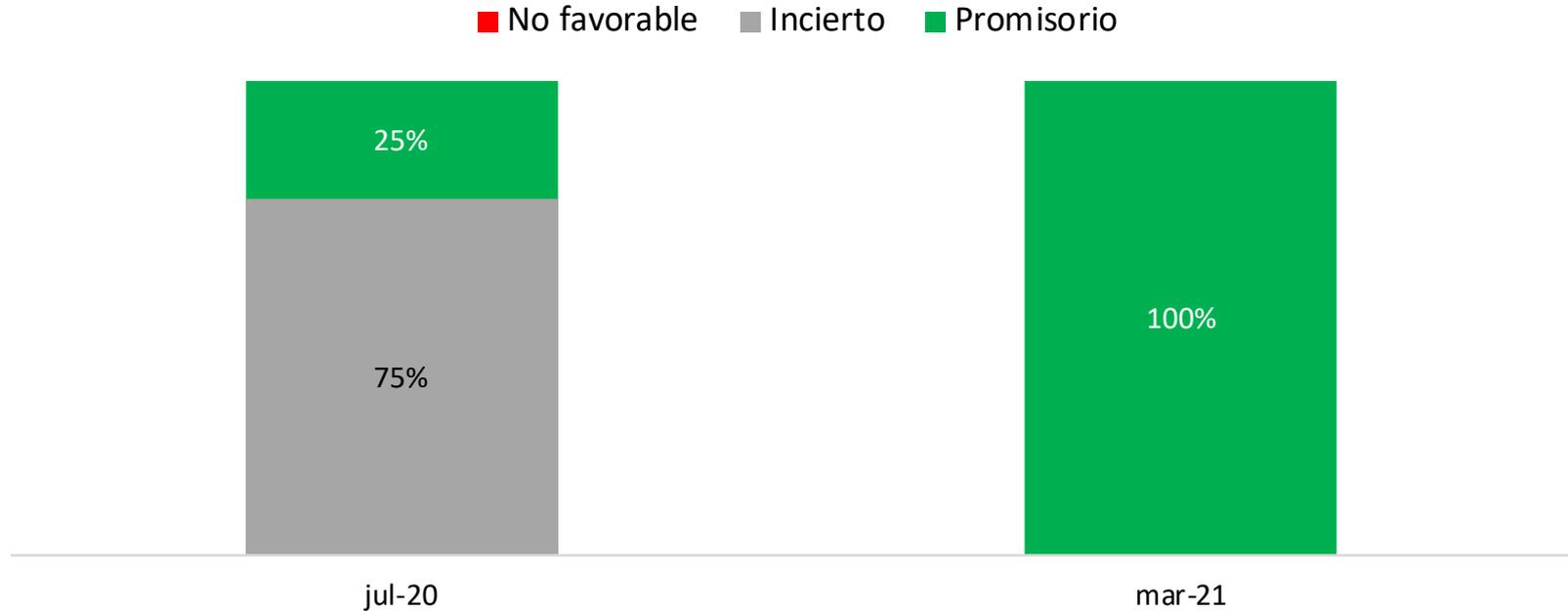
■ Disminuye ■ Se mantiene ■ Aumenta



- La mayoría de las empresas planea mantener estable la inversión en podas y raleos.
- 67% de los encuestados está manteniendo el nivel de ventas de madera como estrategia

# Forestales

## *Futuro del negocio*



- ☐ La totalidad de los encuestados en mar-21 considera que el futuro del negocio forestal es promisorio.

# Ganadería

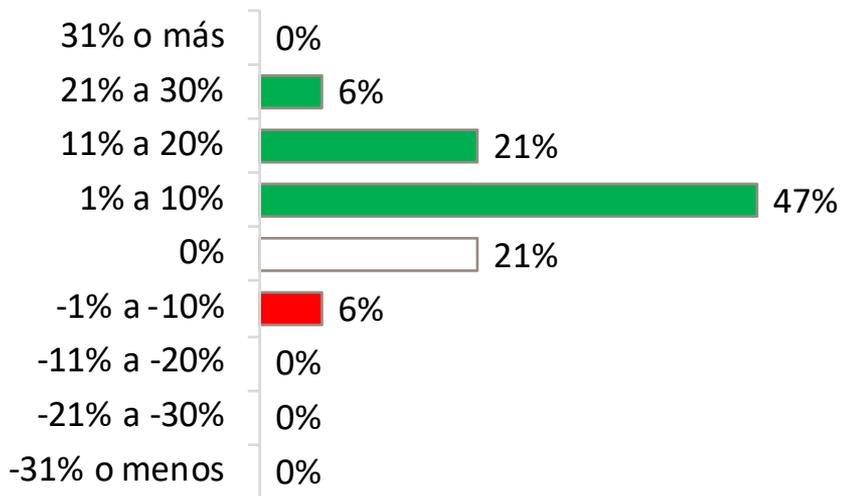
**41** Empresas

**6** Asesores

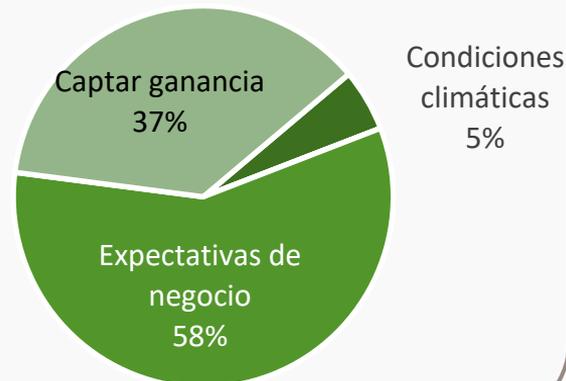
# Retención en cría

## Próximo ejercicio vs actual

% de Empresas



### Principales motivos de aumento



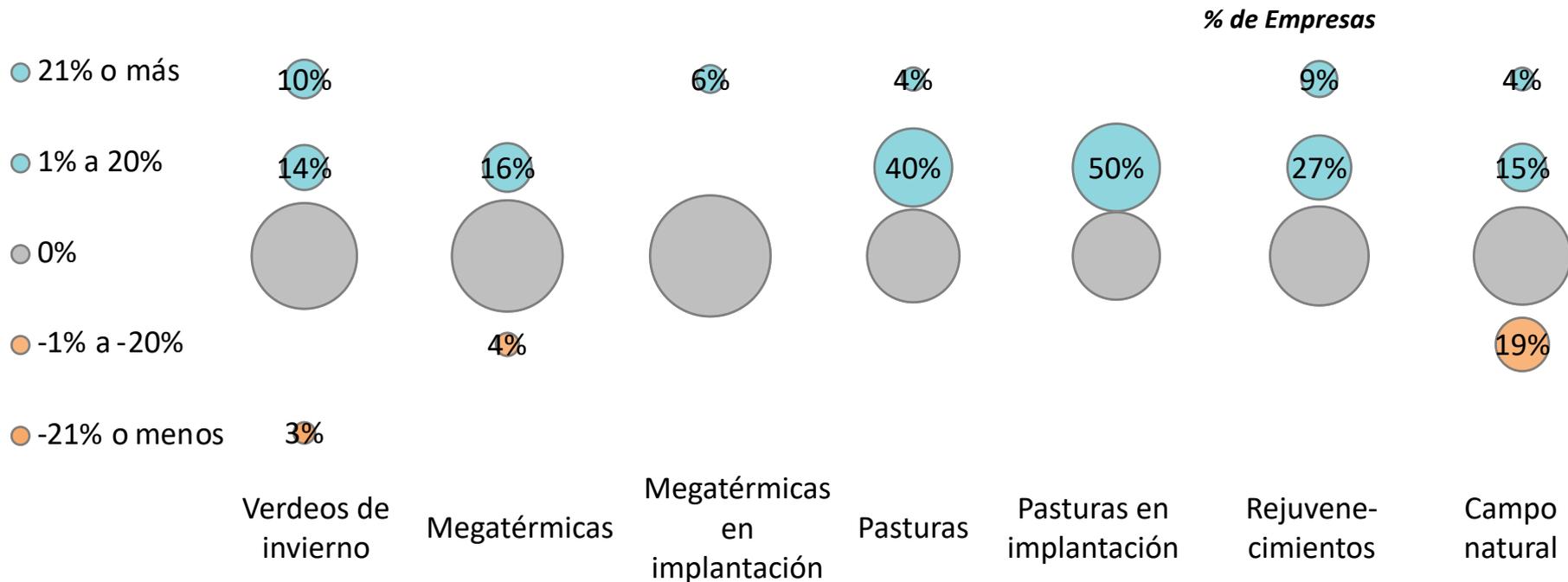
### Variación promedio

7,0%

- El 74% de las empresas manifiesta que incrementará la retención en cría en relación al ejercicio anterior. En promedio, las empresas aumentarían la cantidad de vientres a entorar 7%.
- El principal motivo del aumento es la expectativa de negocio.

# Superficie de recursos forrajeros

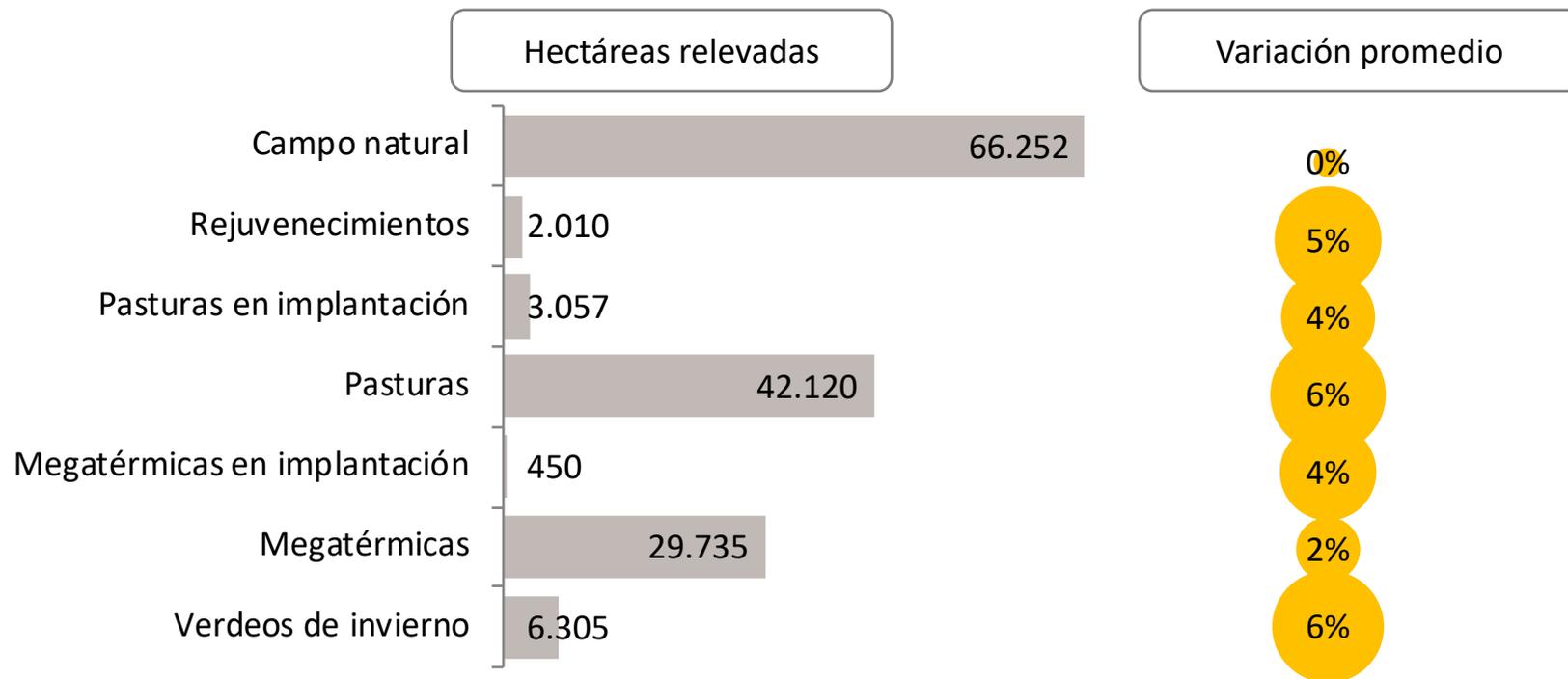
## Variación superficie ocupada 2021 vs. 2020



- La mayoría de las empresas mantendrán o aumentarán la superficie de recursos forrajeros en esta campaña respecto a la anterior.
- En el 24% y 50% de los casos se incrementará la superficie de verdeos de invierno y pasturas en implantación, respectivamente.

# Superficie de recursos forrajeros

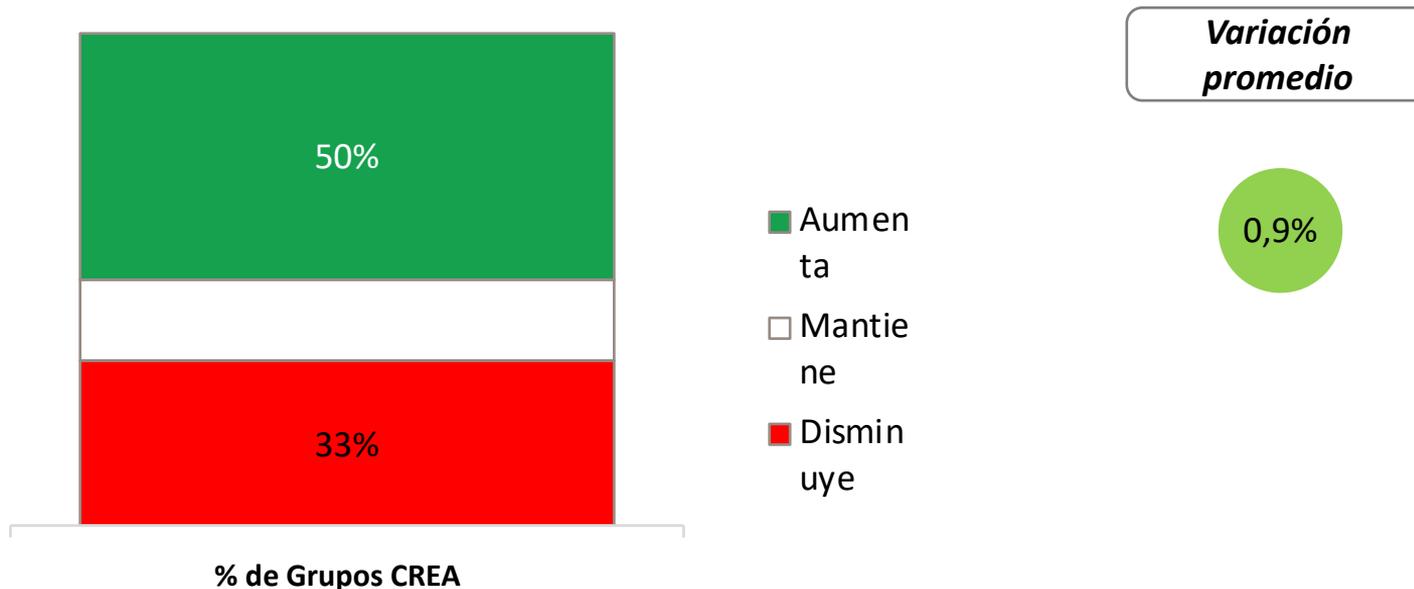
*Cantidad de hectáreas y variación promedio 2021 vs. 2020*



- El aumento promedio en la superficie de verdes de invierno y pasturas en implantación en 2021 respecto de 2020 es 6% y 4%, respectivamente.

# Terberos a destetar

*Variación 2021 vs. ejercicio anterior*



- ❑ La mitad de los Grupos CREA se planea incrementar la cantidad de terneros a destetar en relación al ejercicio anterior. El aumento promedio esperado es de 0,9%

# Peso medio a faena de la invernada

## Próximo ciclo vs anterior

### Duración de la invernada

Aumenta

21%

Sin variación

29%

Disminuye

50%

% de Empresas

### Peso medio a faena

29%

46%

25%

% de Empresas

### Motivos del aumento de peso medio

Cuestiones financieras

38%

Mejor negocio

38%

Oferta forrajera

13%

Diluir costos

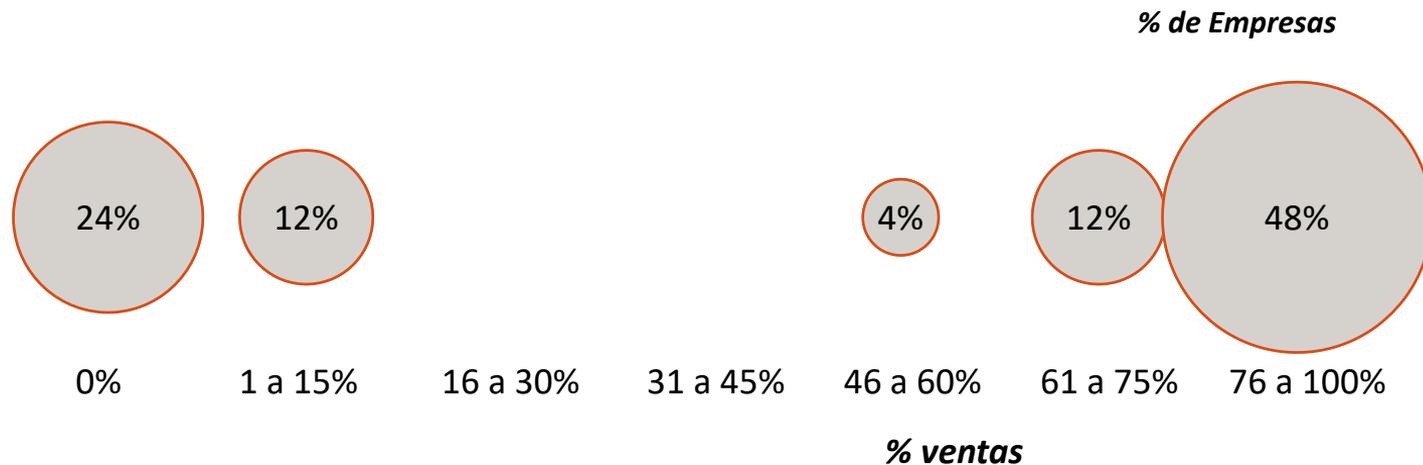
13%

% de Empresas

- ❑ La mitad de las empresas planea reducir la duración de la invernada en el próximo ciclo en relación al anterior, mientras que 21% planea aumentarla.
- ❑ 29% de las empresas planea aumentar el peso de terminación en el próximo ciclo en relación al anterior. Entre los principales motivos de intención de aumento se destacan que es un mejor negocio y cuestiones financieras.

# Ventas que podrían destinarse a exportación

*Porcentaje sobre el total*

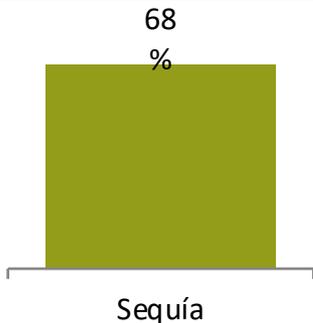


- ❑ De acuerdo al planteo de invernada actual, 24% de las empresas ganaderas encuestadas no podrían destinar ventas al mercado externo.
- ❑ 64% de los casos podría destinar a exportación más del 45% de sus ventas totales en 2021.

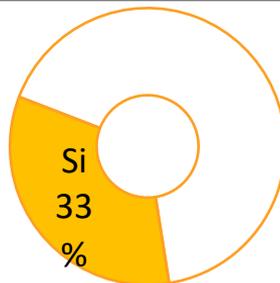
# Adversidades climáticas

## Empresas que sufrieron sequía

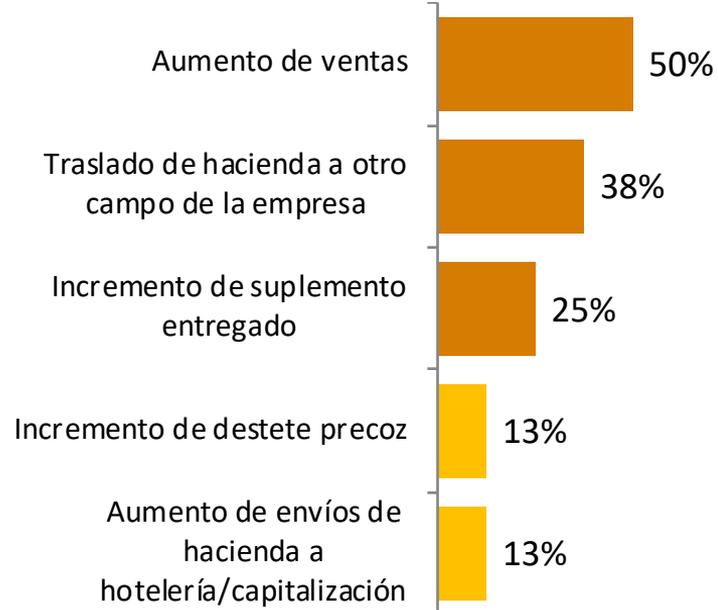
% de empresas que sufrieron eventos climáticos adversos



¿Cambió o piensa cambiar su estrategia por la sequía?



Estrategias adoptadas frente a la sequía

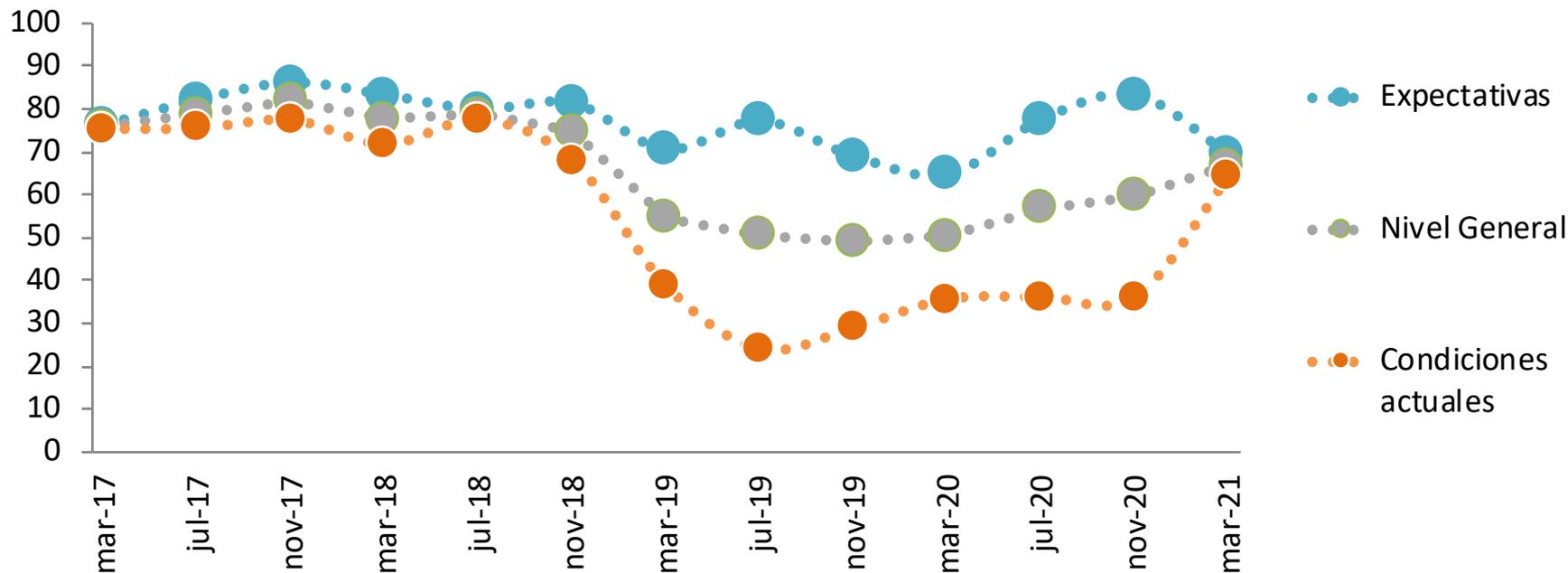


- El 68% de las empresas ganaderas sufrió sequía. El 33% de las empresas que sufrieron de sequía cambiaron o piensan cambiar su estrategia, siendo la más adoptada el aumento de ventas, el traslado de hacienda a otro campo de la empresa y el incremento del suplemento entregado.

# Índice de Confianza del empresario agropecuario (ICEA)

# ICEA

## Índice de Confianza del Empresario Agropecuario



□ En el último relevamiento, el nivel general del ICEA creció motorizado por la evaluación de las condiciones presentes.



**Próxima Encuesta: Julio 2021**

 [www.crea.org.py](http://www.crea.org.py)  [/CREA-Paraguay](https://www.facebook.com/CREA-Paraguay)  [CREA Paraguay](https://www.youtube.com/channel/UCREAParaguay)  [@crea.paraguay](https://www.instagram.com/crea.paraguay)  [@CreaParaguay](https://twitter.com/CreaParaguay)