

RADIOGRAFÍA DEL PRECIO

Dr. Federico Santángelo. 2005. Conferencia. Brangus, Bs. As., 27(50):78-79.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Comercialización](#)

INTRODUCCIÓN

El Dr. Federico Santángelo se propuso cuantificar a través de un ejemplo los costos de transacción de los canales de comercialización de ganados y carnes. Los canales de comercialización y costos de transacción desde el destete de un ternero hasta su venta como novillo y posterior faena.

En el marco de la Expocharra Ganadera que contó con el auspicio y organización de nuestra asociación, el Dr. Federico Santángelo vertió interesantes conceptos sobre comercialización de hacienda, para su análisis y estudio en las futuras decisiones, a partir de un trabajo encargado por la Asociación Argentina de Criadores de Hereford.

DEVELANDO LA CADENA

Los periódicos normalmente asocian y reflejan los índices de costo de vida y aún parámetros de pobreza a los aumentos en el precio de la carne, como uno de los productos integrantes de la canasta familiar, aunque no el único. A su vez se preguntan si el costo de la materia prima es la única variable que influye en el precio al consumidor.

Existe una cadena de valor que incluye a la producción (cría e invernada), la industria (Frigoríficos de exportación y consumidores), y la distribución (supermercados, carnicerías e hipermercados), teniendo todos estos eslabones costos de transacción que repercuten en las posibilidades de consumo de carne del habitante.

En su conferencia, Santángelo se propuso cuantificar a través de un ejemplo los costos de transacción de los canales de comercialización de ganados y carnes. Para ello describe los canales de comercialización y costos de transacción desde el destete de un ternero hasta su venta como novillo y posterior faena.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- ◆ **Invernada:** El ternero destetado puede ser engordado en el mismo campo u otro de la misma empresa, o de lo contrario, vendido a un invernador, ya sea en forma directa o por medio de intermediarios en venta directa o remate feria.
- ◆ **Faena:** El novillo gordo tiene dos opciones. Por un lado, la venta directa de productor a frigorífico o sino la intervención de intermediarios a través de la venta directa, mercados concentradores, remates ferias o consignación directa de venta en carne.
- ◆ **Vías de comercialización de carne:** Están constituidas por las carnicerías que representan el 49 % de las ventas a través de más de 25.000 negocios, los supermercados que constituyen el 23 % del total a partir de 5.000 a 6.000 establecimientos y los hipermercados con el restante 28 % de las ventas a través de las numerosas sucursales.
- ◆ **Costos de transacción:** Existen varios tipos de egresos como los de:
 - **Intermediación:** Casas consignatarias o "comisionistas" de hacienda quienes tienden a disminuir los "costos de búsqueda" de vendedores y compradores. Por esta tarea cobran comisiones variables que, en general, se estiman entre 4 -5 % de la operación.
 - **Impuestos y tasas:** Nacionales (Impuesto a los débitos y créditos bancarios (Ley 25413) y Retenciones a las exportaciones), provinciales (Ingresos brutos, sellos y derecho de registro) y municipales que son variables e incluyen: certificado de venta, guía de traslado, formularios y precintos, tasas de abasto, tasas de seguridad e higiene.
 - **Otros:** Impuestos o tasas percibidas por SENASA o el IPCVA
 - **Fletes:** es pagado por kilómetro recorrido en hacienda en pie y en kilos gancho en operaciones en carne. Estamos hablando de fletes cortos (\$160 + IVA), fletes largos (\$2,2 por Km. más peajes y seguro) y flete de carne (0,05 a \$0,07 por Kg. de media res). En algunos canales debe pagarse doble flete (Mercado de Liniers, remates feria o venta en ganchera)
 - **Merma y desbaste.**

PONIENDO NÚMEROS A LA TRANSACCIÓN

Ejemplificando de los interesantes cuadros presentados por Santángelo elegimos este por lo significativo:

Costo de transacción con el pago de comisiones

	Cría	Gordo	Carne	Total	% Valor
Comisiones	\$ 34,00	\$ 47,00	\$ 0,00	\$ 81,00	8,36 %
Impuestos-Tasas	\$ 12,52	\$ 29,54	\$ 29,56	\$ 71,62	7,39 %
Otros	\$ 0,91	\$ 6,62	\$ 3,67	\$ 11,20	1,16 %
Flete	\$ 16,00	\$ 21,77	\$ 15,30	\$ 53,07	5,48 %
Total				216,89	22,39 %

UNA ESTRATEGIA PARA EL SECTOR

Ante esta situación, ¿qué caminos propone recorrer? ¿Cómo obtener altos ingresos para el productor que incentiven la producción, sin aumentar el precio al consumidor?

- ◆ La respuesta podría partir de la incentivación de los planes ganaderos para aumentar la producción y lograr buenos precios sin incrementarlos al consumidor, con una mayor eficiencia de la cadena, el saneamiento industrial y la disminución de costos de transacción.
- ◆ Establecer mecanismos legales tendientes a la seguridad de cobro.
- ◆ Disminuyendo la presión impositiva, fundamentalmente a nivel Ingresos Brutos e Impuesto a los créditos y débitos bancarios y también a nivel municipal.
- ◆ El desafío es establecer un Plan Estratégico para el sector ganadero para la industria y para la comercialización, con acciones a corto, mediano y largo plazo que permitan:
 - Un stock de 70 a 80 millones de cabezas.
 - 20 a 25 millones de cabezas faenadas.
 - 4 a 4,5 millones de toneladas de producción.
 - 1 a 1,5 millones de toneladas a exportación.
 - 70 a 80 Kg de consumo interno.

El verdadero desafío para el sector cárnico argentino es eficientizar toda la cadena, logrando un aumento de la productividad y una disminución de sus costos.

De esta manera se lograría un menor precio al consumidor, aumentando los márgenes para el productor y el industrial, aumentando la competitividad y provocando el aumento del consumo interno.

Finalmente, el sector deberá desarrollar acciones en conjunto para eficientizar la cadena y colocarla en el lugar del cual no tendría que haber retrocedido.

Volver a: [Comercialización](#)