

El comercio  
de ganado actual  
en Argentina, Australia  
Brasil, E.E.U.U. y Uruguay

### CAPITULO III

## La Comercialización de Ganado en Argentina





La República Argentina es una república federal situada en el Cono Sur de Sudamérica que limita al norte con Bolivia, Paraguay y Brasil; al este con Brasil, Uruguay y el océano Atlántico; al sur con Chile y el océano Atlántico, y al oeste con Chile. De norte a sur tiene una longitud aproximada de 3.300 km, con un ancho máximo de 1.385 kilómetros.

El país tiene una superficie de 2.780.400 km<sup>2</sup> contando las islas Malvinas, otras islas dispersas en el Atlántico Sur y una parte de la Antártida. En 2004 la población estimada de Argentina superaba los 39 millones de habitantes, con una densidad de 14 hab/km<sup>2</sup> aproximadamente.

### Consideraciones generales

Con el objeto de comprender mejor la particular estructura de la comercialización ganadera en la Argentina, los comentarios y datos que se agregan seguidamente nos ayudarán en ese cometido.

Cuenta el país con una superficie productiva muy extendida, no encontrándose concentrada, como demostraremos, tanto la oferta como la demanda.

En primer lugar, veamos la cantidad de empresas agropecuarias que desarrollan su actividad, en relación con la cantidad de vacunos que las mismas poseen.

En el cuadro que se agrega en la página siguiente, podemos observar que hay en el orden nacional poco menos de 270 mil explotaciones agropecuarias que poseen alrededor de 56 millones de cabezas vacunas.

Notamos además que algo más del 95% de esas explotaciones agropecuarias tienen rodeos de menos de 1000 vacunos, quedando en el 4,6% los rodeos con más de 1000 vacunos.

Asimismo observamos que ese 95,5% de productores es propietario del 65,3% de las existencias de vacunos, mientras que el 4,5% restante de los productores posee el 34,7%.

Esto desde el punto de vista de la oferta. Veamos ahora que sucede con la demanda.

Cantidad de Explotaciones Agropecuarias con ganado bovino y número de cabezas					
Cabezas	Explotaciones	%	Cabezas	%	
Hasta 50	109,177	40.5	2,920,889	5.2	
51 a 100	46,686	17.3	3,506,553	6.3	
101 a 200	44,794	16.6	6,577,837	11.8	
201 a 500	38,858	14.4	12,455,154	22.3	
501 a 1.000	18,080	6.7	11,005,462	19.7	65.3
más de 1.000	12,292	4.6	19,445,512	34.8	
<b>TOTAL PAÍS</b>	<b>269,887</b>		<b>55,911,407</b>		

Fuente: SENASA - DNSA (informes de Campo) - Informe para la O.I.E. (Año 1996)

En el cuadro que sigue con la estadística de faena del año 2004, podemos apreciar que los 10 frigoríficos de mayor volumen de matanza concentraron menos del 20 % de la faena total del país (17,86%). La empresa frigorífica con la mayor faena tuvo el 2,52% del total.

Con respecto a la invernada, su demanda tampoco muestra signos de gran concentración. Si bien ha crecido la participación de los feed-lots en el total de cabezas en engorde, no es de esperar que reemplace a la invernada tradicional a pasto con o sin suplementación.

De acuerdo con estos datos, parece lógico que existan tan diferentes requerimientos de la oferta y de la demanda a la hora de establecer preferencias respecto de los sistemas de comercialización. El propietario de 100 vacunos no necesita para la comercialización de su producción un servicio similar al que podría requerir un invernador de 5.000 novillos por año.

FAENA 2004	14,046,218	
Principales Compradores	Cabezas	%
SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA	354,394	2.52
QUICKFOOD S.A.	318,229	2.27
FRIGORIFICO RIOPLATENSE S.A.	289,465	2.06
ECOCARNES S.A.	249,168	1.77
FRIGORIFICO REGIONAL GRAL. LAS HERAS S.A.	241,529	1.72
COTO CENTRO INTEGRAL DE COMERC. S.A.	224,832	1.60
FRIGORIFICO GORINA S.A.	223,493	1.59
FRIGORÍFICO PENTA S.A.	208,610	1.49
LA GANADERA NUEVA ESCOCIA S.A.	199,842	1.42
DELTACAR S.A.	199,812	1.42
VELSUD S.A.	195,873	1.39
AMANCAY S.A.	187,460	1.33
FINEXCOR S.A.	186,178	1.33
FRIG. REG. IND. ALIM. RECONQUISTA FRIAR S.A.	178,560	1.27
MATADERO Y FRIGORIFICO MERLO S.A.	175,616	1.25
FRIGORIFICO Y MATADERO CHIVILCOY S.A.	171,135	1.22
ARRE BEEF S.A.	169,722	1.21
GANADERA SAN ROQUE S.A.	164,784	1.17
FRIGORIFICO PANAMERICANA S.A.	163,841	1.17
<b>ARGENTINE BREEDERS &amp; PACKERS S.A.</b>	<b>163,468</b>	<b>1.16</b>

## Canales Comerciales

Las alternativas con que cuenta la producción para comercializar el ganado bovino en la Argentina son las siguientes:

- Venta directa del productor;
- Venta directa del productor con intervención de consignatario;
- Venta en remates feria y mercados concentradores, y
- Venta de carne a través de consignatario directo.

La primera opción es la que, en general, utilizan aquellos productores que tienen la posibilidad de ofrecer cantidad y uniformidad al demandante.

En las restantes alternativas participa un consignatario, figura comercial que tiene su actividad regulada por la Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario (ONCCA), que es el organismo que les otorga la matrícula habilitante para poder operar como tales.

Con una superficie productiva tan extendida y con una demanda tan poco concentrada, para los actores de volumen intermedio –tanto del lado de la oferta como de la demanda–, la actividad de la consignación se constituye en un servicio de suma utilidad, ya que les permite tercerizar la comercialización poniéndola en manos de especialistas, quienes por ser conocedores de las necesidades del mercado, ubican a la demanda de acuerdo con la categoría, la calidad y el destino de las haciendas ofrecidas, evitando así los costos fijos típicos de las estructuras comerciales y convirtiéndolos así en costos variables acordes con el valor de su producción.

Por otra parte, las concentraciones como los remates feria y mercados de hacienda permiten al vendedor obtener un precio

que también guarde relación con la categoría, calidad y estado de su producción y no con el volumen ofrecido. Esta característica se constituye en un servicio irremplazable para el pequeño productor, ya que en general éste cuenta con lotes desparejos en calidad y variados en su clasificación que, por su bajo volumen, no resulta de interés para el frigorífico o al comprador en directo.

Son más que conocidas, además, las graves dificultades que plantea a la producción pecuaria la orientación y formación de precios cuando no cuenta con centros de comercialización transparentes.

Más adelante en esta misma publicación, vamos a poder observar el efecto del concepto recién señalado en alguno de los países más importantes en materia de producción/exportación de carne vacuna.

A continuación pasamos a describir las distintas actividades que actúan en el comercio de ganado en Argentina.

### Consignatario y/o Comisionista de Ganados

Es quien actuando a nombre propio y por cuenta de un tercero comitente o remitente, realiza operaciones de compraventa de haciendas en forma directa o en mercados de ganados, locales de remates ferias u otros establecimientos o locales autorizados.

Si bien el total de personas y empresas inscriptas bajo este rubro en la ONCCA es, en la actualidad, de 424, debe tenerse en cuenta que solamente alrededor de 250 actúan en remates feria o mercados concentradores. Los restantes solo llevan a cabo ventas particulares desempeñando el carácter de comisionistas.

### Consignatario Directo

Se denomina así a quien reciba ganados de los productores para su faena y posterior venta de las carnes, productos y subproductos resultantes, por cuenta y orden del remitente.

Las personas y empresas inscriptas bajo este rubro en la ONCCA son 37.

### Compradores

- Productores que destinan su compra para reproducción, cría y/o invernada (engorde).
- Frigoríficos, mataderos, matadero-frigorífico, matadero rural, matarife abastecedor, matarife carnicero, quienes actúan en el carácter de compradores para faena. Deben matricularse en la ONCCA, siendo su actividad controlada por dicho organismo.

### Destino Cría e Invernada

Dado que no existen estadísticas oficiales sobre el volumen total de haciendas de cría e invernada comercializadas anualmente, según la opinión de informantes calificados y de la información que manejan empresas consignatarias de alcance nacional, puede calcularse –con un margen de error considerable– que se comercializarían por año entre 6 y 7 millones de cabezas de cría e invernada: entre 3,0 y 3,5 millones se venderían a través de remates feria y otro tanto en forma directa.

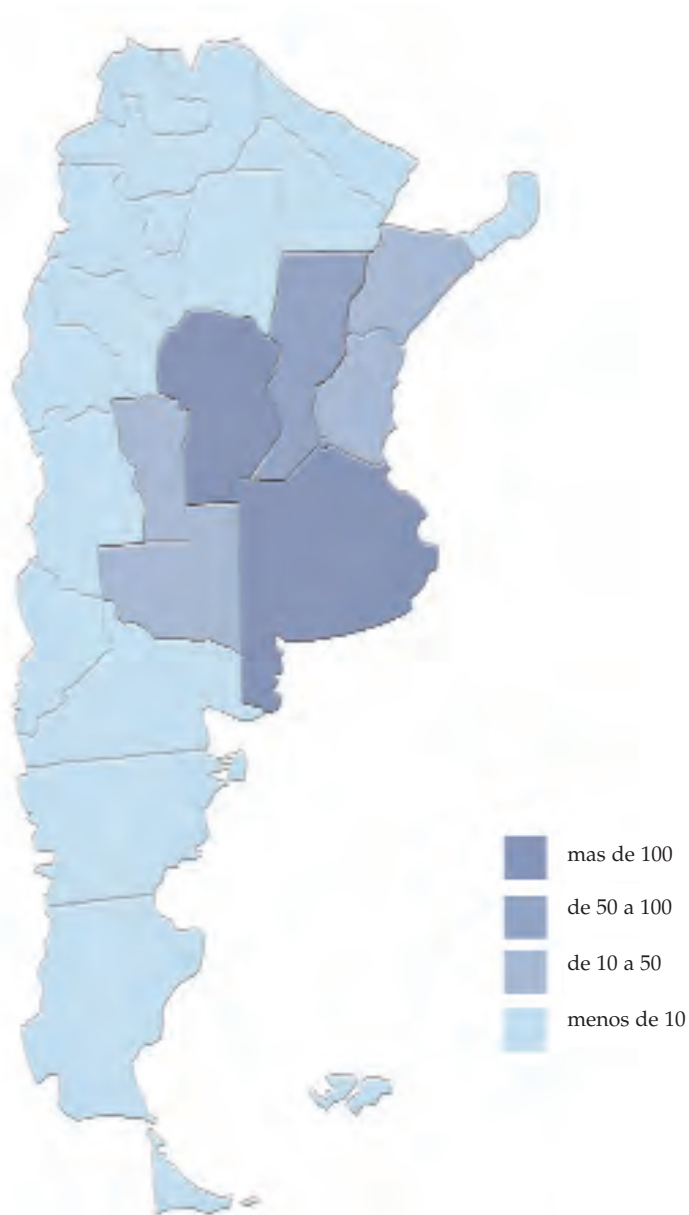
**1. Venta Directa o Particular de Productor a Productor** (con o sin intervención de consignatario de ganado).

**2. Remate Feria local**



En esta modalidad el productor remite hacienda para la venta a un consignatario (en este caso denominado también feriero), quien en una instalación de feria habilitada por la autoridad sanitaria la vende en remate a un comprador, también productor.

### Distribución Nacional de los locales de remate feria



Según las zonas existen costumbres diferentes para la práctica comercial, las ventas pueden realizarse:

1. *al bulto* (precio por cabeza), ó
2. *estableciendo el precio* por kilogramo vivo.

También como resultado de modalidades que se manifiestan regionalmente, el acto del remate puede realizarse:

1. *recorriendo los corrales*, en cuyo caso el rematador o martillero se traslada en un carro o camioneta según un orden preestablecido, trasladándose los compradores a pie, y
2. *en pista*. Se hace desfilan la hacienda a la vista de los compradores, quienes se ubican en una tribuna.



La cantidad de instalaciones de remates feria habilitadas en todo el país por el organismo de control sanitario (SENASA) es en la actualidad de 435, según la siguiente distribución por provincias:

Provincia	Cant. Inst.	Provincia	Cant. Inst.
BUENOS AIRES	142	CÓRDOBA	119
SANTA FE	46	ENTRE RÍOS	40
LA PAMPA	33	CORRIENTES	15
SAN LUIS	11	RÍO NEGRO	9
SALTA	6	CHACO	5
NEUQUEN	3	LA RIOJA	3
MENDOZA	2	FORMOSA	1

### Costo de comercialización

Servicio del consignatario: oscila entre un 4 a un 5% a cada parte interviniente (comprador y vendedor).

### Destino Faena

**1. Venta particular o directa de productor a frigorífico, matarife abastecedor o carnicero** (con o sin intervención de consignatario de ganado).

### 2. Remate Feria

Para el 2004, se estima que se vendieron a través de los remates feria alrededor de 130 mil cabezas mensuales para faena, lo que representa aproximadamente el 10% del total. No obstante, este canal es muy importante en la provisión de vacas de conserva y manufactura para la industria de termoprocesados (75% de las vacas que demanda).

Según datos proporcionados por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), en el año 2004 se llevaron a cabo 4.161 remates feria con todo destino.

### Costo de comercialización

Servicio del consignatario:

- Para el vendedor: oscila entre un 4 a un 5%.
- Para el comprador, alrededor del 1%

### 3. Mercados de Concentración

Mercado	1994	% s/ Faena	1999	% s/ Faena	2004	% s/ Faena
Faena Total	11.747.000		10.434.127		14.046.218	
Liniers	1.973.044	16,80	2.033.318	19,49	2.309.495	16,44
Rosario	163.374	1,39	158.621	1,52	161.265	1,15

### Mercado de Liniers

Este mercado es el más importante centro de comercialización de hacienda vacuna de la Argentina y, por sus particulares características, único en el mundo. A la vez, la magnitud de los volúmenes allí comercializados lo constituyen en un factor fundamental en la formación de los precios ganaderos.

Si se tiene en cuenta los días efectivos de operaciones (lunes, martes, miércoles y viernes, ya que los jueves solo se realizan algunos remates especiales) el ingreso diario promedio para el año 2004 fue de más de 10.000 cabezas.

Con más de un siglo de vida, en él desarrollan su actividad 57 empresas consignatarias que a diario venden la hacienda consignada por sus comitentes mediante alguna de las siguientes modalidades: 1. en remate, ó 2. al oído (consignatario y comprador acuerdan el precio y las condiciones en forma particular).

Ocupa una superficie de 34 hectáreas en la cual se ubican más de 2.000 corrales para la venta, 450 para la introducción y extracción de ganado, 40 balanzas automáticas y 32 muelles.





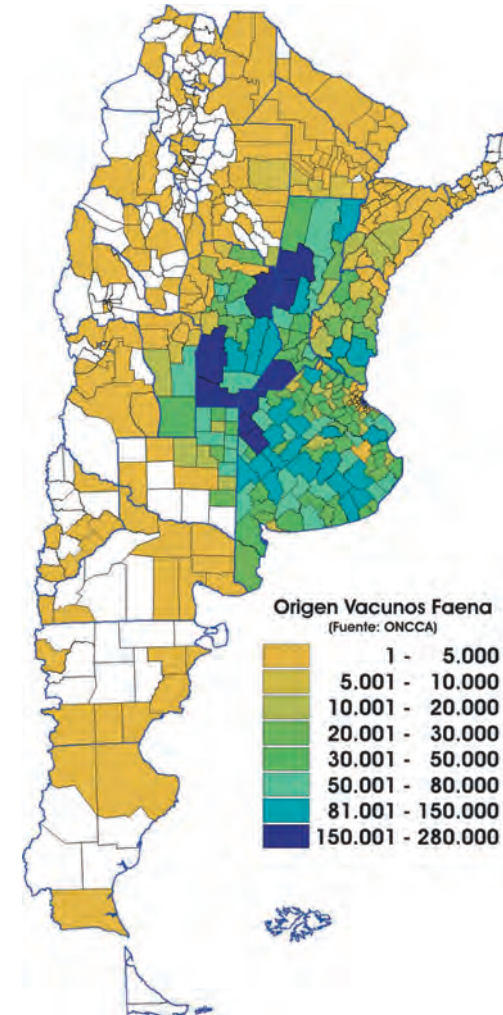
La descarga de la hacienda se produce a partir de las 18.00 de cada día, hasta la hora 05.00 del día siguiente. Las ventas se inician a las 08.00.



**Costo de comercialización**

Servicio del consignatario: para el vendedor oscila entre el 4,5 a un 5,5%. El comprador no tiene costo de comercialización.

En este mapa apreciamos el origen de la hacienda para faena en todo el país, por departamento o partido.



#### 4. Consignación Directa

Se estima que comercializa anualmente alrededor de 450 mil cabezas. Cinco consignatarios directos reúnen el 70% de lo comercializado bajo esta forma.

En general, su actividad se circunscribe al Gran Buenos Aires, donde representa alrededor de un 7% de la faena.

Algunos consignatarios directos realizan el despostado de las reses por cuenta del productor, vendiendo a la exportación o al consumo los cortes, según el estado del mercado, obteniendo un mejor precio final por el animal remitido.

La mayoría de los consignatarios directos venden las medias reses en gancho en las mismas cámaras de los frigoríficos donde faenan. Entre los compradores están los abastecedores, carniceros y troceadores.

Otros consignatarios venden las medias reses en remates (venta por imagen), siendo los compradores en su mayoría carniceros o propietarios de autoservicios. Por último, hay consignatarios directos que destinan las medias reses a exportación.

#### Costo de comercialización

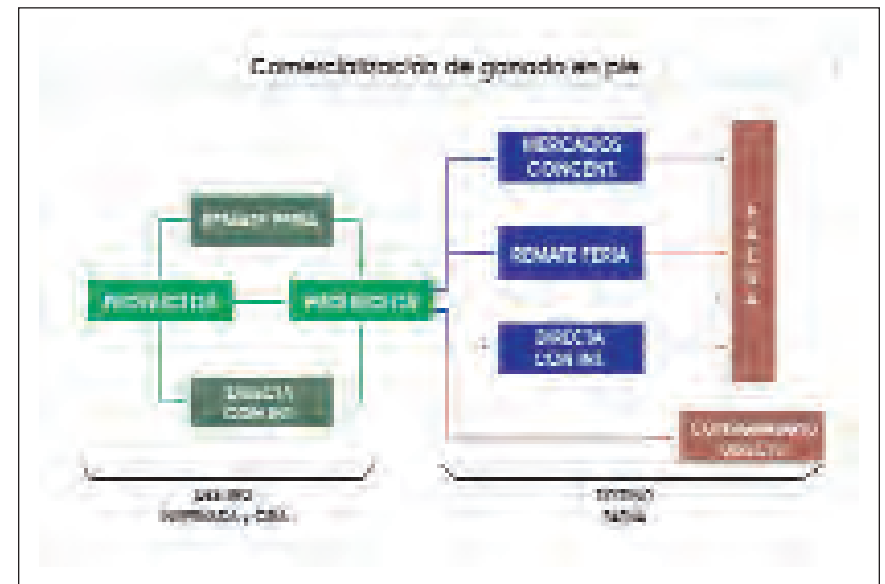
Servicio del consignatario directo: entre 4 y 4,5%, al remitente.

#### Costos de comercialización comunes a todos los canales

Se detallan los gastos comunes, independientemente de los que adiciona cada canal comercial según lo detallado precedentemente, existen conceptos comunes a todos, según el siguiente detalle:

- Flete: el promedio actual es de \$ 2,10 por kilómetro.
- Arancel por Inspección Sanitaria: \$ 0,90 por cabeza (SENASA).

- Emisión del Documento para el Tránsito de Animales (DTA): \$ 1.- por formulario
- Fondo con destino al Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA): \$ 1,25 por cabeza con este destino (faena).
- Impuesto sobre los Ingresos Brutos: entre el 0,5 y el 1% en las jurisdicciones provinciales que no eximen la producción primaria.
- Impuesto de Sellos: 0,75% y 1% en las provincias de Buenos Aires y La Pampa, respectivamente.
- Tasas municipales (extracción de guías de traslado y certificados): su variabilidad no posibilitan establecer un promedio



#### Promoción del Consumo Interno y la Exportación

Luego de muchos años de discusiones y desencuentros, y como fruto del consenso finalmente logrado entre productores, con-

signatarios, industriales y poder público, fue creado el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (ente de derecho público no estatal) por medio de la Ley N° 25.507, con el objetivo de promover el aumento del consumo local de carne vacuna y el fomento de las exportaciones cárnicas, contribuyendo a aumentar la competitividad de las empresas del sector ganadero e industrial y la consecuente creación de nuevos puestos de trabajo en la producción, la industria y el comercio.

La referida norma determina que el cuerpo colegiado denominado Consejo de Representantes, conformado por delegados de las principales entidades de la producción y de la industria conjuntamente con delegados de las provincias productoras y de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, es el encargado de administrar el Fondo de Promoción de Carne Vacuna Argentina que se crea, mediante el cual financiará las acciones necesarias para cumplir su misión.

Por su parte, el Consejo de Representantes, integrado por ocho vocales titulares y sus respectivos suplentes, dirigirá el Instituto con la presidencia que ejercerá uno de los representantes del sector productor (puede ser reelegido indefinidamente), designado por acuerdo de las siguientes entidades representativas: Confederaciones Rurales Argentinas, Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada, Federación Agraria Argentina, Sociedad Rural Argentina.

Asimismo se creó el Consejo Asesor, cuerpo que puede elevar al Consejo de Representantes tanto sus observaciones como las recomendaciones que entienda puedan corresponder sobre la marcha de los programas de promoción que el Instituto implemente, así como emitir su opinión sobre los temas por los que lo consulte el Consejo de Representantes, teniendo su opinión el carácter de no vinculante. Está integrado por las más importantes entidades de la cadena de la carne, como son Cámara Argentina de Productores de Carne Vacuna (CAPVC); Asociación

de Productores Exportadores Argentinos (APEA); Asociación de Productores de Carne Bovina Argentina (APROCABOA); Federación Gremial del Personal de la Industria de la Carne y sus Derivados; Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado; Centro de Consignatarios y Productos del País; Centro de Consignatarios directos de Hacienda; AACREA; y la Cámara Argentina de Engordadores de Hacienda Vacuna; Federación de Cooperativas Agropecuarias Coop. Ltda. (UNCOGA); y Asociación de Cooperativas Argentinas (A.C.A.)

Cuenta también con representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto y del Centro de Investigaciones Agroindustriales del INTA.

El Fondo creado para financiar el Instituto se compone de dos contribuciones obligatorias que se hallan, respectivamente, a cargo de los productores cuando vendan hacienda con destino a faena (\$ 1,25 por animal) y de la industria frigorífica (\$ 0,55 por cada animal faenado).

Con una faena anual del orden de 14 millones de cabezas, el organismo dispondría de alrededor de 25 millones de pesos para llevar a cabo su cometido.