

Historia de los
REMATES FERIA
en la Argentina

Historia de los remates feria en Argentina : comercialización de ganado en Argentina, Australia, Brasil, Estados Unidos y Uruguay / compilado por Néstor Perez Ortega - 1a ed. - Buenos Aires : Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, 2005. 144 p. ; 23x16 cm.

ISBN 987-20977-1-2

1. Ganado-Remate. 2. Ganado-Comercialización I. Perez Ortega, Néstor, comp. II. Título

Arte de tapa: Eduardo Ruiz
Diseño del interior: Romina Nicolari

© 2005, Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado
Lima 87, 3^{er} piso, Buenos Aires - Argentina
Tel: (54 11) 4383-9393 - Fax: interno 208
E-mail: correo@cacg.org
www.cacg.org.ar

Realizado gráficamente por
LARA Producciones Editoriales
Tucumán 994, 5^o piso, Tel/fax: 4322-4639
Email: ranic@speedy.com.ar
durante el mes de Abril de 2005

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723

I.S.B.N.:987-20977-1-2

IMPRESO EN ARGENTINA

Prólogo

Luego de que germinara la idea de impulsar la edición de este libro sobre la Historia de los Remates Feria se hizo necesario reflexionar sobre el objetivo perseguido.

La primera respuesta que surgió fue la de realizar el homenaje que debíamos a aquellos que con su accionar nos marcaron el rumbo en una profesión que tanta pasión despierta en quienes la ejercemos diariamente, a la que bien podríamos denominar vocación de servicio. Pero evidentemente había más.

Buscando otras argumentaciones, en mi biblioteca encontré el libro "Historia Económica y Social" de Humberto A. Mandelli y rescaté, entre otros conceptos, el siguiente: "*La Historia nos permite relatar los acontecimientos o hechos humanos del pasado. Para la Historia los hechos humanos son los que ofrecen mayor contenido y forma. El hombre es el agente activo de ella, en el cual todo cambio es continuo y fácil de observar en sí y en los demás siendo precisamente estos cambios, los individuales y los colectivos, los que nos ubican en la Historia.*" Meyer, por su parte, afirma que histórico "*es todo hecho cuya acción es fecunda en el orden de la cultura humana*".

Dirigiendo mi pensamiento hacia lo específicamente humano puede percibir con claridad que en nuestra actividad es muy común que prevalezca la relación humana sobre el beneficio económico. Así, la mayor satisfacción de un feriero es vivir la sensación de haber prestado con eficiencia y profesionalidad un servicio a su cliente, con quien mantiene un vínculo que va más allá de la simple relación comercial.

Pero, ¿qué es el Remate Feria?

En un intento de definición podríamos decir que es el lugar en donde se desarrolla una fiesta organizada como culminación de una etapa de la producción. Esa tarea se inicia algunos días antes con la visita al campo "*para juntar la hacienda*", continúa en la feria con el aparte y la clasificación, la recorrida del martillero revisando los lotes e imaginado su futuro comprador mientras recorre

nerviosamente la lista de los invitados al remate, para -luego- compartir tanto junto a compradores y vendedores como a encargados, peones y colaboradores, simulando estar distendidos, un trozo de carne y alguna copa “*como para tantear el ambiente*”.

En el inicio del remate -la hora de la verdad- todos valen por igual: chicos, medianos y grandes operadores.

Todos tienen la oportunidad de participar. Los vendedores obteniendo un justo valor, acorde con la calidad y no con la cantidad de lo producido; el comprador, ofertando de acuerdo con su posibilidad de compra y sin estar obligado por la cantidad.

Es la hora en que el martillero, impostando la voz como el mejor actor, inicia la puja y, al bajar el martillo busca las miradas de aprobación del vendedor por el precio obtenido y del comprador por la satisfacción de la compra.

De este momento dice Roberto Quiroz en un grabado: “*Yo tiro..... cuando me tiran; Cuando me aflojan.... aflojo; Yo vendo cuando me gusta.....no quemo por un antojo*”.

Este sentir fue recogido por Juan Cruz Jaime, quien merced a una brillante búsqueda logró un texto que no se limita a acumular y describir hechos históricos sino que, a través del jugoso anecdotario que agrega, hace que los mismos cobren vida.

Por último, intentando que este libro no solo relate nuestra historia sino que también resulte útil como elemento de estudio, consulta y discusión, agregamos un capítulo en el que efectuamos una síntesis descriptiva acerca del comercio de ganado actual, tanto en nuestro país como en algunos de los países competidores más importantes.



Dr. CARLOS PUJOL

Presidente

Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado

Agradecimientos

Expresamos nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas, empresas e instituciones que colaboraron de las más diversas maneras en la reconstrucción histórica y en particular a:

Cecilia Irazusta de Nasello

Edgar E. Pastore

Roberto y Roberto Julio Ildarraz

Lionel y Miguel Caballero

Edgardo Vittori

Néstor Hugo Fuentes

Mariano Etchegaray

Coop. Agríc. Gan. Ltda. Guillermo Lehmann

Delfor Caputto

Ferías García S.A.

Ganados S.R.L.

Hugo R. Arístegui y Cía. S.R.L.

Néstor I. Goenaga y Cía. S.A.

Sivero y Cía. S.A.

Sucesores de Brivio y Cía. S.R.L.

Centro de Consignatarios de Haciendas de la Provincia de Entre Ríos

Centro de Consignatarios de Haciendas del Sur (Bahía Blanca)

Centro de Consignatarios de Productos del País.

Hacemos una mención especial para Manuel Henrique Farias Ramos, Presidente del *Conselho Nacional da Pecuária de Corte* (Brasil) y para Carlos y José de Freitas Urioste (Uruguay), por sus indispensables aportes.

INDICE

Historia de los REMATES FERIA en la Argentina

Capítulo I

- Los Remates Feria en la Ganadería Argentina, 1
- Introducción, 3
- Antecedentes del remate feria, 3
- Los inicios del remate feria en Argentina (1893-1921), 11
- Los pioneros: Bautista Alchourron y Ramón Olaciregui, 14
- Las ferias del pasado, 20
- La agremiación de los ferieros, 28
- Conclusión, 33

Capítulo II

- Recuerdos de otra época, 37
- Personajes, 39
- Procedimiento, 41
- ¿Qué me compro con un ternero?, 43
- Logística, 43

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

Capítulo III

- La comercialización de ganado en Argentina, 51
- Consideraciones generales, 53
- Canales comerciales, 56
- Destino cría e invernada, 59

Destino faena, 62

Promoción del consumo interno y la exportación, 67

Capítulo IV

La comercialización de ganado en los principales países
productores-exportadores a nivel mundial, 71

Australia, 73

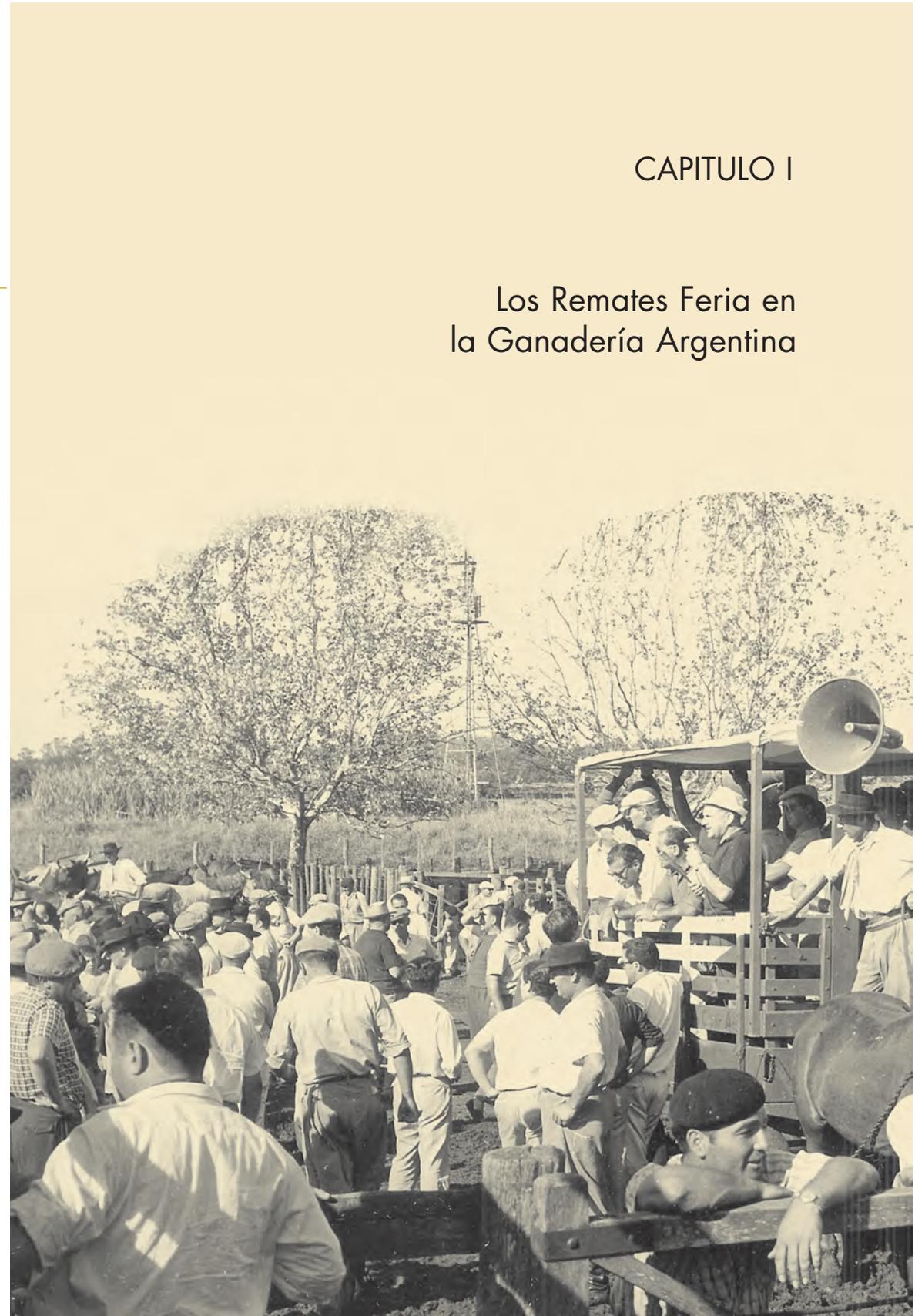
Brasil, 91

Estados Unidos de Norteamérica, 106

República Oriental del Uruguay, 120

CAPITULO I

Los Remates Feria en la Ganadería Argentina



Introducción

Es la historia una ciencia que necesita que el reposo de las almas enfríe el agitado devenir cotidiano de la vida. Es por ello que las distintas escuelas históricas han determinado la cantidad de años necesarios para que un hecho sucedido en el día de hoy pase a convertirse en un “elemento histórico”.

Generalmente, el lapso estipulado para que ello ocurra es de medio siglo. Es por eso que hemos decidido narrar la historia del remate feria como forma de comercialización desde su origen, a fines del siglo XIX, hasta la década del sesenta del siglo pasado, en la certeza de que un análisis de tiempos más cercanos nos haría apartar de la óptica científicamente histórica. Realizada esta breve pero necesaria introducción metodológica pasemos al que esperamos sea un ameno relato.

Antecedentes del remate feria

Cuando el 8 de agosto de 1921 se firmó en los salones de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires el Acta de fundación del Centro de Martilleros de Hacienda y Bienes Raíces, entidad de la cual la actual Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado es heredera histórica, los remates feria ya llevaban un cuarto de siglo realizándose en nuestro país.

Por supuesto, la ganadería era desde la época colonial la mayor fuente de riqueza de nuestro suelo, desde que en 1552 los hermanos Goes introdujeron ganado bovino hasta Asunción, expandiéndose desde allí hacia el Río de la Plata. Sin embargo, los modos de comercialización de la ganadería variaron considerablemente desde aquellas pretéritas épocas.

Menos de cincuenta años más tarde Juan de Garay, al refundar Buenos Aires, trae consigo quinientas vacas y mil caballos que en poco tiempo se reproducen de manera exponencial. Nueve años más tarde Francisco Salas Videla registra en el Cabildo la primer marca de la ganadería colonial y para 1605 se realiza la primer exportación de tasajo a Cuba y de cueros a Brasil.



Ganado en un grabado del siglo XVIII

Pasarán doscientos años para que los hacendados se unan por primera vez. El principio de la libertad de comercio se difundía de manera acelerada. La Representación que Mariano Moreno escribió para hacendados y labradores y firmó el procurador José de la Rosa, solicita que los principios de la libertad de comercio se instituyan provisoriamente, hasta que un nuevo sistema estable reemplace el entonces existente. El documento tuvo el éxito esperado y las barreras monopolistas dieron paso al comercio libre, exportándose en seis meses un millón y medio de cueros.

Era un punto de inflexión en la comercialización del ganado, por culminar una época de claro dirigismo estatal para dar lugar a un comercio regido por las leyes de la oferta y la demanda que desarrollará en forma importantísima la actividad.

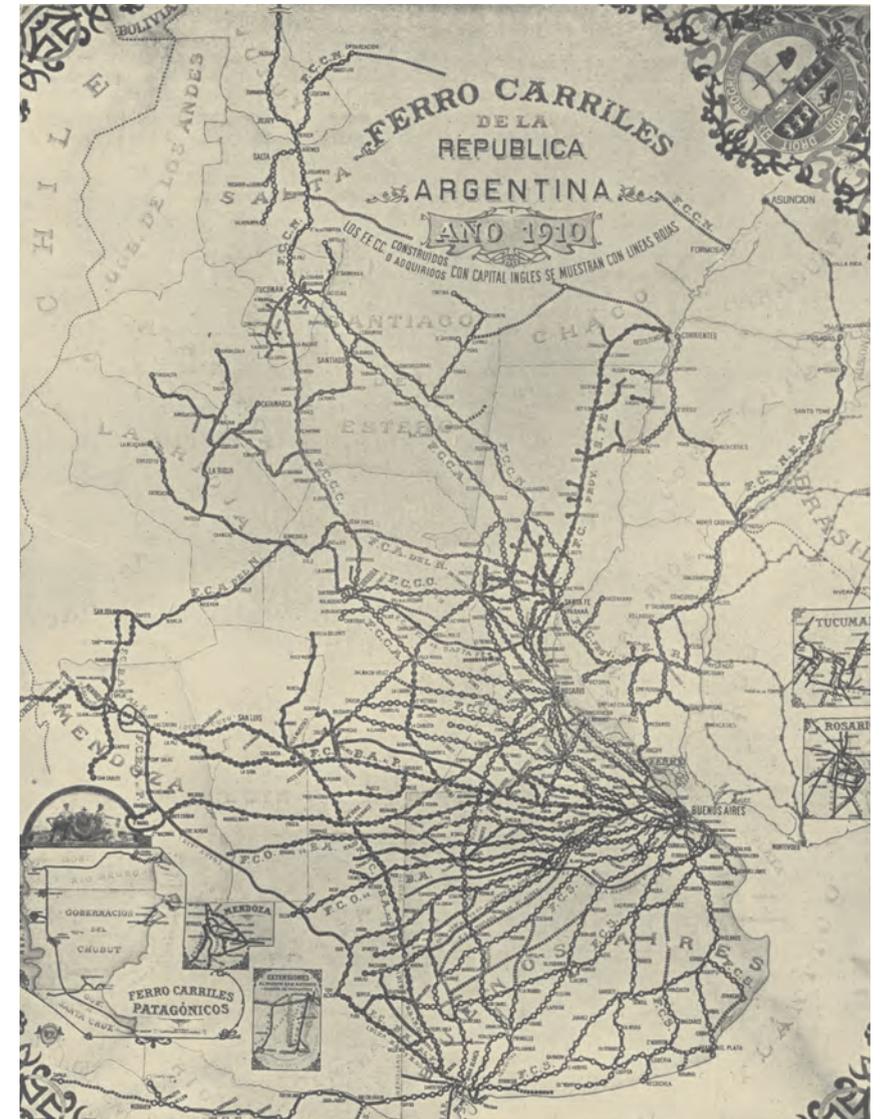
Sin embargo, la Argentina independiente de principios del siglo XIX no era mucho más que las ciudades históricas virreinales con un pequeño espacio geográfico destinado a la ganadería, pues la mayor parte del territorio se encontraba aún en manos del indígena que asolaba la campaña y los límites de los pocos campos productivos eran difíciles de demarcar.

En 1833 Juan Manuel de Rosas concreta las primeras alianzas con los indios, posibilitando que la actividad ganadera pudiera prosperar en una mayor superficie de la provincia de Buenos Aires. A él mismo, como saladerista, le resultaba de interés que la superficie económicamente utilizable se extendiera lo más posible.

Once años más tarde Ricardo Newton revoluciona la ganadería argentina alambrando sus campos. Para 1876 el proceso del alambrado se extiende por todo el territorio, culminando en 1907, año en que no queda campo sin alambrar.



Red ferroviaria en 1865



Red ferroviaria en 1910

El golpe final lo da el General Julio Argentino Roca, quien con su famosa “Campaña del Desierto” agrega veinticinco leguas cuadradas de campo fértil para la explotación agropecuaria (el oeste de Buenos Aires, el sur de Córdoba, San Luis y Mendoza y toda la provincia de La Pampa, así como la Patagonia) a la vez que elimina definitivamente el peligro del malón.

El país estaba finalmente apto para ser comunicado y en ocasión del Centenario de la Revolución de Mayo el tren –que para 1870 llegaba, en Buenos Aires, apenas a Chivilcoy hacia el oeste y a Chascomús hacia el sur y desde Córdoba a Rosario, sumando en total apenas 732 kilómetros de vías ferreas– llega a tener casi 28.000 kilómetros uniendo a todas las capitales de las provincias argentinas.

Para entonces la Sociedad Rural Argentina llevaba años de pujante actividad en aras del mejoramiento del sector. Asimismo, inaugura una nueva forma de demostración del producto: las exposiciones ganaderas.

La primera muestra de este tipo en el país tuvo lugar en Buenos Aires en el año 1858 en los actuales lagos de Palermo. Es de destacar que los periódicos de entonces expresaron su asombro ante la indiferencia con que fue recibida por los porteños.

Años más tarde, en 1871, se realiza en Córdoba una exposición nacional de ganadería de gran importancia que marcó un jalón inmovible que contribuyó a transformar los hábitos de trabajo y de vida de la población rural. Era el comienzo de la Argentina moderna y la actividad agropecuaria era indudablemente su motor.

Cuatro años más tarde comienzan las hoy tradicionales exposiciones organizadas por la Sociedad Rural Argentina, a la que tomarán como ejemplo las distintas muestras rurales que se

irán organizando en el interior. En Chascomús, por ejemplo, tiene lugar en 1879 la primera exposición realizada en territorio bonaerense, coincidente con la fundación de la sociedad rural local.

La historia de las sociedades rurales constituye la etapa inicial del movimiento social de los hombres de campo en su esfuerzo por organizar la producción, comprendiendo ella no sólo el esfuerzo en el trabajo y dedicación de capitales en establecimientos rurales, sino también el mejoramiento de los rodeos mediante la introducción de reproductores de las más conocidas cabañas extranjeras, realizando concursos y exposiciones cuyos premios fueron siempre un estímulo para los iniciadores de la ganadería argentina.



Entrega de premios

Se estaba acercando el momento del inicio de los remates ferias. Originalmente el consignatario se circunscribía a operar con frutos del país, que abarcaban desde la lana hasta las plumas de avestruz, en especial destinados a la exportación, procedentes de los más diversos lugares de la campaña.

FRUTOS DEL PAIS	
SALA COMERCIAL DEL MERCADO CONSTITUCION	
Buenos Aires, Octubre 30 de 1877.	
Las transacciones realizadas dan el siguiente resultado:	
LANAS VIEJAS	
Segun su clase, con mas ó menos carretilla, suciedad, etc., etc., se han vendido:	
Defectuosas ps. 72 á 76 arroba.	
Mezclas 81 á 85.	
Meztizas 91 á 95.	
Id. finas 91 á 95.	
Especiales 96 á 98.	
Borrega 57 á 63.	
CUEROS VACUNOS SECOS	
De acuerdo con su clase y condiciones de entrega se ha pagado desde ps. 168 á 174 pesada.	
PIELES LANARES	
Matadero ps. 27 á 28 1/2 rls. lib.	
Campo 22 á 26.	
Pelados 26 á 30 doc.	
Corderos 22 á 24 id.	
Corderitos 14 á 15.	
CUEROS SECOS DR POTRO	
Segun su clasificacion ps. 31 á 37 uno.	
CERDA	
De acuerdo con su clase ps. 118 á 130 arb.	
VENADOS	
Libre de pintados, ps. 106 doc.	
PLUMA DE AVESTRUZ	
Suelta, ps. 30 á 34 lib.	
Atada de indio 42 á 48.	
NUTRIA	
De la Provincia, ps. 11 lib.	
GRASA Y SEBO	
En condicion de exportacion, ps. 51 á 52 arroba.	
Id. id. id. campo 49 á 50 id.	
Pisado id. id. id. 28 á 30 id.	
Panzas id. 42 á 45 id.	
Aceite de potro en cascotes 40 á 42.	
CEREALES	
Trigo segun calidad ps. 100 á 165 fanega.	
Maiz id. id. 110 á 130 id.	
Cebada id. id. 80 á 90.	
Harina segun clase y procedencia 26 á 30 arroba.	
Afrecho id. id. id. 23 á 25 quintal.	
PASTO SECO	
Alfalfa segun clase, fardo de campo, ps. 300 á 320 tonelada.	
Mezcla id. id. id. 240 á 250 id.	
Verde á domicilio 70 á 80 carrada.	
Precios de la hacienda el 30 de Octubre de 1877	
Novillos de saladero sin venta	
Carne y sebo 200 á 400	
Cueros de novillo 140 á 160	
Id. de vaca 80 á 100	
Terneros 80 á 120	
Capones no hay.	
Precios de materiales para construcciones	
Pino para corrales, pié 12 rls.	
Tejas francesas «Sacaman», millar 1780 ps.	
Zino lizo para techos, quintal 275 ps.	
Baldosas de piso, millar 1050 ps.	
Tirantes de pino de tea, pié 15 rls.	
Ripias de cedro, millar 220 ps.	
Tirantillos de pino, pié 12 rls.	
Fierro galvanizado, quintal 195 ps.	
OBSERVACIONES	
Quedan en la plaza Constitucion y en la estacion «Buenos Aires», lanas de todas clases sin venderse.	
Precios sostenidos.	

Cotizaciones del Mercado Constitución

La intervención del consignatario se sustenta en la constitución de un mandato sin representación que se expresa en la fórmula: “a nombre propio y por cuenta de terceros”, justificada por la lejanía del comitente respecto de los centros de consumo e industrialización. Se produce de este modo una sustitución del productor por la casa consignataria, recayendo sobre ésta todas las responsabilidades administrativas y comerciales del negocio mediante la percepción de una comisión.

Aunque la función va mas allá: el consignatario pasa a anticipar fondos convirtiéndose virtualmente en banquero de su cliente. En épocas en que las entidades crediticias no llegaban a todo el interior del país, la figura del consignatario fue fundamental para el desarrollo del progreso rural local.

Los inicios del remate feria en Argentina (1893–1921)

Para la década de 1890 las condiciones estuvieron dadas para la llegada a la comercialización de hacienda de la figura del feriero. Consignatario de la campaña que en instalaciones propias o ajenas, periódicamente organiza subastas de ganado con destino a la faena, invernada y cría.

Su aparición en el escenario es posterior a la del consignatario de frutos aunque debemos decir que podemos rastrear su prehistoria en los remates realizados en sus patios capitalinos por firmas hoy desaparecidas como J. M. Méndez, Adolfo Bullrich y Pedro y Antonio Lanusse, fundadas en 1865, 1867 y 1872 respectivamente.

Sin embargo, allí se remataban sólo animales de determinadas razas en número reducido y no pueden considerarse como remates feria en el sentido que esta forma de comercialización tomará a partir de la última década del siglo XIX.

*Antonio Lanusse**J. M. Méndez**Adolfo Bullrich**Mariano
Billinghamurst*

No será hasta la década del sesenta del siglo XIX que se dividirán profesionalmente el rematador de propiedades y el de hacienda. Podríamos afirmar que ambos reconocen como su más antiguo representante a Mariano Billinghamurst (1810–1892), fundador de la primera empresa de remates de propiedades y animales de raza, de la que fue colaborador y digno sucesor Adolfo Bullrich, que ocupó el mismo local en la calle Alsina, entonces Potosí Nr. 70.

El remate feria nace como consecuencia de la necesidad de dar abasto a las ciudades y pueblos del interior, pero fundamentalmente como punto de concentración y apoyo para pequeños y medianos productores que encuentran así la posibilidad de comercializar su producción ganadera sin pérdidas de peso y gastos en fletes. Tan es así que se considera al feriero de la campaña como uno de los puntales de la reconocida calidad de nuestra ganadería.

Pasan también a regir para el remate feria las características de un mandato de comisión con las mismas responsabilidades, derechos y obligaciones del consignatario de mercado, tornándolo un elemento imprescindible para la renovación y colocación

de los planteles, siendo en la actualidad más de doscientas las empresas que desarrollan su actividad comercializadora en el país desde un extremo al otro, constituyéndose en palanca para la ganadería argentina.

Como decíamos, la década de 1890, cuando aquel gran presidente argentino que fue Carlos Pellegrini galopaba la mayor crisis que hasta entonces se había conocido en nuestro país, es la que ve el nacimiento de los remates feria. Para entonces los consig-

*Carlos Pellegrini*

natarios ya eran la “quinta rueda del carro ganadero”, como lo definiera uno de los miembros más destacados del negocio.

Los pioneros: Bautista Alchourron y Ramón Olaciregui

El primer remate feria que registra la historia se realizó el 17 de noviembre de 1893 en la localidad de Jeppener (provincia de Buenos Aires) y fue realizado por la firma Alchourron Hermanos, fundada el año anterior por Bautista Alchourron.



Bautista Alchourron

Luego del éxito obtenido, introdujo éste canal de comercialización en las provincias de Santa Fé (Rufino 1895) y Córdoba (Laboulaye 1897).

Bautista Alchourron

Como consta en el diario La Nación del 10 de noviembre de 1929, fue el primer feriero en recibir la medalla de oro como socio honorario del Centro de Martilleros y Bienes Raíces, entidad antecesora de la Cámara.

Dice la crónica periodística respecto del homenaje que con tal motivo había sido organizado por el referido Centro:

“La intensa labor desarrollada por D. Bautista Alchourron durante medio siglo fue objeto de pública sanción en el banquete servido anoche y que congregó a más de doscientas personas representativas en el Castelar Hotel.”

En momento oportuno D. Julio A. Quesada pronunció su discurso diciendo que “el Centro habíale encargado de expresar en su nombre la satisfacción con que le discierne la medalla de oro gremial, que se acuerda a los esforzados que en la ruda labor diaria de más de medio siglo han cosechado los laureles del vencedor en estas humildes jornadas del martillo rural, sembrando ideas y defendiendo a través del tiempo la simiente acrecentadora de la riqueza ganadera en la vasta extensión nacional.”



Julio Argentino Quesada

“Fueron las ferias rurales –agregó– que vuestro esfuerzo combinó y propagó con el concurso de ganaderos como los Newton, Casares, Elía, Pereyra, Urioste y tantos otros exponentes de la riqueza nacional, que confiaban en vuestra pericia y vuestra honestidad sin tachas para la venta de sus productos.”

Inmediatamente tomó la palabra el señor Alchourron para agradecer el homenaje y dijo: “Refiriéndome a los éxitos que tan generosamente me atribuye esta asociación como iniciador y perseverante luchador en pro del desenvolvimiento de los remates feria, y sin negar mi decidida cooperación, es mi deber hacer notar que han intervenido en esa obra, además, importantes factores y decididos cooperadores, verdaderos propulsores del progreso agropecuario del país.”

Por ser el primer feriero nos parece oportuno hacer una breve semblanza biográfica de D. Bautista. Nacido en Chascomús en 1862 en el hogar constituido por los inmigrantes vasco-franceses Jean Alchourron y Marie Belheumeur, casados en Ranchos dos años antes. Cuando contaba apenas cinco años su padre fue nombrado mayordomo de la estancia “San Felipe” de los Senillosa, donde Bautista adquirió sus primeros conocimientos rurales que profundizó al ingresar en la primera camada de la Escuela de Agronomía de Santa Catalina, donde su egreso con altas calificaciones fue motivo para que el gobierno lo nombrara, a pesar de su juventud, encargado de realizar un viaje por Europa para interiorizarse de los avances generados en su actividad.

Al regresar se dedicó a la subasta de ganado junto a sus hermanos con la firma Alchourron Hermanos, iniciando, como ya dijimos, la comercialización en remate feria que se popularizó con gran rapidez. La política tampoco le fue indiferente y participó de las revoluciones radicales de 1890 y 1893, perdiendo en ésta última a su hermano Julio. Una vez concluida dicha jornada revolucionaria fue proclamado primer intendente de General Belgrano.

En el ámbito privado le tocó presidir Bolsa de Ganados S.A. y el Mercado de Haciendas de Avellaneda, así como ocupar el directorio de los Bancos Galicia, de la Nación y de la Provin-

cia de Buenos Aires. Casado con Concepción Casado, falleció en 1938.

El Acta 750 del Centro de Martilleros, del 16 de diciembre de 1938, indica que falleció el día anterior Bautista Alchourron, al que califica de “decano del gremio y fundador de los sistemas de remates ferias”.

El segundo remate feria en el país, organizado y realizado por Don Ramón Olaciregui, tuvo lugar en Bahía Blanca el 18 de marzo de 1894, a poco de ser fundada la Sociedad Rural de esa localidad. Así entra en la historia de los remates feria quien fuera primer presidente del Centro de Martilleros en 1921 y el segundo homenajeado con medalla de oro en 1939.

Nacido en 1867, era hijo de Ramón Olaciregui y Magdalena Arizabalo. Su padre llegó al país procedente de Alza, Guipúzcoa, en 1862 y se radicó en Chascomús para dedicarse al comercio. Con apenas veinticuatro años decide Ramón (h) probar suerte en una población que en 1870 había sufrido su último malón.



Ramón
Olaciregui

Fundada en 1828, Bahía Blanca registraba un crecimiento sostenido a partir de la llegada del ferrocarril en 1884. Para cuando arribó Olaciregui los esfuerzos no podían desperdigarse ni nadie podía, por mucho que el cabal conocimiento de sus fuerzas lo tentara a ello, atreverse a intentar la aventura por sí mismo.

Supo esto desde el comienzo Olaciregui y vio en la agremiación el elemento idóneo para posibilitar realizaciones mayores y se contó entre los fundadores de la Sociedad Rural a pocos años de su radicación, llegando a ocupar la presidencia de la misma entre 1918 y 1928.

Fue dicha Sociedad Rural la que organizó en septiembre de 1894 el segundo remate feria efectuado en Bahía Blanca, apoyada por Bautista Alchourron.

Al igual que a Alchourron la política no le fue negada, aunque en el partido político opuesto, pues militó siempre en el Conservador, que lo llevó a ocupar una banca en el Concejo Deliberante en 1898 y la intendencia entre 1905 y 1906, así como la senaduría provincial entre 1912 y 1918.

En 1893 contrajo enlace con Inés Mañalich y el mismo año, el 19 de septiembre, fundó la firma "Lanusse y Olaciregui" asociándose con Pedro y Antonio Lanusse y realizando en 1898 el primer remate de una firma consignataria local.

Durante muchos años ocupó el Tribunal de Honor del Centro de Martilleros y falleció en la Bahía Blanca que tanto promovió, en la Navidad de 1949. Su firma continuó en funcionamiento, tomando años más tarde la denominación "Bermúdez, Olaciregui y Cía."

Fue sin duda Bahía Blanca una de las iniciadoras más aguerridas de los remates feria. Si bien las condiciones geográficas no la ayudaban, supo cimentar con creces su futuro.

Para la época en que Olaciregui llegó, la influencia de Bahía se extendía desde Sierra de la Ventana hacia el Colorado y desde el Sauce Grande hasta el corazón de los algarrobales pampeanos. Hacía relativamente poco, en 1859, había sufrido la última incursión de medio millar de indígenas, cuyas consecuencias aún comentaban los mayores del pueblo.

En 1884, la inauguración de la red ferroviaria Bahía Blanca-Constitución (Buenos Aires) representó el salto cualitativo que faltaba para integrar en forma definitiva esta zona a la geografía nacional.

Diez años más tarde la fundación de la Sociedad Rural local marca el punto de inflexión entre la ciudad colonial y la moderna. Fundada el 26 de abril de 1894, en su acta número uno, fechada en julio de ese año, se da cuenta de la adquisición de un local para las ferias que se encontraba en la actual esquina de Eliseo Casanova y Alem, realizándose la primera a fines de septiembre y la segunda a principios de marzo de 1895.



Antigua feria de ovinos

Al año siguiente ya trabajan en la recién fundada consignataria Elizalde, Ochoteco y Cía. los futuros ferieros Avelino y Modesto González Martínez, quienes desde 1897 realizaron ferias regulares en Villa Bordeu, cerrando la casa en 1993.

La referida Villa Bordeu se desarrolló sobre terrenos pertenecientes a Teófilo Bordeu (1857-1895), primer intendente de Bahía Blanca. A su viuda, Petrona Huguilor, la Sociedad Rural le compró en 1906 las instalaciones para realizar remates feria, que pasarán a convertirse en el reducto feriero bahiense por antonomasia, realizándose el primero recién en octubre de 1912, luego de acondicionar durante algunos años el lugar.

Una estadística de 1914 nos dice que ese año las firmas Adolfo Bullrich y Cía., Etchepareborda y Lopetegui, Oyarzun y Fernández y Lanusse y Olaciregui han realizado en total 34 remates, con ventas que alcanzaron la suma de más de cuatro millones de pesos moneda nacional.

Las ferias del pasado

En muchos casos fueron antiguos vecinos de los pueblos los que desde su llegada a tierra argentina se habían ocupado de los ramos generales, ampliando posteriormente su espectro de comercialización hacia las ferias.

El remate feria tuvo su máximo auge en los inicios del siglo XX. Las condiciones socioeconómicas del país favorecían en gran forma el negocio ganadero, lo que se vio reflejado en esta nueva forma de comercialización que se afianzó inicialmente en la campaña bonaerense para luego extenderse a otras provincias.



Antigua feria

Podemos decir sin temor a equivocarnos que en las primeras dos décadas del siglo pasado surgió un feriero en cada pueblo

de la provincia de Buenos Aires. Un elemento que caracterizaba a estos pioneros de las ferias era que tenían un alto compromiso político con las localidades donde ejercían su actividad. Así, al igual que Alchourron y Olaciregui, fueron muchos los ferieros que ocuparon las intendencia de sus pueblos, tal el caso, por ejemplo, de Pedro Duhalde, intendente de Pehuajó antes de cumplir los treinta años.



Corrales de inicio del siglo XX

Como queda dicho, en aquella época ya se hacían remates tanto en instalaciones propias como alquiladas a las sociedades rurales locales, las que contribuyeron de este modo al afianzamiento de este sistema comercial.

En general, los antiguos locales de remate ya no cumplen tales funciones. Sea porque han quedado demasiado cerca del ejido urbano o porque en la localidad se construyeron instalaciones más aptas durante el transcurso del siglo XX.

Un claro ejemplo de ello, sin duda repetido en diversas localidades argentinas, lo encontramos en Tandil. Allí, a principios de siglo XX, los remates feria se dieron en las denominadas Ferias Francas, lugar donde posteriormente funcionó el estadio de fútbol del pueblo y luego la Escuela Normal Mixta Gral. San

Martín. Posteriormente se usaron las instalaciones de Diógenes Ruiz, luego las de la Agrícola Ganadera y desde el 14 de junio de 1931 hasta nuestros días, las de la Sociedad Rural de Tandil.

Otro aspecto clave de esa primera etapa –aunque aún hoy se puede observar este fenómeno– es que de una firma matriz nacen nuevas casas dedicadas al negocio. También han sido frecuente los casos de empleados que luego de años de pertenecer a una firma son habilitados, luego asociados y finalmente, cuando el fundador se retira o fallece, cambian la razón social de la firma, continuando de hecho con las actividades de la firma originaria.

Veamos un caso paradigmático que incluye la casa que realizó el primer remate feria en Argentina. En 1919 Victoriano T. Ugarte se desvincula de Alchourron Hermanos y se asocia con Liborio Astoreca y José Salsamendi para crear la firma Salsamendi y Cía., hasta que en 1937 se une a Brivio y Cía., para finalmente fundar su propia firma en 1944. La historia de Ugarte se repite indefinidamente en esta forma de comercialización.

De la misma manera, la provincia de Santa Fe nos brinda en la figura de la casa señora Pastore y Cía. –que iniciara sus actividades en las primeras décadas del siglo XX–, otro ejemplo de lo mencionado en el párrafo precedente. Entre 1956 y 1957 se desprendieron de ella varios de sus integrantes para fundar Ganados Remates S.A., Edgar E. Pastore y Cía S.R.L. y Damiani y Pujol S.C., las que operaron simultáneamente durante mucho tiempo en la provincia, continuando las dos primeras con sus actividades en la actualidad bajo el rubro social original.



Llegando a la feria

Por aquellos años, las ferias tenían un aire que describió muy acertadamente el diario de Tandil en un artículo titulado “Ferias de ayer y hoy” que fuera transcrito en la revista 1914/42 de la Cámara, que hace un nostálgico relato de los remates feria de la década del veinte.

“Siete mil cabezas anunciaba una firma en cualquier punto de la zona de cría de la provincia, y el movimiento de tropas, tropillas y cencerros, llenaban los atardeceres de aquella población tranquila.

Domadores de pagos lejanos, con sus redomones y madrinas de pelos variados, tendían sus pilchas, ordenado el carro o la Villalonga de los vicios, almacén de provisiones, en la huella larga.

Mozos de firmas martilleras, escribientes como los llamaba el paisanaje, se ocupaban de ubicar la hacienda en chacras y pastoreos de los alrededores. Acomodada la tropa los reseros pueblereaban, con sus mejores pilchas y pingos, hasta el día del remate.

Gente forastera; –turistas de ahora– suscitaban el comentario y el revolotear de mozas, que se sucedían días antes y aumentaban el día del remate feria, con huéspedes de automóviles y pocos breques y americanas quedaban ya para las anillas colocadas en boliches, fondas y hospedajes.

–¿Por dónde es el remate?– inquiría un comprador un poco desorientado a unas mozas del pueblo. –Por allá señor, siguiendo esa calle larga ya verá la polvareda...

Y así los remate ferias grandes de siete mil o diez mil cabezas se iban sucediendo pueblo tras pueblo, con la llegada de hombres de trabajo, domadores, reseros que a lo mejor enganchaban otro viaje de vuelta a pagos lejanos, para amansar los chúcaros, con la llegada de invernadores y estancieros de los alfalfares del norte y del oeste.



Rematando en la década del '60

Tiempos de aquellos remates grandes y de pueblos para recordar.”

Muchas veces la puja por el precio se hacía directamente entre el vendedor y el comprador, debiendo terciar el rematador cuando el vendedor “defendía” su hacienda con tal vehemencia que desanimaba y ahuyentaba al comprador. Toda la hacienda se vendía al bulto y los terneros que venían con la madre se vendían “por muertos”. Era común regalarle un ternero a los peones luego del remate, el que generalmente era degollado para darle de comer a los perros, compañeros indispensables del arriero.

A las tropas grandes había que separarlas en lotes en lugares del local especialmente destinados para ello. Una vez efectuado el remate se reorganizaban las tropas y los arreos comenzaban a dirigirse a sus destinos. Los que se dirigían desde la zona de cría a las de invernada, al trasladarse difundían los precios obtenidos, datos que pasaban a convertirse en la referencia para las futuras operaciones.

El traspaso masivo del arreo y el ferrocarril al camión jaula se sitúa promediando la década del cincuenta, aunque ya se veían esporádicamente desde fines de los treinta. Fue la aludida década un punto de inflexión en la comercialización a través del



Antiguo camión jaula

remate feria, por ser la época en que hace su entrada en el negocio su mayor obstáculo: la inflación. Pero no nos adelantemos en el tiempo.

Para el año del Centenario de la Revolución de Mayo (1910), la Argentina tenía una población de 6.800.000 habitantes y un stock ganadero de 68.000.000 de lanares y 30.000.000 de vacunos. Por entonces, un país similar en sus características al nuestro, Australia, contaba con 5.000.000 de habitantes, 74.500.000 lanares y sólo 8.500.000 vacunos, siendo la raza predominante la Shorthorn hasta la década del cuarenta.

Para esa época los remates feria ya eran frecuentes en todo el interior del país. A medida que se extendía el mapa productivo nacional las provincias del litoral, Santa Fe, Córdoba y la de La Pampa se sumaban a esta forma de comercialización que para 1920 ya estaba absolutamente asentada en la provincia de Buenos Aires.

En noviembre de 1932 se solicita al Ministerio de Agricultura que declare que el pequeño productor tiene en los locales ferias y exposiciones rurales el mercado para la venta de sus productos sin los riesgos relativos de las operaciones en los mercados, con el consiguiente gasto de fletes y que es oportuno insistir en las ventas en los mercados de ganados locales para el pequeño productor como el más conveniente y rápido para sus transacciones comerciales.

El 7 de febrero de 1936 encontramos en las actas de la Cámara unas interesantes estadísticas que reproducimos por considerarlas de valor histórico para el estudio de la comercialización comparada en un lapso de diez años, que marca la importancia relativa del remate feria sobre otras formas de comercialización.

Volumen de las operaciones de ganado bovino con destino a faena

Año	Canal	Cant. Cabezas	Volumen (en \$)
1926	Dir. Estancia	1.985.052	283.710.612
	Mercados	2.180.345	195.236.373
	Remates Feria	3.601.979	255.465.007
1935	Dir. Estancia	1.707.178	186.062.576
	Mercados	2.307.875	150.413.330
	Remates Feria	4.461.668	213.347.531

Un pormenorizado estudio del Lic. Ignacio Iriarte, nos permite continuar la secuencia que pudimos iniciar luego de la consulta de los libros de Actas de la Cámara, respecto al volumen histórico vendido en remates feria, con destino a faena.

En la década del treinta, la Ley 11.747 nacionaliza las ferias rurales, estableciendo un régimen federal exclusivo para estos sitios de ventas ganaderas. Este fue un tema muy importante para la comercialización mediante remate feria y en febrero de 1940 el sector, a través de su entidad representativa, reclama la intervención de la Junta Nacional de Carnes para que impida que diversas municipalidades apliquen distintas gabelas consideradas ilegales en virtud de la vigencia de normas nacionales que determinan cada una de esas incumbencias (tasas sobre la actividad de los locales de remates feria y exposiciones de propiedad privada, derechos de desinfección, derechos por uso de básculas, tasas de embarque por cabeza, etc.), como por ejemplo son las Leyes Nros. 11.226, 11.228 y 11.747. Finalmente, en marzo de 1942 se logra el dictado de una norma que, atendiendo la manifiesta inconstitucionalidad de las pretensiones comunales, establece que no deben pagarse impuestos comunales en las ventas de ganado. Fue impulsora de estas acciones la firma feriera Boyle Hnos. de Venado Tuerto, provincia de Santa Fe.

En 1944 muere Matías Ansaño, feriero de Marcos Paz, y en 1946 su esposa Zulema Vigo de Ansaño, a cargo de la empresa, es la única persona de sexo femenino que atiende una feria rural en el país en esos entonces.

Eran años de progreso en la actividad y del surgimiento de nuevas formas de asociación hasta entonces desconocidas. El cooperativismo, nuevo paradigma comercial que se afincó con fuerza en esa época en nuestro país, se ve reflejado en la organización de numerosas cooperativas en el interior del país que si bien se constituían con objetivos amplios, siempre tenían entre sus metas organizar remates feria.

La agremiación de los ferieros

Evidentemente, para la segunda década del siglo XX los remate feria habían tomado una dimensión que nadie imaginaba un cuarto de siglo antes. Fue entonces cuando la necesidad de asociarse se hizo imperante para poder defender los derechos del gremio.

El 8 de junio de 1921, en la sede de la Bolsa de Comercio, se reunió un grupo de martilleros de bienes raíces y martilleros-ferieros con el firme propósito de dar cuerpo a una idea que hacía años sobrevolaba el ambiente.

Fue así como se creó el Centro de Martilleros de Hacienda y Bienes Raíces, cuya presidencia quedó en manos de Ramón Olaciregui. Por entonces lo conformaban 290 firmas repartidas entre la Capital Federal (80) y las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba, Corrientes y San Luis.

Fueron sus iniciadores Jorge Acosta y Lara y Julio A. Quesada, quien contaba entonces 37 años y sería una figura señera en la institución hasta su muerte en 1956.

Dice Quesada en la primera acta que la iniciativa tuvo su origen en una conversación tenida hacía ya mucho tiempo con el señor Arturo Bullrich y en los trabajos realizados últimamente por el sector y que todo eso le había hecho ver al gremio –del que se consideraba un intérprete–, que había que crear una fuerza permanente de defensa.

Fue tan encomiable la acción de Quesada para sus contemporáneos que en 1968 la Comisión Directiva de la Cámara acordó por unanimidad hacerse cargo de los gastos de sepelio de su viuda, a quien la suerte económica le había sido esquiva.



Acta de fundación
del
Centro de Martilleros de Hacienda

= Agosto 8 de 1921. =

A los ocho días del mes de Agosto del año mil novecientos veinte y uno, reunidos en la Capital Federal, en el local provisorio 25 de Mayo 366, los firmantes martilleros de hacienda, con signatarios, e importadores y exportadores de ganados, resuelven unirse en una asociación de carácter solidario, que se denominará "Centro de Martilleros de Hacienda" con asiento en la Capital de la República.

Los motivos que determinan este pronunciamiento pueden hallarse en los mismos que sirvieron para la fundación de sociedades análogas, como son, el Centro de Despachantes de Aduana, Comité Nacional del Comercio, Cámara Judicial de Comercio, Liga de Defensa del Comercio, Centro de Importadores y anexos, y tantas otras, que tienen los aspira-

que hubiere hecho;

d) Llevará un archivo ordenado de las resoluciones de interés general que se relacionen con el gremio, como son: resoluciones, leyes, proyectos, decretos y sentencias de la Justicia Federal y Suprema Corte, que establezcan disposiciones en la materia;

e) Facilitará a los socios que lo soliciten los datos que le requieran, sobre todo asunto tramitado o en tramitación relativo a los intereses generales del Centro.

f) Permitirá a los socios tomar todas las anotaciones de los archivos; pero en que sean sacados del Centro, bajo ningún pretexto o motivo, los documentos o libros, sean cuales fueren las funciones que desempeñe el solicitante.

g) Realizará los demás trabajos que exija la marcha y servicios del Centro.

Es copia
Yfeorta, San José
Julio Quasad



El Centro editó la “Revista de las Ferias” de 1926 a 1929 y se preocupó en sus primeros años por la prevención sanitaria animal y el cumplimiento de las llamadas Leyes Ganaderas de 1923 que regularon el comercio ganadero, sustentándose en el Artículo 11 de la Constitución Nacional. La ley 11.228 ordenaba, por ejemplo, que para organizar un remate el lugar elegido para hacerlo debía contar con báscula y *la ley 845 reemplaza el sistema de medir por varas por el métrico decimal*.

En 1934 se invita a los Centros de Martilleros existentes para conformar una Federación de Martilleros. Por esa época el censo de martilleros inscriptos según registro creado por la Ley 11.226 arroja el siguiente resultado: 165 en Provincia de Buenos Aires, 35 en Capital Federal y 122 en el resto del país.

En agosto de 1943 se designa a Juan Bautista Alberdi patrono de los martilleros “en atención a todo lo que hizo por las multitudes argentinas”, decidiéndose festejar el Día del Martillero el día de su natalicio, el 29 de agosto.

Sin embargo, el 11 de octubre de ese año se celebra un congreso nacional de martilleros en la Capital Federal a instancias del Centro de Martilleros de Rosario y se instaura esa fecha como la del Día del Martillero, celebrándose desde entonces hasta principios de la década del setenta, aunque siempre con debate sobre la legitimidad de la fecha.

Los finales de la década del cuarenta –más precisamente el 9 de octubre de 1949– vieron el nacimiento de la Asociación de Rematadores de Hacienda, que a quince años de existir vio la necesidad de unificarse con el Centro de Martilleros para realizar en común el registro de las operaciones.

Fue así como luego de algunos debates se fundieron ambas instituciones en el transcurso de 1965, conformando la Cámara Ar-

gentina de Martilleros y Consignatarios, antecedente más actual de la Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado.

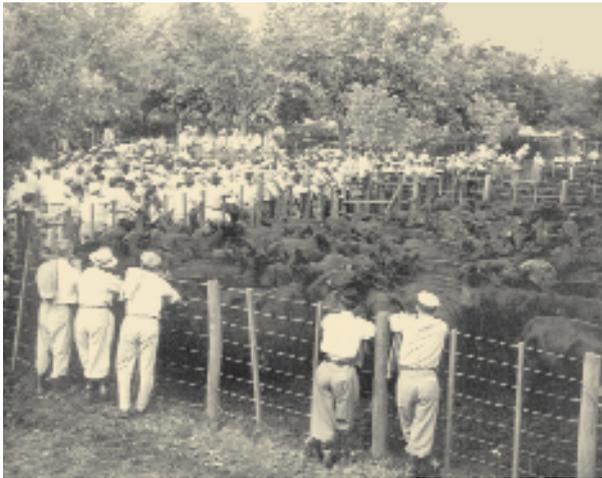
Es en esta década que, a instancias de la Cámara, nacen también la mayoría de los Centros de Consignatarios provinciales o regionales: de Córdoba, 1960; del Sur (Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires), 1965; de Entre Ríos, 1972. Es objeto de los mismos propender a un mayor acercamiento entre los ferieros de determinada región geográfica para la mejor defensa de sus intereses y de los intereses que se les confían, abocándose simultáneamente al estudio de la normativa vigente a fin de asesorar en su reestructuración o modificación para lograr su mayor funcionalidad en la región que les incumbe.

Conclusión

Era la década del sesenta, tan turbulenta y tan desarrollista, la que veía finalmente la integración de los ferieros en una entidad que los agremiaba con fortaleza, llegando a contar con más de ochocientos socios. Fue en la asamblea anual del 27 de julio de 1962 cuando se escucharon conceptos que rescatan la esencia del feriero:

“Quizás yo no llegue a verlo –decía un antiguo miembro del gremio– pero estoy seguro de que algún día se rendirá justo homenaje al tradicional Martillero argentino; al que triunfó, a los que vegetaron, viviendo más de esa enunciada mística que de las comisiones, y al que quedó en el camino a pesar de su esfuerzo. Nosotros somos responsables por motu proprio de las operaciones. No se trata de luchar contra figuras de la lengua castellana cuando rechazamos el San Benito de “meros intermediarios”. Aceptamos en cambio, con orgullo, ser calificados como agentes propulsores dentro del ciclo económico ganadero nacional.

Desde los días de Mariano Billinghamurst nuestro gremio es un factor decisivo de honda gravitación en el progreso de la ganadería del país. No hubo progreso en los pueblos de los cuatro puntos cardinales de la Nación que no se hiciera bajo el flamear de la bandera de los pioneros del martillo. El martillero, el rematador, en su propaganda escrita y oral pregonaba a los futuros compradores la conversión en capitales y pueblos de lo que entonces eran sólo pajonales.”



Antiguo remate

Gracias a aquella acción señera podemos ver hoy a las firmas consignatarias actuando en todas las exposiciones rurales nacionales y en los remate feria a los ancho y largo del país.

Debemos darle a nuestra institución la jerarquía que demanda una profesión que se cultiva con vocación de progreso y con inconfundible sentimiento de solidaridad con nuestro campo, fuente principal –ayer, hoy y siempre– de la prosperidad de la Nación. Seamos reseros de la tropa del progreso del país”.

Palabras sumamente actuales que parecen las más adecuadas para cerrar este capítulo, dejando paso en el siguiente a las anécdotas narradas por viejos ferieros que sin duda provocarán cierta nostalgia a quienes ya llevan un cierto camino recorrido en la actividad y hará que las nuevas generaciones tomen conocimiento del trabajo realizado por los mayores.

CAPITULO II

Recuerdos de otra época



En el pasado siglo XX el oficio no fue fácil. De las múltiples entrevistas que realicé a antiguos ferieros, pude rescatar algunas anécdotas que ilustran en forma ágil algunas de los múltiples facetas de esta forma de comercialización.

Personajes

La solemnidad del Martillero

El acto del remate era solemne, siendo el martillero el centro de las miradas, vestido impecablemente con su mejor traje y camisa de cuello duro. La fecha del remate era sagrada. No había feriado que valiera –ni siquiera el antaño tan festejado carnaval– para suspenderlo o cambiarlo de fecha. Sólo la naturaleza, si el temporal arreciaba, podía suspenderlo momentáneamente.



Rematando de cuello duro

Los baqueanos y los arreos

Para estos arreos eran fundamentales los baqueanos, grandes conocedores de los lugares propicios donde conseguir encierres y aguadas. Era la época en que se solían armar colas de tres o cuatro cuadras para ingresar al local, luego de arreos de dos o tres días –lo necesario para hacer entre siete y diez leguas– y la sana competencia se expresaba en ver quien madrugaba más para llegar más temprano al remate. Ocasión propicia para lucir el caballo y el recado, para la mateada que permitía el intercambio de comentarios y conocimientos.

Revoleadores, placers y carniceros locales

Existían figuras que hoy han desaparecido como es el caso del revoleador, que hasta la década del ochenta estaba presente en todos los remates. Su presencia ponía un piso a los precios de ciertas categorías. También han desaparecido los revendedores, que efectuaban sus compras en las zonas de cría y llevaban las haciendas, por arreo o por ferrocarril, para ser vendidas en las zonas de invernada.

Igual procedimiento tenían los placers, pero estos últimos llevaban las haciendas a vender a los mercados concentradores. Todos ellos vieron mermados su negocio con el aumento de los gastos de comercialización, que finalmente los llevaron a su extinción, dejando en algunos casos recuerdos poco gratos económicamente.

Del otro lado del mostrador, el consumo también bajó en forma abrupta. Si en la década del cincuenta nuestros padres consumían 92 kilos de carne anuales per cápita, hoy nos situamos en sólo sesenta, cambiando y variando la dieta de nuestros mayores.



Antiguos corrales

Procedimiento

Tiene usted mi palabra

Eran los tiempos de los arreglos “de palabra” y los pagos a largo plazo, existiendo una confianza extrema entre los distintos miembros del circuito comercial. Por supuesto, clavos hubo, hay y habrá, y en ese entonces no se contaba con la posibilidad de rastrear los antecedentes de los individuos con tanta facilidad como hoy día.

A la palabra como cierre de los negocios empezó a entorpecerla la política de inflación y consiguiente devaluación que vivió el país en la segunda mitad del siglo XX. Me han relatado el caso de un señor que compró casi dos mil cabezas a un 40% por encima del precio hasta entonces conocido, la tropa salió por arreo y fue detenida a los dos días pues se había decidido no entregarla por lo volátil de la moneda. Para cuando se solucionó el problema, a los diez días, la hacienda valía el doble.

Si bien legalmente pueden no estar obligados a pagar una hacienda que no cobraron, razones éticas obligan a los ferieros a hacerlo, aún a costa de su patrimonio, asumiendo así su rol de intermediarios y no el de meros comerciantes.

Hubo casos de hombres que habiendo hecho del remate feria su vida que se suicidaron en la década del treinta cuando el negocio se sacudió con una fuerza hasta entonces desconocida, dejando en el camino a aquellos que no supieron readaptar sus estructuras a los nuevos tiempos.

Gran diferencia con la segunda gran crisis del siglo XX, la de los noventa.

Se anunciaban con asiduidad remates de más de quince mil cabezas que atraían la atención de todo tipo de comprador. El volumen de ventas y la liberalidad en los plazos de pagos hicieron que muchos ferieros perdieran el control de sus negocios con las consiguientes consecuencias negativas para la actividad en su conjunto.



Preparados para el remate

¿Qué me compro con un ternero?

Similar desfasaje que con el honor se produjo tanto entre el valor de la hacienda con los insumos como con la reposición. Una camioneta podía valer desde cuarenta hasta cuatrocientos terneros, dependiendo de las oscilaciones de las políticas económicas nacionales. Asimismo, un novillo gordo ha valido desde tres terneros hasta poco más de uno.

La balanza y el balancero

Las ferias no tuvieron balanza hasta 1926, año en que se promulgó el decreto respectivo que obligaba a pesar "in situ" toda la hacienda que se vendía con destino al abasto. La hacienda empezó a pesarse al día siguiente de vendida, pero en el ínterin estaba prohibido darle agua. Los problemas generados por ese mecanismo llevaron, en 1929, a reglamentar la pesada como aún hoy se practica.

Cuando llegó la orden de poner balanza un feriero fue hasta la ciudad mas cercana a comprarla, trayendo al pueblo el nuevo elemento y el balancero para ponerla en funcionamiento. El hombre demoró sesenta días en instalarla y se volvió a su pago con diez kilos de más por la buena vida que se daba en el pueblo.

Logística

¿Operadora? ¿El llamado que le pedí ayer?

Las comunicaciones telefónicas solían convertirse en un obstáculo insalvable que obligaba a esperar horas –y hasta días– un

llamado. A veces, se hacía más rentable viajar de, por ejemplo, Entre Ríos a Buenos Aires, que esperar la comunicación, a pesar de que se había “incentivado” al operador para que la agilizara.



El Jefe de Estación

Los embarques de lo vendido se solían hacer por ferrocarril, motivo por el cual el Jefe de Estación se convertía en un hombre de suma importancia en la cadena de la comercialización. En la provincia de Santa Fe se logró mediante una gestión de un Jefe de Estación que por un precio especial se llevara el mismo día del remate la hacienda adquirida hasta el matadero más cercano.

Había que hacer las cosas rápido: trasladar la hacienda hasta la estación para que estuviera lista ya que el tren pasaba puntualmente. Nunca faltaba un animal porfiado que atrasara la cosa y obligara al feriero a “donar” al maquinista tres pesos para que aguardara un rato con el convoy detenido.



Vagón para ovinos



Vagón para vacunos



Antiguos vagones jaula

El paso del tren al camión se aceleró como consecuencia de las complicaciones que se produjeron con la llegada del gremialismo a mediados de la década del cuarenta. Se dio el caso de la llegada de un tren cargado a la estación de destino y como consecuencia de que ya se había cumplido el horario de los tripulantes, el convoy no fue atracado en el muelle, quedando la hacienda toda la noche embarcada para ser descargada al día siguiente.

Voy en avión

En los años anteriores a la presidencia de Frondizi (1958–1962) la infraestructura vial argentina era sumamente defectuosa, siendo la mayor parte de los caminos de tierra lo que no permitía el rápido desplazamiento para concurrir a diferentes localidades.



Por entonces se utilizaba mucho el avión, llegando a verse a menudo entre ocho y diez avionetas en los remates. El comien-

zo de la importación y luego fabricación de camionetas de mayor autonomía, unida al impulso vial de los últimos treinta años hizo que este espectáculo haya quedado sólo en la memoria de los antiguos ferieros.

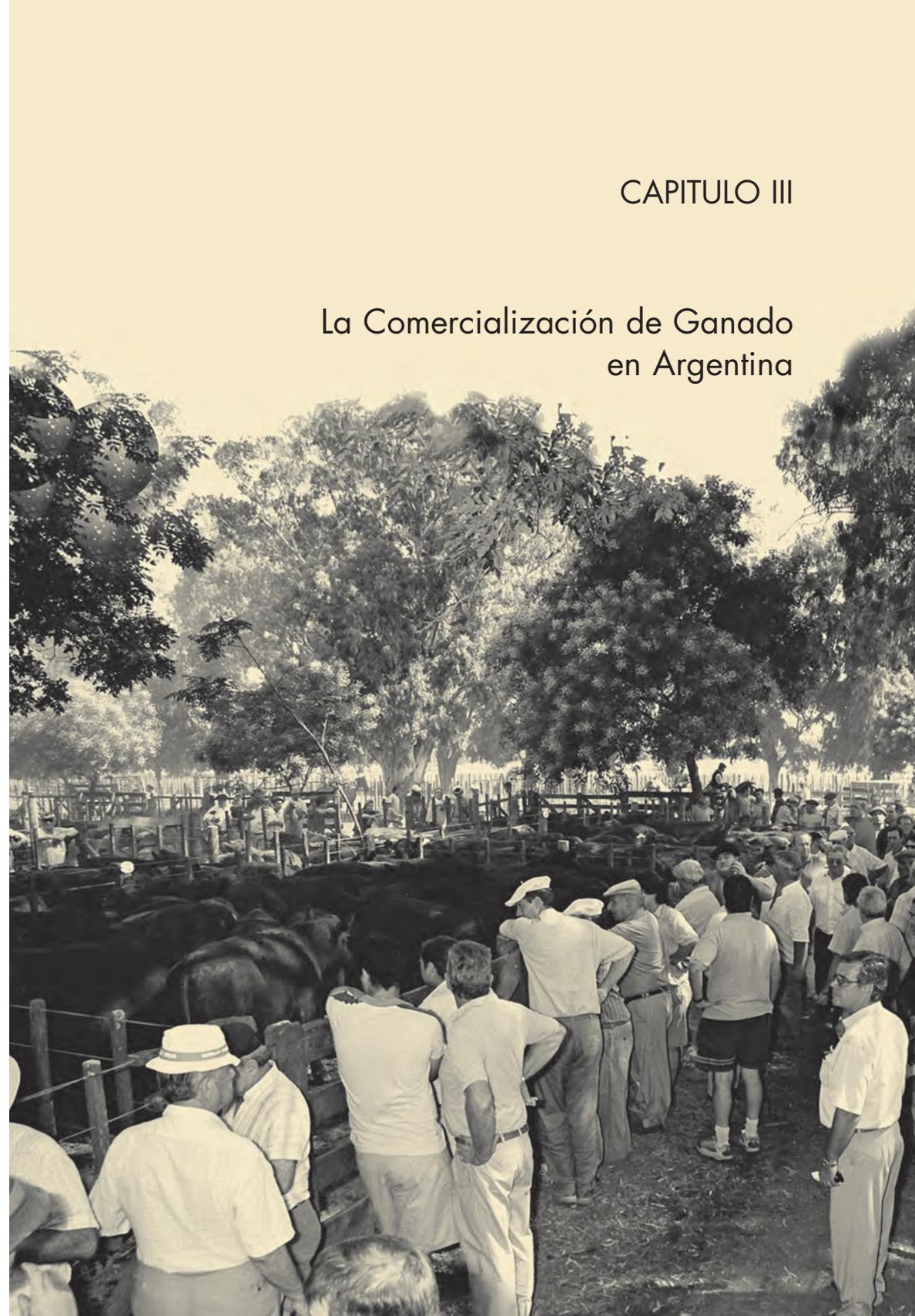
Internet era la de antes

Finalmente, no debemos olvidar que la vida era más sosegada y la gente disponía de un día para concurrir a la feria que ofrecía no solo aspectos económicos y comerciales sino que se convertía en una alegre fiesta campera donde las personas intercambiaban informaciones novedosas referidas al negocio, en una especie de internet personalizada y mucho más cálida.

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 km² 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/km² 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	
TOTAL PAÍS	269,887		55,911,407		

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
DELTA CAR 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
ARGENTINE BREEDERS & PACKERS S.A.	163,468	1.16

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.

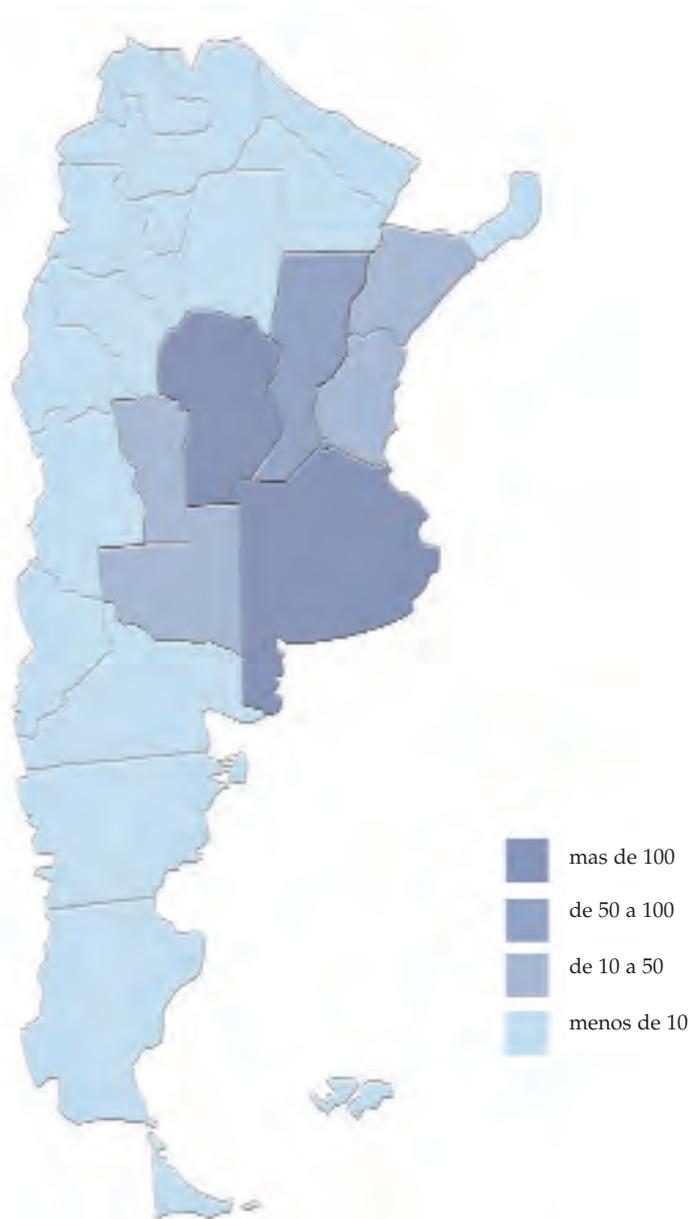
1. Venta Directa o Particular de Productor a Productor (con o sin intervención de consignatario de ganado).

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 establecido, trasladándose los compradores a pie, y
2. *en pista*. Se hace desfilar 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
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.



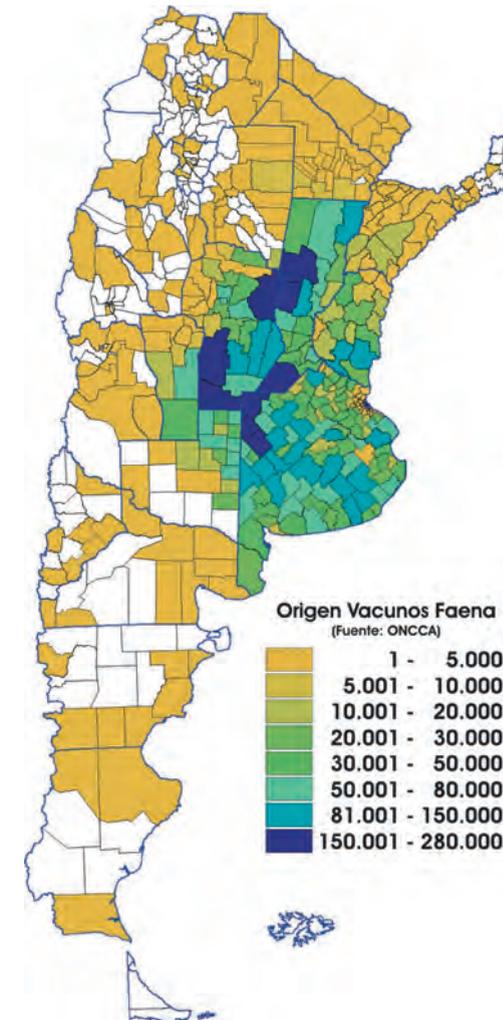
La descarga de la hacienda se produce a partir de las 18.00 de cada día, hasta la hora 05.00 del día siguiente. Las ventas se inician a las 08.00.



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

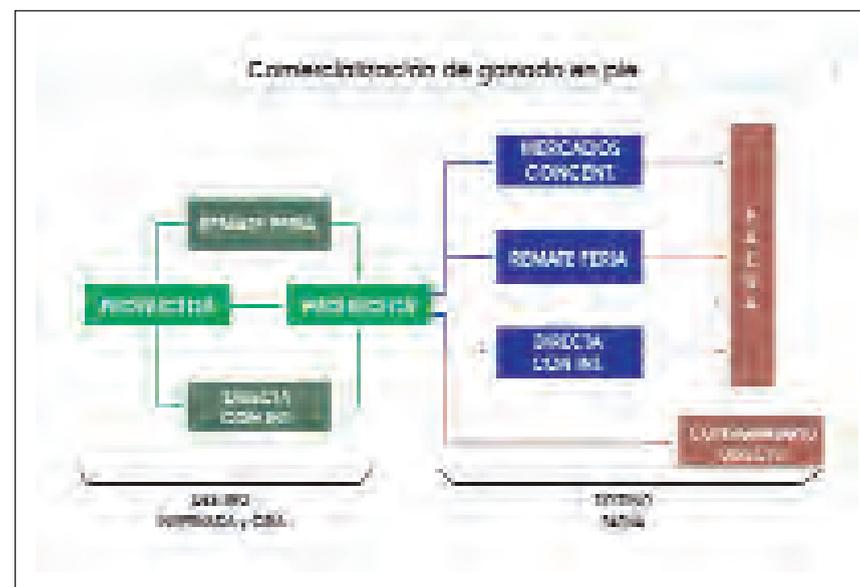
Servicio del consignatario directo: entre 4 y 4,5%, al remitente.

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.

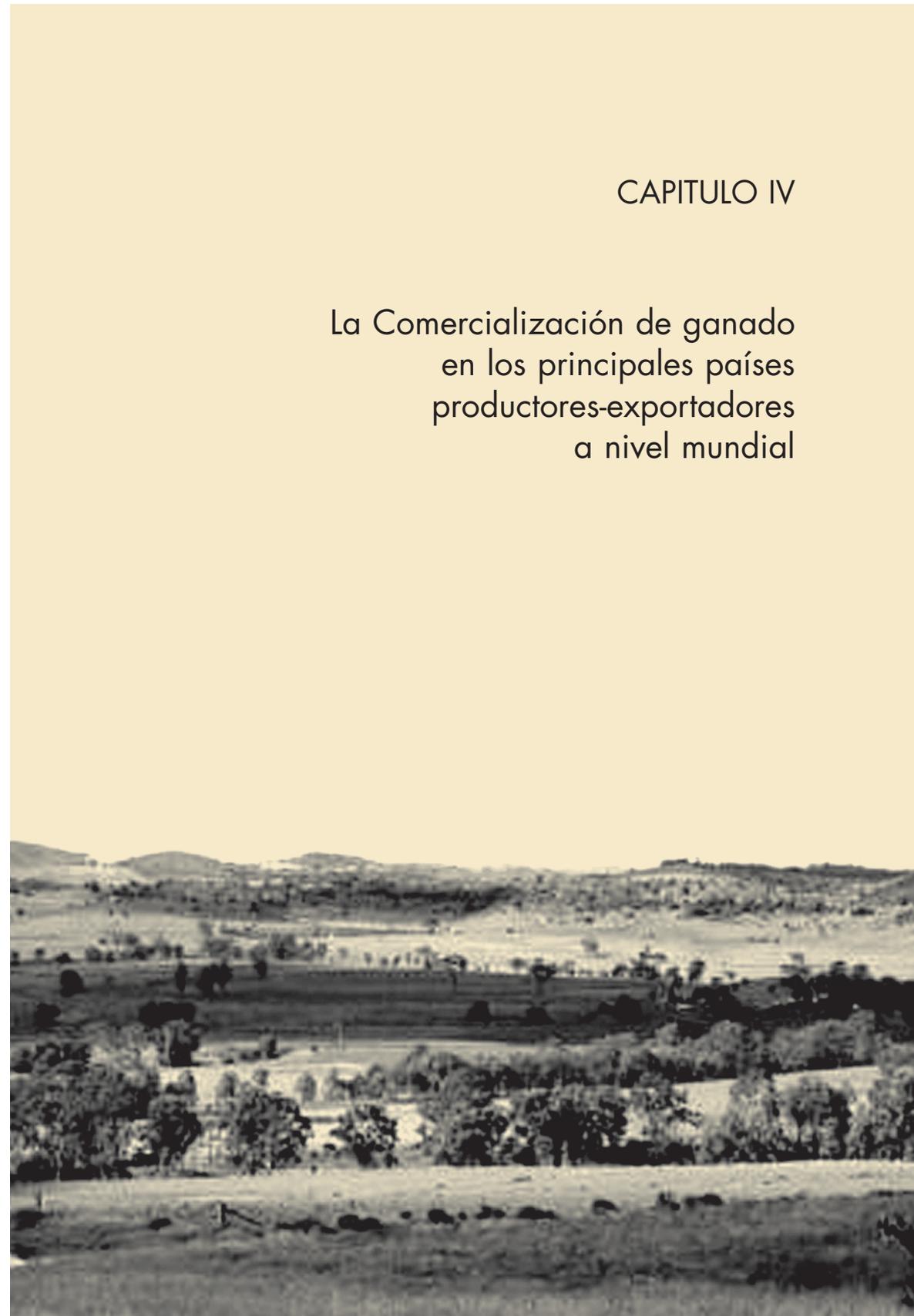
El Fondo creado para financiar el Instituto se compone de dos contribuciones obligatorias que se hallan, respectivamente, a cargo de los productores cuando vendan hacienda con destino a faena (\$ 1,25 por animal) y de la industria frigorífica (\$ 0,55 por cada animal faenado).

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.



CAPITULO IV

La Comercialización de ganado
en los principales países
productores-exportadores
a nivel mundial





Introducción

Commonwealth of Australia, tal su denominación oficial, está situado al sureste de Asia, entre los océanos Índico, al oeste y sur, y Pacífico, al este. Está conformado por las islas de Australia y Tasmania, y cuenta con una superficie total de 7.682.300 km². Es miembro, con gobierno autónomo, de la Comunidad Británica de Naciones.

Esta gran isla continental limita con varios mares que, a su vez, constituyen brazos de los grandes océanos antes mencionados: al noroeste se extiende el mar de Timor, al norte el mar de Aradura y el estrecho de Torres, al noreste el mar del Coral y al sureste el mar de Tasmania.



Australia es fundamentalmente una isla llana y seca. Su amplia superficie interior está formada por planicies y una baja meseta. En las llanuras costeras del este, sureste y suroeste se concentra la mayor parte de la población.

Dos terceras partes de Australia son desérticas o semidesérticas y experimentan una alta evaporación: sólo un 10% de las precipitaciones permanece en la superficie para abastecer a los ríos.

Más de dos tercios del continente, en el centro y el oeste, reciben menos de 500 mm de lluvias al año. Sólo el 10% de la tierra, al norte y en Tasmania, registra más de 1.000 mm de precipitaciones anuales.

Australia es el país más dispersamente habitado del mundo. Su población (según estimaciones para 2004) es de alrededor de 19.915.000 habitantes. La densidad apenas sobrepasa los 2,6 hab/km². Por otro lado, la población australiana es una de las más concentradas del mundo; un 90% ocupa el 3% de la superficie, el 92% está clasificada como urbana y vive en ciudades y pueblos a lo largo de los litorales oriental, suroriental y suroccidental, así como en Tasmania. El 97% del territorio restante de Australia no está poblado.

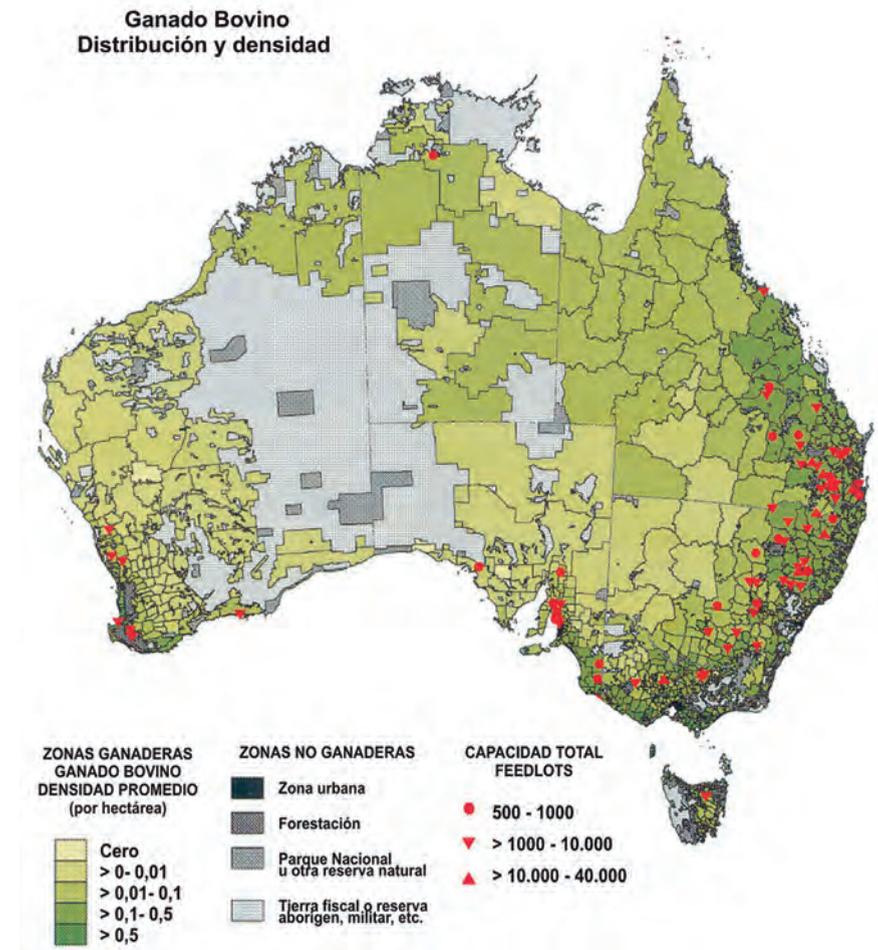
Moneda: Dólar Australiano (A\$)
 Tipo de cambio al 31/12/04
 A\$ 1 = \$ 2,25 - \$ 1 = A\$ 0,44

Ganado vacuno

En Australia se crían más de 40 razas diferentes de ganado vacuno en un marco de gran variedad de climas. La raza Brahman sobrelleva bien las condiciones climáticas cálidas y tropicales

del norte y la Poll Hereford el clima más frío existente en el sur. Son las dos razas de más amplia difusión en Australia.

Producción de ganado de consumo en Australia



Existen casos de razas que se crían para producir un tipo especial de carne para un mercado en particular, tal como la Wagyu, que produce carne con un veteadado de grasa muy apreciada en el mercado japonés.

En las regiones tropicales del norte de Australia, se utilizan las razas tropicales del grupo "Bos Indicus" (grupo Indopaquistan) por su mejor adaptación a las altas temperaturas.

En el sur de Australia, con clima es más templado, se utilizan predominantemente las razas pertenecientes al grupo "Bos Taurus" (grupo Europeo), con índices de maduración y crecimiento más veloces.

En Australia, básicamente se llevan a cabo dos formas de producción de ganado vacuno. En el norte (Queensland, el Territorio del Norte y las regiones más altas de la Australia occidental), en general se realiza una cría extensiva del ganado en amplias propiedades ("stations") con pasturas naturales y muy baja carga.

Los principales productos de esta zona son la manufacturación de carne destinada a los Estados Unidos y la exportación de carne de ganado alimentado a corral y ganado en pie.

En el sur, se realiza un pastoreo del ganado de forma más intensiva en propiedades ganaderas más pequeñas sembradas con pasturas foráneas y cultivos de forraje. En este caso la industria procesa carne proveniente de animales más pequeños y jóvenes, principalmente para el mercado interno australiano y hacienda de mayor calidad para la exportación al mercado japonés.

Si bien la producción de ganado alimentado con pasturas domina la industria australiana, el uso de feedlots ha aumentado drásticamente desde mediados de los '80.

La producción mediante feedlot, que supone alimentar al ganado con alimento alto en proteínas por períodos que van desde los 60 hasta los 300 días, para alcanzar requerimientos específicos del mercado, se desarrolla tanto en el norte como en el sur de este continente, cercano a las áreas de cultivo de granos. Este sector provee carne destinada fundamentalmente a los consumidores japoneses y una porción menor para el consumo interno.

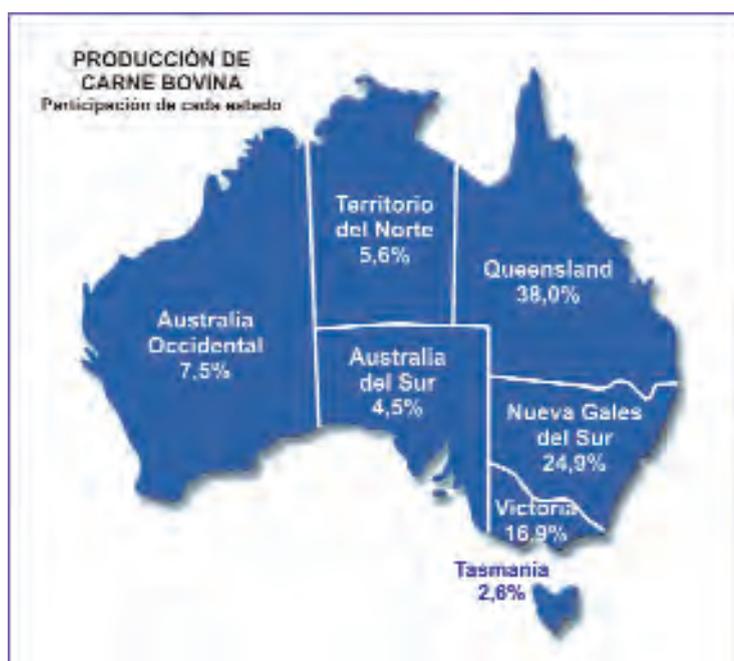
La capacidad de producción de los feedlots se halla en alrededor de las 850.000 cabezas, la mitad de las cuales se encuentran en Queensland y un tercio en Nueva Gales del Sur. Si bien hay algunos en las regiones septentrionales de Australia, el clima cálido de esas áreas dificulta su funcionamiento.



Hay en la actualidad alrededor de 680 feedlots acreditados para vacunos. No todos operan el 100% del tiempo (ALFA/MLA Encuesta Nacional de Feedlots, Junio 2000).

Es de destacar la eficiencia australiana en materia de producción e industrialización de carne bovina, más si se tiene en cuenta que su stock representa solamente el 2,5% el total de ganado vacuno del mundo (26,5 millones de cabezas contra un stock mundial de alrededor de 1.000 millones).

Distribución de la producción vacuna



Según datos de la Oficina Australiana de Agricultura y Recursos Económicos (Australian Bureau of Agricultural and Resources Economics) existen aproximadamente 19.900 propiedades especializadas en carnes en Australia que poseen el 60% del ganado vacuno. Estas empresas especializadas varían en tamaño: desde un promedio de menos de 250 hectáreas en Victoria, hasta más de 350.000 hectáreas en el Territorio del Norte. Por otra

parte, hay más de 28.700 propiedades en Australia que se dedican al ganado ovino, vacuno y a los cultivos.

Servicio de Inspección de Carnes

Australia posee un servicio de inspección de carnes que pertenece al Servicio Australiano de Cuarentena e Inspección (Australian Quarantine and Inspection Service AQIS) cuyo objetivo es proporcionar protección a los consumidores y asistir al comercio australiano. Son sus funciones:

- Inspeccionar y certificar productos para la exportación;
- Asistir la exportación de los productos agrícolas y pesqueros de Australia, a través de la provisión de información y servicios para los exportadores;
- Contribuir al desarrollo de políticas nacionales acerca de estándares en materia de alimentos;
- Inspeccionar los alimentos importados;
- Facilitar la importación de animales, plantas y productos relacionados, mientras que se mantiene una protección contra la entrada y propagación de enfermedades y pestes exóticas.

El AQIS regula la exportación de alimentos e importación de alimentos y es reconocido como un monitor imparcial de la seguridad y legalidad de los alimentos, inspeccionando la carne de alrededor de 480 frigoríficos mataderos, despostaderos independientes y, en general, todo establecimiento de procesamiento de carnes.

Asimismo, emite certificados de sanidad veterinaria para productos animales comesti-



bles y no comestibles (entre los que se encuentran el cuero, la piel y las lanas) para satisfacer los requerimientos de los países importadores.

Venta al por menor

La mayoría de los consumidores compran la carne en carnicerías y supermercados.

En un proceso que podría asimilarse al de nuestro país, en 1984 las carnicerías eran el segmento comercial con mayor caída en las ventas minoristas. Para 1989, pasó a ser el de más rápido crecimiento.

Tras un período de gran competencia que fue testigo de como el mercado de nicho de los supermercados (con sus productos pre-empaquetados y sus servicios integrados) desplazó a muchas carnicerías, estas últimas retomaron su posición en el mercado.

Industria de carnes

La industria de carnes de Australia está valuada en aproximadamente 4 mil trescientos millones de dólares australianos, con más de 2 millones de toneladas de productos producidos en el año 2002.

Australia exporta más del 65% del total de su producción de carne a más de 100 países.

Asociación Australiana de Carnes y Ganado (Meat and Livestock Australia – MLA)

Este organismo conduce y financia investigaciones relacionadas con la producción de carne y se encarga también de “construir”

la demanda para la carne a través de la publicidad que se hace de la misma, tanto en forma interna como en el exterior.

Dicha investigación y desarrollo y comercialización es financiada fundamentalmente por los productores a través del “Gravamen sobre la Venta de Vacunos” (Cattle Transaction Levy), cuyos detalles se explicitan más adelante.



Entre las iniciativas clave que vienen desarrollándose para la producción, comercialización e industria de las carnes se encuentran: el plan de subvención “Estándares para las carnes de Australia (Meat Standards Australia–MSA), “Alianzas de Productores” (Producer Alliances), el Plan Nacional de Identificación del Ganado (National Livestock Identification Scheme – NLIS) y la calidad de cueros.

Las áreas clave de la investigación incluyen: genética, recursos naturales, producción animal, pasturas y su manejo y desarrollo empresarial.

La MLA trabaja también conjuntamente con el gobierno y otros organismos privados (importantes consejos y organizaciones estatales de productores agropecuarios), con el propósito de desarrollar y supervisar programas para garantizar la calidad de los productos australianos.

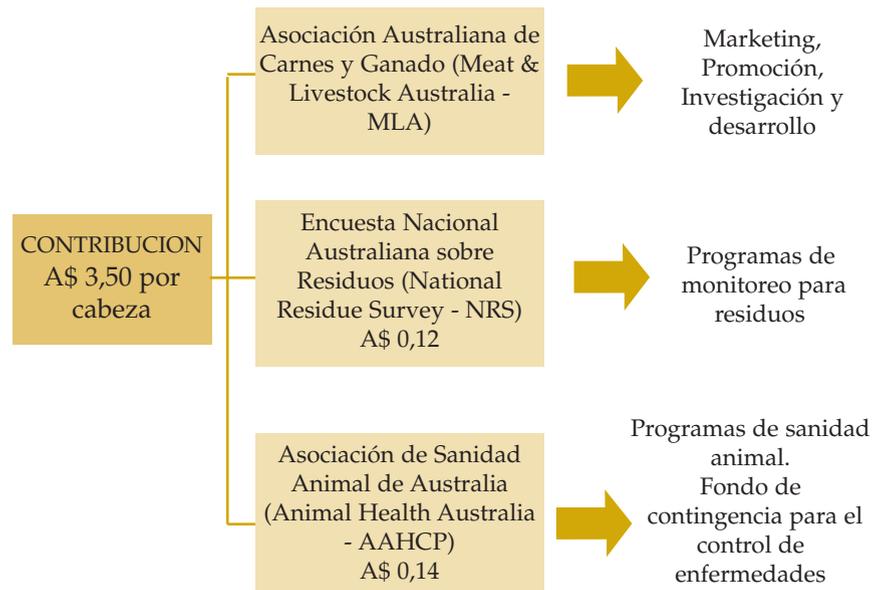
Gravámenes sobre la transacción con ganado

Se aplican sobre la venta de ganado (bovino, ovino y caprino) y la transferencia del mismo entre la etapa de producción y la de procesado. El dinero recaudado se invierte para financiar la in-

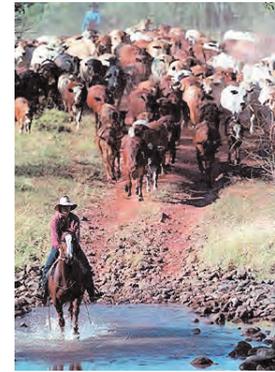
vestigación y el desarrollo y las actividades de comercialización y acceso al mercado, siendo el gobierno federal el que establece los niveles de imposición para cada caso.

Se agrega a continuación un cuadro demostrativo sobre su distribución: Montos que se perciben por estos gravámenes.

DISTRIBUCIÓN DE LA CONTRIBUCION
QUE GRAVA LAS TRANSACCIONES
Cattle Transaction Levy
(Ej: p/vacuno mayor a seis semanas de vida)



Montos que se perciben por estos gravámenes



Vacunos en general:

A\$ 3,50 por cabeza

Vacunos alimentados a grano:

A\$ 3,50 por cabeza

Terneros de menos de 6 semanas:

A\$ 0,90 por cabeza

Garantía de Calidad

El Aseguramiento o Garantía de Calidad ("QA" por la sigla en inglés, de Quality Assurance) es una denominación de moda utilizada en la industria de alimentos en todo el mundo, implica el desarrollo de sistemas que garanticen que cada aspecto de un producto satisfaga las expectativas del consumidor. La industria de carnes de Australia continúa haciendo avances en esta área.

Examinaremos a continuación la serie de programas integrados de "QA" que ha desarrollado la industria para asegurar el mantenimiento de la calidad y, por consiguiente, de la reputación de Australia como proveedor de carnes y ganado de calidad. Dichos programas cubren todos los sectores de la cadena de producción de carnes.

Como nación insular, Australia goza de la ventaja de permanecer libre de muchas de las enfermedades que afectan al ganado ovino y bovino, comunes en otras partes del mundo.

Para apoyar las distintas regulaciones oficiales tendientes a asegurar que el ganado australiano permanezca libre de contaminantes, la industria ha desarrollado sus propios programas como una medida para garantizar aún más sus productos a los consumidores.

Los programas como “Cuidado del Ganado Bovino (CATTLE-CARE) y “Cuidado del Rebaño” (FLOCKCARE) utilizan principios del HACCP para identificar prácticas de producción clave con el objeto de evitar problemas de contaminación.

¿Qué es el HACCP?

La sigla HACCP (del inglés Hazard Analysis and Critical Control Point) significa Punto de Control Crítico del Análisis de Riesgos.

El HACCP es reconocido internacionalmente como una herramienta de manejo del riesgo que permite identificar dónde pueden surgir problemas y utilizar este conocimiento para evitar que dichos problemas ocurran.

Este concepto fue desarrollado por primera vez por la Administración Nacional de Aeronáutica y el Espacio (NASA), en los Estados Unidos, para evitar que los astro-nautas padecieran enfermedades relacionadas con los alimentos durante las misiones espaciales, el que resulta ser muy útil en los procesos de producción de carnes.

Para obtener la calificación para estos programas, los productores deben cumplir con todas las estipulaciones de un estricto Código de Prácticas, documentadas y verificadas a través de un proceso de auditoría independiente.

Dos elementos apuntalan el sistema: el sistema de identificación animal, que permite rastrear el origen del ganado, y las Declaraciones Nacionales del Vendedor, que verifican el manejo y la cría del ganado con anterioridad a la venta.

Ferias ganaderas

Un importante número de ganado bovino y ovino australiano se vende desde el campo o feedlot a través de agencias ganaderas y remates que se llevan a cabo en instalaciones de ferias ganaderas. Este sector desarrolló sus propios “estándares nacionales” para cubrir los diversos grupos que utilizan las instalaciones de las ferias ganaderas.





El remate-feria hace posible que se vendan grandes cantidades de ganado. Los agentes venden el ganado en nombre del productor, a cambio de una comisión.

Conocemos por nuestro país las ventajas tradicionales de este tipo de ventas: los compradores pueden ver los animales que están comprando y los precios son generalmente muy competitivos, ya que se vende al mejor postor. El precio de venta puede establecerse tanto en base al peso vivo del animal como por cabeza.

Las ferias ganaderas pueden obtener la acreditación de aseguración de la calidad emitida por el “Programa Nacional de Aseguramiento de Calidad de las Ferias Ganaderas” (National Slaughter Quality Assurance Program – NSQA), que utiliza un enfoque basado en el HACCP (ya descrito) para identificar y manejar los siguientes temas clave: seguridad alimentaria, rastreabilidad del producto, calidad de la carne y satisfacción del consumidor, así como mejorar el bienestar animal y reducir el estrés que puede afectar la calidad de la carne.

Existe un pequeño número de remates que se realizan directamente en la estancia. Como en nuestro país, esto permite a los compradores inspeccionar el ganado y verificar las condiciones bajo las cuales se realizó la cría del mismo. Este sistema es utilizado predominantemente para la compra de ganado de cría y reproductores.

Consignación Directa

Este canal se desarrolla de forma similar al que existe en la Argentina, aunque con mayor participación en las operaciones de firmas intermediarias. Un comprador o agente visita la propiedad, revisa el ganado y negocia un precio (ya sea por cabeza o por peso vivo). Estas transacciones por consignación directa se pueden realizar por teléfono si el agente conoce al productor y/o el tipo y condición del ganado en venta.

Los agentes que tienen una gran red de procesadores, exportadores y productores, pueden utilizar la consignación directa para ajustar así los productos con los mercados. Los exportadores de ganado generalmente emplean este sistema.

Contrato a futuro

En esta modalidad el productor acuerda abastecer de determinada cantidad y calidad de hacienda al comprador, con un peso y a una fecha determinados. Esta operatoria es común en los feedlots, donde el peso y otras condiciones de la hacienda comercializada pueden controlarse mediante la alimentación.

Venta por computadora

Este tipo de comercialización intenta combinar las ventajas de la consignación directa con los precios competitivos de los remates realizados en las ferias ganaderas.

La “Comercialización de Ganado Asistida por Computadora” (Computer Aided Livestock Marketing – CALM) es el sistema australiano de comercialización y comunicación por este medio.

Diseñado como sistema de remate electrónico de ganado, ha evolucionado –cuenta con 30.000 suscriptores en todo el país– hasta convertirse en una herramienta no solo de comercialización sino también de comunicación que asiste a los productores más aislados geográficamente, aspecto importante en las extensiones australianas. Se realizan varios remates electrónicos por semana.

Comercialización mediante gancheras

Es la venta de ganado a un procesador, basando el pago en el “Estándar para el Peso en Caliente de la Res” (Hot Standard Carcase Weight – HSCW) y la medición de grasa más el valor del cuero.

Una vez estimado el peso vivo y la cantidad de grasa, se evalúan otros factores que afectan los porcentajes de partes inutilizables de los animales.

Exportación

Australia es un gran exportador de carnes y ganado en pie a más de 100 países de todo el mundo. La mayor parte de la carne se exporta fresca o congelada y una porción más pequeña como carne procesada.

Las plantas procesadoras deben estar autorizadas por el “Organismo para la Especificación Uniforme de la Carne y el Ganado” (Authority for Uniform Specification of Meat and Livestock – AUS-MEAT) organización responsable por los estándares de calidad y la descripción precisa de los productos.

Exportaciones de Ganado en pie

Es un rubro importante de las exportaciones australianas. Son adquiridos para ser procesados de acuerdo con las costumbres locales, utilizados para abastecer los feedlots o, en menor medida, utilizados como hacienda de cría.



La gran mayoría del ganado está destinado a los puertos del Sudeste Asiático, África del Norte y el Medio Este. La exportación de ganado vivo realiza una gran contribución a la economía de Australia. Aunque se exporta más ganado ovino que bovino, el mayor valor por cabeza del ganado bovino ha hecho que este sector se volviera más importante financieramente. Ambas exportaciones aportan a anualmente la economía local alrededor de 400 millones de dólares australianos, empleando mucha gente, desarrollo de conocimientos especializados y movilizan capitales.

En esencia, la exportación de hacienda en pie existe debido a arraigadas costumbres culinarias y religiosas (tradiciones musulmanas: Halal y judías: Kosher), que tienen sus propios métodos para el sacrificio de los animales. Si bien, como en Argentina, existen mataderos en Australia con licencia para llevar a cabo las faenas rituales, muchos consumidores prefieren que la carne de cabra y de vaca que comen sea procesada de forma local ya que tienen una fuerte e histórica preferencia por comer carne recién sacrificada (también llamada “húmeda”).

Los principales destinos para sus exportaciones en pie son aquellas áreas con poblaciones predominantemente musulmanas de Medio Oriente, África del Norte y Sudeste Asiático, y el

Estado de Israel. También se exporta por vía aérea, en pie, ganado terminado de feedlot a Japón y, en general, al Sudeste Asiático.

Las exportaciones de hacienda vacuna en pie de consumo a Libia y Egipto han crecido, fundamentalmente, debido a las restricciones que dichos países han impuesto a la importación de ganado proveniente de su mercado tradicional, Irlanda, como consecuencia de problemas sanitarios.



Introducción

La República Federativa do Brasil, como establece su designación oficial, es el país más grande del subcontinente, pues ocupa casi la mitad de su superficie.

Está limitada al norte por Venezuela, Guyana, Surinam, Guayana Francesa y el océano Atlántico; al este por el océano Atlántico; al sur por Uruguay; al oeste por Argentina, Paraguay, Bolivia y Perú y al noroeste por Colombia. Tiene frontera común con todos los países de Sudamérica exceptuando Chile y Ecuador.

Brasil es el quinto país más grande del mundo (después de Rusia, China, Canadá y Estados Unidos). La superficie total de Brasil es de 8.547.404 km², su distancia máxima de norte a sur es de 4.345 km y de este a oeste de 4.330 km. La mayoría de los habitantes de Brasil viven junto al océano Atlántico, especialmente en las grandes ciudades de São Paulo y Rio de Janeiro. La capital, situada en el interior, es Brasilia con una población estimada para el año 2003 de 2.094.000 habitantes.

Moneda: Real (R\$)

Tipo de cambio al 31/12/04

R\$ 1 = \$ 1,09 - \$ 1 = R\$ 0,92

La población de Brasil (según estimaciones para 2004) es de 184.101.110 habitantes. La densidad de población es de 22 hab/km². Alrededor del 82% de la población es urbana.

Como activo físico, Brasil cuenta con el 8% de toda el agua dulce disponible en el planeta y el 53% de toda el agua dulce de América Latina, con un área de 851 millones de hectáreas, ocupadas de la siguiente forma:

Descripción	Área (en millones de hectáreas)
Selva amazónica	350
Pastura	220
Áreas protegidas	55
Cultivos anuales	47
Cultivos permanentes	15
Ciudades, lagos y caminos	20
Selvas cultivadas	5
Sub-total	712
Otros usos	33
Áreas no exploradas disponibles	106
Área total	851

Fuente: IBGE, CONAB e MAPA
Producción Pecuaria

Producción Pecuaria

La producción brasileña de carne bovina representa alrededor del 2% en el PBI brasileño, debiendo alcanzar 8 millones de to-

neladas en 2004, lo que representa un crecimiento del orden del 4% respecto de 2003. El ganado bovino brasileño ocupa cerca de 68% del total del área actualmente utilizada con actividades rurales y está distribuido en alrededor de 2 millones de propiedades. La matanza total, en 2004, deberá situarse en 40 millones de cabezas bovinas alcanzando una tasa de usufructo de aproximadamente 21%.

La ganadería brasileña viene creciendo en volumen y calidad, modernizándose, expandiendo mercados, utilizando su potencial físico, aplicando el desenvolvimiento tecnológico acumulado en los últimos treinta años, para la búsqueda y adaptación de técnicas de producción a la región tropical.

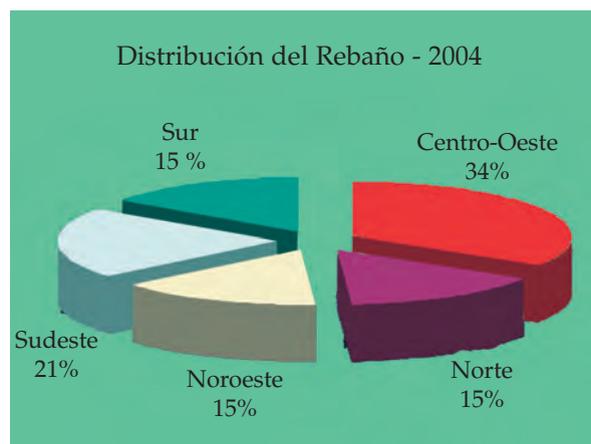
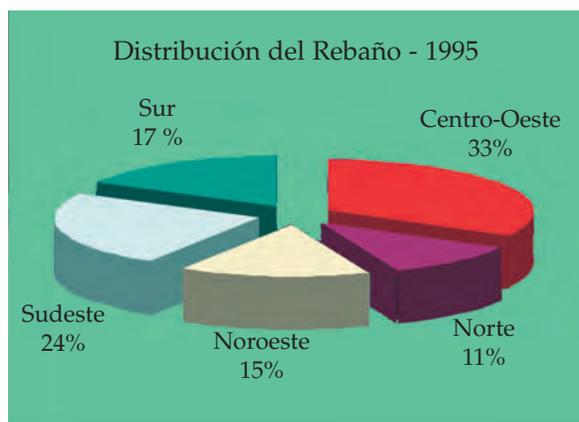
Ganado

Brasil concentra la mayor parte de ganado bovino comercial del mundo, con cerca de 191 millones de cabezas, siendo que el 79% presenta aptitud para producción de carne y 21% aptitud para producción de leche, formado por más de 60 razas divididas entre cebuínas (80% del total) y taurinas, con 20%.

No se puede definir aisladamente cual es la mejor raza, pero sí cual es la mejor respuesta que una raza o composición de razas proporciona en determinado ambiente. Las razas o composición de razas potencialmente más productivas, generalmente son también más exigentes. Los factores que determinan la mejor elección son el medio ambiente de cada región y el nivel de gestión gerencial utilizado.

Uno de los aspectos que llama la atención en la nueva dinámica de crecimiento del ganado bovino brasileño es su distribución, concentrado en la región Centro-Oeste y Norte, en detrimento de las regiones Sur y Sudeste, tradicionales productoras en Bra-

sil. Esto significa que se está produciendo un desplazamiento del ganado brasileño, que acompaña el desarrollo de las nuevas fronteras agrícolas, donde predominan las plantaciones de granos, pues la ganadería de carne es siempre la primera alternativa para los nuevos emprendimientos rurales. Con base en los datos del IBGE (Instituto Brasileño de Geografía y Estadística), se presenta seguidamente una comparación de la distribución del ganado brasileño entre los años 1990 y 2002.



	1998	1999	2000	2001	2002	2003*	2004**
Población (en millones de habitantes)	161,4	163,6	169,8	172,0	174,3	176,5	178,8
Ganado bovino (en millones de cabezas)	157,0	160,7	164,3	170,6	179,2	186,4	191,2
Porcentaje de matanza	19,2%	19,5%	19,8%	19,8%	19,8%	20,2%	20,9%
Faena (en millones de cabezas)	30,2	31,3	32,5	33,8	35,5	37,6	39,9
Producción de carne (por mil Ton.)	6.040,0	6.270,0	6.650,0	6.900,0	7.300,0	7.700,0	8.000,0
Consumo per capita (Kgs. por hab. y por año)	35,9	35,4	36,3	35,4	36,7	36,6	36,7
Consumo interno (por mil Ton.)	5.797,4	5.793,3	6.158,0	6.091,0	6.394,7	6.463,7	6.563,7
Exportación (por mil Ton.)	377,6	559,9	591,9	858,3	1.006,0	1.300,0	1.500,0
Importación (por mil Ton.)	135,1	83,2	99,9	49,3	100,7	63,7	63,7
Exportación (en millones US\$)	588,5	784,7	786,3	1.022,5	1.107,3	1.510,0	1.812,0
Importación (en millones US\$)	220,0	98,9	128,3	64,9	84,0	60,0	60,0

* Preliminar ** Estimativa

Fuente: SRF/MF, SECEX/MDIC, MAPA, CNA e CNPC.

Razas

Cebuínas

Participando con 80% de la composición del ganado brasileño, las cebuínas tienen en la raza Nelore la mayor predominancia, con cerca de 100 millones de animales (datos de ACNB), además de otras, como Guzerá, Indubrasil, Tabapuá, Brahman, Gir (doble aptitud), en especial en el Centro-Oeste. Los cebuínos presentan mayor rusticidad, caracterizada por la adaptación a las condiciones climáticas de las regiones tropicales y por la resistencia a las endo y ectoparasitosis, así como también a algunas enfermedades infectocontagiosas. Su población está presente en casi todas las regiones de Brasil.



Taurinas

Son menos adaptados al clima tropical, presentando mayor susceptibilidad a las enfermedades e infecciones parasitarias; sin embargo, son más eficientes en los parámetros productivos y reproductivos. Su población se concentra en la región sur de Brasil, con predominancia para las razas europeas aptas para consumo: Angus, Devon y Hereford. Razas continentales como Charolais, Blonde d'Aquitaine, Limousin, Marchigiana, Chianina; Razas taurinas de doble aptitud (carne y leche): Caracu, Pardo Suizo, Simmental, y la originaria de África del Sur, apta para faena, denominada Bonsmara.



Razas Sintéticas

Resultado de cruzamientos entre taurinos y cebuínos se dan razas con un buen desempeño y adaptabilidad, como por ejemplo Braford, Brangus, Canchim, Santa Gertrudis y Senepol.



Sistemas de Producción

En la búsqueda de calidad y bajo costo, hay una tendencia marcada en los ganaderos para desarrollar todo el proceso productivo (cría y engorde), principalmente debido al avance tecnológico y genético que reduce la edad de matanza y mejora el aprovechamiento del animal.

Sistemas de producción:

- exclusivo a pasto
- a pasto con suplementación (semi-confinamiento)
- a pasto con confinamiento de acabado

En Brasil el 90% de la carne bovina es producida en sistemas cuya alimentación está basada exclusivamente en pasturas. El resto de la producción también depende directamente de pasturas con suplementación adicional, en los denominados semi-confinamientos, que contribuyen con 4,8% de la producción. La terminación en confinamientos es responsable del 4,9% de la pro-

ducción, aunque utiliza animales iniciados en el consumo de forrajes. El promedio del costo de producción por kilogramo es en este país de US\$ 0,90.

A pesar de los avances, algunos índices zootécnicos están por debajo de la media de otros países, principalmente las edades de matanza y de la primera cría, que está siendo reducida con la mejora en el manejo alimentario, sanitario y el mejoramiento genético, proporcionando mayor precocidad en los dos casos.

Índices zootécnicos medios de la hacienda para faena

Índices	Valores
Tasa de natalidad	58–60%
Mortalidad de terneros	8–10%
Edad de destete	8 a 10 meses
Edad de la primera cría	4 años
Intervalo entre partos	20–21 meses
Edad de matanza	4,5 años
Tasa de matanza	15–16%
Rinde	53%

(Fuente: ANUALPEC – 2000)

Tasa de extracción

El aprovechamiento del ganado ha mejorado en los últimos años, pero todavía está por debajo de los principales países productores.

Pasturas

Las áreas de pasturas brasileñas suman 220 millones de hectáreas, siendo 120 millones naturales y 100 millones cultivadas, con predominancia de la variedad africana "brachiaria", plantada en 85% de las propiedades, con gran adaptabilidad al campo brasileño, germinando muy bien en casi todas las regiones, principalmente en las nuevas fronteras del Norte y Nordeste. El aumento de la capacidad de (tolerancia, resistencia) de las pasturas permitió la intensificación de los sistemas productivos y el aumento continuo del volumen por hectárea.

Reproducción – Inseminación artificial

Según ASBIA (Asociación Brasileña de Empresas de Inseminación Artificial) apenas 6,7% de la reproducción es realizada a través del uso de inseminación artificial.

El resto de la reproducción del ganado es realizada a través de sistema natural, que es programada para que tenga lugar en el inicio del período de lluvias.

La diversidad de razas, aliada a técnicas de selección, mejoramiento y reproducción, manejo sanitario y alimentario, han desencadenado los siguientes procesos:

- Reducción del ciclo productivo
- Nueva distribución geográfica de las regiones productoras
- Regionalización de los programas de producción
- Producción orientada hacia demandas específicas
- Diversificación de productos
- Valorización de los productos de calidad

Competitividad

La ganadería bovina brasileña, con el mayor rebaño comercial del mundo, dio un gran salto de calidad en los últimos 10 años elevando los índices de productividad con mejores patrones y acortando el ciclo productivo.

Mercado Interno

Al igual que en Argentina, en Brasil el consumo de carne bovina tiene una relación directa con el poder de compra del consumidor.

Se destaca que principalmente la población de bajos recursos, cuando tiene una mejora en los niveles de ingresos, de inmediato pasa a consumir carne bovina. El consumo de carne bovina en Brasil fue estimado en 6,46 millones de toneladas, en 2003, y está proyectado 6,56 millones de toneladas para 2004.

Con esto, el consumo permanece prácticamente estabilizado en alrededor de 37 kgs. por habitante y por año, siendo que la proyección para 2004 es de 36,7 kgs.

Mercado Externo

Las exportaciones brasileñas prácticamente se triplicaron en los últimos cinco años, concentrando cerca de 10% del comercio mundial en 2000. Se estima que en el año 2004 la participación brasileña alcanzará el 25%. Diversos factores internos y externos se conjugaron para conferirle mayor competitividad al producto brasileño en el exterior.

Internamente, la consolidación del Plan Real y la devaluación de la moneda (1999), establecieron condiciones económicas favorables para la reestructuración del sector industrial y las exportaciones. Por el lado externo, restricciones a tradicionales exportadores, por cuestiones sanitarias, y la búsqueda por un producto con mejor relación calidad/precio fueron factores que impulsaron las ventas externas.

El principal destino de las exportaciones brasileñas de carne “in natura” (enfriada o congelada) son: Federación Rusa, Chile, Egipto, República Islámica del Irán, Arabia Saudita, Italia y Reino Unido. A su vez los principales importadores de carne bovina industrializada del Brasil son: Estados Unidos, Reino Unido, Venezuela y Países Bajos. En lo que concierne al crecimiento de las exportaciones brasileñas de carne “in natura”, se destaca la Federación Rusa, Alemania, República Islámica del Irán, Israel y Hong-Kong, que tuvieron variación positiva en las cantidades importadas, superiores a 45%, en los últimos 12 meses.

Con referencia a los grandes bloques económicos y a los principales mercados compradores, se puede decir que Brasil tiene todavía fuertes restricciones al crecimiento de sus exportaciones pues debido al status sanitario existente en lo que atañe a la Fiebre Aftosa, a pesar de los circuitos ganaderos, impide la comercialización para los países NAFTA, Japón y Corea, que arrojan más de 60% del mercado mundial.

Las fuentes brasileñas consultadas tienen la convicción de que el MERCOSUR puede ser importantísimo para fortalecer y palanquear las exportaciones del bloque. En forma conjunta, los países del MERCOSUR tienen un alto poder de negociación ya que representan cerca de 40% de las exportaciones mundiales, pudiendo obtenerse acuerdos sanitarios y comerciales ventajosos para todas las partes.

Asimismo, se considera que la cooperación de los países del Mercosur parece igualmente importante en lo que concierne a las cuestiones sanitarias pues, erradicar la Fiebre Aftosa en la región es interés de todos y resulta cada vez más evidente que la única manera de eliminar ese virus es a través de un plan hemisférico integrado.

La ONU, proyecta para 2050 datos impresionantes: China e India deben alcanzar población de 1.500 millones y 1.300 millones respectivamente. El estudio confirma que la tendencia actual en la concentración de población sucede en los países menos desarrollados y con bajo crecimiento, como es el caso de África.

Concentración

Las exportaciones de carne brasileñas están en un 80% concentradas en cuatro frigoríficos, aunque haya en el país más de 400 frigoríficos bajo inspección federal y más de 60 frigoríficos habilitados para la exportación.

La mayor parte de los ganaderos siente la frustración que provoca la circunstancia de que el éxito de las exportaciones todavía no se refleja tranquilas adentro.

Transporte

En una investigación reciente realizada por la Confederación Nacional de Transporte sobre la situación de las rutas brasileñas, reveló que 75% de ellas fueron clasificadas como deficientes, malas o pésimas. Comparado con 2003, la situación general empeoró ya que en aquel año la evaluación era referente a 59% de las rutas.

El estado de las rutas provoca el aumento en el costo del flete (sin considerar el costo del combustible), atraso en la fluidez de la producción, pérdida de producto y pérdida de clientes por no cumplir las fechas de entrega.

En los puertos la situación es igualmente preocupante, principalmente con el continuo aumento del volumen embarcado.

Impuestos

Como en nuestro país, la carga tributaria brasileña –una de las más altas del mundo– ejerce una muy fuerte presión sobre los costos y redundan negativamente en la competencia de los productos de exportación y también en el mercado interno.

Como efecto perverso –según las fuentes–, la presión tributaria es la principal causa de la matanza clandestina en Brasil. Este factor afecta también, directamente, los cálculos de consumo per capita, que acaba por ser mayor que lo indicado en los índices oficiales, toda vez que la carne proveniente de la matanza clandestina es totalmente consumida en el país.

Desde hace algún tiempo, la cadena productiva es blanco de innumerables discusiones en busca de estrategias alternativas para intentar disminuir las distancias existentes entre los objetivos de sus agentes. La falta de cooperación entre frigoríficos y ganaderos y el alto poder de negociación del minorista, que posee en función del contacto directo con el consumidor, perjudica el desempeño de toda la cadena.

Conclusiones

La ganadería brasileña posee una estructura comercial que podemos describir de la siguiente forma:

- Productores de cría, invernada y engorde que comercializan el ganado entre sí. No obstante hay tendencia a verticalizar cada vez más ese proceso y a que fue el mismo establecimiento desempeñe las tres etapas. Firmas consignatarias (leiloeiros) facilitan en parte importante esa comercialización.
- Por su parte el ganadero vende el ganado gordo directamente al frigorífico, existiendo alguna figura de intermediación cuando se trata de pequeños productores. De la industria frigorífica llega al comercio compuesto por grandes redes de tiendas (supermercados e hipermercados) extremadamente concentradas que abarcan el 70% de la comercialización directa al consumidor, quedando 30% para las carnicerías.

La cuestión tributaria es compleja, porque no se trata solamente de los impuestos directos que gravan la producción, sino principalmente de los indirectos que impactan sobre la ganadería a través de los insumos. Como queda dicho, la carga tributaria brasileña está entre las mayores del planeta: alrededor del 40% del PBI brasileño.

La tan deseada reforma tributaria, lamentablemente no pasó de convertirse en un remiendo para facilitar la recaudación del Estado. Tampoco fue creado ningún estímulo tributario para ampliar el consumo interno, ni para expandir las exportaciones de carne.



Introducción

El conjunto de los 48 estados (más Alaska y Hawái, que conforman el país) limita al norte con Canadá, al este con el océano Atlántico, al sur con México y el golfo de México, y al oeste con el océano Pacífico. Los Grandes Lagos y el río San Lorenzo forman parte de la frontera norte; el Río Grande del Norte o Bravo, forma parte de la frontera sur. Nueva York es la ciudad más grande de Estados Unidos. La capital es la ciudad de Washington.

La superficie total es de 9.826.630 km².

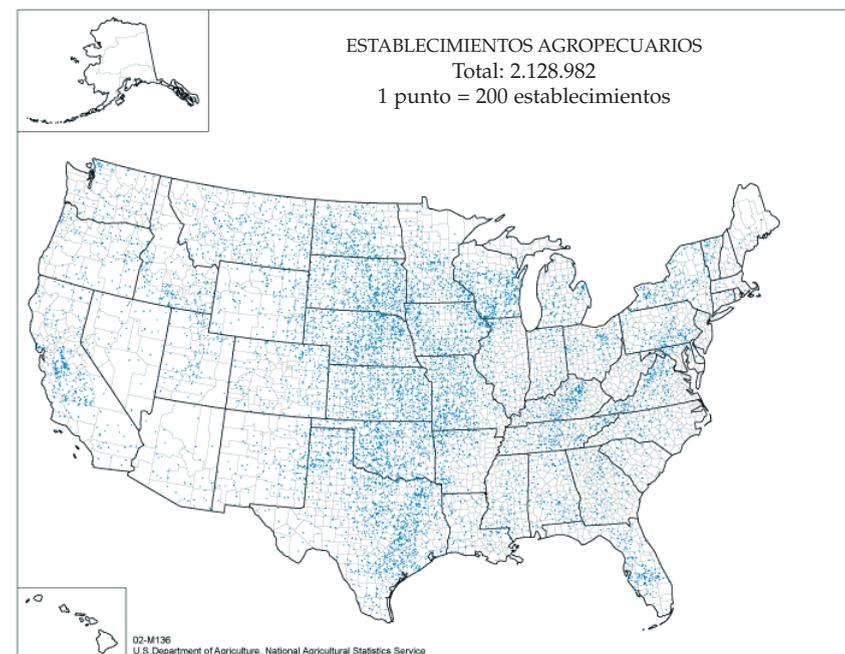
La población estimada para el año 2004 es de 293 millones de habitantes.

Moneda: Dólar Estadounidense (US\$)
 Tipo de cambio al 31/12/04
 US\$ 1 = \$ 2,97 – \$ 1 = US\$ 0,34

Ganadería

La producción ganadera estadounidense es reconocida por su producción de carne proveniente sustancialmente de reses alimentadas con grano. Hay aproximadamente 800.000 ganaderos

en los Estados Unidos distribuidos geográficamente en casi todos los condados de la nación. Se estima que el 80% de los negocios ganaderos están en manos de las mismas familias desde hace más de 25 años y un 10%, por más de 100 años.



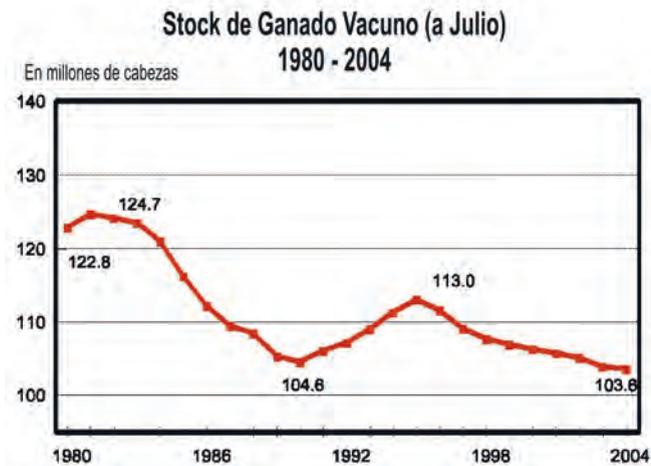
Si bien Estados Unidos cuenta con vastas extensiones de terreno para el pastoreo del ganado, los granos son el ingrediente principal en las raciones especialmente formuladas para su alimentación.

Existen en los Estados Unidos cerca de 900 plantas faenadoras que reciben inspección federal. Estas plantas procesan aproximadamente 34 millones de cabezas al año.

Al 1° de Julio del 2004 había en Estados Unidos 103.600.000 cabezas de ganado, una cantidad ligeramente menor, a la misma fecha del año 2003.

La producción cárnica disminuyó un 9% comparada con el año pasado, siendo el total para 2003 de 11.884.000 toneladas.

El promedio del peso del ganado ascendió a 560 kgs.. Asimismo el peso promedio de la carcasa alcanzó 338 kgs. de promedio.



Casi la totalidad de la carne bovina se vende en los EEUU empacada en cajas para la distribución (Boxed Beef) en cortes sub-primarios o comerciales.

El consumo total de carne de los estadounidenses, incluyendo carne vacuna, pollo, cerdo, pavo y cordero, está en los 100 kgs. por habitante y por año, correspondiéndole a la primera 30 kgs. por habitante y por año.

Seguridad de los Alimentos

En esta materia, el Congreso norteamericano recientemente aprobó una ley para la inspección de los productos cárnicos que

hace obligatorio el uso de los principios del sistema para el Análisis de Riesgo y Puntos de Control Crítico (HACCP, siglas en inglés), involucrando su ejecución y control a varias agencias del Gobierno Federal.

El Servicio de Seguridad e Inspección de los Alimentos (FSIS, en inglés) es responsable de inspeccionar a los animales en pie y a la carne resultante en la planta.

Por su parte, el Servicio de Inspección de Salubridad de la Planta y Animales regula y supervisa el control de la salud animal, en tanto que la Administración para los Medicamentos y Alimentos aprueba y regula el uso de productos de origen animal.

La industria de la carne de res en este país ha logrado establecer el "Programa para el aseguramiento de la calidad de la carne" (BQA, en inglés) que se inicia con las prácticas de producción que tienen impacto en la seguridad del producto.

Clasificación

La carne se clasifica de acuerdo al grado de rendimiento y calidad que determina un clasificador del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, en inglés).

Los grados referidos, con una calificación del 1 al 5, surgen del cálculo del porcentaje de rendimiento de los cortes comerciales deshuesados.

Por ejemplo, el grado 1 se le asigna a la res con más alto rendimiento, en tanto que el grado 5 a la de más bajo.

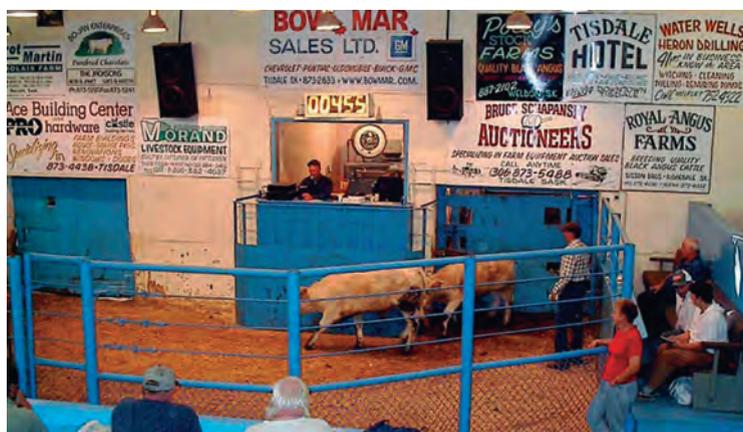
Por su parte, los grados de calidad se determinan conforme a la cantidad y distribución de la grasa (marmorado) presente en la parte central del costillar (entre las costillas 12 y 13).

Los grados de calidad son: Prime, Choice, Select, Standard Commercial, Utility, Cutter y Canner (conserva) resultando los tres mencionados en primer término los de mayor colocación en los mercados internacionales.

Canales para la comercialización del ganado vacuno

1. Mercados públicos a plazo (Terminal Public Markets)

La proporción de ganado vendido a través de este tipo de mercado ha disminuido en forma constante durante los últimos 30 años.



Autoridades privadas o municipales disponen de un predio para que se realicen las operaciones de compra-venta. No se cobra el alquiler del lugar pero si un arancel por cada venta lograda, que se abona al propietario del predio.

2. Remates (Auction Markets)

En un total de aproximadamente 1.600 instalaciones de remates, se llevan a cabo en toda la zona productiva de los Estados Unidos ventas en remates programados para todo destino.

Dentro de esta categoría se ubican los denominados Remates Especiales (Special Auctions), por los que se canaliza la oferta estacional de terneros para engorde.

Costos de comercialización

Vendedores – Gastos	
Comisión	3,5% en todas las ventas, con un mínimo de US\$ 7,50 por cabeza.
Alimento	US\$ 2.00 por bolsa de alimento de 45 kgs.
Pasto	\$1.00 por fardo
Veterinaria	Tacto: US\$ 4.00 por cabeza
Seguro de traslado	0,10% en todas las ventas
Compradores – Gastos	
Alimento	US\$ 2.00 por bolsa de alimento de 45 kgs.
Pasto	US\$1.00 por fardo
Flete	US\$ 2,00 por milla (1,6 kms.) en camiones de doble piso (“semi-trailer truck”) que cargan un promedio de 22.700 kgs. (50.000 libras), esto es 56 animales de 400 kgs.

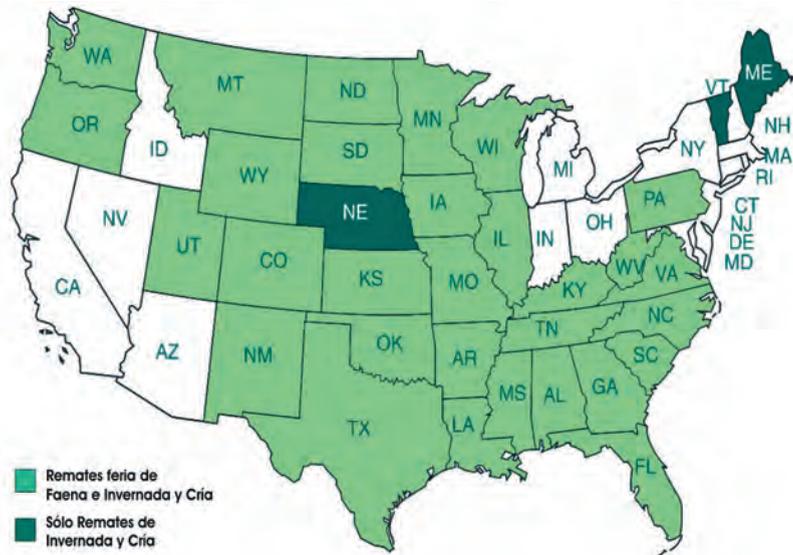
3. Comercialización electrónica (Electronic Marketing)

Esta es una variante al sistema tradicional de remates, conocida en nuestro país a través de diversas experiencias que se han venido realizando con mayor o menor éxito. Se utilizan distintas herramientas tales como video-filmaciones con el objeto de exhibir la hacienda que se comercializa, teléfonos,

teletipos, computadoras, etc., para fijar el precio y concretar las transacciones.

Costo para el vendedor

Distintas alternativas en Ventas vía In		
1	Derecho de filmación (reintegrable si se concreta la venta)	U\$S 2,00 por cabeza
	Derecho de consignación	2% de la venta bruta
2	Comisión	1,5% para invernada 2% reproductores 3% ganado lechero
3	Comisión	U\$S 11,00 por cabeza
4	Comisión	2% de la venta bruta + U\$S 8,00 por cabeza



4. Mercados Locales o Puntos de Concentración (Local Markets or Collection Points)

Son más populares en la zona del medio oeste que en la oeste de los Estados Unidos.



Un caso para destacar: el Mercado de Oklahoma (Oklahoma National Stockyard Co.)

Fue fundado en 1910 en el mismo año en que Morris & Co. (Armour Meats) instaló una gran planta de embalaje de carne, adyacente a la feria. Un año más tarde Schwartzchild & Sulzberger (Wilson Foods) abrió una planta de procesamiento similar.

En los primeros 5 años, el volumen operado creció un 130%. Cincuenta años más tarde ambas plantas de embalaje deciden cerrar sus puertas.



5. Intermediarios regionales (County Dealers)

Operadores independientes que compran y venden ganado bovino. La transacción se realiza generalmente en el campo (rancho).

6. Compradores de los frigoríficos (Packer Buyers)

Compradores empleados por los frigoríficos. Son aquellos que, en general, compran directamente a los productores en sus propios feedlots.

7. Frigorífico o Estación de compra del frigorífico (Packing Plants and Packer Buying Stations)

La operación se realiza directamente en el frigorífico o en una estación que le pertenece a éste.

8. Compra a pedido (Order Buyers)

Los compradores actúan como agentes de otros compradores de ganado.

9. Asociaciones Cooperativas de envío (Cooperative Shipping Associations)

Son propiedad de ganaderos que se unen para efectuar una asociación de envío ("pools") de ganado a los mercados a plazo y a los remates.

10. Asociaciones cooperativas de venta (Cooperative Selling Associations)

Organizadas como las de envío, estas asociaciones realizan algunas tareas adicionales ya que reciben y tramitan ofertas por la hacienda producida.

11. Empresas comisionistas de campo o Comercialización del Feedlot (Country Comisión Firms or Feedlot Marketing)

En esta caso, los productores tienen un representante de ven-

tas profesional que negocia los términos de la transacción antes de que el ganado deje el feedlot. Se denomina "country commission firm" a la persona o empresa que actúa en el carácter de "comisionista", esto es uniendo las partes compradora y vendedora, tarea por la que percibe una comisión y no factura (no realiza remates ni opera en mercados).

12. Asociaciones de negociación (Bargaining Associations)

Organizado por los productores para ejercer influencia en los términos de las transacciones. Estas organizaciones han sido las más usadas por la Organización Nacional de Productores Agropecuarios (National Farmers Organization o NFO).



Hasta 1961, las ventas de ganado se realizaban mediante la concreción de convenios entre vendedores y compradores (lo que en nuestro país se denomina venta al oído). Luego se introdujo el remate como mecanismo de comercialización.

Si bien no puede considerarse que es un mercado formador de precios en el orden nacional, resulta un parámetro válido para varios de los estados de su zona de influencia.

Los lunes se realizan las operaciones con ganado que se destina a invernada y los martes con el destinado a cría. El horario de venta está establecido entre las 8.00 y las 18.00 horas.

El costo del flete, en camiones de doble piso, es en este caso de US\$ 2,40 por milla (1,6 km). Si se remata un lunes, la hacienda llega al mercado el domingo, donde se le proporciona agua y comida con un costo de US\$ 2,00 por cabeza. El costo total para el comitente es de US\$ 11,00 por cabeza.

En este mercado todas las operaciones se realizan al contado y los consignatarios intervinientes efectúan la gestión de cobranza aunque no ejercen la función de garantía.

Hoy en día es el mercado para ganado con destino a feedlots más grande del mundo (500 mil cabezas anuales) y realizan sus operaciones un total de nueve firmas consignatarias. La más importante, la Farmers Commission Co. comercializa alrededor de 25.000 cabezas por mes.

Algunos datos generales de interés

- Al 1° de julio del 2004 el total del stock bovino en los Estados Unidos es de 103.600.000 cabezas, un 0,29% inferior a la misma fecha del año anterior.
- Total de vaquillonas de más de 227 kgs.: 15.950.000
- Vaquillonas para invernada: 4.800.000
- Vaquillonas lecheras para invernada: 3.600.000
- Restantes vaquillonas: 7.550.000
- Novillos de más de 226 kgs.: 14.200.000
- Toros de más de 226 kgs.: 2.050.000
- Terneros por debajo de 227 kgs.: 28.900.000

- Todo el ganado en engorde para faena asciende a 11.800.000 cabezas
- Se estima la parición para el año en curso en 37.700.000 de terneros En la primer mitad del año hubo una parición de 27.500.000 terneros.

Junta de Ganaderos

Resulta interesante comentar la experiencia de la Cattlemen's Beef Promotion And Research Board (Junta de Ganaderos para la Investigación y Promoción de Carne Vacuna), usualmente conocida como Cattlemen's Beef Board (Junta de Ganaderos de Carne Vacuna), organización que se halla integrada por un total de 108 miembros.

Cada miembro de la institución es designado por la Secretaría de Agricultura de Estados Unidos (USDA), de acuerdo con las candidaturas que proponen las organizaciones que representan a los productores cárnicos y lecheros en cada estado o región.

Treinta y siete estados cuentan con miembros individuales en la Junta. El resto de los estados están divididos en tres regiones. Por su parte, las nominaciones de los importadores dependen de las asociaciones respectivas.

El número de miembros de la Junta es establecido de acuerdo con la cantidad de ganado de cada estado o región. Se necesitan 500.000 cabezas de ganado como mínimo para el primer miembro y 1.000.000 de cabezas por cada miembro adicional. (Ej.: un estado o región que cuenta con 2.500.000 de cabezas, tiene derecho a designar tres miembros). Para los importadores rige una mecánica de similares características.

Parte de la responsabilidad de la Junta es la certificación de los denominados Consejos Estatales Calificadores de Carne Vacuna (45 en el presente) y la implementación de las disposiciones federales. También elige a 10 miembros para integrar el Comité de Promoción de Carne Vacuna (que cuenta con un total de 20). Los otros 10 miembros representan a los Consejos Estatales. Dicho Comité se encarga de aprobar proyectos de ley y de financiar el cumplimiento de los distintos programas que se llevan a cabo.

La Junta de Ganaderos para la Investigación y Promoción de Carne vacuna, con sus distintos cuerpos y comités se encarga también de: implementar programas para la investigación, promoción, información a los productores, al consumidor, a la industria y al mercado externo.

Beef Checkoff Program

El Beef Checkoff Program fue establecido dentro del Farm Bill (Estatuto que regula la producción agropecuaria y sus precios) de 1985.

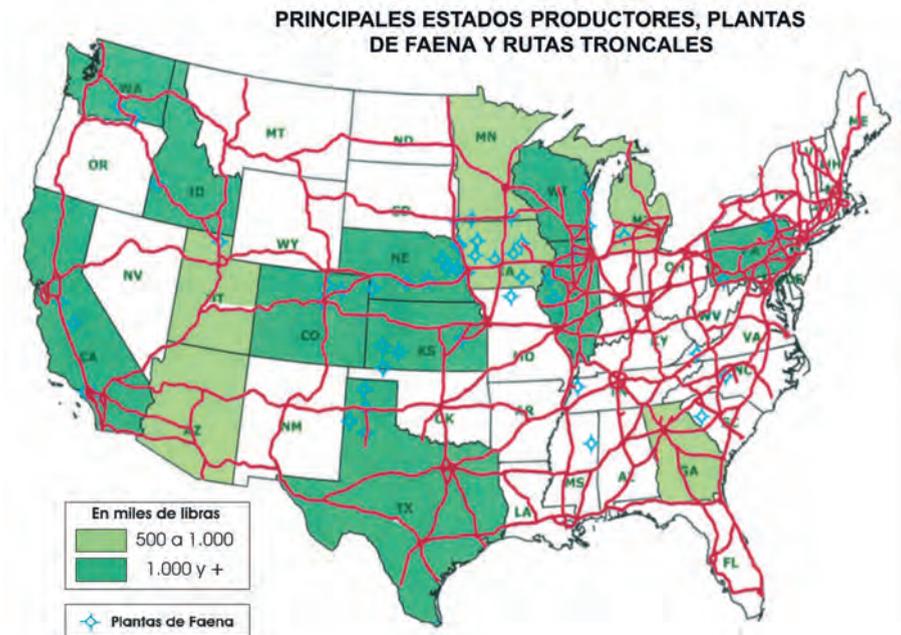
Luego de la realización de un referendun en 1988, que contó con la aprobación del 79% de los productores e importadores, el Beef Checkoff se convirtió en obligatorio.

Es una contribución consistente en la tributación de US\$ 1.- por cabeza en toda venta de ganado vivo. Una contribución comparable es recaudada sobre toda importación de ganado vacuno, carne y subproductos. El total de la recaudación anual está en el orden de los 80 millones de dólares.

Es recaudado por los Consejos Estatales, que pueden retener hasta US\$ 0,50 centavos por cada cabeza comercializada en su estado. Las sumas restantes deben derivarse a la Junta de Ga-

naderos, encargada de inspeccionar el funcionamiento de la contribución, sujeta a la revisión y control de la Secretaría de Agricultura. En cambio, tanto la recaudación proveniente de los importadores como la de los estados que no cuentan con Consejos, deben girar la totalidad de la recaudación a la mencionada Junta.

Los fondos son destinados a la investigación de mercado, análisis del comportamiento de la demanda en el orden nacional e internacional, campañas publicitarias y de promoción, investigación y desarrollo de nuevos productos cárnicos y al desarrollo de una variedad de herramientas de comercialización.





Introducción

La República Oriental del Uruguay, con Argentina y Brasil como estados fronterizos, ocupa una superficie de 176.215 km² y 142.000 km² de aguas jurisdiccionales y mar territorial, en la confluencia del río Uruguay, el Río de la Plata y el Océano Atlántico. Es el segundo país de menor superficie del continente.

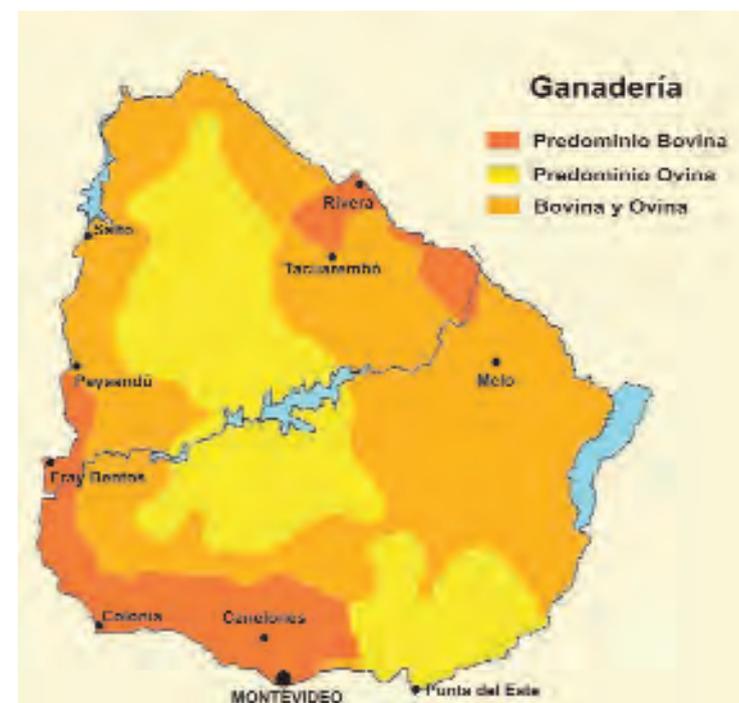
Su capital, Montevideo, es la ciudad más poblada y el principal puerto y centro económico.

Cuenta con una población (según el censo de 2004) de 3.440.205 habitantes, con una densidad aproximada de 20 hab/km² que se concentra en su mayoría en la costa atlántica. Sólo un 8% de la población es rural.

Moneda: Peso Uruguayo (\$)
 Tipo de cambio (al 31/12/04)
 (Uru) \$ 1 = \$ 0,11 – \$ 1 = (Uru) \$ 8,97

Desde el punto de vista de su producción, la ganadería es la actividad dominante a nivel territorial –ocupa el 80% del espacio nacional– con un amplio predominio de la raza Hereford en vacunos de carne y Corriedale –productor de lana gruesa– en ovinos.

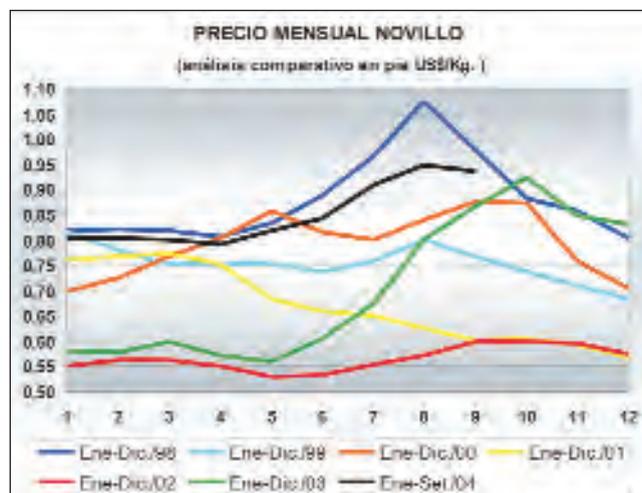
La producción ganadera bovina y su industria de carnes han sido tradicionalmente uno de los pilares fundamentales de la economía uruguaya. Las exportaciones del sector representan a–proximadamente el 18% del volumen total de las mismas.



Referencia de precio

Al no existir un mercado formador de precios, la información orientadora de mayor peso proviene de una publicación semanal que publica la Asociación de Consignatarios de Ganado del Uruguay, lograda a partir de la reunión abierta semanal que efectúan los distintos operadores. En la misma se detallan los promedios de cada una de las categorías de hacienda comercializadas en la semana y se complementa con un comentario sobre la tendencia del mercado.

Otra información útil a dichos fines es la que publica el Instituto Nacional de Carnes (INAC), sobre cuya actividad se efectúa una reseña al finalizar este capítulo, que tiene como base los datos proporcionados por las empresas frigoríficas sobre los negocios concertados.



Mercado de reposición (Invernada y Cría)

El mercado de reposición ha pasado a ser un tema trascendente en el contexto de la ganadería del Uruguay, ya que el incremento de la faena debe hallarse directamente ligado al aumento de los procreos en el rodeo nacional.

Resulta indudable que en ese escenario el ternero va a ocupar un lugar fundamental, porque sin el crecimiento de vientres entorados y principalmente sin una sensible mejora del índice de preñez (65% de promedio), es difícil concebir el mantenimiento de estos niveles.



El sistema de comercialización con este destino ha sufrido un cambio sustancial a partir del año 2001. Hasta entonces, el principal sistema de comercialización estaba basado en la actividad de los distintos mercados concentradores (ferias), los que, ubicados en distintos puntos del país, se desarrollaban bajo el régimen de remate.

La comercialización de los lotes ofertados se cotizaban por unidad (al bulto) en todas sus categorías; remates que en su mayoría contaban con la administración bancaria y plazos de entre 30 y 90 días.

Este sistema participaba con un porcentaje sobre el total del orden del 50% al 60%, resultando por ello el principal referente para la formación de los precios de invernada y cría. Los negocios particulares venían ocupando también una importante porción de éste mercado, dejando para una franja minoritaria los negocios directos o alianzas entre productores.

En el año 2001, como consecuencia de la reaparición de la fiebre aftosa se estableció la prohibición total de movimientos de hacienda, lo que propició que un grupo de empresas consignatarias se unieran para lanzar la concreción de una novedosa modalidad para el país: la venta de hacienda por televisión, obviándose de tal manera los movimientos, para entonces prohibidos.

Transcurridos tres años, apreciamos como este nuevo sistema ha concitado una gran aceptación, desplazando a los mercados concentradores de hacienda y ocupando una porción mayoritaria, en todo el país, del mercado de invernada y cría.

Cabe mencionar a modo de ejemplo que la firma uruguaya más importante en el rubro de remates por televisión lleva comercializados más de medio millón de cabezas en 25 remates realizados en menos de tres años de actuación, cifra de gran relevancia para el mercado local.

A juicio de importantes operadores del sector, la instauración de este nuevo sistema trastocó algunos esquemas tradicionales de la comercialización, ya que, por ejemplo permitió que se consolidara la comercialización de las categorías de invernada bajo el régimen de oferta por kilogramo en pie.

Además, con el objeto de evitar dificultades, la tarea de filmación de las tropas ofertadas es realizada por profesionales ajenos a la empresa comercializadora.

Estos remates se efectúan en un lugar estratégico en Montevideo y son retransmitidos vía satélite, con posibilidad de intervención simultánea en más de diez puntos del país.

Es de destacar que dada la participación de este nuevo canal tiene en las ventas totales uruguayas, sus transacciones pasaron a ser referentes de precios de la comercialización en general. Hay que tener en cuenta que en el país, como consecuencia de su sistema de producción principalmente extensivo, un bovino se comercializa, en promedio, tres veces en su vida.

Comercialización para faena

Esta basado en la remisión a plantas, las cuales en un 85% se encuentran ubicadas en el Sur (Montevideo y Canelones), existiendo una importante en el Noreste (Cerro Largo), una en el Norte (Tacuarembó) y una en el litoral (Colonia); el resto están todas en un radio de 80 km de Montevideo.

El número total de plantas habilitadas es de 38, de las cuales 12 realizan el 90% de la faena total.

La comercialización de hacienda sufrió en el país dos cambios trascendentales. El primero de ellos hace 30 años, se produjo como consecuencia del cierre del principal mercado de concentración de hacienda en pie (La Tablada), circunstancia que obligó a los productores a la remisión directa de las haciendas a las plantas, previo acuerdo de las condiciones del negocio.

El segundo cambio operó –promediando el año 2000–, cuando las principales plantas frigoríficas se pusieron de acuerdo para forzar la comercialización, que hasta entonces se efectuaba exclusivamente en base a cotizaciones de hacienda en pie, para que los negocios se realizaran en base a cotizaciones en kilos de

carne en segunda balanza, lo que trajo aparejado un fuerte conflicto entre los sectores productivo e industrial, que todavía hoy perdura.

El meollo de la discusión radica en que en el sistema impuesto por la industria, la mencionada segunda balanza se ubica concretamente después de realizado la operación de "dressing", no aplicándose para este fin criterios y metodologías homogéneas en todas las plantas, situación que ha traído aparejadas fuertes diferencias en los rendimientos, provocando que el sistema resulte muy resistido por los productores por la gran carga de subjetividad que dicha práctica contiene.

Es de destacar que cuando la demanda supera la oferta el porcentaje de negocios en pie aumenta sensiblemente.

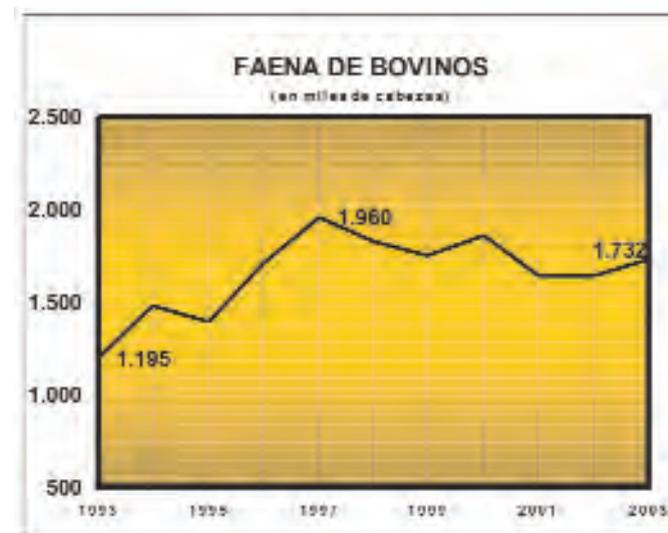
Los volúmenes más importantes de comercialización son efectuados bajo la modalidad de plazos, hallándose los mismos, en la actualidad, entre treinta y cuarenta y cinco días para el pago de las haciendas.

Las operaciones al contado no superan el 30%, aunque es de destacar que la elección es efectuada por el vendedor, encontrándose las diferencias de precios entre las operaciones de contado y las de plazo, en alrededor del 3% al 4%.

Es de destacar que el 100% de la comercialización en Uruguay se realiza en dólares estadounidenses. Las instituciones bancarias actuantes en el sistema financiero ofrecen en la actualidad líneas de crédito con intereses que oscilan entre el 7% y el 9% de interés anual.

La faena

La faena en el Uruguay está ubicada en el orden de 1.700.000 cabezas anuales, con una tendencia creciente como consecuencia del "status" sanitario alcanzado que le permite capitalizar un escenario de mercados muy importantes para sus carnes.



En el cuadro podemos observar la afirmación de la tendencia señalada (en el primer semestre del 2004 se han faenado 1.100.000 cabezas, estimándose que el cierre del período la faena va a arrojar una cifra cercana a los 2.000.000 de cabezas.

Esta cifras constituyen una tasa de extracción del 17% del stock bovino.

La composición de la faena está distribuida mayoritariamente entre dos grandes categorías: 50% de novillos, 48% de vacas (2% las restantes).

Categoría / Año	2001	%	2002	%	2003	%
Toros	165	1,5	166	1,5	173	1,5
Vacas de cría	3.808	35,9	4.160	38,9	4.143	38,4
Vacas de invernada	370	3,4	458	4,2	521	4,8
Novillos de 1 a 2 años	1.021	9,5	981	9,1	1.136	10,6
Novillos de 2 a 3 años	830	7,7	858	7,9	833	7,7
Novillos + 3 años	600	5,6	604	5,6	636	5,9
Vaquillonos de 1 a 2 años	1.044	9,7	1.015	9,4	1.185	10,9
Vaquillonos + 2 años	468	4,4	427	3,9	435	4,0
Terneros/leas	2.113	19,8	2.517	23,5	2.677	24,8
Total	10.580	100,0	11.274	100,0	11.929	100,0

El aumento que viene mostrando la faena de vacas podría atribuirse a dos factores: el primero, la coyuntura climática (un otoño muy seco que se tradujo en una escasa reserva de forraje para el invierno), el segundo, el desplazamiento de la agricultura que pasó a ocupar tierras ganaderas.

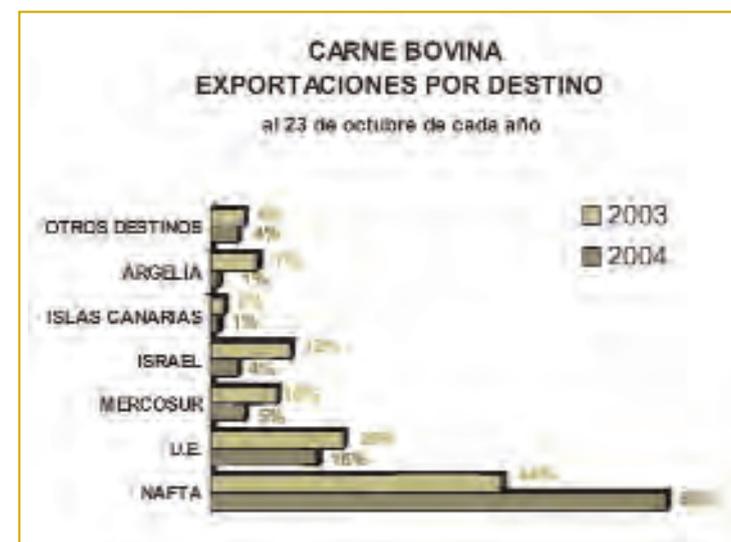
Abasto y exportación

El 70% de la producción de carne bovina del Uruguay es destinada a la exportación, ocupando el 30% restante el consumo interno.

Los principales mercados del mundo que atiende Uruguay son: EE.UU., Canadá, Unión Europea, Israel, Chile, Brasil y Argentina.

Con la recuperación del status sanitario luego de la crisis de la aftosa del año 2000, Estados Unidos se transformó en el principal mercado para las exportaciones cárnicas uruguayas (prácticamente el 50% de las mismas).

Como consecuencia de la detección en el territorio de los Estados Unidos de un caso de BSE ("vaca loca") hacia fines del 2003, sus principales clientes (Japón, México y Corea) suspendieron las adquisiciones de carne de este origen, circunstancia que obligó a los norteamericanos a volcar esos volúmenes sobre el consumo interno, repercutiendo negativamente sobre el esquema de precios y volúmenes que venía logrando Uruguay, lo que motivó que sus autoridades volcaran su esfuerzo hacia la obtención de nuevos mercados, fundamentalmente de la región asiática, aunque también México.



Sobre el abasto interno se ha venido produciendo un cambio importante: alrededor del 60/70 % del abastecimiento ha sido captado por los supermercados, lo que implica una mayor oferta de cortes preparados y con marca en la presentación de las góndolas, restándole espacio al sistema de carnicería tradicional.

Este aspecto se ve reflejado en la faena, ahora más orientada por la presión del consumo a la producción de ciertos cortes perdiendo volumen la tradicional presentación en medias reses.



Un cuello de botella importante para la faena de 40.000 a 45.000 cabezas semanales, es uno de los cortes tradicionales: el asado. La continuidad en la producción a estos niveles no puede ser absorbida por el consumo uruguayo, de tal modo que cuando la diferencia de precios no permite el ingreso con carne a los mercados argentino y/o brasileño (principalmente Río Grande), los saldos se convierten en un problema importante para la industria. Es común que estos cortes aparezcan en oferta al público con un deterioro importante en su valor.

Una opción, pero que agrega un costo muy elevado en concepto de mano de obra es la producción de estas mantas en "trimming", que cuenta con buena colocación en mercados como Estados Unidos y Canadá.

Instituto Nacional de Carnes (INAC)

Por medio del Decreto-Ley 15.605 del 27 de Julio de 1964 se creó este organismo en el carácter de persona pública no estatal, para la proposición, asesoramiento y ejecución de la Política Nacional de Carnes, cuya determinación corresponde al Poder Ejecutivo, con la coordinación del Ministerio de Agricultura y Pesca.

El Instituto tiene por objetivos promover, regular, coordinar y vigilar las actividades de producción, transformación, comercialización, almacenamiento y transporte de carnes bovina, ovina, equina, porcina, caprina, de ave, de conejo y animales de caza menor, sus menudencias, sub-productos y productos cárnicos.

Se halla a cargo de su dirección y administración una Junta integrada por seis miembros. Presidente y Vicepresidente son designados a propuesta del Poder Ejecutivo. Los productores rurales cuentan con dos representantes, propuestos uno por la Asociación Rural del Uruguay y otro por la Federación Rural, en tanto el sector industrial cuenta también con dos representantes.

Los recursos del INAC provienen, fundamentalmente de dos contribuciones: 1°) el 0,6% del precio FOB neto de las exportaciones de carne de las especies mencionadas más arriba, sus menudencias, subproductos y productos elaborados en base a carnes y subproductos, y 2°) el 0,7% del precio de venta de carne y menudencias de las reses faenadas por las plantas de faena autorizadas, que se destinen al mercado interno. Agrega la norma de creación que los ingresos percibidos que excedan las erogaciones del ejercicio, una vez efectuadas las reservas correspondientes, serán anualmente destinadas a la promoción e investigación de la producción y a la industrialización de la carne.



Personas y empresas asociadas a la Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado

A. J. MENDIZABAL Y CIA S.A.	CAMPOS Y GANADOS S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. BDO. DE IRI- GOYEN LTDA.	DELFOR A. CAPUTTO Y CÍA. S.A.
A. SPINETTA Y CÍA. S.A.	CAPDEVIELLE, KAY Y CÍA. S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. DE DUDIG- NAC LTDA.	DIEGO M. F. PEREYRA YRAOLA Y CÍA. SRL.
AGRICULTORES FEDERADOS AR- GENTINOS SOC. COOP. LTDA.	CARLOS N. PERNIGOTTI S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. DE MORTE- ROS LTDA.	DON MARCÓN S.A.
AGROGANADERA DON ENRIQUE S.A.	CAROSSIA Y GALCERÁN S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. FEDER. DE VILLA CAÑÁS LTDA.	DOTRAS-GANLY S.R.L.
AGUIRRE VAZQUEZ S.A.	CASA LAGO S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. LTDA. DE PUAN	DUHALDE Y CÍA. S.R.L.
AICEGA Y CÍA. S.R.L.	CASA MASSOLA S.A.	COOP. AGRÍC. GANAD. LTDA. GUI- LLERMO LEHMANN	EDGAR E. PASTORE Y CÍA. S.R.L.
ALBERTO C. LARUMBE E HIJOS S.C.	CASA USANDIZAGA S.R.L.	COOP. AGRIC. GANAD. Y DE CON- SUMO FREYRE LTDA.	EDUARDO A. TRAVAGLIA Y CÍA. S.A.
ALBERTO CESAR VEGA E HIJOS S.R.L.	CECCOLI Y RICCHI S.A.	COOP. AGRÍC. Y DE CONSUMOS LT- DA. SANTA ROSA	EL CIMARRON S.R.L.
ALBERTO JUAN GRANDIS	CENTRO INTEGRAL AGROPECUA- RIO S.A. (CIASA)	COOP. AGROPECUARIA DE DOBLAS LT. DA.	EMILIO J. R. SERVATO Y CÍA. S.R.L.
ALBÍN HNOS. Y CIA. S.R.L.	CEREALES QUEMU S.A.	COOP. AGROPECUARIA MIXTA DE IRIGOYEN LTDA.	ENRIQUE ADOLFO BEARZOTTI
ALDO MONTEFINALE S.R.L.	CÉSAR ANTONIO ARIAS	COOP. DE TAMB. Y AGR. GAN. LT. "LA INDUSTRIAL ARGENTINA"	ENRIQUE E. DEL CORRAL S.R.L.
ALFREDO SEBASTIÁN MONDINO	CÉSAR ISEAS S.A.	COOP. GANADERA "EL PRONUN- CIAMIENTO" LTDA.	ENRIQUE IRIARTE VILLANUEVA S.A.
AMECAR S.A.	CLAUDIO MONTALDO Y ASOCIA- DOS S.R.L.	COOP. GANADERA LTDA. MANUEL GREGORET	ESTEBAN IGNACIO ABELENDA
ANTONIO C. GIÁCOMA Y CÍA. S.A.	COLOMBO Y COLOMBO S.A.	COOP. LA GANADERA GRAL. RAMI- REZ	ETCHEVEHERE RURAL S.R.L.
ARBELECHE FERIAS GANADERAS S.A.	COLOMBO Y MAGLIANO S.A.	COOP. LTDA. AGRÍCOLA GANADE- RA DE SUNCHALES	ETCHEVERRY Y ASOCIADOS S.R.L.
ARRIBERE, UGARTE Y CÍA. S.R.L.	COLVILL JONES Y CÍA. S.A.	COTAGRO COOP. AGROPECUARIA LTDA.	FEGANOR S.A.
BALCARCE Y CÍA. S.R.L.	COMPAÑÍA CONSIGNATARIA PAZ HNOS. S.R.L.	CRESPO Y RODRIGUEZ S.A.	FELIPE Y CARLOS GRACIANO S.A.
BATTISTONI S.A.	CONSIGNACIONES CÓRDOBA S.A.	DANIEL BLANCO Y CIA. S.A.	FERIA GANADERA SAN PATRICIO S.A.
BENITO PUJOL Y CÍA. S.A.	CONSIGNATARIA DEL SUR S.R.L.	DANIEL FRANCISCO SANCHEZ	FERIALVAREZ S.R.L.
BERNARDO Y GUILLERMO EYHERA- BIDE S.R.L.	CONSIGNATARIA EDGARDO VITTORI SA	DAROCA, DUARTE Y CÍA. S.R.L.	FERIANGELI S.A.
BRANDEMANN Y CÍA. S.C.	CONSIGNATARIA FERRARI Y CÍA S.A.	DARWASH S.A.	FERIAS AGROAZUL S.A.
BRAZZOLA Y CÍA. S.R.L.	CONSIGNATARIA HASENKAMP S.R.L.	DEL BARRIO Y CÍA. S.A.	FERIAS DEL CARMEN S.R.L.
BULLRICH Y CÍA. S.R.L.	CONSIGNATARIA MELICURÁ S.A.		FERIAS DEL CENTRO S.R.L.
C. MENENDEZ Y CÍA. S.A.	CONSIGNATARIA PANTANAL S.R.L.		FERIAS GANADEROS DE SAN MA- NUEL S.C.A
CAMPO Y GANADO S.R.L.	CONSIGNATARIA SERRANO S.A.		FERIAS GARCÍA S.A.
CAMPOAMOR HNOS. S.A.	CONSIGNATARIA SPIAZZI S.R.L.		FERIAS RAUCH S.C.

FRACCAROLLI Y RONCONI S.R.L.	JORGE Y MARTÍN DE LA SERNA S.R.L.	PEDRO JOSE RONCHI Y CÍA S.R.L.	SABINI-PELLEGRIN S.A.
GAHAN Y CÍA. S.A.	JOSÉ ANTONIO LLORENTE S.R.L.	PEDRO MANUEL AMOZ Y CIA. S.A.	SÁENZ VALIENTE, BULLRICH Y CÍA. S.A.
GAMARRA, GIUGGIA Y PRIMO S.R.L.	JUAN JOSE BATTISTESSA	PEDRO NOEL IREY S.R.L.	SAN LUIS FERIA S.R.L.
GANADERA AGUAPEY S.R.L.	LA AGRÍCOLA GANADERA DE TRES ARROYOS S.A.	PEIRETTI Y KOERNER S.A.	SANTAMARINA E HIJOS S.A.
GANADERA DALL'OSSO E HIJO S.R.L.	LA ALIANZA COOPERATIVA AGRÍCOLA GANADERA LTDA.	PEPA, KNUBEL Y FERRERO S.R.L.	SCAGLIA S.A.
GANADERA DEL SUR S.R.L.	LA GANADERA DE JESUS MARÍA S.A.	PETERSEN HNOS. Y CÍA. S.R.L.	SILVIO RUBÉN FERNÁNDEZ
GANADERA GRANADA S.A.	LA UNIÓN GANADERA DE HUMBERTO 1º COOP. LTDA.	PRODUCTORES RURALES DEL SUD COOP. LTDA.	SIVERO Y CÍA. S.A.
GANADERA SALLIQUELÓ S.A.	LALOR S.A.	PUCARÁ S.A.	SUC. DE SANTOS NICOLÁS BURATTINI
GANADEROS DE CERES COOPERATIVA LTDA.	LANUSSE-SANTILLÁN Y CÍA. S.A.	R. ARCE E HIJOS S.R.L.	SUCESORES DE BRIVIO Y CÍA. S.R.L.
GANADEROS DE GENERAL ACHA S.A.	LEDESMA Y ARANA S.R.L.	RACOL SRL	TESTA, LELLI, LIAUDAT Y CIA. S.R.L.
GANADEROS DE MACKENNA S.R.L.	LLORENTE-DURAÑONA SA	RAMIRO GUTIERREZ E HIJOS S.A.	URIOSTE, MENDEZ CASARIEGO Y CANESSA S.A.
GANADEROS DEL SALADO S.R.L.	LUIS ENRIQUE SOFÍA	RAÚL J. ROMANUTTI S.A.	URTURI HNOS. S.R.L.
GANADOS REMATES S.A.	LUIS FEDERICO BULLRICH Y HNOS. S.A.	RAÚL MENDIZÁBAL Y CÍA. S.A.C.	VALENTINO HNOS. Y BERTELLA S.A.
GANADOS S.R.L.	M. ALFREDO AZARO Y CÍA. S.R.L.	REGGI Y CÍA. S.R.L.	VAN HAEZEVELDE Y CROSA S.R.L.
GOICOECHEA HNOS. S.R.L.	M. TANGORRA Y CÍA. S.A.	RICARDO ALFREDO KELLY	VICAR GANADERA S.A.
GONZALO CARDONER S.R.L.	MAGNANO S.A.	RICARDO MENDIZÁBAL CONSIGNACIONES S.R.L.	VICENTE HNOS. S.R.L.
HACENDADOS DE CHIVILCOY S.A.	MALABE Y CÍA. S.A.	ROBERTO OMAR ROSCIANO	YRAOLA, SOLDAVINI Y CÍA. S.A.
HACENDADOS DEL ESTE S.A.	MARCIANESI Y CÍA. S.R.L.	S.A. DE HACENDADOS DE RAFAELA	
HACENDADOS DON ROBERTO S.R.L.	MARIANO MIGUENS S.R.L.	S.A. IGNACIO GOÑI Y HNOS. LTDA.	DAVID AMADO SÁNCHEZ – Socio Honorario
HACIENDA SUR S.R.L.	MARINO Y SPURIO S.R.L.	S.A. UNIÓN GANADEROS DE CANALS	
HACIENDAS VILLAGUAY S.R.L.	MARTÍN G. LALOR S.A.		
HACIENDAS CORRENTINAS S.R.L.	MARTÍN Y ALONSO S.R.L.		
HEGUY HNOS. Y CIA. S.A.	MAURINO Y CÍA. S.R.L.		
HIGINIO PRIMO SCHIFFO S.A.	MIGUEL ÁNGEL FIORNOVELLI		
HIJOS DE VICENTE CUDÓS S.R.L.	MONASTERIO - TATTERSALL S.A.		
HOURCADE, ALBELO Y CÍA. S.C.C.	NÉSTOR A. ARZUAGA Y CÍA. S.C.A		
HUGO R. ARÍSTEGUI Y CÍA. S.R.L.	NÉSTOR A. GALARRAGA S.R.L.		
ILDARRAZ HNOS. S.A.	NÉSTOR HUGO FUENTES		
IVÁN L. O'FARRELL S.R.L.	NÉSTOR I. GOENAGA Y CÍA. S.A.		
J. L. CONCARO S.R.L.	NÉSTOR P. SÁLICE Y CÍA. S.A.		
JAUREGUI LORDA S.R.L.	NOR-ESTE GANADERA S.R.L.		
JAVIER HORACIO GARBARINO	OSCAR LUIS MÚLGURA Y CÍA. S.A.		
JAVIER U. AVALOS	PEDRO GENTA Y CÍA. S.A.		
JORGE LUIS DOARTERO			