



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

DICIEMBRE 2014



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE HACIENDA BOVINA

**“El rol de los mercados electrónicos en
Australia , Brasil, Estados Unidos y Uruguay”**

Análisis comparado



MINISTRO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

Ing. Agr. Carlos Casamiquela

SECRETARIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

Dr. Gabriel Delgado

SUBSECRETARIO DE GANADERÍA

Med. Vet. Jorge H. Dillon

DIRECTORA NACIONAL DE ESTUDIOS Y ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR PECUARIO

Lic. Consolación Otaño

DIRECTORA DE ANÁLISIS ECONÓMICO PECUARIO

Lic. Norma Dobaño

COORDINADORA DE GESTIÓN Y CONTROL DE ACTIVIDADES DEL SECTOR PECUARIO

Lic. Ana Otaño



EQUIPO TÉCNICO

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS ECONÓMICO PECUARIO

Lic. Diego Ponti

Lic. Marcela Piperata

COORDINACIÓN DE GESTIÓN Y CONTROL DE ACTIVIDADES DEL SECTOR PECUARIO

Lic. Andrea Gerbaldo

Lic. María Fernanda Lamas

Lic. Gonzalo López



Resumen Ejecutivo

El presente trabajo analiza, a través del estudio comparado, el rol de los mercados electrónicos en los sistemas de comercialización pecuaria a través del estudio de casos internacionales destacados, que puedan ser la base documental para la implementación de políticas orientadas a mejoras en el sistema de comercialización pecuario de Argentina, con énfasis en la comercialización electrónica.

Los países seleccionados fueron Australia; Brasil; Estados Unidos y Uruguay, por ser referentes internacionales en materia de producción y comercialización en el sector de referencia: *la cadena de valor de ganados y carne bovina*. En este marco, y para el análisis de los sistemas de comercialización electrónica de hacienda bovina implementados en cada uno de estos países, se lleva a cabo previamente una breve descripción de aquellos aspectos generales a nivel país y a nivel cadena productiva, para brindar al lector una mirada general del sector en estudio.

Australia, presenta elevados volúmenes de exportación (*tercer exportador a nivel mundial de carne bovina*), un bajo nivel de consumo interno (34kg/hab.) y un nivel de producción que representa solo el 3% de la producción mundial. Así también, una amplia variedad de canales de comercialización de hacienda en pie con las que cuentan los productores, que les permite tomar la decisión más conveniente acerca del método de compra y venta que deberían adoptar.

Por su parte, Brasil sobresale como *segundo productor de carne bovina* cuyo principal destino es el mercado interno, así como también por haber implementado medidas tendientes a la supervisión de la calidad de su carne, y lograr que el 78% de su territorio se encuentre actualmente libre de aftosa incrementando el número de estados exportadores. Asimismo, y en gran parte debido a la extensión de su territorio y como estrategia logística, por la implementación de los canales de Internet y Televisión para la comercialización de hacienda en pie con un importante auge.

En lo que respecta a Estados Unidos, *mayor productor mundial de ganado y cuarto mayor exportador de carne bovina*, la comercialización electrónica ubica un rol estratégico en lo que a nivel de cadena se trata, ya que gran parte de los actores al encontrarse coordinados hacia atrás, utilizan esta herramienta para establecer contratos de provisión directamente con los feedlots, y no precisamente con destino a faena. Sin embargo, la implementación en materia de comercialización adquiere un rol protagónico en lo que a negocios se refiere.

Finalmente, se aborda el caso de Uruguay, *noveno exportador mundial de carnes congeladas y enfriadas de la especie bovina* donde un gran porcentaje de la comercialización de ganado para reposición se realiza por pantalla, en tanto que para faena se comercializa a través de los escritorios (consignatarios) los cuáles acuerdan con las plantas o bien a través de la venta directa.

Palabras claves: Comercialización de hacienda en pie, comercialización electrónica, mercado electrónico.



INDICE

CANALES DE COMERCIALIZACION DE HACIENDA BOVINA.....	2
“El rol de los mercados electrónicos en Australia, Brasil, Estados Unidos y Uruguay”	
Análisis Comparado	2
1. AUSTRALIA.....	5
1.1 Producción y comercialización en cifras	5
1.2. Características generales de la producción.....	8
1.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina.....	10
Bibliografía Consultada	18
2. BRASIL.....	19
2.1 Producción y comercialización en cifras	20
2.2. Características generales de la producción.....	23
2.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina.....	27
2.3. 1. Mercado Físico	28
2.3.2 Mercado electrónico	34
Bibliografía Consultada	37
3. ESTADOS UNIDOS.....	41
3.1 Producción y comercialización en cifras	41
3.2. Características generales de la producción.....	43
3.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina.....	44
3.3.1 Mercado Electrónico	46
Bibliografía Consultada	50
4. URUGUAY	51
4.1 Producción y comercialización en cifras	52
4.2 Características generales de la producción.....	52
4.3 Sistemas de Comercialización de hacienda bovina.....	57
Bibliografía Consultada	63
Comentarios Finales.....	64



1. AUSTRALIA

La actividad ganadera se desarrolla a lo largo de todo el país en una superficie que abarca aproximadamente 200 millones de hectáreas. En cuanto a las zonas productivas, se ubican dos grandes regiones: norte y sur, cada una de ellas con características productivas diferentes que repercuten en la calidad de la carne, siendo la de mejor calidad la proveniente del sur, región donde las características agrometeorológicas permiten la introducción de razas de mayor aptitud ganadera.

De esta manera, cada destino comercial de Australia se corresponde con una ubicación y sistema de producción específico, el cual resulta sensible a las contingencias climáticas: en períodos de fuerte sequía se generan procesos de liquidación de stock con elevada participación de hembras; caso contrario sucede en las temporadas de lluvias y buena oferta forrajera, donde se incentivan la retención y recomposición de existencias ganaderas.

La producción de carne vacuna australiana es relativamente pequeña con respecto a los principales productores del mundo, representa sólo el 3% del total mundial. Sin embargo, el bajo nivel de consumo interno (34kg./hab.) genera elevados volúmenes exportables que la ubican como el tercer exportador de carne vacuna a nivel global.

De este modo, Australia exporta carne vacuna y hacienda en pie hacia más de 100 países, lo que representa un volumen superior al 60% de la producción interna. Las exportaciones de animales en pie tienen como destino países que, por cuestiones religiosas y culturales, deciden dar sacrificio en sus propios territorios.

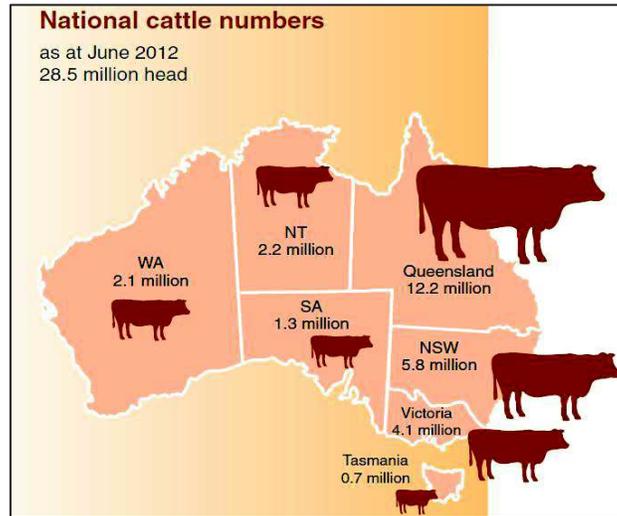
En cuanto a su condición sanitaria a nivel internacional, es reconocida con la condición de país libre de fiebre aftosa sin vacunación. Asimismo, al tratarse de una geografía insular presenta ventajas comparativas desde el punto de vista sanitario, al no compartir fronteras físicas con países vecinos es muy bajo el riesgo de introducción de enfermedades desde otros territorios.

1.1 Producción y comercialización en cifras

De acuerdo a datos estadísticos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (United State Department of Agriculture, USDA, por sus siglas en inglés) el stock de ganado bovino australiano se ubica en torno a las 29 millones de cabezas (2013-2014 USDA). Esta cifra, como se mencionara anteriormente, representa el 3% de la producción global.



Mapa N°1



Fuente: Australian Bureau of Statistics –ABS- (2012)

De acuerdo a datos de Meat and Livestock Australia (MLA) hacia 2012 existían unos 77.164 establecimientos ganaderos; la industria de la carne contaba con el 57% de los establecimientos agropecuarios; y empleaba aproximadamente 200.000 trabajadores, incluyendo producción, comercialización, proceso y distribución.

Australia produce actualmente 2.510 millones de toneladas res con hueso de carne vacuna (proyección USDA 2014) y se ubica como el séptimo productor internacional; 2.6 millones de animales engordados a grano fueron comercializados entre el 2012 y 2013, lo que representó el 33% del total de la hacienda faenada (MLA).

En cuanto al valor total de la producción, incluyendo la hacienda exportada en pie, es de US\$ 7.400 millones de dólares (ABARES¹ 2012-2013). La industria del feedlot representa un valor de producción de US\$ 2.700 millones de dólares empleando directamente 2.000 trabajadores y casi 7.000 indirectamente (ALFA²) y la contribución directa de la ganadería al PBI es del 1% (MLA) siendo Queensland (QLD) la principal región productora de ganados y carne.

El gasto interno destinado al consumo de carne vacuna es de US\$ 6.600 millones (MLA, 2012-13), mientras que el volumen consumido internamente de carne vacuna (34Kg./Hab.) se ubica en el segundo lugar detrás de la carne aviar (43 kg./Hab).

¹ Agencia Australiana de Agricultura y Recursos Económicos y Científicos (ABARES - por sus siglas en inglés- Australian Bureau of Agricultural & Resource Economics & Sciences).

² Asociación Australiana de Engordadores a Corral (ALFA -por sus siglas en inglés- Austalian Lot Feeders Association).



El valor total de las exportaciones 2012-2013 fue de US\$ 5.060 millones de dólares; en tanto que el valor de las exportaciones de hacienda en pie para el mismo periodo fue de \$590 millones de dólares (ABS).

La industria de la carne vacuna participa en un 13% del total de exportaciones agropecuarias (ABS 2012-2013 año fiscal) y el principal destino es Japón, seguido por Estados Unidos y Corea del Sur.

Se estima que al cierre de 2014, se exportará el 71% de la producción (USDA).

Cuadro N°1. Resumen de Indicadores Ganaderos. Australia 2009-2014

Australia	2009	2010	2011	2012	2013	2014e
Stock (miles de cabezas)	27.321	27.906	27.550	28.506	29.000	29.290
Faena (miles de cabezas)	8.411	8.273	7.943	7.977	9.032	9.675
Tasa de Extracción (faena/stock)	31%	30%	29%	28%	31%	33%
Producción (miles de toneladas rch)	2.106	2.129	2.129	2.152	2.359	2.510
Exportación (miles de cabezas)	954	875	695	620	851	1.400
Exportación (miles de toneladas rch)	1.364	1.368	1.410	1.407	1.593	1.775
% Exportación/Producción	65%	64%	66%	65%	68%	71%
Consumo Ap. (miles de toneladas)	722	802	736	745	806	817
Consumo per Cápita (kg./habitante)	33,28	36,40	32,95	32,78	34,85	34,35
US\$ Kilo Vivo	1,28	1,594	1,896	1,845	1,602	1,616

Fuente: USDA



1.2. Características generales de la producción

Norte y Sur: Dos regiones, dos sistemas productivos

Como se mencionara con anterioridad, la producción de carne australiana se lleva a cabo en una superficie total de 200 millones de hectáreas dividida en dos grandes regiones: Norte y Sur.

En el norte el sistema productivo es extensivo con pasturas naturales y bajas cargas, las especies más utilizadas son Bos Indicus (Brahman y Santa Gertrudis) por su capacidad de adaptación al calor y a las sequías. Un parte de estos animales son vendidos en pie a destinos como Indonesia, mientras que otra parte se envía a regiones del sur para su engorde y posterior procesamiento. La carne producida por estas razas se considera de calidad inferior, sin embargo se exporta como carne picada a Estados Unidos, principalmente.

En el sur los sistemas de producción son más intensivos. La especie más utilizada es la Bos Taurus, con razas europeas como Angus, Hereford, y Charolais. La calidad de la carne proveniente de estos ejemplares es alta, con un buen grado de marmoleado. Los animales son procesados en la misma región y su destino es para consumo interno o para exportación a mercados de mayor valor como Corea de Sur, Rusia y Japón.

Feedlots

El sistema de producción con encierre a corral creció en forma constante desde la década del 80. Los feedlots australianos tienen una capacidad de engorde simultánea de 1.000.000 de cabezas. Existen aproximadamente unos 450 establecimientos registrados a lo largo del país, el 95% es de propiedad familiar.

Este sistema de producción, posee un importante nivel de integración con la industria, superior al que poseen los sistemas de producción tradicionales a pasto. La mayoría se localiza en zonas cercanas a la oferta de hacienda en pie, granos y agua, como lo son el este de Queensland, el norte de New South Wales (NSW), el área "Riverina" de NSW, y las regiones en crecimiento de Victoria, Sur y Este de Australia.

La hacienda es ingresada al feedlot generalmente para alcanzar el peso final de faena, cuando la calidad de pasturas y las sequias prolongadas, impiden alcanzar terminaciones óptimas. La oferta forrajera es deficiente durante el invierno en el norte, y en los meses secos de verano, en el sur.

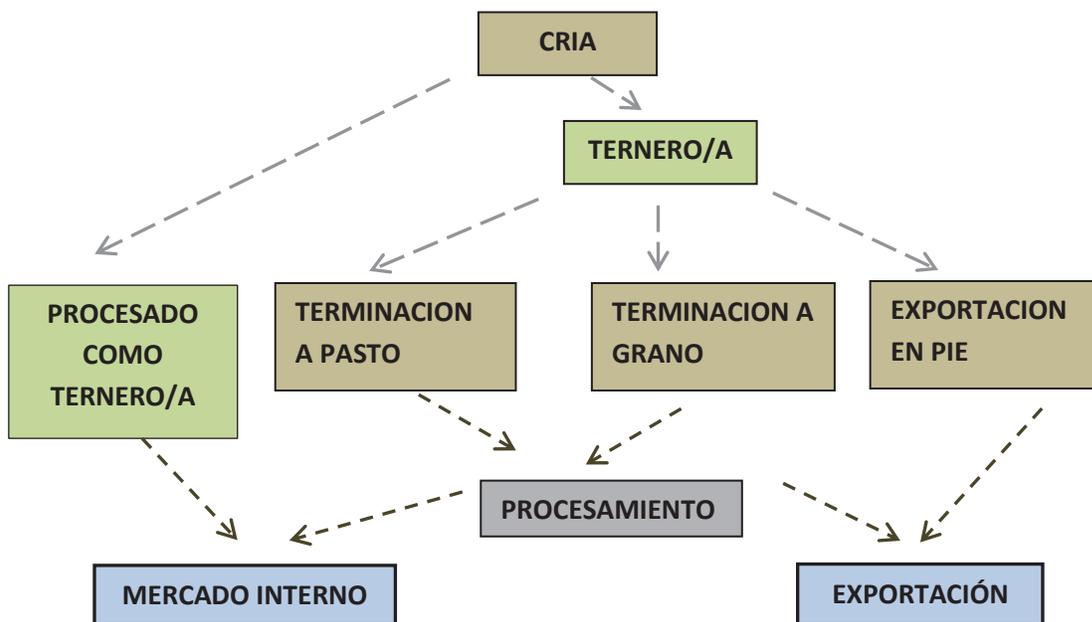
Aproximadamente el 40% de la oferta de carne proviene de engorde a corral, mientras que el 80% de la carne consumida en el mercado interno, tiene su origen en feedlot.



Con respecto a los principales mercados para la carne de feedlot australiano, ellos son: Japón, Corea, Estados Unidos y el consumo interno. La apertura del mercado japonés, en 1990, provocó una amplia expansión del sector feedlotero que a su vez, años más tarde, se fortaleció con el cierre de importaciones de carne estadounidense durante el periodo de propagación de la encefalopatía espongiforme bovina (EEB) o «enfermedad de las vacas locas».

Los feedlots reciben cada año una auditoría independiente para asegurar el buen trato animal, evaluar el ambiente en el cual se desarrolla la actividad, la seguridad del alimento y la integridad del producto.

Esquema N°1. Esquema de producción y destinos





1.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina

En Australia existe una variada red de canales de comercialización de hacienda en pie. En este aspecto, el productor define de acuerdo a su situación particular y a su percepción del mercado, el método de compra/venta más conveniente para su negocio.

En este sentido, la información se presenta como un activo muy valioso al momento de tomar decisiones. El National Livestock Reporting Service (NLRS) genera y divulga información con el fin de mantener informado a los productores sobre la actualidad ganadera.

Las opciones de comercialización de hacienda para engorde y faena son las siguientes:

a. Remate Feria.

La hacienda se transporta hacia el predio de la feria ganadera en donde se vende al mejor postor. Esta modalidad, que concentra el mayor número de ganado vacuno, se opera a través de un intermediario que actúa a nombre del productor y que cobra una comisión por su venta. Los predios de ferias más importantes tienen balanzas y realizan ventas por kilo vivo. Asimismo, disponen de corrales de descanso donde los animales tienen que ubicarse un cierto tiempo antes de la venta. La hacienda que no cumple con este descanso es vendida en \$/cabeza. Se trata de un ámbito de encuentro instantáneo entre la oferta y la demanda por lo cual, es un buen indicador del precio diario de la hacienda en pie.

Ventajas:

- Alto nivel de competencia y facilidad de acceso.
- Se puede llevar a una feria una amplia heterogeneidad de animales, ya sea en peso, raza, sexo, etc.
- Los vendedores pueden preestablecer un precio de venta.
- El pago de las operaciones es garantizado por los consignatarios o agentes de operaciones.

Desventajas:

- Mayores costos de transporte y comisiones.
- Posibilidad de acuerdo entre compradores, lo que reduce el poder de negociación de los vendedores, limitando el carácter de mercado perfecto.
- No hay feedback entre vendedores y compradores.
- Los vendedores se ven obligados a aceptar un precio determinado ya que de lo contrario deben asumir mayores costos operativos.



- La calidad de la carne puede verse afectada debido al estrés del animal generado durante el doble transporte (origen-remate, feria-destino) y manipulación de hacienda.

b. Directo Estancia

Cuando la operación se realiza Directo Estancia, la hacienda es observada por el comprador en el establecimiento del vendedor. El precio es negociado en dólares por cabeza o en centavos de dólar por kilogramo. Los animales son pesados en el mismo lugar o en balanzas de ferias. Esta modalidad es utilizada, principalmente, en la compra-venta de invernada y reproductores, lo que permite al comprador tener conocimiento de las condiciones en las cuales fueron criados los animales.

Ventajas:

- Minimiza costos de venta.
- Reduce el tiempo de transporte y el manejo de hacienda.
- Permite al comprador conocer las condiciones en las cuales fueron criados o engordados los animales.

Desventajas:

- No se da la competencia de precios frecuente en un remate feria y es muy limitado el feedback vendedor-comprador.
- Si es bajo el volumen de hacienda ofrecida, no representa un sistema eficiente para los compradores.
- Pueden presentarse dificultades para ponerse de acuerdo en cuestiones, por ejemplo, de peso cuando la balanza del establecimiento no está registrada o cuando no están definidos los tiempos de descanso de los animales.

c. Al gancho

El productor vende su hacienda a un matarife con o sin intermediarios. El precio de la res en gancho se calcula mediante la siguiente fórmula: $(\$/\text{cabeza} - \text{Valor del Cuero}) / \text{Peso Res}$. Las condiciones de venta varían de acuerdo a cada comprador. Las reses que se encuentran golpeadas son penalizadas sobre su precio. El cuero se cotiza de acuerdo a su extensión y calidad, y se vende a una curtiembre. Por lo general, el productor paga los gastos de flete hasta el establecimiento de faena y cobra su venta a los 7 y 14 días de haberse efectuado.

En el sistema actual el matarife puede variar su evaluación de la res de acuerdo a la preparación y el pesaje, en caliente o frío, de la misma. En principio, la res se pesa al final del proceso de faena cuando todavía está caliente. Si el matarife negocia sobre el peso en frío, se estima un kilaje de un 3% inferior al del pesaje en



caliente. La reducción por mermas de agua varía de un 2% a un 4% durante el enfriado.

Ventajas:

- Las evaluaciones subjetivas sobre la hacienda en pie no afectan el precio recibido por el productor. El precio es definido por el rendimiento y la calidad de la res en gancho.
- El productor recibe claras señales del mercado. El feedback con el comprador con respecto al rendimiento y la calidad final de la carne, permite al productor conocer mejor su hacienda e innovar tranquilas adentro.
- Los costos de transporte y el manipuleo de animales es mínimo. Está presente la posibilidad de concretar operaciones sin intermediarios reduciendo costos de comercialización.

Desventajas:

- Bajo nivel de competencia, excepto que se opere por medio de remate electrónico.
- Excepto los matarifes acreditados en el AUS-MEAT, los compradores pueden establecer diferentes condiciones con respecto a la preparación de la res, el peso en frío o caliente, etc.

d. Contratos Futuros

Los contratos a futuro consisten en un acuerdo contractual entre el productor y el matarife en el cual, el primero se compromete a la entrega futura de cierta cantidad de animales a un precio y plazo determinados, de este modo el precio se fija al momento de establecer el contrato. Este sistema es muy utilizado en feedlots debido a la mayor homogeneidad lograda en las tropas que garantizan el correcto cumplimiento de los términos contractuales.

El contrato debe detallar los siguientes ítems:

- Cantidad de cabezas, edad, sexo, raza, rango de peso y de engrasamiento.
- La quincena en la cual la hacienda será entregada.
- El precio acordado.

Ventajas:

- Permite eliminar el riesgo de la fluctuación de precios.
- Permite al productor planificar la compra de hacienda.
- Los matarifes pueden especificar las características del producto que necesitan.
- Los matarifes pueden asegurarse la provisión a futuro garantizando el abastecimiento de carne a sus clientes.



Desventajas:

- Los productores tienen que tener un elevado conocimiento en producción para poder cumplir al comprador con el producto específico en el momento acordado.
- En caso de que el productor no pueda cumplir con el volumen acordado en el contrato, el productor debe suplir la faltante con hacienda de otro establecimiento dentro de los 7 días de notificación.

e. Alianzas

Las alianzas involucran a todos o algunos de los actores involucrados en la cadena de la carne, desde el criador hasta el consumidor. El objetivo es el de incrementar los ingresos de cada una de las partes mediante a un alto volumen de oferta con un nivel de calidad superior para el consumidor final.

Para lograrlo, es necesario que:

- La calidad del producto sea apropiadamente medible.
- El precio pagado debe estar vinculado directamente a la calidad del producto.
- Se dé un feedback informativo precio/calidad desde el consumidor hacia todos los eslabones de la cadena hacia atrás.

Ventajas:

- Se reducen las fluctuaciones de precios.
- Puede lograrse un precio Premium con producto Premium (diferenciación).
- El precio se determina por el valor final de la res vendida, no por oferta y demanda (ferias).
- El feedback desde el consumidor alienta a un proceso de mejora continua.
- Tener asegurado el destino de la hacienda le da mayor seguridad al productor.

Desventajas:

- Los productores tienen que tener un muy buen manejo de la producción para poder obtener un producto específico en el momento acordado.
- Precios más altos o más bajos, según conveniencia, por fuera de la alianza comercial ponen a prueba la lealtad de los participantes.



f. Remates Electrónicos

El beneficio y la eficiencia de la industria ganadera dependen de un eficiente y eficaz sistema de comercialización. El alto número de productores involucrados, la heterogeneidad de los animales, las amplias distancias dentro de una isla continental crean un complejo marco que amenaza el desarrollo óptimo del mercado.

En este contexto, desde la década del 80, se iniciaron en Australia investigaciones sobre tecnologías de información (TICs) partiendo de las experiencias previas de los mercados financieros, como por ejemplo el NASDAQ OTC Exchange, así como también en el mercado del algodón del sur de Estados Unidos.

En 1985-1986 la Corporación Australiana de Ganados y Carnes (AMLC) creó dos divisiones: 1- Primero la Autoridad de Especificación Uniforme de Ganados y Carnes (AUS-MEAT) enfocada principalmente a estándares de calidad, con métodos de medición y descripción precisos. 2- Segundo fue el Comercio de Hacienda Asistido por Computadora (por su sigla en inglés CALM – Computer Aided Livestock Marketing), para conducir la industria hacia la mejora en comunicaciones a lo largo de toda la cadena para que tanto los consumidores internos como los externos reciban un producto más previsible y homogéneo. Para cumplir esta meta fue necesaria la aplicación de sistemas de telecomunicación en el comercio de ganados y carnes.

El CALM surgió inicialmente como un sistema de remates para comprar y vender bovinos, ovinos, caprinos y porcinos, en base a una descripción precisa, mientras que la hacienda se mantiene en el campo o feed lot. Comenzó a operar comercialmente en julio del 1987 y Australia se convirtió en el primer país en ofrecer un sistema nacional computarizado de hacienda.

El CALM era operado por una junta con amplia participación del sector industrial. En los primeros años, tuvo un amplio aporte del Ministerio de la Industria Primaria y del Departamento de Industria Primaria y Energía. En el año 1996, el CALM es separado del AMLC y se convierte en una nueva compañía “CALM Service” que finalmente en el 2000 pasaría a llamarse AuctionPlus, vigente hasta la actualidad.

El servicio de remate electrónico ofrecido por AuctionPlus brinda la posibilidad a todos los interesados de participar en tiempo real desde cualquier parte del mundo mediante el acceso a Internet. Los compradores potenciales tienen que registrarse en el sistema, donde reciben un código de usuario y un *password* que les permite acceder a los catálogos de ventas. Todo el ganado ofertado es evaluado por un asesor acreditado por AuctionPlus que le otorga al comprador la



tranquilidad de saber que el animal que está viendo en pantalla cumple con las características descriptas.

En este aspecto, el sistema ofrece la posibilidad de acceder a un amplio número de clientes geográficamente distantes y de enviar la hacienda hacia ellos directamente sin intermediar en un mercado de feria. La venta por sistema se realiza siempre por medio de un consignatario elegido por el vendedor. Los lotes pueden venderse en A\$/cabeza, c/kg. vivo o c/kg. en gancho o sobre el valor determinado por grilla. El costo de transporte es pagado por el comprador y el seguro de transporte es ofrecido por AuctionPlus.

Todas las semanas hay cinco remates regulares así como también remates especiales. Hay dos tipos de remates electrónicos:

1. **Remate Electrónico en Vivo:** Todos los lotes son vendidos al mismo tiempo y es posible ver la subasta en vivo. Los remates comienzan en un momento determinado y concluyen 60 segundos luego de realizada la última oferta. Una vez finalizada la subasta, se consideran todos los lotes vendidos (siempre y cuando se haya alcanzado el precio de reserva definido por el vendedor).
2. **Remate Electrónico Interactivo:** Este tipo de venta combina la forma tradicional de remate junto a la subasta online. Los lotes son vendidos en un momento determinado en una feria de remate desde la cual, se transmite online para todos los compradores interesados. Todo tipo de oferta online es reproducida instantáneamente en la feria de remate.

Objetivos del remate electrónico

- **Mejorar la eficiencia operacional.** Bajando costos de comercialización y transporte, reduciendo el estrés de los animales y los golpes encontrados sobre la res.
- **Mejorar la eficiencia de las cotizaciones:** Incrementando el nivel de la información de mercado y habilitando la participación de compradores ubicados en zonas remotas.
- **Mejorar la calidad de la carne y unir las características del producto a las demandas del mercado.** Permitiendo el transporte directo de hacienda al frigorífico y aumentando el feedback con los productores.

Claves para un correcto funcionamiento del Sistema:

- Una red con cobertura nacional, accesible y disponible para toda la industria.
- Información previa al remate para los compradores.
- Información previa al remate para los vendedores.



- Evaluador independiente de la hacienda.
- Considerar múltiples opciones para establecer cotizaciones y ofertas pero tomando preferencia sobre el sistema de clasificación por carcasa.

Ventajas:

- Alto nivel de competencia con cobertura nacional.
- El vendedor puede preestablecer un precio de reserva para su hacienda. Su lote no se vende hasta que no se alcance dicho valor.
- No hay costo de transporte para el vendedor.
- Pago asegurado.
- Amplias opciones de compra y venta.
- Adecuado especialmente para aquellos compradores/vendedores que se encuentran ubicados en zonas remotas.
- El productor recibe un feedback por c/kg. pagado y precio grilla.

Desventajas:

- Los compradores tienen que adaptarse a ver la hacienda por imágenes.
- Tanto compradores como vendedores tienen que confiar en las descripciones de tropas realizadas por los asesores de AuctionPlus.

Costos de Comercialización

- Un impuesto recaudatorio de A\$5/Cabeza se paga al Meat and Livestock Australia (MLA) sobre todas las categorías vendidas.
- Intermediarios pueden intervenir en cualquier operación de compra-venta con una comisión de hasta el 5%. La participación de un intermediario incluye la comisión del seguro que garantiza el pago de la operación.
- Las tasas de la feria se ubican entre los A\$4 y A\$7,50 por cabeza. Un cargo adicional se aplica en caso de no poder leer o de tener que reemplazar una caravana del National Livestock Identification System (NLIS).
- Los remates electrónicos tienen una comisión de A\$5,90/cabeza.
- La entrega de los remates electrónicos es en tranquera por lo tanto, el comprador paga el flete a menos que le sea ofrecido por la otra parte.



Esquema N°2. Dinámica de compra-venta electrónica

COMPRA

Registro Online. Por única vez y sin cargo para todo los remates.

Vista del Catalogo: online o por email (con fotos).

Límite de Oferta: Establece el máximo a ofertar antes del remate y luego el sistema oferta automáticamente.

Ingreso al Remate: ingresar al remate y ofertar los lotes de interés.

Contacto con el vendedor: contactar al intermediario y arreglar el pago y entrega.

Pago: bajo los términos y condiciones establecidos por el intermediario.

Entrega: acordar el flete a cargo del comprador.



VENTA

Contacto del agente de venta (consignatario): para evaluar la hacienda.

Selección del remate: seleccionar un remate donde ofertar la hacienda.

Fijar precio: establecer un precio de inicio y un precio de reserva con el agente de venta.

Ver el remate. "Loguearse" en el sistema y ver el remate en vivo.

Contacto con el Comprador: el agente de ventas contactara al comprador para programar el envío.

Pago: bajo los términos y condiciones establecidos por el intermediario.

Entrega: el comprador coordina la entrega de hacienda a su cargo.





Bibliografía Consultada

Price Water House Cooper, (2011). The Australian Beef Industry. Disponible en: <http://www.pwc.com.au/industry/agribusiness/assets/Australian-Beef-Industry-Nov11.pdf>

ROGER CLARKE, (1993). The Strategic Intent of On-Line Trading Systems. A Case Study in National Livestock Marketing.

Sitios WEB

- Australian Bureau of Statistics: www.abs.gov.au
- Environment Protection Authority: www.epa.sa.gov.au
- Elders International: www.eldersinternationaltrading.com.au
- Livestock Online: <http://livestockidonline.com.au/collections/cattle-nl-tags/queensland>
- Australian Lot Feeders Association: www.feedlots.com.au
- Future Beef: <http://futurebeef.com.au/topics/markets-and-marketing/selling-options-for-beef-cattle>
- Australian Government. Department of Agriculture: www.agriculture.gov.au
- United State Department of Agriculture (USDA): www.fas.usda.gov



2. BRASIL

Brasil es una Federación constituida por 26 estados y un Distrito Federal. Los estados están agrupados en cinco regiones geográficas: Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso y Mato Grosso do Sul), Nordeste (Alagoas, Bahía, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte y Sergipe), Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima y Tocantins), Sudeste (Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro y São Paulo) y Sul (Paraná, Río Grande do Sul y Santa Catarina).

Actualmente, es la sexta economía mundial, y aunque experimentó un crecimiento notable, parece mostrar signos de agotamiento, lo que se relaciona con el estancamiento de los precios de las materias primas de exportación, el consumo interno y la disminución de las inversiones. En este contexto, el crecimiento del país tuvo oscilaciones: disminuyó en 2012, se incrementó en 2013 (2,5%) y pese a que 2014 fue un año electoral, se proyecta que el crecimiento económico conserve el ritmo de crecimiento de los últimos años.

Cuadro N°2: Indicadores de crecimiento económico

Indicadores de crecimiento	2010	2011	2012 (e)	2013 (e)	2014 (e)
PIB (miles de millones de USD)	2.142,91	2.474,64	2.253,09	2.190,22	2.169,80
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	7,5	2,7	0,9	2,5	2,5
PIB per cápita (USD)	10.992e	12.584e	11.359	10.958	10.773
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-3,8	-3	-2,7	-3,0	-3,2
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	65	64,7	68,0	68,3	69
Tasa de inflación (%)	5	6,6	5,4	6,3	5,8
Tasa de paro (% de la población activa)	6,7	6	5,5	5,8	6
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-47,27	-52,47	-54,23	-74,01	-68,56
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,2	-2,1	-2,4	-3,4	-3,2

Fuente: Santandertrade.com en base a datos del Banco Mundial

(e): Datos provisorios.



2.1 Producción y comercialización en cifras

Brasil dispone de abundantes recursos naturales y su economía está relativamente diversificada. Es el primer productor mundial de café, caña de azúcar, naranjas, y uno de los primeros productores de soja. Aun así, el aporte de la agricultura al Producto Bruto Interno (PBI) es relativamente escaso: representa únicamente 5,5%, aunque este sector asegura el 40% de las exportaciones.³

Cuenta con el mayor volumen de ganado comercial del mundo. En este aspecto, la actividad pecuaria en Brasil, realiza un proceso continuo de modernización, aumenta su volumen y calidad cada año y aplica tecnologías para lograr eficiencia en la actividad en las regiones tropicales. La actividad, además se ha expandido de las regiones tradicionales (Sur y Sudeste) a la región Centro Oeste y Norte.

El stock de ganado bovino se encuentra próximo a las 207.960.000 de cabezas, teniendo un crecimiento interanual del 2% (USDA, 2014). El rodeo para faena se encuentra compuesto, principalmente, por la raza cebú Nelore, la cual se caracteriza por ser utilizada con doble propósito, carne y/o leche. Se caracteriza por ser un animal rústico, el adulto macho puede alcanzar un peso de 800 kg y las hembras oscilan entre 500 y 600 kg. Durante 2013, el 52% de los animales faenados fueron novillos cebú, seguido por la categoría vacas con un 33%, en este caso de otras razas.

Actualmente es el segundo productor de carne vacuna, siendo su principal destino el mercado interno. En 2014, se produjeron 25,9 millones de toneladas de carne total (bovina: 9,9 millones de ton, cerdo: 3,3 millones de ton y de aves: 12,7 millones de ton). El 76% de dicha producción se consumió en el país⁴.

En el afán de mejorar la producción y conquistar nuevos mercados, la legislación de Brasil se modificó para prever la supervisión de la calidad de la carne. Se realizaron campañas para erradicar las enfermedades, contribuyendo al aumento de la producción. En 2008, aproximadamente, el 59% del país fue considerado libre de aftosa por la Organización Internacional de Sanidad Animal (OIE). En mayo de 2014, el Ministerio de Agricultura de Brasil (MAPA) informó que el 78% del país está libre de aftosa, incrementando el número de estados exportadores. Además, los estados de la región sur tienen la menor prevalencia de brucelosis y tuberculosis en animales del país.

Según los datos obtenidos del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadísticas (IBGE), durante 2013, el porcentaje de hembras faenadas fue de 42%, mientras que la faena de machos, sin distinción de raza, fue del 58%.

³Fuente: santandertrade.com en base a datos del Banco Mundial (ver: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/brasil/politica-y-economia>).

⁴Fuente: USDA, 2014.



Cuadro N°3: Faena clasificada de animales

Año(1)	Animales Faenados									
	Novillos Cebú		Vaca		Novillos Machos		Novillos Hembras		Total	
	Miles de Cabezas	Peso prom. - Res c/Hueso - Ton.	Miles de Cabezas	Peso prom. - Res c/Hueso - Ton.	Miles de Cabezas	Peso prom. - Res c/Hueso - Ton.	Miles de Cabezas	Peso prom. - Res c/Hueso - Ton.	Miles de Cabezas	Peso prom. - Res c/Hueso - Ton.
2014 (2)	8.312	2.244.113	5.953	1.176.067	874	209.298	1.745	327.808	16.884	3.957.286
2013 (3)	17.967	4.860.747	11.382	2.250.871	1.979	481.353	3.084	573.723	34.412	8.166.693
2012	16.111	4.327.164	10.615	2.100.259	1.953	474.435	2.438	449.066	31.118	7.350.924
2011 (4)	15.248	4.074.050	9.685	1.887.707	1.967	475.545	1.890	342.456	28.814	6.781.014
2010 (4)	16.346	4.354.633	8.769	1.715.877	2.333	574.618	1.798	327.604	29.265	6.974.088

Fuente: IBGE, Dirección de Investigación, Coordinación Agropecuaria⁵.

(1)Valores relevados durante el periodo junio-julio. (2)Valores provisorios. Valores estimados hasta junio 2014. (3)Valores provisorios. (4)Los valores "Totales" incluyen la categoría terneros/as.

Como se muestra en el Cuadro N°3, existe un leve incremento en el porcentaje de hembras faenadas, entre los años 2011 y 2012. Si se analiza la variación interanual, ésta muestra una disminución año a año, es decir pese a que la cantidad de hembras faenadas aumenta, ese aumento es menor en el tiempo.

Cuadro N°4: Porcentaje de faena

Año	Porcentaje faenado	
	Hembra	Macho
2013	42,04	57,96
2012	41,95	58,05
2011	40,17	59,75
2010	36,11	63,83
VAR. 2013/12	0,22%	-0,15%
VAR. 2012/11	4,4%	-2,8%
VAR. 2011/10	11%	-6%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del IBGE, Brasil.

⁵ Para más información, véase:

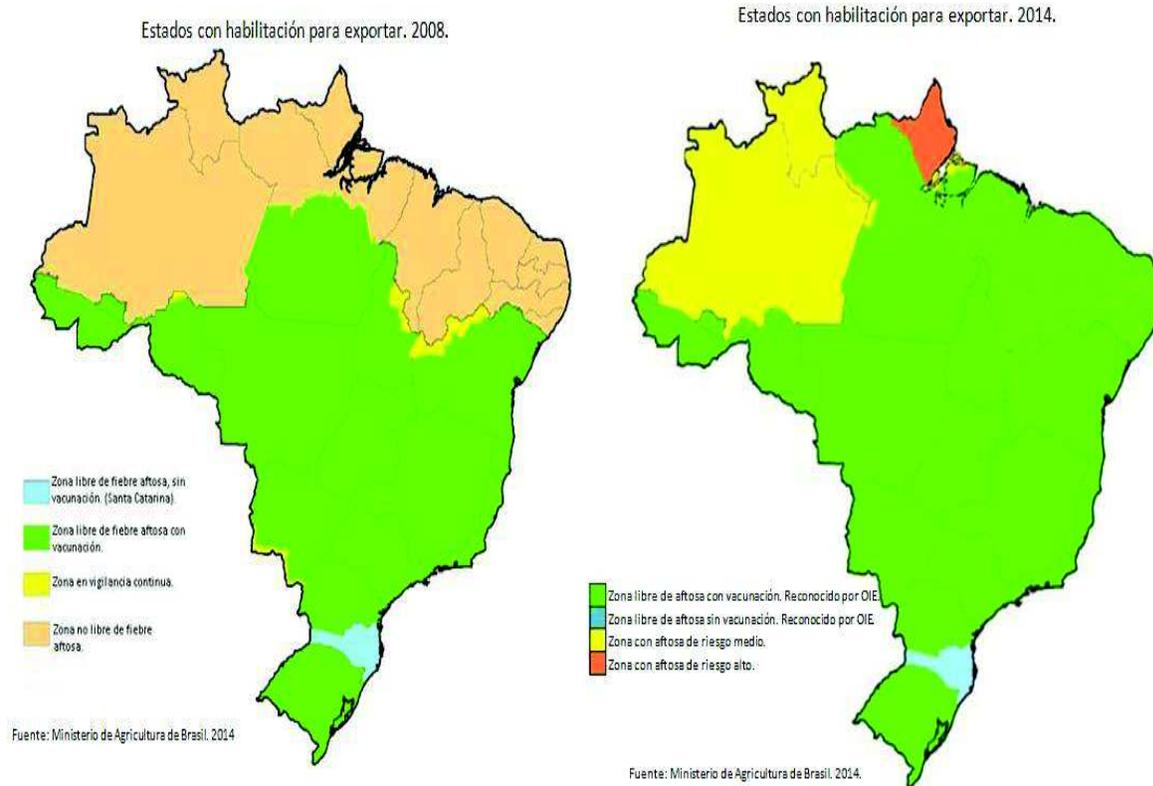
http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/producaoagropecuaria/abate-leite-couro-ovos_201301_publica_completa.pdf



El consumo de carne per cápita, durante 2014, se incrementó respecto al año anterior alcanzando 37,4 kg/hab. de carne bovina, 43,9 kg/hab. de carne de aviar y 14,1 kg/hab de carne de cerdo. Utilizando estos datos como indicadores, se desprende el crecimiento económico de la población⁶. La mejora en la dieta de los brasileños se considera parámetro para decir que la economía hogareña está en crecimiento⁷.

Según la Asociación Brasileira de Industrias Exportadoras de Carne (ABIEC), en 2008, las regiones habilitadas para exportar ganado eran tres: región Centro-Oeste; región Sudeste y región Sur. Esto se debe, como se observa en el Mapa N°1, a que son las únicas regiones libres de aftosa con vacunación y sin vacunación, este último caso solo se da en el estado de Santa Catarina.

Mapa N°2: Estados con habilitación para exportar



⁶ Ministério de Agricultura de Brasil. Disponible en: <http://www.agricultura.gov.br/animal/mercado-interno>

⁷ Estefanía Puricelli. "Las carnes en el mundo". Instituto de Estudios Económicos Bolsa de Cereales. Buenos Aires. 2011. Disponible en: http://www.produccionanimal.com.ar/informacion_tecnica/origenes_evolucion_y_estadisticas_de_la_ganaderia/126-LAS_CARNES.pdf



En las exportaciones, se denota una variación del 93% para las exportaciones de carne bovina deshuesada, fresca o refrigerada; durante el periodo 2009-2013. Asimismo, para el mismo periodo, se observa un aumento mayor al 100%, en los casos de la carne en trozo sin deshuesar. Mientras que los despojos exportados mostraron una variación de casi el 90%.

Otra variación significativa se presentó en las lenguas exportadas, que tuvieron un alza de 159% entre los años 2013 y 2009. El incremento interanual 2013-2012 fue de 59%, este aumento se debe a la apertura de mercados.

Cuadro N°5: Resumen de indicadores ganaderos. Brasil 2009-2014

Resumen de Indicadores de ganado bovino						
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (e)
Stock inicial de ganado bovino (miles de cab.)(1)	179.540	185.159	190.925	197.550	203.273	207.960
Faena Total de ganado bovino (miles de cab.)	39.466	39.400	39.100	40.205	41.590	42.255
Producción de ganado bovino (miles de ton)	8.935	9.115	9.030	9.307	9.675	9.920
Importación de carne bovina (miles de ton)	35	35	40	62	59	65
Oferta de carne bovina (miles de ton)	8.970	9.150	9.070	9.369	9.734	9.985
Exportación de carne bovina (miles de ton)	1.596	1.558	1.340	1.524	1.849	2.030
Consumo interno de carne bovina (miles de ton)	7.374	7.592	7.730	7.845	7.885	7.955

Fuente: USDA

(1) Stock inicial incluye vacas lecheras.

(e) Datos provisorios.

2.2. Características generales de la producción

El ganado bovino para faena se distribuye en las cinco regiones que dividen a Brasil concentrándose, principalmente, en las regiones Centro Oeste, Sudeste y Norte del país. Como se observa en la Tabla N° 5, estas tres regiones concentraron, para 2013, el 79% de la producción para faena.



Cuadro N°6: Cantidad de animales producidos para faena por región. 2012-2013

Región	2012 (cab. para faena)	2013 (cab. para faena)	Variación 2013-2012	Porcentaje de animales por región (2013)
Brasil	31.118.740	34.411.857	10,6%	100%
Centro Oeste	11.964.303	13.424.901	12,2%	39,01%
Sudeste	6.275.352	7.089.620	13,0%	20,60%
Norte	5.941.862	6.657.244	12,0%	19,35%
Sur	3.701.609	3.750.623	1,3%	10,90%
Nordeste	3.107.526	3.334.700	7,3%	9,69%

Fuente: Elaboración Propia en base a datos del IBGE.

La actividad pecuaria para faena se caracteriza por las fases de cría, recría y engorde. Algunos productores realizan ciclo completo (cría, recría y engorde), mientras que otros se especializan en cada fase.

Sistemas Productivos

a. Sistemas extensivos

El sistema extensivo de producción se practica en todo el país, aun donde predominan las prácticas semi-intensivas e intensivas. Las regiones donde se realiza predominantemente este sistema son: Roraima; Amapá; Isla de Marajó; Bajo Amazonas; Maranhão; Caatinga; Pantanal y en el sur de Campanha Gaúcha.

Este sistema se caracteriza por la utilización de pasturas naturales y cultivadas como única fuente de alimentación de los animales. Según la Empresa Brasileira de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA) en 2005, la actividad extensiva representaba el 80% de las diferentes prácticas de alimentación animal. En el año 2010, esta práctica aumento al 90%, según la universidad UNICRUZ, en base a datos proporcionados por ANUALPEC.

b. Sistemas semi-intensivos

El sistema semi-intensivo es otra práctica para el engorde del animal. Se utiliza, como base, la alimentación a campo y se complementa con minerales y suplementos proteicos/energéticos. El objetivo de esta actividad es lograr el engorde del animal en un lapso de tiempo más corto, comparado con el sistema extensivo.

El 80% de las producciones alimentarias con un sistema semi-intensivo, se concentran en Centro-Sur del país y en pequeños núcleos regionales del Norte y Nordeste de Brasil (EMBRAPA, 2005).



c. Sistemas intensivos

Este sistema se diferencia del sistema semi-intensivo por realizar prácticas de confinamiento para el engorde del animal. Al igual que en los sistemas mencionados en párrafos anteriores, esta práctica se utiliza para la cría, recría y engorde del ganado. En el sistema de confinamiento, la preocupación es reducir los costos de la alimentación.

En general, el confinamiento ocurre un tiempo antes del inicio de la época seca del año (mayo) hasta un tiempo después, iniciado el período lluvioso (diciembre), habiendo casos que practican el confinamiento todo el año. El mayor número de animales alimentados en corral ocurre entre los meses de junio y octubre. La duración del encierro en corral varía entre 60 a 110 días, con un periodo medio en torno a los 90 días. En el caso del engorde de novillos, “super-precoces”, el periodo de confinamiento se extiende a 240 días, para faenarlos entre los 13 y 16 meses de edad.

El confinamiento se utiliza con tres fines, 1- como práctica para el ciclo completo. 2- para el productor que realiza invernada o recría, 3- y como “hotelería”. En este último, el cobro por la utilización de las instalaciones es por día.

Según el Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE), en 2007, la región Centro-Oeste, contó con un 34% de animales confinados, seguido por la región Norte y Sudeste con un 18,1% y 17,2% de animales engordados a corral, respectivamente.

Cuadro N°7: Cantidad de animales en confinamiento por región y estado. 2007

Región	Estado	Cabezas	%
Centro-Oeste	Mato Grosso	25.683.031	12,9
Centro-Oeste	Mato Grosso do Sul	21.832.001	10,9
Centro-Oeste	Goiás	20.471.490	10,2
Nordeste	Bahía	11.385.723	5,7
Norte	Pará	15.353.989	7,7
Norte	Rondônia	11.007.613	5,5
Norte	Tocantins	7.395.450	4,9
Sudeste	Minas	22.575.194	11,3
Sudeste	São Paulo	11.790.564	5,9
Sur	Rio Grande do Sul	13.516.426	6,8
Sur	Paraná	9.494.843	4,8
	Otros	29.245.690	14,6
	TOTAL	199.752.014	100,0

Fuente: elaboración propia en base a datos del IBGE (2007).

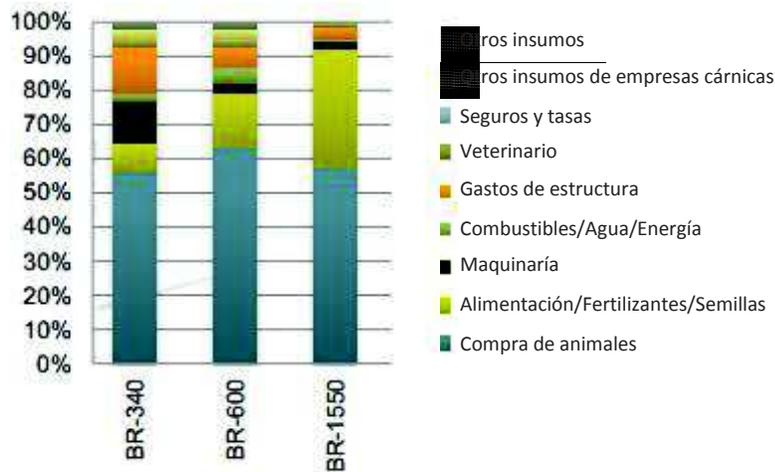


Costos de Producción

La producción pecuaria se vio desplazada en los últimos años por la agricultura. Las tierras en las que se implantaban pasturas, hoy se encuentran sembradas con soja o caña de azúcar, esto es ocasionado por la alta rentabilidad que presenta la agricultura, tres veces mayor, que la ganadería. Pese a esto, en los establecimientos de recría y engorde la cantidad de animales por hectárea se incrementó.

Los costos de producción varían según el tamaño del establecimiento y la cantidad de animales que estos tengan. Según la organización AgriBenchmark, en 2011, para los sistemas de recría-engorde y engorde, tomando un establecimiento con 1.550 animales, el porcentaje de costos en compra de animales, alimentación y/o insumos para implantación de pasturas fue del 92%. Para un establecimiento con 600 animales, los costos también se concentran en estos últimos pero en un porcentaje menor (81%). En el caso de explotaciones con menos cabezas, los costos se concentraron en la compra de animales, gastos de maquinaria y gastos de estructura, significando el 79% de los costos totales.

Gráfico N°1. Porcentaje de costos de producción según cantidad de animales. 2011



Fuente: Elaboración propia en base a datos de CEPEA/AgriBenchmark. 2012.



2.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina⁸

La cadena de producción de carne bovina en Brasil, se conforma por seis segmentos principales, relacionados entre sí, éstos son:

- Proveedores de insumos;
- Productores primarios;
- Mercado concentrador;
- Industrias frigoríficas;
- Distribución y comercialización;
- Consumidores.

Los precios de los diferentes segmentos de la cadena son determinados por diferentes factores. La mayoría de los insumos (fertilizantes, medicamentos veterinarios) están vinculados al valor del dólar, o se van ajustando a la inflación (servicios públicos, impuestos, combustibles) ocasionando el aumento de los costos de producción. Como consecuencia, la producción primaria, se vio forzada a aumentar continuamente su eficiencia productiva para afrontar dichos costos.

La forma de comercialización se lleva a cabo a través de mercados concentradores. La mayor comercialización se da en la zona centro-sur de Brasil (aproximadamente el 76% del total). En menor medida, la comercialización de hacienda utiliza los canales de Internet y televisión. Aunque esta práctica se realiza en menor medida, es notable el auge que ha tenido.

Los mercados con concentración de hacienda se ubican en los siguientes estados⁹:

- Bahía
- Goiás
- Mato Grosso
- Mato Grosso do Sul
- Paraná
- Rio Grande do Sul
- São Paulo
- Triângulo Mineiro (Minas Gerais)

⁸ Para más información, véase:

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/12875/000635417.pdf?sequence=1>

⁹ Para más información, véase:

<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/BovinoCorte/BovinoCorteRegiaoSudeste/mercados.htm>

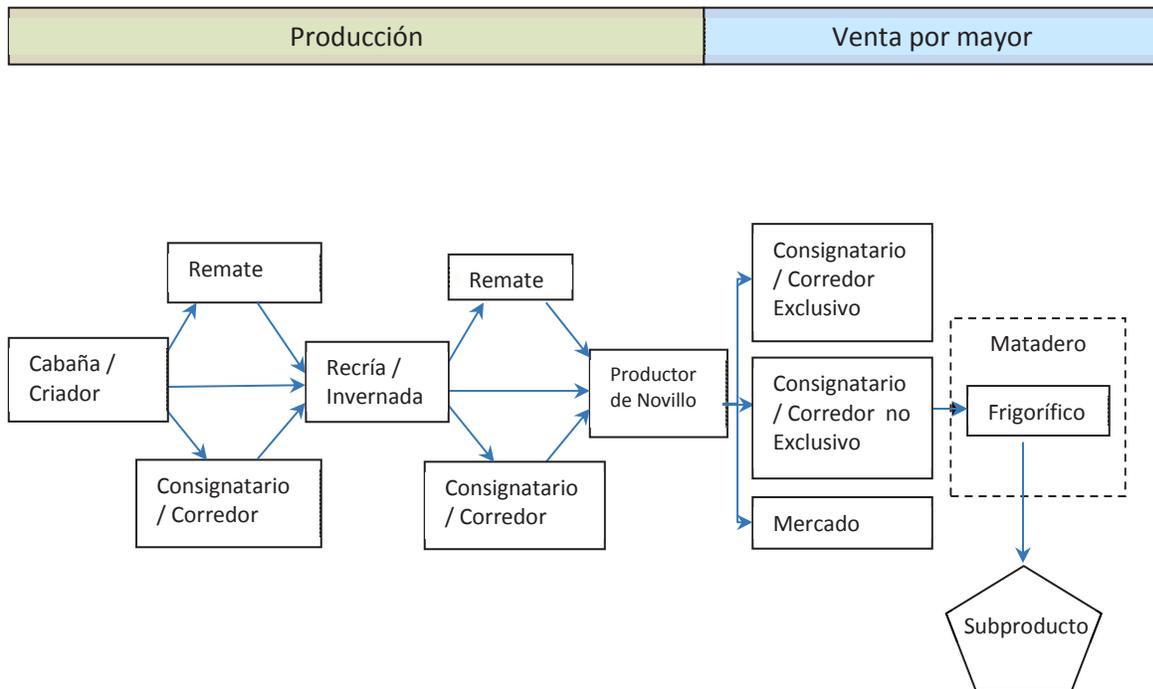


2.3. 1. Mercado Físico

El consumo se da por nivel adquisitivo, siendo São Paulo el estado con mayor ingreso per cápita en el país, por ende el mercado de consumo más grande. De acuerdo a la compañía de investigación agropecuaria, EMBRAPA, los precios se forman en las regiones de comercialización, y por la oferta y demanda del mercado.

En el estado de São Paulo, se destacan los mercados de: Araçatuba, Marília, Bauru, São José do Rio Preto, Barretos y Presidente Prudente; en Mato Grosso do Sul, los mercados de Três Lagoas y Campo Grande; en Mato Grosso, el mercado de Barra do Garça; en Paraná, los mercados de Londrina y Maringá; en Goiás, el mercado de Goiânia; y en Minas Gerais, el mercado de Uberaba.

Esquema N°3: Canales de comercialización



Fuente: Elaboración propia, en base a IEL/CNA/SEBRAE (2000).



Venta Directa

La oferta de animales para faena se concentra en los meses de diciembre, enero y febrero. Los frigoríficos no solo se abastecen con animales de la región. Los grandes frigoríficos, tiene “corredores” o consignatarios quienes compran los animales en todas las regiones del país con las características que el frigorífico necesita.

Además de “corredores”, se encuentra la figura del “matarife”, quienes cumplen con el rol de intermediarios independientes, entre el frigorífico y los productores. Los “matarifes”, adquieren los animales con sus recursos y luego negocian la venta con diferentes establecimientos faenadores.

Según un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura de Brasil¹⁰, los productores consideran positiva la figura de los intermediarios (consignatarios o matarifes independientes) ya que, por el tamaño del rebaño, pocos productores se encuentran en condiciones de negociar directamente.

En la región del Nordeste, el “matarife”, es quizás uno de los principales actores, ya que provee de carne a los supermercados medianos y chicos, ferias, mercados municipales y carnicerías, actuando de intermediarios entre mataderos y frigoríficos.

Con respecto al precio percibido por el productor y el precio de comercialización del animal en el mercado, se denota del análisis entre el Gráfico N°2 con el Gráfico N°3, el incremento en el mismo.

¹⁰ Para más información, véase:

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/Informativo%20estiagem%20NE%20n%2044.pdf



Gráfico N°2: Precio promedio percibido por los productores. Paraná. 1995 - 2013¹¹

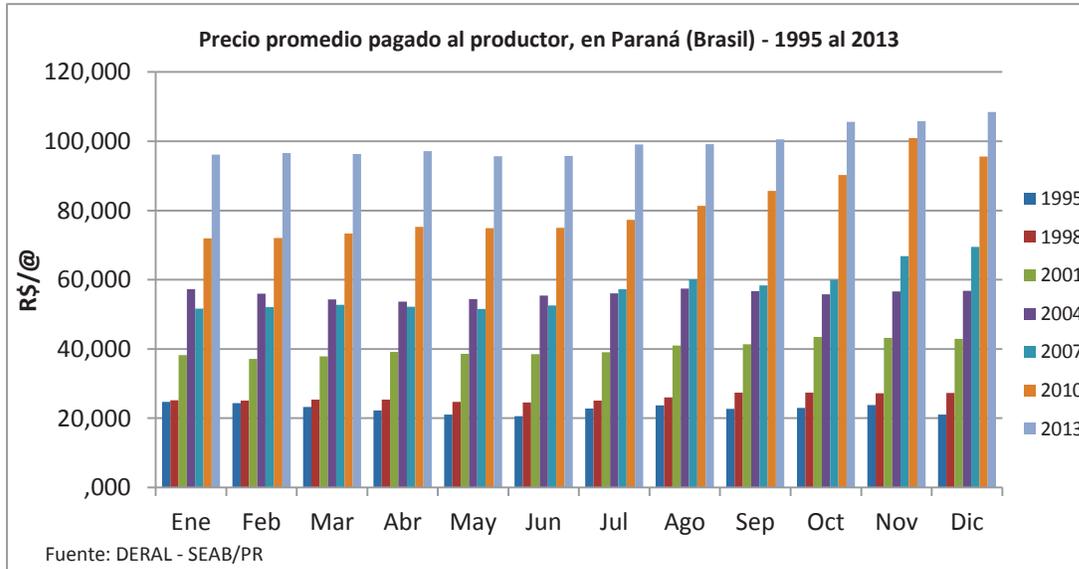
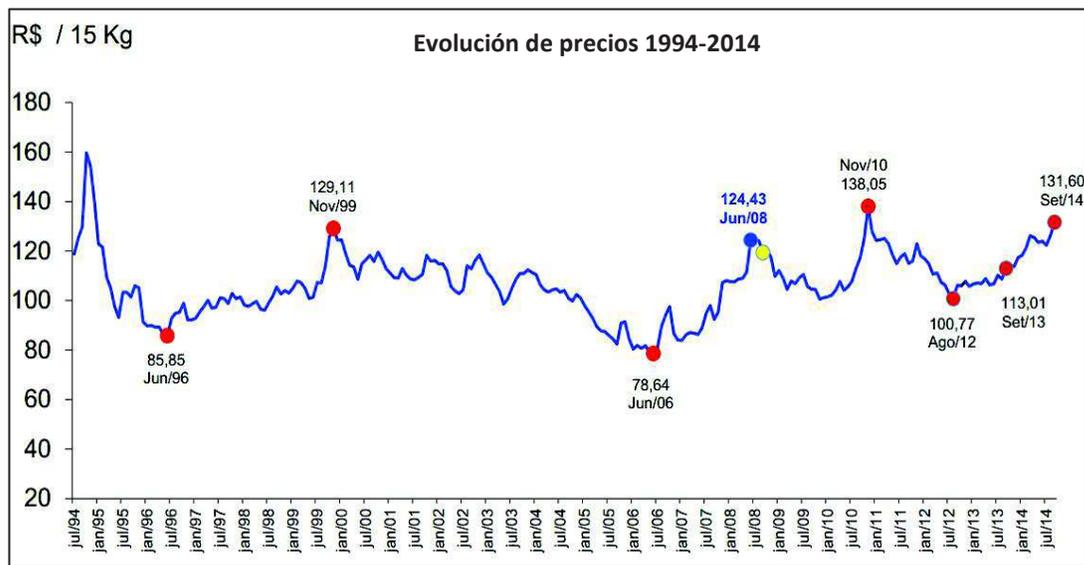


Gráfico N°3: Evolución de precios 1994-2014



¹¹ Para más información, véase:

<http://www.agricultura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=75>



Mientras que el productor, en junio de 2006, recibía 44,57 R\$/@, el valor de venta de animal en el mercado era de 72,20 R\$/@¹². Por ende, se estima un incremento de precio del 38%, desde que el animal deja el establecimiento hasta que se vende al frigorífico. Al transcurrir el tiempo, esta brecha disminuye, ocasionando que en febrero de 2013, el productor recibiera 96,59 R\$/@, mientras que el valor de mercado era de 97,01 R\$/@. El incremento en este periodo fue de 0,43%.

Mientras que el precio pagado al productor se incrementó un 54% en los últimos 7 años, el precio de mercado aumentó sólo un 26%.

Por otra parte, en los últimos años, los productores brasileños fueron perdiendo rentabilidad, debido al aumento de los costos y la baja en el precio. Como consecuencia de esta situación, aumentó la faena de vientres, disminuyendo la productividad potencial.

Otra situación que afectó al mercado brasileño, fue la crisis económica internacional, que ocasionó volatilidad de los precios del novillo, trayendo consigo mayor riesgo en la actividad. Asimismo, el aumento en el precio de los granos trajo aparejado una disminución en el margen de ganancia de los productores de cría e internada, pero en especial afectó a los feedlot. Como consecuencia, los productores tienden a migrar hacia otras actividades más rentables.

Otra forma de comercialización es la venta combinada donde se acuerda el precio entre productor y frigorífico. Pocos productores comercializan de este modo, ya que Brasil tiene gran cantidad de producciones familiares. Según el Instituto de Investigación de Economía Aplicada (IPEA), en 2013 contaba con 35 mil establecimientos familiares, éstos producen poca cantidad de animales, ocasionando la pérdida de oportunidad de negociar directamente con el frigorífico.

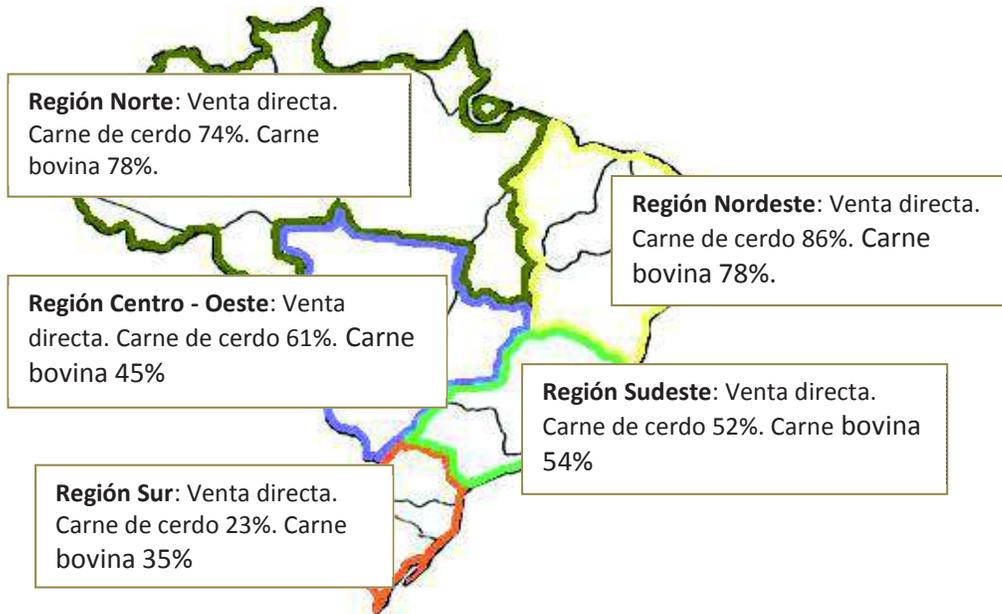
En algunas regiones de Brasil, como Rio Grande do Sul, la venta se realiza por kilogramos de peso vivo por animal, no se utiliza la unidad “arroba”.

La venta de animales se realiza, principalmente, por medio de la venta directa.

¹² La Arroba es una unidad de volumen. Su valor varía dependiendo de las zonas y del propio líquido medido: 1 arroba líquida equivale a 15 kg.



Mapa N°3: Proporción de animales comercializados en venta directa, por región.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del censo agropecuario de 2006 (IBGE, 2006).

Mercado de Futuros¹³

Ante la incertidumbre en el precio del mercado de la carne bovina, Brasil implementó el “Mercado de Futuros”, lo que le permite al productor resguardarse de posibles fluctuaciones en el precio que pueda tener el mercado de hacienda.

En la Bolsa de Valores, Comercio y Futuros (BM&F BOVESPA) de São Paulo, se comercializa el “Boi Gordo” (novillo cebú) a término y bajo contratos a futuro. Estos últimos, dan liquidez y son de fácil ejecución al momento de vencer el contrato. Se debe aclarar que el vencimiento del contrato no implica la entrega física de la mercadería. Los contratos vencen cada mes del año.

El precio del mercado de “Boi Gordo Futuro”, varía según los movimientos en el precio del novillo en el mercado físico, y según la proximidad de la fecha de vencimiento del contrato futuro. En la bolsa se comercializan los contratos de ganado con el código “BGI”. Estos tienen que ser animales machos, castrados, acabados a pasto o a corral, pesando entre 450 kg y 550 kg, con 42 meses de edad.

¹³ Para más información, véase: <http://br.advfn.com/bolsa-de-valores/bmf/boi-gordo-futuro/entendiendo-o-boi-gordo-futuro>



El contrato es por 330 @ líquida, o 4.950 kilogramos. Esta forma de comercialización también se practica en otros mercados mundiales. Los principales son: la “Bolsa de Comercio de Chicago” (Chicago Mercantile Exchange) la cual negocia los contratos de “Live Cattle Future” (contrato futuro de ganado en pie) y “Feeder Cattle Future” (contrato futuro de invernada), y en la Bolsa de Valores de Australia (Australia Stock Exchange) donde se comercializan los contratos MLA/SFE14.

Aquellos que se resguardan en este mercado basan sus estrategias comerciales en el análisis técnico o “spread” - la relación entre el precio del mercado de futuros de ganado en pie y el mercado físico, o entre los precios de dos contratos de futuros de diferentes fechas de vencimiento o madurez.

Costos de operación

Cuando se negocia en el mercado de futuros, la Bolsa solicita un depósito equivalente al 3,34% del valor del contrato que se va a negociar como garantía. Este depósito se recupera una vez concretada la transacción. Sin embargo, el costo de operación puede variar, la Bolsa de Valores sugiere cobrar un 0,30 % del volumen total comercializado. A esto, se le suma un costo de R \$ 2,08 por cada contrato de futuros, en concepto de servicios prestados por BM & FBovespa y Clearing.

Además, BM&F BOVESPA cobra una tasa de transacción por ejecutar el negocio y una cuota de inscripción en el registro o por la liquidación de cada contrato de futuros de ganado antes de la fecha de vencimiento. El importe de estas cuotas varía dependiendo del volumen de contratos negociados en las últimas 21.

La Bolsa de Valores también cobra una “tasa de permanencia” por el servicio abierto y emisión de informes y archivos de Clearing. La tasa de costo diario por contrato permanecerá abierta e inactiva, es un valor fijo de R\$ 0,0303. Este importe podrá reducirse en función del volumen negociado en cada contrato.

El Impuesto sobre la Renta (IR) o Impuesto a las Ganancias, es otro costo que se cobra al negociar en el mercado de futuros. La tasa básica del impuesto sobre la renta se utiliza para el mercado de futuros de ganado en pie, este impuesto es de 15 % sobre los ingresos netos de las operaciones. Este Impuesto, en las operaciones del mercado de futuros, se calcula sobre el resultado positivo de la suma de los ajustes diarios observados entre la fecha de apertura del contrato y la fecha de cierre o cese de la operación.

El cálculo de este impuesto se realiza durante el plazo del contrato y no mensual. La responsabilidad para el cálculo y el pago del impuesto recae sobre el ingreso del inversor.

¹⁴ “Meat & Livestock Australia Limited” (MLA) y “Sydney Futures Exchange Limited” (SFE)



El pago del impuesto sobre la renta debe ser retenido hasta el último día del mes siguiente al mes de cálculo.

2.3.2 Mercado electrónico¹⁵

La comercialización de ganado tradicionalmente se realizó en forma directa (del productor al frigorífico) o indirecta (del productor al intermediario o corredor y de este al frigorífico), en mercados físicos donde los compradores podían observar a los animales.

Los remates físicos se producen en las regiones productoras o por estaciones de televisión que emiten en directo. El inconveniente que tiene esta metodología es que el comprador y vendedor se encuentran limitados a comercializar en determinada región. Los animales pierden peso y son maltratados en el traslado. Al productor no se le puede asegurar el pago inmediato, y las transacciones no siempre quedan registradas, impidiendo la transparencia del mercado.

En 2010, entró en auge una nueva metodología de comercializar: el “Remate Electrónico”. Anterior a este año, esta práctica no se implementaba en todo el país por falta de infraestructura y acceso a internet en todas las regiones. Entre los años 2010 y 2012 se duplicó el acceso a internet, trayendo aparejado la implantación de esta “nueva” forma de comercialización.

La iniciativa surgió desde la Bolsa de Comercio de Brasil, BBM. De este modo, el remate electrónico se convirtió en una tendencia creciente. Los animales para faena comercializados en el mercado electrónico aumentaron un 23% entre 2010 y 2011. Se disminuyeron costos de producción y aumentó la productividad, permitiendo la transparencia en el mercado y agilizando las transacciones comerciales. Pese a los beneficios que trae aparejada esta forma de comercialización, el principal obstáculo para su desarrollo es la costumbre cultural de llevar a los animales al mercado y ver el producto que se compra.

Características de la operación¹⁶:

- Bajos costos de operación. Cada transacción tendrá un costo de 0,5 % del valor total.
- El precio mínimo del ganado es definido por el productor.

¹⁵ Términos legales. Conceptos básicos del remate. Para más información, véase: http://www.informanet.com.br/Prodinfo/boletim/2010/go/icms_go_07_2010.html

¹⁶ Reglamento para la comercialización de ganado en la Bolsa de Brasil https://www.bbmnet.com.br/pages/portal/bbmnet/arquivos/documentos/Regulamento-Comercializacao-de-Carne-Bovina-aprovado-no-CA_R.pdf



- El mercado se rige por la oferta y la demanda, el precio final será establecido por la demanda. El comprador define el valor en base a los kilogramos de carne que obtiene de la res.
- Los clientes deben estar registrados en el sistema y luego participan en las sesiones de calificación.
- El productor tiene garantizado su dinero. El frigorífico puede retirar a los animales después de que se acredite el dinero en la cuenta de BBM.
- El productor brinda una minuciosa descripción del rodeo. Los animales deben pesar entre 15 y 23 @, es decir, entre 225 y 345 kilos.
- El comprador debe informar, con 16 hs de antelación. La forma y el momento que va a retirar la hacienda.
- También debe depositar el 90% del valor de la transacción, 48 hs antes de retirar a los animales, en la cuenta de la Bolsa de Comercio. Cuando el dinero se acredite en la cuenta de BBM, la entidad le notifica al productor para que acondicione al ganado para su traslado.

El mercado electrónico consta de tres formas de comercialización:

- **Negociación directa entre el productor y el frigorífico.** La comercialización es similar a la venta tradicional, la diferencia se basa en que la transacción queda registrada en la bolsa de comercio de Brasil, y en que el frigorífico debe depositar el 90% del valor de la transacción 48 hs antes de retirar la hacienda.
- **Remate.** El productor pone un precio mínimo y brinda información e imágenes sobre el lote que se va a rematar. El comprador realiza una puja de precios para adquirir el producto. La transacción queda registrada en BBM. El comprador debe depositar el 90% del valor de la transacción 48 hs antes de retirar la hacienda.
- **Comercialización con plazo determinado o "Forwards".** Este contrato obliga a sus participantes a comprar / vender la hacienda en una fecha específica futura a un cierto precio. Se pacta un plazo de entrega. Se realiza la puja de precio. El productor entrega la hacienda en plazo estipulado. Al igual que en las otras formas de remate electrónico, el comprador debe depositar el 90% del valor de la transacción 48 hs antes de retirar la hacienda.

De no cumplirse el arreglo, la Bolsa de Comercio de Brasil toma el papel de mediador y realiza un arbitraje entre las partes. La parte que no acate lo resuelto en el arbitraje, deberá pagar el 10% del valor de la transacción, en concepto de multa. Si pese a pagar la multa persiste en incumplir lo acordado, la parte en falta será suspendida para comercializar en la Bolsa, hasta cumplir con el arbitraje o llegar a un nuevo consenso.



Ventajas de comercializar la hacienda en la Bolsa¹⁷:

- Seguridad y confiabilidad al negociar de forma electrónica a través de Internet.
- La Bolsa de Comercio de Brasil, consta con corredores asociados para proporcionar una asistencia completa a los compradores y vendedores.
- Arbitraje. Resolución de controversias de cualquier naturaleza, que se deriven de contratos celebrados en la Bolsa por sus miembros y por otros.
- Pago anticipado a la entrega por medio de la cuenta de la Bolsa de Comercio.
- Al comercializar por medio de la Bolsa, se obtiene mayor cantidad de compradores.

¹⁷ Para más información, véase:

<https://www.bbmnet.com.br/pages/portal/bbmnet/pages/imprensa/destaques/2010/fevereiro/BolsaDeCar nes.asp>



Bibliografía Consultada

Asociación brasileira de industrias exportadoras de carne. “Perfil da produção bovina no Brasil”. Brasil. 2008. Sitio web: www.abiec.com.br/download/Sustentabilidade%20e%20frigorificos%20associados.pdf

Bolsa de Mercadorías e de Futuros (BM&F) “Indicador de Preço Disponível do Boi Gordo ESALQ/BM&FBOVESPA”. Brasil. Sitio web: www.bmf.com.br/bmfbovespa/pages/boletim1/indicadores_precos1.asp

Bolsa de Mercadorías e de Futuros (BM&F) “Entendendo o Boi Gordo Futuro”. Brasil. Sitio web: <http://br.advfn.com/bolsa-de-valores/bmf/boi-gordo-futuro/entendendo-o-boi-gordo-futuro>

Bolsa de comercio de Brasil. “Regulamento de comercialização de carne bovina: Anexo ao Ofício Circular 003/2011-DG”. Brasil. 2011. Sitio web: www.bbmnet.com.br/pages/portal/bbmnet/arquivos/documentos/Regulamento-Comercializacao-de-Carne-Bovina-aprovado-no-CA_R.pdf

Caetano dos Santos, Leandro y Fernandes Ferreira, Reginaldo. “Análise de custos e formação de preços na cadeia produtiva da carne bovina”. Brasil. 2010. Sitio web: www.fafipa.br/site/images/stories/artigos/administracao_anais/2010/016_analise_de_custos.pdf

CEPEA. Informe CEPEA. “Análisis trimestral: Costos de producción pecuaria de corte”. Brasil. 2013. Sitio web: http://cepea.esalq.usp.br/boi/informativos/2013/01BRJan_Mar.pdf

De Zen, Sergio. “I Simpósio de Produção de Gado de Corte. Mercado futuro: Boi Gordo”. Brasil. Sitio web: www.simcorte.com/index/palestras/p_simcorte/13_de_zen_mercado_futuro.pdf

Fagundes Christofari, Luciana. “Análisis de comercialización de terneros de corte en Rio Grande do Sul”. Universidad Federal de Rio Grande do Sul. Brasil. Diciembre 2007. Sitio web: www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/12875/000635417.pdf?sequence=1



Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). “Estatística da Produção Pecuária: Indicadores IBGE”. Brasil. 2013. Sitio web: www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/producaoagropecuaria/abate-leite-couro-ovos_201301_publ_completa.pdf

IICA. “Estado actual de los sistemas de trazabilidad para bovinos de carne em los países del cono sur”. Uruguay. 2006. Sitio web: www.academia.edu/1159550/Estado_Actual_de_los_Sistemas_de_Trazabilidad_para_Bovinos_de_Carne_en_los_pa%C3%ADses_del_Cono_Sur

Juarez Melz, Laércio. “Custos de produção de gado bovino: revisão sob o enfoque da contabilidade de custos”. Brasil. 2013. Sitio web: www.custoseagronegocioonline.com.br/numero1v9/Bovino.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. EMBRAPA. “Sistemas de Produção de Gado de Corte no Brasil: Uma Descrição com Ênfase no Regime Alimentar e no Abate”. Brasil. 2005. Sitio web: www.cnpqg.embrapa.br/publicacoes/doc/doc_pdf/doc151.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. “Agenda estratégica carne bovina. 2010-2015”. Brasil. 2011. Sitio web: www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/AGES/carne%20bovina.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. EMBRAPA. “As Interações entre os Agentes da Cadeia Produtiva da Pecuária de Corte no Brasil: implicações para a sustentabilidade”. Brasil. 2013. Sitio web: www.pecuariasustentavel.org.br/gtps/SALSA-GTPS-UFV-EMBRAPA_EMBRAPA_GC_11.04.2013.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. EMBRAPA. “Criação de Bovinos de Corte no Estado do Pará”. Brasil. 2006. Sitio web: <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/BovinoCorte/BovinoCortePara/paginas/cadeia.html>

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. EMBRAPA. “Criação de Bovinos de Corte na Região Sudeste”. Brasil. 2003. Sitio web: <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/BovinoCorte/BovinoCorteRegiaoSudeste/mercados.htm>



Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. "Manual de preenchimento para emissão de guia de trânsito animal de bovinos e bubalinos, versão 21.0". Brasil. Sitio web: www.agricultura.gov.br/arq_editor/Manual%20GTA%20Bovinos%20e%20bubalinos%2021_0%20_com%20gtas%20preenchidas%20parcialmente_.pdf

Schlesinger, Sergio. "O gado bovino no Brasil". Brasil. 2009. Sitio web: http://br.boell.org/sites/default/files/downloads/Texto_Gado_Boll_2009-4.pdf

Secretaria de Estado de Agricultura y de Abastecimento (SEAB). "Análise da Conjuntura Agropecuária: Ano 2012/13". Brasil. 2013. Sitio web: www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/deral/Prognosticos/corte_2012_13.pdf

Pérez Ortega, Néstor. "Historia de los remates feria en Argentina: comercialización de ganado en Argentina, Australia, Brasil, Estados Unidos y Uruguay". 1a ed. - Buenos Aires : Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, 2005. Sitio web: www.produccion-animal.com.ar/libros_on_line/08-remates_ferias_historia/00-remates_feria.html

XLIV CONGRESSO DA SOBER "Questões Agrárias, Educação no Campo e Desenvolvimento". "Mercado Mundial de Carne Bovina: participação brasileira e barreiras à exportação". Brasil. 2006. Sitio web: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/147948/2/570.pdf>

Sitios WEB

- Giraboi: www.giraboileiloes.com.br
- Ministerio de Agricultura (MAPA): www.agricultura.gov.br
- Centro CANAGRO: www.cana.com.br
- Info BOI: www.infoboi.com
- Noticias agrícolas: www.noticiasagricolas.com.br
- Scot consultoría: www.scotconsultoria.com.br
- Centro de estudios avanzados de economía aplicada (CEPEA): <http://cepea.esalq.usp.br>
- Instituto de financiamiento de agricultura y pesca (IFAP): www.ifap.min-agricultura.pt/portal/page/portal/ifap_publico/GC_ajudas/GC_animais/GC_complComerc_R#.VG98fuffAgd
- Goias gado: www.goiasgado.com.br
- Comisión de valores inmobiliarios: www.cvm.gov.br



- Bolsa de valores de São Paulo: www.bmfbovespa.com.br
- Beef point: www.beefpoint.com.br
- Valor rural: www.fazendeiro.com.br
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): www.ibge.gov.br



3. ESTADOS UNIDOS

3.1 Producción y comercialización en cifras

Estados Unidos es el mayor productor mundial de ganado y el cuarto mayor exportador de carne vacuna. Si bien cuenta con vastas extensiones de terreno para el pastoreo, el engorde a corral es el sistema predominante de producción¹⁸.

Existen cerca de 900 plantas faenadoras que reciben inspección federal, las cuáles procesan aproximadamente 34 millones de cabezas al año. La industria estadounidense se divide en dos sectores de producción: las operaciones de vacas y terneros; y las de ganado de engorde. En el Mapa N°1 se puede observar la distribución de la producción ganadera.

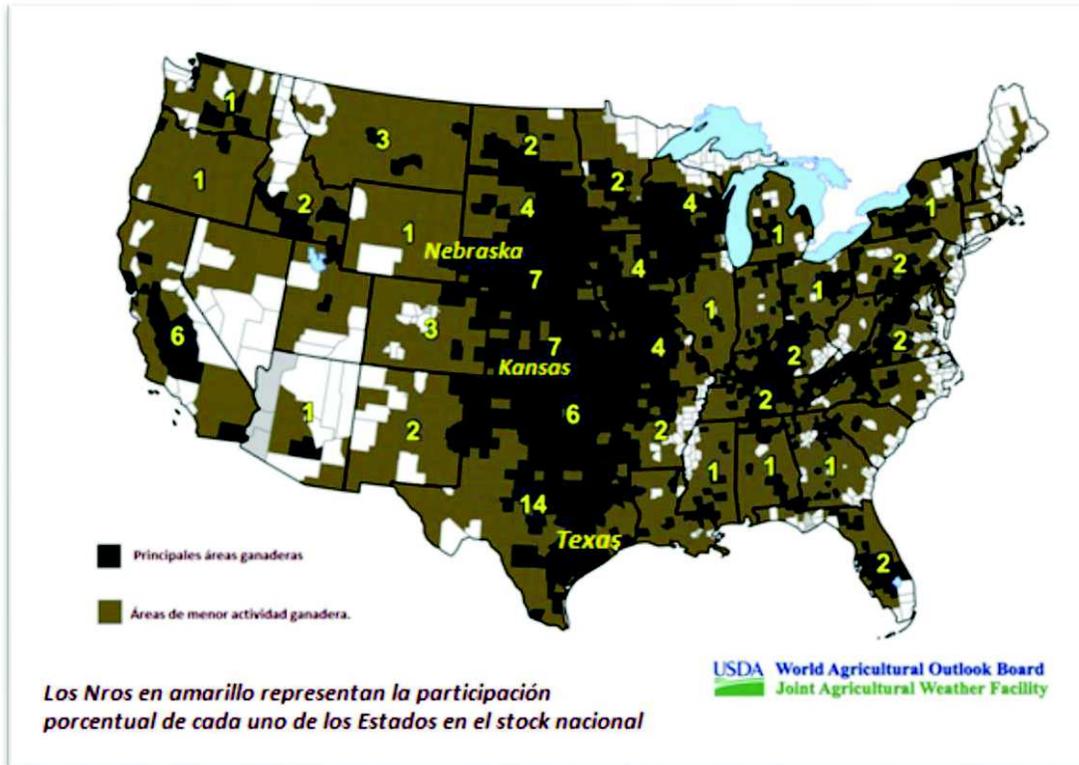
De acuerdo a los datos del Censo Agrícola de 2007, las principales áreas ganaderas representan el 75% del stock nacional:

- Texas, Nebraska y Kansas son los principales Estados ganaderos, en volumen y en valor.
- El 65% de los Feedlots se encuentran en Texas, Nebraska y Kansas.
- Treinta (30) Estados tienen más de 1 millón de cabezas de ganado.
- Catorce (14) Estados tienen más de 2 millones de cabezas de ganado.
- Nueve (9) Estados tienen más de 3 millones de cabezas de ganado.

¹⁸ Desde una visión integral de la cadena de producción pecuaria, el sistema de subsidios internos a la producción de cereales y oleaginosas generan ventajas comparativas con respecto a los precios de la alimentación animal de otros países.



Mapa N°4: Principales regiones ganaderas de Estados Unidos



Fuente: USDA – NASS

Cuadro N°8. Principales indicadores de la producción ganadera

Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014 (1ro Julio)
Stock (millones de cabezas)	94.081	92.887	91.160	90.095	87.330
Faena Total (en miles de cabezas)	34.411	34.222	33.072	32.566	s/d
Tasa de Extracción (faena/stock)	37%	37%	36%	36%	
Producción (miles de toneladas res c/hueso)	12.046	11.983	11.848	11.752	11.126
Exportación (miles de toneladas res c/hueso)	1.043	1.263	1.112	1.175	1.179
% Exportación/Producción	9%	11%	9%	10%	10%
Consumo per cápita (Kg por persona)	27	26	25	25	26

Fuente: USDA-NASS



Cuadro N°9. Precios por región y categoría de Ganado – US\$/quintal-

Precios por región y categoría de Ganado – US\$/quintal (1) -	2013		2014			
	Nov.	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov. /*
Novillos - Texas / Nebraska						
Texas Panhandle (Región norte)	131,54	156,80	157,81	161,05	164,98	169,00
Nebraska	132,23	158,57	158,35	159,86	164,91	170,00
Ganado para engorde - Oklahoma City						
Novillos:						
500-550 lb (227 -250 Kg)	198,18	258,89	273,93	267,44	289,60	299,25
600-650 lb (272 - 295 Kg)	173,33	237,17	239,92	246,47	251,18	259,25
750-800 lb (340 - 363 Kg)	162,95	215,33	218,80	228,56	238,80	234,25
Vaquillonas						
450-500 lb (204 -227 Kg)	184,72	249,02	258,30	257,92	268,27	280,50
700-750 lb (317-363 Kg)	163,05	205,70	209,99	221,36	224,74	227,00

Fuente: National Agricultural Statistics Service, Agricultural Marketing Service, and Economic Research Service. Livestock, Dairy, and Poultry Situation and Outlook

(1) Un Quintal equivale a 100 kg

/* Estimados

3.2. Características generales de la producción

Beef Checkoff Program

En 1985 se estableció, a través de la Farm Bill, el Beef Checkoff Program con el objetivo de contribuir a la producción pecuaria y sus precios. Desde 1988, el Programa se convirtió en obligatorio para los productores e importadores. Recauda US\$ 1 por cabeza de cada venta de ganado vivo y una contribución comparable sobre la importación de ganado vacuno, carne y subproductos.

En cuanto dicha recaudación, los ingresos son derivados al Cattlemen's Beef Promotion and Research Board (Junta de Carne), sólo aquellos Estados que tienen Consejos Estatales pueden retener hasta US\$ 0.50 por cada cabeza vendida. Estos 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, así como también al desarrollo de una variedad de herramientas de comercialización.



Cattlemen's Beef Board And Research Board

La Cattlemen's Beef Promotion And Research Board (Junta de Ganaderos para la Investigación y Promoción de Carne Vacuna), conocida como Cattlemen's Beef Board (Junta de Ganaderos de Carne Vacuna) es una organización integrada por un total de 103 miembros representantes de los productores cárnicos y lecheros en cada estado o región.

Cada miembro de la institución es designado por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), de acuerdo con las candidaturas que proponen las organizaciones estatales. Treinta y siete Estados cuentan con miembros individuales en la Junta. El resto de los estados, se encuentran 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.

3.3. Sistemas de Comercialización de hacienda bovina

La venta de hacienda en Estados Unidos se realiza por diferentes vías y modalidades. En el informe "Remates Feria" de Jaime (2005), se caracterizan los siguientes tipos de remates:

- a) **Mercados públicos:** 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. La proporción de ganado vendido a través de este tipo de mercado disminuyó en forma constante durante los últimos 30 años.
- b) **Remates:** 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.
- c) **Comercialización electrónica:** Dentro de esta categoría se ubican los denominados Remates Especiales (Special Auctions), por los que se canaliza la oferta estacional de terneros para engorde.
En el siguiente acápite se analizará con más detalle el sistema de comercialización electrónica.
- d) **Mercados locales o Puntos de Concentración:** Son más populares en la zona del medio oeste que en la oeste de los Estados Unidos.



- e) **Intermediarios regionales:** Operadores independientes que compran y venden ganado bovino. La transacción se realiza generalmente en el campo (rancho).
- f) **Compradores de los frigoríficos:** Compradores empleados por los frigoríficos. Son aquellos que, en general, compran directamente a los productores en sus propios feedlots.
- g) **Frigorífico o estación de compra del frigorífico:** La operación se realiza directamente en el frigorífico o en una estación que le pertenece a éste.
- h) **Compra a pedido:** Los compradores actúan como agentes de otros compradores de ganado.
- i) **Asociaciones Cooperativas de envío:** 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.
- j) **Asociaciones Cooperativas de venta:** Organizadas como las de envío, estas asociaciones realizan algunas tareas adicionales ya que reciben y tramitan ofertas por la hacienda producida.
- k) **Empresas comisionistas de campo o Comercialización del Feedlot:** En este caso, los productores tienen un representante de ventas 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 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).
- l) **Asociaciones de negociación:** 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).

Los productores ganaderos de Estados Unidos, tienen varias opciones de información para poder determinar el mejor precio para sus animales e ir comparándolos con el resto de los mercados estadounidenses. La Ley Agrícola de Estados Unidos, establece un mandato obligatorio para el Servicio de Marketing del Departamento de Agricultura de Estados Unidos –USDA/AMS-, sobre el desarrollo de informes mensuales de información del mercado sobre los volúmenes y precios de bovinos y porcinos. Los mismos se pueden consultar en: www.ams.usda.gov.

La Ley The Packers and Stockyards Act (1921) fue promulgada para asegurar prácticas de comercio justo en la comercialización de ganado, entre otros productos. Con respecto al sector, su objetivo es proteger a los productores ganaderos y a los consumidores contra las prácticas comerciales desleales en la comercialización de ganados y carnes.



En 1978 se conformó la Administración de Empacadores y Corrales para regular la comercialización del ganado. Como mínimo, para que el Estado pueda actuar en caso de irregularidad, los registros deben incluir: a) la fecha en que se recibió la hacienda; b) la fecha de venta; c) el nombre y la dirección del vendedor; d) el nombre y dirección del comprador; e) el número de cabezas de ganado; f) las especies de ganado vendidas.

3.3.1 Mercado Electrónico

La venta por remate electrónico en Estados Unidos se mantiene estable a través de los años. Se utiliza, principalmente, para ganado con destino a engorde. No tuvo éxito en las ventas con destino a faena porque las plantas frigoríficas establecen contratos de provisión directamente con los feedlots.¹⁹

Las modalidades de operar en este tipo de remate, son las siguientes:

- a) El ganadero contacta a un representante de la empresa y éste va al campo y filma en video los animales que están a la venta. Los videos duran aproximadamente dos minutos.
- b) El remate se transmite por televisión y en la web, los compradores deben registrarse con anterioridad y se les adjudica un número para identificarse.
- c) La empresa investiga primero su estado financiero y verifica que el comprador sea confiable
- d) El comprador “puja” en el remate a medida que va viendo los videos, pueden realizarlo en persona o por teléfono.
- e) El vendedor tiene la opción de no vender si considera que el precio es bajo o menor al del “mercado”, pero igualmente debe pagar la comisión correspondiente.

Con respecto a los **costos**, en comparación con los remates tradicionales, la comercialización electrónica puede resultar más económica debido a que se reducen los costos generales de transporte, ya que el ganado se envía directamente al comprador. No obstante, hay que incluir los gastos de comisión de la empresa que presenta los remates. Los mismos pueden variar entre el 8 y el 10 % del valor de los animales.

¹⁹ La industria frigorífica de Estados Unidos cuenta con empresas de gran escala de producción y alta utilización de la capacidad instalada, situación que le brinda ventajas al momento de concretar compras directas con los productores y establecer una mayor integración y coordinación de la cadena.



Por otro lado, se destaca que el bajo nivel de ventas por este mecanismo, se debe a que: a) las conexiones lentas de internet causan demoras entre la oferta del productor y los resultados de la venta; b) el bajo nivel de conocimientos informáticos de los productores ganaderos; c) la necesidad de grandes cantidades de cabezas de ganado; d) la incertidumbre de la transacción; e) la calidad y la reputación de los animales vendidos; f) en el caso de las subastas, si no existiera un gran número de compradores el mecanismo de formación de precios no será rentable para los productores, situaciones que hacen que el productor prefiera otros medios de comercialización (Schmitz, Moss, y Schmitz, 2003)

En cuanto a la **entrega**, se establecen entre 3 y 6 meses para que se concrete la misma. Esta modalidad, permite que los productores se beneficien con los precios estacionales, que suelen ser más altos a principios de año y el ganado es entregado entre octubre Y noviembre.

El USDA-AMS, provee información acerca de las empresas de remate electrónico. Asimismo, en cada uno de los informes, detalla las operaciones que se realizan durante un período de tiempo determinado:

- Carolina Video Load Lot Monthly
- Cattle Country Video Auction
- Equity Electronic Carcass Auction
- Hodge Livestock Network Video Auction
- Huss and Lexington, NE Livestock Video Auction
- Joplin Video Auction
- Lexington Kentucky Internet Sale
- Mid-Atlantic Cattle Sales Video
- Northern Livestock Video Auction
- Producers Internet Auction
- Southeast Direct & Video Load lot
- Southeast Livestock Exchange Video Auction
- Superior Video Auction
- Tennessee Graded Feeder Cattle & Video Board Sale
- Virginia Electronic Feeder Cattle Sale
- Western Video Market
- Winter Livestock Video Association

A modo de ejemplo, en el siguiente cuadro, se pueden observar las cantidades de hacienda del primer remate del mes calendario de 2014 que *Superior Video Auction* comercializó electrónicamente en las principales regiones ganaderas de Estados Unidos:



Cuadro N°10. Comercialización electrónica – Superior Video Auction

2014	Participación % por región					Participación % Novillos- Vaquillonas/ Total	Participación % por categoría		Plazo de Entrega
	Oferta Regional	Sur	Norte	Este	Oeste		Novillos	Vaquillonas	
1er Remate Enero	10.450	49%	15%	24%	12%	56%	53%	47%	Mayo 2014
1er Remate Feb	46.500	63%	12%	19%	6%	71%	63%	31%	Noviembre 2014
1er Remate Marzo	35.000	64%	11%	20%	5%	59%	67%	33%	Diciembre 2014
1er Remate Abril	38.500	49%	9%	30%	12%	52%	65%	35%	Diciembre 2014
1er Remate Mayo	23.000	49%	16%	26%	9%	65%	64%	36%	Diciembre 2014
1er Remate Junio	21.000	52%	10%	30%	8%	53%	68%	32%	Febrero 2015
1er Remate Julio	207.000	17%	58%	22%	3%	46%	65%	35%	Marzo 2015
1er Remate Ago	107.000	24%	10%	60%	6%	39%	63%	37%	Mar - Abril 2015
1er Remate Sep	65.000	64%	16%	7%	13%	66%	65%	35%	Marzo 2015
1er Remate Oct	19.000	52%	13%	7%	28%	60%	67%	33%	Febrero 2015
1er Remate Nov	16.750	52%	15%	7%	26%	62%	72%	28%	Abril 2015
1er Remate Dic	21.500	65%	8%	10%	17%	67%	56%	36%	Mayo 2015

Fuente: Elaboración propia en base a los informes publicados por el USDA - AMS



Contratos a Futuro

El Chicago Mercantile Exchange -CME- es un mercado financiero estadounidense con base en Chicago y fue fundado en 1898 como el "Chicago Butter and Egg Board". En 2007, el Chicago Board of Trade se fusionó con el CME, y de la misma nació el "CME Group", actualmente el mayor mercado de futuros y opciones del mundo.

El CME publica las cotizaciones de las haciendas para contratos a futuros. Por ello, Kettle et al, sugieren a los productores estadounidenses que para establecer el precio para los contratos futuros se debe partir de la siguiente fórmula: Diferencia entre el mercado contado y el mercado a futuro publicado por las agencias especializadas públicas y privadas.

El CME Group negocia diversos tipos de instrumentos financieros: tasas de interés, índices accionarios, divisas, energía, productos agropecuarios, metales y productos de inversión alternativos, tales como futuros climáticos e inmobiliarios. En el mercado de instrumentos derivados, es el más grande y diverso del mundo, opera más de 3 mil millones de contratos por año, abarca la más amplia variedad de productos de referencia disponibles. Reúne a compradores y vendedores en la plataforma de negociación electrónica CME Globex y en las sedes de operaciones de Chicago y Nueva York.



Bibliografía Consultada

JAIME, J. "Historia del Remate Feria en Argentina". Buenos Aires, 2005. Cámara Argentina de Consignatarios.

KETTLE, R. y otros "Marketing Cattle in 2000 and Beyond: Technology's role in Livestock Marketing". Reno, Universidad de Nevada

OTAÑO, M. "Noticias de los Mercados de la Carne Vacuna", Dirección de Mercados Agroalimentarios. Subsecretaría de Política Agropecuaria y Mercados. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Buenos Aires, 2006.

RUST, C. y BAILEY, D. "Beef Marketing Technology (Electronic)", Wisconsin, University of Montana, Utah and Wisconsin.

SCHMITZ, T. y otros "Marketing Channels Compete for U.S. Stocker Cattle". Georgia, 2003, Journal of Agribusiness of Agricultural Economics Association of Georgia.

Sitios WEB

- Grain Inspection, Packers & Stockyards Administration, sitio oficial: www.gipsa.usda.gov
- Agriculture Marketing Service, sitio oficial: www.ams.usda.gov
- Chicago Mercantile Exchange Futures and Options: www.cme.com
- Departamento de Agricultura de Estados Unidos – USDA www.usda.gov
- Superior Livestock Auction (Video), sitio oficial: www.superiorlivestock.com
- Western Video Market, sitio oficial: www.wvmcattle.com



4. URUGUAY

Uruguay posee aproximadamente 17,6 millones de hectáreas utilizables para la agricultura, de las que 15,5 millones se dedican a la ganadería, lo que significa que la actividad concentra el 87% del área agrícola. Ostenta más de 11.5 millones de cabezas de ganado vacuno, lo que indica una relación de stock con respecto a la población de 3,6 cabezas por habitante.

Las condiciones climáticas, la alta precipitación anual y la fertilidad de los suelos hacen de Uruguay una región de alto potencial para la ganadería. De acuerdo a los valores registrados en el año 2013 a nivel internacional por el Centro de Comercio Internacional de la Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo (UNCTAD), es el noveno exportador mundial de carnes congeladas y enfriadas de la especie bovina con 1300 millones de dólares equivalentes a 237 mil toneladas.

Por medio del Decreto–Ley 15.605 del 27 de Julio de 1964 se creó el Instituto Nacional de Carnes (INAC), organismo de carácter público no estatal, para la propuesta, asesoramiento y ejecución de la Política Nacional de Carnes, cuya determinación corresponde al Poder Ejecutivo, con la coordinación del Ministerio de Agricultura y Pesca.

La producción de carne vacuna es de 550 mil toneladas de res con hueso de las cuales se exportan el 66% mientras que el 34% se consume en el mercado interno. Cabe destacar que disponen de información del tipo de animal faenado por industria, así como de los destinos de exportación.

El sistema de producción se ha intensificado debido al aumento en el precio de la tierra que transformó el sistema extensivo para poder competir con el valor del recurso. La ganadería ocupa más del 80% de la superficie productiva. Donde la mayoría de los productores ganaderos son establecimientos familiares.

Cuenta con un eficiente sistema de trazabilidad que le permite obtener un seguimiento del animal. Existe una alta concentración en muy pocas plantas de faena, que reciben la producción de miles de productores.

En Uruguay actualmente hay 38 plantas de faena habilitadas a nivel nacional, las cuales concentran el 99% de la faena de bovinos. Los frigoríficos se encuentran ubicados en distintas zonas del país, concentrándose mayormente al sur, en los departamentos de Canelones y Montevideo, los que concentran más del 75% de la faena total. El origen del ganado para faena proviene de todo el país, las tres zonas principales son: el litoral, en los departamentos de Soriano, Colonia y Río Negro, la zona nordeste en Tacuarembó Rivera y Cerro Largo- y la zona que corresponde a los departamentos de Treinta y Tres y Rocha.



4.1 Producción y comercialización en cifras

De acuerdo a las estadísticas publicadas por el INAC, Uruguay posee una población bovina en torno a 11,5 millones de cabezas. Las principales razas son Hereford y Aberdeen Angus, donde más del 80% de las razas son británicas. Las otras razas que se destacan son Normando, Limousine, Charolais, Braford, Shorthorn, entre otros.

En Uruguay existen más de 22 mil explotaciones ganaderas, que operan en promedio cerca de 500 ha cada una.

Cuadro N°11. Resumen de indicadores ganaderos Uruguay 2009-2013

Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013
Stock (millones de cabezas)	11,74	11,09	11,10	11,41	11,54
Relación stock población	3,49	3,29	3,28	3,36	3,39
Faena (miles de cabezas)	2.326	2.204	2.010	2.079	1.982
Tasa de extracción (faena/stock)	20%	20%	18%	18%	17%
Producción (miles de toneladas res c/hueso)	575,27	561,08	528,30	565,93	541,30
Mercado Interno	184,84	194,86	188,81	187,08	186,11
Exportación (miles de toneladas res c/hueso)	390,43	366,23	339,49	378,85	355,20
Exportación (us/tn res c/hueso)	2.487	3.082	3.954	3.806	3.768
% Exportación / Producción total	68%	65%	64%	67%	66%
Consumo per cápita (Kg. por persona)	58,2	61,2	60,6	60	59,4
U\$S Kilo vivo (prom. 13)	1,00	1,35	1,84	1,80	1,82
U\$S 4ta balanza (prom. 13)	1,96	2,65	3,58	3,50	3,51

Fuente: Inac

4.2 Características generales de la producción

Fase agraria

En Uruguay predomina la ganadería extensiva, donde se utilizan generalmente grandes extensiones de tierra con una baja densidad de cabezas por hectárea, la cual requiere una mínima inversión en mano de obra. En cuanto a la ganadería intensiva, ganó espacio en los últimos años con el principio de obtener el máximo beneficio en el menor tiempo posible aumentando el rendimiento productivo.



El feedlot permite estabular los animales en corrales, ofreciendo raciones concentradas que permiten producir en un periodo corto de tiempo, que por lo general es de tres meses.

Dentro de los sistemas de producción existen los Criadores que desarrollan la etapa de producción inicial que se establece entre el nacimiento y el destete del ternero hasta lograra un peso de entre 160/180 kg.

Entre la cría y la invernada existen recriadores, que intermedian entre uno y otro sistema tomando desde el destete del ternero hasta lograr un peso de entre 250/300 kg. Por lo general, no muchos productores se dedican exclusivamente a esta actividad.

Los invernadores son los que desarrollan la última etapa de producción y se dedican al engorde y el aumento de la masa muscular, la base forrajera es campo natural, praderas, verdes de invierno y verano, y suplementación con granos.

El sistema de ciclo completo es realizado por muchos productores que realizan la cría y la invernada en el mismo establecimiento, logrando una mayor flexibilidad y mayor valor agregado.

Fase Industrial

La fase industrial agrupa el proceso de compra de los animales en pie para su manufactura y obtención de productos que, posteriormente, se comercializarán en una etapa intensiva en donde se requiere una gran carga de mano de obra, y la materia prima (ganado) repercute en un 75/85% del costo de producción.

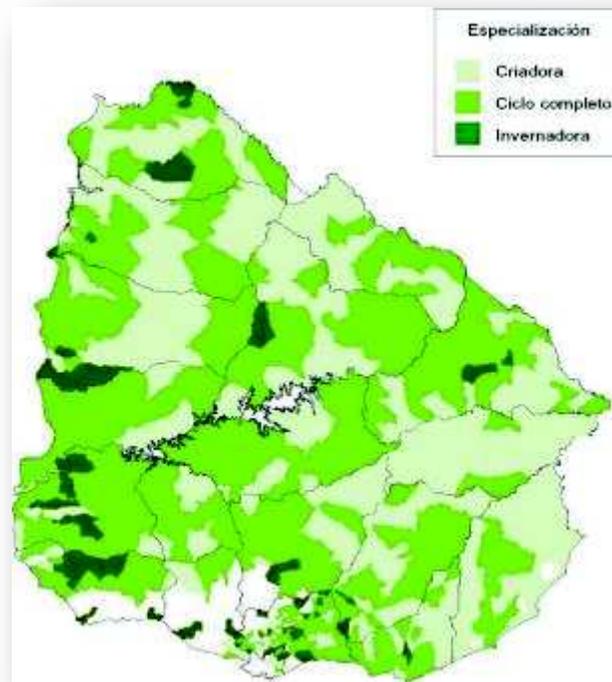
En Uruguay existe una alta concentración geográfica de los establecimientos que pueden ser frigoríficos y mataderos. Los primeros tienen gran capacidad de frío con un alto desarrollo tecnológico, mientras que los mataderos se destacan por abastecer el mercado interno, poseer una menor capacidad de frío y un grado menor de desarrollo.

Los frigoríficos se encuentran agremiados en la Asociación de la Industria Frigorífica del Uruguay, mientras que los mataderos se agrupan en la Cámara de la Industria Frigorífica.

Existen cerca de 40 industrias habilitadas por el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, que se dedican a la faena de animales y se reparten entre mataderos y frigoríficos que ocupan más de 10.000 trabajadores que significan más del 10% de la mano de obra industrial.



Mapa N°5



Fuente: Elaborado por MGAP-DIEA, con base en el censo general agropecuario 2000

Fase Consumo

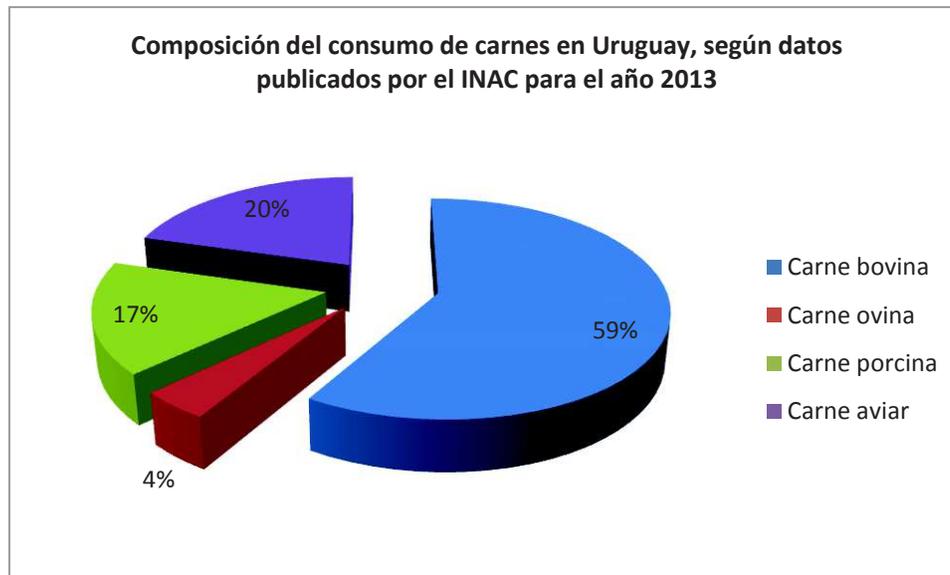
La carne vacuna es la preferida por los uruguayos por encima de las demás carnes, sin embargo el consumo interno retiene solo el 34% del total producido, el total del consumo representa las faenas destinadas al mercado interno, la carne importada y la faena predial.

El consumo en Uruguay se reparte en un 86% para abasto (canales y cortes) y un 14% para la industria. Más de 186 mil toneladas de la producción local en peso canal se destinaron al mercado interno en el año 2013. El principal centro de consumo es Montevideo, en donde según la participación peso canal se consume un 68,8% de carne con hueso y 31,2%



de carne sin hueso. El consumo entre carnicerías y supermercados de acuerdo al equivalente res con hueso se reparten entre 47,9% para las carnicerías y un 52,1% para los supermercados.

Gráfico N°4



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados en el INAC

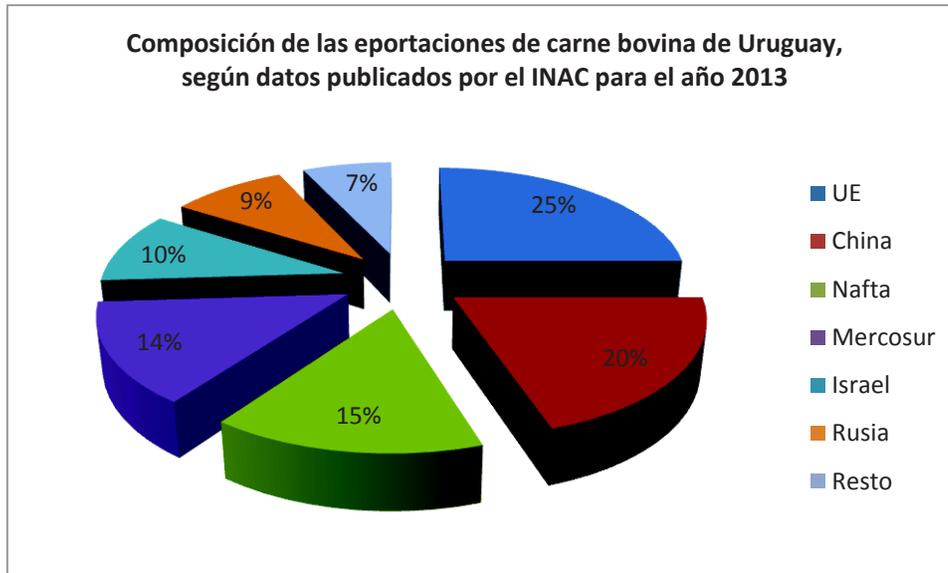
Fase Exportación

Uruguay exporta el equivalente a 355 mil toneladas res con hueso según las estadísticas de exportación para el año 2013 publicadas por el INAC, donde 317 mil toneladas corresponden a carne sin hueso, solo 23 mil toneladas son exportadas con hueso y 15 mil toneladas como manufacturas cárnicas.

El valor promedio de carne bovina equivalente res con hueso se situó en 3.768 dólares por tonelada, donde en el último ejercicio anual se exportaron cerca de 1,34 mil millones de dólares. Los destinos, de acuerdo al reporte anual del año 2013 del INAC, fueron: el 25% hacia la Unión Europea, el 20% a China, el 15% al Nafta, 14% Mercosur, 10% Israel, 9% Rusia y un 7% los demás destinos.



Gráfico N°5



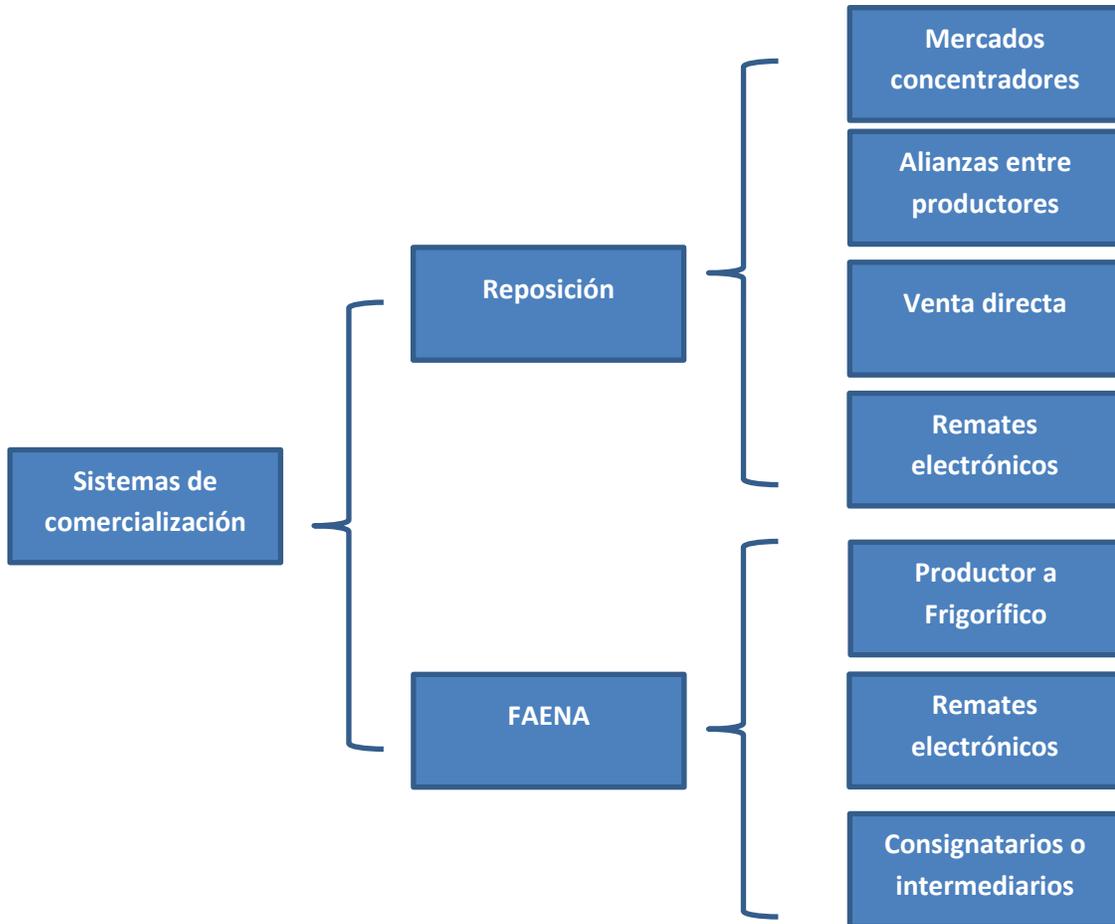
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados en el INAC



4.3 Sistemas de Comercialización de hacienda bovina

En Uruguay existen diferentes niveles de comercialización, donde en promedio un bovino se comercializa tres veces durante su vida.

Esquema N°4. Sistemas de comercialización



Mercado de reposición:

El mercado de reposición es un tema muy importante en el contexto de la ganadería del Uruguay, ya que el incremento de la faena debe hallarse directamente ligado al aumento del procreo en el rodeo, donde el índice de preñez se ubica en promedio en un 72,3% y el índice de procreo alrededor del 70%, esto permite mantener el nivel de producción parejo con el nivel de faena.



El sistema de comercialización cambió sustancialmente a partir del año 2001. Con anterioridad, se basaba en los mercados concentradores o ferias ubicados en los principales distritos del país, bajo el sistema de remates donde los lotes ofertados se cotizaban por unidad (al bulto) en todas sus categorías, y los remates en su mayoría contaban con administración bancaria y plazos de entre 30 y 90 días.

Este sistema representaba cerca del 50% al 60%, convirtiéndose en referente en la formación de precios de invernada y cría. En ese momento también los negocios particulares ocupaban una importante participación, dejando el resto para los negocios directos o alianzas entre productores.

El punto de quiebre del antiguo sistema fue en el año 2001, como consecuencia de la reaparición de la fiebre aftosa, donde se estableció la prohibición total de movimientos de hacienda, favoreciendo que las empresas consignatarias se unieran para crear una novedosa modalidad de comercialización para el país: la venta de hacienda por televisión, prescindiendo del movimiento del ganado, para entonces estaba prohibida.

En la actualidad, este sistema ha desplazado en orden de importancia al remate en mercados concentradores, transformándose en un referente para el mercado de invernada y cría.

Teniendo en cuenta la información relevada, se puede afirmar que el mercado de reposición vacuno mueve cerca de 500 mil cabezas al año, de las cuales el 80% se comercializa bajo el sistema de pantallas y un 20% restante se estima entre los mercados concentradores y ventas directas.

Particularidades de Remates por imágenes

- Los costos son menores a los remates tradicionales
- Se reúnen cientos de compradores y los bancos se encuentran en ese lugar antes del remate, ofreciendo facilidades de pago y créditos
- Los animales no se trasladan, con el consiguiente menor costo de transporte, menores costos administrativos y además el riesgo sanitario por contagio de enfermedades es prácticamente inexistente, se reduce desbaste ya que el estrés de los animales es menor (porque los animales no se trasladan).



Como funciona

- Las empresas que rematan ganado filman, unos días antes de la venta, el ganado que está disponible para la venta. Para ello, concurren a los establecimientos agropecuarios y además de proceder a la filmación con una video cámara, un inspector toma nota de las características del ganado, nº de animales, edad, estado (muy bueno, bueno, regular, etc.), así como datos del propietario y ubicación del establecimiento.
- Cada pantalla tiene sus propios veterinarios que acreditan el estado de los animales
- El remate tiene lugar generalmente en hoteles, normalmente se ubican distintos lugares conectados en video conferencia a donde concurren los compradores, y los animales se muestran en una pantalla con la información que se recolectó durante la inspección de los mismos, la que es suministrada a los compradores en un catálogo con fotos.
- Los compradores hacen ofertas personalmente o por teléfono al mismo tiempo que están mirando los animales en la pantalla. En algunos casos, se pueden realizar ofertas online por Internet.
- El remate dura varios días y en cada día se rematan distintas categorías de animales (novillos, vacas, vaquillonas), las pantallas más importantes rematan entre 9 mil y 20 mil cabezas en promedio, mientras que existen otras pantallas más chicas que lo hacen con menos de mil cabezas.
- Se opera tanto en efectivo como así también a plazos, que varían entre 30, 60 y 90 días, en los cuales los bancos ofrecen préstamos para los compradores.
- Los costos oscilan entre 3% y 6% para los vendedores y en un 6% y 7% para los compradores.



Cuadro N° 12. Comercialización por pantalla en Uruguay

Pantalla	Lote 21	Plaza Rural	Pantalla Uruguay	Pantalla sur	Pantalla centro
Posición estimada en el mercado	3	1	2	4	5
Página Web	lote21.com.uy	plazarural.com.uy	pantallauruguay.com.uy	pantalladelsur.com.uy	pantallacentro.com.uy
Costos	Para los vendedores 3,7% + impuestos. Para el caso de los lotes con sellos de la raza Angus en el Catálogo habrá un cargo adicional de 0,50% + impuestos. B) Para los compradores que compren los lotes ofertados al contado un 5,9% + impuestos y los que lo hagan a plazo un 6,39% mas impuestos	Los gastos totales para los vendedores serán de un 4.5% + Impuestos. Los gastos totales para los compradores serán del 6,4% + Impuestos.	Los gastos para el vendedor por concepto de comisión y certificación serán de un 5,33 % más impuestos (total 7,50%) y de un 5,83% más impuestos a los compradores (total 7,11%).	Los gastos para los vendedores serán del 6.20 % más impuestos.- Los gastos para los compradores serán del 6,8 % más impuestos.-	Sin datos recabados
Cantidad de remates	11	12	12		
	En promedio se rematan 9.000 a 10.000 cabezas por remate	En promedio en los últimos 10 años se remataron 185 mil cabezas anualmente, hasta finalizar octubre de 2014 la suma llego a 170 mil cabezas	En promedio se rematan 9.000 a 10.000 cabezas por remate	se rematan menos de 1.000 cabezas por remate	se rematan menos de 1.000 cabezas por remate
Las ofertas se pueden hacer por	Internet estando debidamente registrados desde cualquier parte del mundo, si se debe tener campos en Uruguay a los cuales se puedan trasladar los animales.	A través de los escritorios, o bien por teléfono. No existe la posibilidad de ofertar por internet en tiempo u forma	A través de los escritorios, o bien por teléfono. No existe la posibilidad de ofertar por internet en tiempo u forma	A través de los escritorios, o bien por teléfono. No existe la posibilidad de ofertar por internet en tiempo u forma	A través de los escritorios, o bien por teléfono. No existe la posibilidad de ofertar por internet en tiempo u forma

Fuente: elaboración propia en base a datos publicados y datos relevados telefónicamente



Comercialización para faena

- Si bien un gran porcentaje de la comercialización de ganado para reposición se realiza por pantalla, en el caso del ganado para faena se comercializa a través de los escritorios (consignatarios) los cuáles acuerdan con las plantas o bien a través de la venta directa. En este aspecto, las transacciones se dan en un 50% a través de intermediarios y 50% a través de comercialización directa (dentro de los cuales se encuentran los contratos de suministro). Estos porcentajes varían en función del tipo de producto y de la región del país donde se ubica el predio productor.
- La región sur (Montevideo y Canelones) concentra el 85% de las plantas de Faena.
- Existen 38 plantas habilitadas, de las cuales 12 realizan el 90% de la faena
- El primer cambio importante en la comercialización fue el cierre del principal mercado de concentración de ganado en pie (La Tablada) hace más de 30 años, al cual obligó a los productores a realizar la remisión directa a las plantas.
- Haciendo valer su posición, las plantas faenadoras a mediados del año 2000, se pusieron de acuerdo en imponer la comercialización en base a kilos de carne obtenidos en la segunda balanza luego del dressing, posibilitando distintas interpretaciones y metodologías para esta operación, lo que lleva a un diferente rendimiento.
- 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 la hacienda.
- 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%.
- Se debe 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% anual.
- El producto resultante de la faena de los establecimientos habilitados tienen como destino el mercado interno y el de abasto para exportación.
- El mercado de exportación de ganado en pie es importante pero en el año 2013, apenas superó las 11 mil toneladas equivalentes a 30 millones de dólares, donde Turquía, Tunes y Egipto han sido los principales mercados.



Contratos de suministros productores y frigoríficos

El objetivo de los contratos de suministro de ganado a faena es asegurar una transferencia con menores costos de transacción, minimizando la asimetría de información, generando confianza y seguridad en la realización del negocio tal como conviene a cada parte.

Ventajas para el productor

- Permite asegurar un destino seguro a su producción, reduce la incertidumbre y facilita la toma de decisiones
- Permite la planificación a largo plazo, especial con un precio acorde a la calidad del ganado, generando un premio por la calidad.
- Orientación hacia el mercado, produciendo aquello que mejor se paga
- Diversificación comercial en colocación del ganado, reduciendo los riesgos de la comercialización.
- Reducción de costos de comercialización.
- Valorización del producto, obteniendo un precio mayor al cumplimentar ciertos requisitos preestablecidos, como características de peso, terminación, conformación, edad. Ofrece premios y castigos y aparte mayor transparencia para ambas partes.
- La oferta individual de cada productor genera un volumen importante, más atractivo para los frigoríficos, mejora el poder de negociación del productor.
- Por lo general, las asociaciones de productores que negocian los contratos con los frigoríficos envían representantes al momento de la faena, para brindar tranquilidad a las partes sobre la clasificación de los animales en las escalas pre-acordadas de premios y castigos.
- Los productores se benefician del asesoramiento que las agrupaciones e industriales ofrecen para la certificación de los productos objeto de contratos
- A través de las asociaciones, se revisan las liquidaciones de los frigoríficos hacia los productores.

Ventajas para el Frigorífico

- Permiten obtener una calidad homogénea
- Se aseguran planificar la producción a través de la disponibilidad de materia prima y así poder planificar las ventas.
- Permite a los frigoríficos asegurarse de productos poco disponibles en el mercado como (Angus, carne natural, carne orgánica, etc.)
- Genera fidelización a largo plazo con los productores y las asociaciones, y facilita la compra directa.
- Reduce los costos de adquisición.



Bibliografía Consultada

JAIME, J. (2005). "Historia del Remate FERIA en Argentina". Buenos Aires, Cámara Argentina de Consignatarios

COSTAS G., HERRERA V, CORREA C (2010). "Conociendo las preferencias de consumo de carnes en Uruguay".

OTAÑO, M. (2006) "Noticias de los Mercados de la Carne Vacuna", Dirección de Mercados Agroalimentarios. Subsecretaría de Política Agropecuaria y Mercados. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Buenos Aires.

FACULTAD DE AGRONOMÍA UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA URUGUAY. "Complejo Agroindustrial Bovinos para carne"

Sitios WEB

Ministerio de ganadería agricultura y pesca. <http://www.mgap.gub.uy/>

Dirección general de servicios ganaderos. <http://www.mgap.gub.uy/DGSG/DIGESEGA.htm>

Instituto nacional de carnes (INAC). <http://inac.gub.uy/>

Instituto nacional de investigación agropecuaria. www.inia.org.uy/online/site

Facultad de veterinaria y agronomía <http://portal.fagro.edu.uy/>

Comisión nacional de fomento rural. www.cnfr.org.uy

Grupos crea. www.aacrea.org.ar

Asociación Rural del Uruguay. www.aru.com.uy

Federación Rural del Uruguay. www.federacionrural.org.uy

Lote 21 (comercialización en pantalla) www.lote21.com.uy

Plaza rural (comercialización en pantalla) www.plazarural.com.uy

Pantalla Uruguay (comercialización en pantalla) <http://pantallauruguay.com.uy>



Comentarios Finales

Con este trabajo de investigación se busca llevar a cabo una primera aproximación sobre *la comercialización electrónica de hacienda en pie* implementada a nivel internacional por entender que esta modalidad adquirió protagonismo en las agendas comerciales de aquellos países ganaderos de mayor prestigio.

De este modo, a nivel general, se pueden visualizar las ventajas que esta modalidad de comercialización permite adquirir al considerar que “cuando un mercado ingresa al ámbito electrónico, adquiere todos los beneficios que brindan los sistemas informáticos de transacción y liquidación, destacándose la transparencia, la imparcialidad y la igualdad de oportunidades” (Otaño, 2006). Aunque en todos los casos estudiados, la implementación de dicha modalidad, no significó la desaparición de los modelos de comercialización tradicionales.

Dicha consideración se desprende del análisis preliminar de los países seleccionados. Si bien los mismos cuentan con un alto perfil ganadero en sus economías y son referentes internacionales en la producción y comercialización de este producto, permitieron observar las siguientes particularidades con respecto a la comercialización electrónica:

- Australia. Fue el primer país en ofrecer un sistema nacional computarizado de hacienda aunque la modalidad que concentra el mayor número de ganado vacuno sigue siendo el Remate Feria.
- Brasil. La comercialización de hacienda en pie se realiza, principalmente, por medio de la Venta Directa.
- Estados Unidos. Dicha modalidad se utiliza, principalmente, para ganado con destino a engorde. Para faena no tuvo éxito porque las plantas frigoríficas establecen contratos de provisión directamente con los feedlots.
- Uruguay. Si bien un gran porcentaje de la comercialización de ganado para reposición se realiza por pantalla, en el caso del ganado para faena se comercializa a través de los escritorios (consignatarios) los cuáles acuerdan con las plantas o bien a través de la venta directa.

Por la anteriormente expuesto, se destaca que la transparencia que brinda la comercialización electrónica, como así también las ventajas subyacentes en materia de: Bienestar Animal y disminución en los costos de la logística de distribución y comercialización, hacen que más allá de la baja participación en términos comerciales de esta modalidad en los países estudiados, no se desestime en Argentina para el fortalecimiento y modernización de la cadena de ganados y carnes bovina en el país.